Turismo
es bienestar

Conclusiones de los foros de Consulta Pública
Hacia una Política Turística de Estado con Perspectiva al 2040
Documento de análisis y discusión

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

MÉXICO

Consultores

Turismo es bienestar

— Hacia una Política Turística de Estado con Perspectiva al 2040 —

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

MÉXICO

SIE CONSULTORES
Servicios de Información Estratégica, S.C.

Antecedentes

El turismo es una actividad estratégica de la economía mexicana. Aporta el 8.7 por ciento del Producto Interno Bruto, genera de manera directa e indirecta más de 10 millones de empleos, y es la segunda fuente más importante de divisas de nuestro país.

Durante los últimos años, el turismo en México ha registrado un desempeño favorable, al pasar del lugar 15, en el año 2012, a la octava posición mundial en 2016, en el número de llegadas de turistas internacionales, cerca de 35 millones, 50 por ciento más que en 2012.
Hacia adelante, los revolucionarios cambios que están ocurriendo en áreas como la industria digital, la inteligencia artificial, la nanotecnología y la biotecnología seguirán transformando radicalmente la dinámica económica, social, cultural y política, a escala mundial. Al tratarse de una industria global, abierta y altamente competitiva, el turismo será impactado significativamente por estos cambios.

Ello obliga a realizar un ejercicio de prospectiva y a construir una propuesta de política turística de Estado, con visión al año 2040.

Con esa convicción, la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República, con el apoyo de diversas entidades federativas e instituciones públicas y privadas, realizó durante 2017, un amplio ejercicio de consulta pública, a partir de una convocatoria abierta y plural, que incluyó:

— Tres foros nacionales, con sedes en Mérida, Yucatán, Ciudad de México y Tijuana, Baja California.
— 15 mesas temáticas, en torno a los desafíos del sector.
— 125 expositores y panelistas, incluyendo expertos, representantes de organismos internacionales, académicos, empresarios, líderes sociales, legisladores, y funcionarios públicos.
— Más de mil participantes presenciales.
— Más de 14 millones de cuentas de Twitter alcanzadas, cuyos usuarios aportaron comentarios, críticas y propuestas, y
— Más de 100 millones de impactos en usuarios de redes sociales.

Bajo el concepto rector: Turismo es bienestar, los expositores y panelistas que participaron en estos foros identificaron los principales retos y oportunidades del sector, y formularon propuestas concretas de política pública. Éstos enfatizaron la prioridad de impulsar un turismo sustentable, incluyente y competitivo. A partir de los planteamientos formulados, se integró un decálogo de ejes rectores que articulan las principales conclusiones y propuestas generadas en los foros, las cuales se presentan en este documento, a fin de realizar el análisis correspondiente y de seguir enriqueciendo su contenido, como parte del proceso de integración de una política turística, con perspectiva al año 2040.

Conviene señalar que, al tratarse de una convocatoria para la construcción de una política de Estado en materia turística, los temas abordados y las propuestas recogidas no se limitan al ámbito estricto de atribuciones de la Secretaría de Turismo. Incluyen retos y propuestas de política que inciden en el desarrollo turístico, pero cuyo diseño e implementación corresponde a diversas dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno, y también exige un compromiso de todos los actores del sector.

La Secretaría de Turismo del Gobierno de la República reitera su agradecimiento a quienes participaron e hicieron posible los foros Turismo es bienestar.

Retos y oportunidades del turismo en México

Fortalezas	Debilidades
• Ubicación geográfica estratégica • Bono demográfico • Alto porcentaje de mujeres y jóvenes en el sector • Cuarto país con mayor megadiversidad • Excepcional legado y oferta cultural • Gastronomía mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad • Oferta de calidad en turismo de sol y playa • Marca México posicionada internacionalmente • Red de promoción y comercialización con los principales mercados emisores • Estabilidad laboral • Sistema financiero sólido • Reconocida hospitalidad de los mexicanos • Octavo país más visitado del mundo • Posicionamiento creciente de México como sede de eventos internacionales	• Retos de seguridad pública y vigencia del Estado de Derecho • Desafios en materia de sustentabilidad • Rezago en planeación y ordenamiento territorial y limitadas capacidades institucionales, a nivel subnacional • Insuficiente cobertura y deficiente calidad de servicios públicos en algunos destinos turísticos • Falta de diseño universal y señalética • Baja derrama económica promedio por turista • Prácticas que reproducen la desigualdad social y regional • Informalidad, así como falta de profesionalización y capacitación adecuada del capital humano
Oportunidades	**Amenazas**
• Expectativa de crecimiento del turismo a nivel mundial • Longevidad de la poblacion en los mercados emisores • Modelos y tecnologías para el desarrollo de sistemas integrados de conectividad y movilidad inteligente • Brecha entre las necesidades del sector y la proveeduría local, como alternativa para el encadenamiento productivo • Expectativas de mayor desarrollo de la infraestructura carretera, portuaria y aeroportuaria (NAICM) • Nuevo marco jurídico de APP y de Zonas Económicas Especiales • Aprovechamiento de las TICs para la facilitación aduanera y migratoria, y la modernización de servicios turísticos • Interés creciente de los prestadores de servicios en la certificación y en la normalización • Oferta de turismo cultural, de naturaleza y de reuniones, entre otras modalidades, con potencial para el desarrollo de productos • Acuerdo de conectividad con el principal mercado emisor • Interés de los principales mercados emisores en nuestra oferta turística	• Cambio climático • Agudización del crecimiento urbano desordenado y demanda de servicios públicos desbordada • Capacidad de carga rebasada en áreas turístcas por gestión deficiente • Adaptación tardía y/o limitada a cambios en los patrones de consumo turístico • Rigidez en los modelos educativos y en los mercados laborales frente a la automatización • Ausencia o deficiente regulación de las actividades de servicios que operan con base en plataformas digitales globales y/o procesos automatizados • Redes internacionales de trata de personas • Polarización política y social • Eventos disruptivos en el ámbito geopolítico internacional • Contingencias naturales y/o de salud pública

1

Legalidad y certidumbre para el desarrollo turístico

Introducción

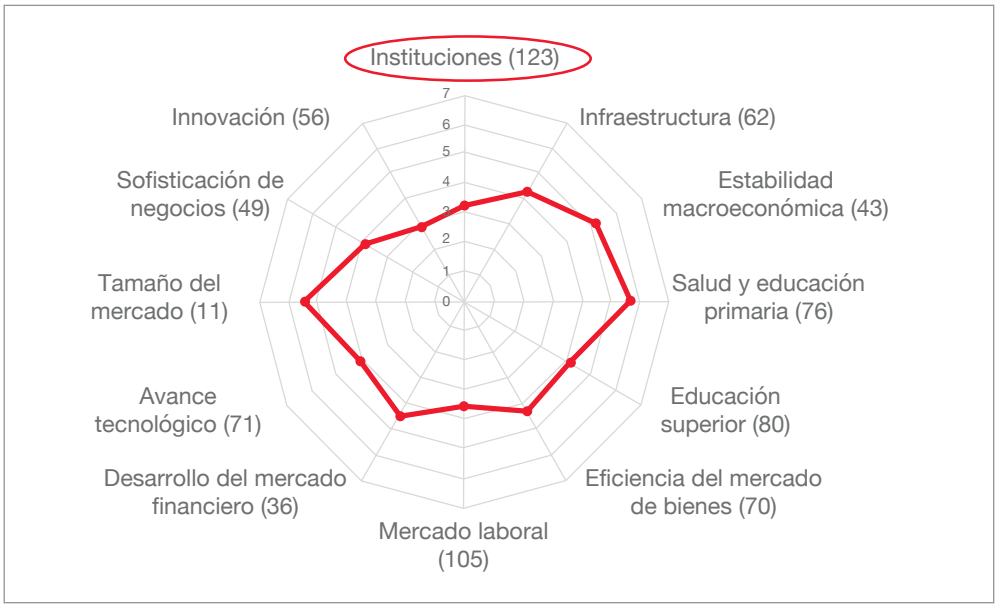
La observancia estricta de los ordenamientos jurídicos es una condición indispensable para el desarrollo pleno de las sociedades modernas. Por ello, la primera responsabilidad del Estado es construir una sociedad segura y de leyes, respetuosa de los derechos humanos. Esto exige garantizar la vida, la integridad, la libertad y el patrimonio de las personas; proteger los derechos fundamentales y los derechos sociales; acceder a una justicia pronta, completa e imparcial; hacer cumplir las obligaciones asumidas por los particulares; y sancionar a quienes violan la ley. En suma, el Estado de Derecho significa brindar certidumbre jurídica a las actividades económicas, políticas y sociales, lo cual es un factor determinante para el desarrollo turístico.

La vigencia plena del Estado de Derecho representa uno de los mayores desafíos para México. En el caso del turismo, el reto es contar con un marco jurídico y regulatorio sólido y consistente que brinde certeza legal y promueva un desarrollo turístico ordenado, competitivo, sustentable, e incluyente. Especial mención merece el imperativo de consolidar un modelo de seguridad pública en los destinos turísticos, con un enfoque integral, que atienda tanto las causas como las consecuencias de la inseguridad, con base en la generación de oportunidades económicas y sociales para quienes más lo necesitan, instituciones fuertes que hagan cumplir la ley, esquemas de inteligencia contra el delito, desarrollo policial, fortalecimiento de las tareas de prevención, y la participación corresponsable de los tres niveles de gobierno y de los actores del sector.

¿Dónde estamos?

De acuerdo con el Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, por el tamaño de su mercado, México destaca entre las 11 economías más grandes del mundo, pero ocupa el lugar 123 en la categoría de instituciones, entre los 137 países evaluados, por debajo de países como Jamaica, Perú y Tanzania.[1]

Índice de Competitividad Global



Asimismo, el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2017, que evalúa a 136 naciones, ubica a México como el segundo mejor país en cuanto a recursos naturales y en el lugar 10 respecto a sus recursos culturales. Dicho posicionamiento contrasta con el lugar 113 en que se ubica nuestro país en materia de protección y seguridad.[2] Por su parte, el informe Doing Business 2018 del Banco Mundial, que evalúa a 190 economías, revela que México ocupa el lugar número 90 en cuanto a la facilidad para la apertura de un negocio, y el sitio 87 en lo que respecta al manejo de permisos de construcción.[3]

1 Reporte de Competitividad Global 2017-2018, Foro Económico Mundial.
2 Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017, Foro Económico Mundial.
3 Informe *Doing Business 2018*, Banco Mundial.

Adicionalmente, el sector turístico de México está regulado por un marco normativo fragmentado y disperso, como resultado de la falta de homologación en la legislación federal, estatal y municipal que impacta al sector. De igual modo, algunas de las leyes y reglamentos de ámbitos tan diversos como el ambiental y el relativo a la tenencia, ordenamiento y uso del suelo, por citar dos ejemplos, no siempre logran conciliar la legítima tutela del interés público, en sus respectivos ámbitos, con la necesidad de generar un entorno favorable para la inversión y el desarrollo del turismo, en un contexto global altamente competitivo.

Otro aspecto que requiere atención se refiere a la ausencia de una regulación homogénea y eficaz de algunos servicios vinculados al turismo que recientemente han surgido, de manera disruptiva, en determinados mercados, gracias a los avances de las tecnologías digitales. Este es el caso de servicios tales como Uber, Cabify y Airbnb, entre otros. El reto no es frenar el crecimiento de este modelo de negocios; lo que se requiere es una regulación eficaz homologada entre entidades federativas. Ello tiene implicaciones en materia fiscal, ambiental, de transporte, y de seguridad pública, altamente relevantes para el sector.

Para México es prioridad garantizar la integridad y seguridad de los turistas y de la población de los destinos turísticos, así como reconocer que esta es una actividad altamente sensible a las percepciones de seguridad pública. Por ello, el aprovechamiento pleno de nuestro potencial turístico depende, en buena medida, de la capacidad que tengamos para superar retos estructurales en este terreno.

De dichos retos, el mayor es sin duda el de la impunidad, el cual refleja la debilidad institucional del país en seguridad y justicia. De acuerdo con el Índice de Impunidad Global, en México, solamente se resuelven, con sentencias condenatorias, menos del cinco por ciento del total de delitos consumados. Esto significa una impunidad cercana al 95 por ciento, respecto a los delitos que fueron acreditados por la autoridad como consumados[4]. A su vez, altos índices de impunidad favorecen la corrupción y la inseguridad.

---

4 Índice Global de Impunidad México IGI-MEX 2016. Centro de Estudios Sobre Impunidad y Justicia (CESIJ). Universidad de Las Américas Puebla.

En el ámbito del turismo, si bien es cierto que ciudades como Acapulco y Manzanillo registran incrementos significativamente mayores en incidencia delictiva a los que se observan en otras regiones, entidades federativas que cuentan con destinos turísticos altamente acreditados como Quintana Roo, Jalisco y Ciudad de México, pese a registrar repuntes, muestran tasas de homicidio por cada 100 mil habitantes por debajo de las que registran zonas turísticas de Estados Unidos como Chicago y Miami, o de Brasil, como Fortaleza y Salvador de Bahía.[5]

Diversos estudios documentan que, entre los principales factores que inciden en la inseguridad y la violencia, se encuentran: la ausencia de una cultura de la legalidad, entendida como el "conjunto de creencias, valores, normas y acciones que promueve que la población crea en el Estado de Derecho, lo defienda y no tolere la ilegalidad";[6] la debilidad relativa de las instituciones responsables del cumplimiento de la ley; falta de un enfoque integral de seguridad y justicia que atienda las causas y no sólo las consecuencias de la inseguridad, que enfatice la contribución de las políticas de inclusión social; la ausencia de un modelo integral de desarrollo policial; los aún limitados alcances de los programas de participación ciudadana y prevención social del delito.

Experiencia internacional

Plan Turismo Seguro de España

En el año 2011 España empezó a implementar el Plan Turismo Seguro con el objetivo de incrementar de forma permanente la seguridad ciudadana en las zonas turísticas y lograr una mayor competitividad, a través de un modelo innovador que incluye: la cooperación de todas las instituciones públicas y privadas que intervienen en el sector; el reforzamiento de la seguridad en los espacios de mayor afluencia; campañas preventivas en 10 idiomas; formación en idiomas a los servidores públicos que atienden al turista; uso de nuevas tecnologías para estimular la denuncia ciudadana; canal de comunicación permanente con embajadas y consulados; y cooperación policial internacional.

---

5 Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública de SEGOB, 2017.

6 Adaptado de Godson, R. (2000) *Symposium on the Role of Civil Society in Countering Organized Crime: Global Implications of the Palermo, Sicily Renaissance. Palermo, Italy.*

En el Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017 del Foro Económico Mundial, España es el destino turístico más competitivo del mundo. Para muchos expertos, el crecimiento que ha registrado España en el sector turístico ha sido resultado, en buena medida, de su capacidad para posicionarse como un destino turístico seguro.

Plan Estratégico de Seguridad Turística de Colombia

El Plan Estratégico de Seguridad Turística involucra a la Policía de Turismo y a todos los actores vinculados a la actividad turística, tanto públicos como privados, tanto del lado de la oferta, como de la demanda. Entre sus principales acciones destaca el fortalecimiento de la Policía de Turismo, la consolidación de comités locales, la obligación para los prestadores de servicios de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo, la implementación de una aplicación web y móvil para que los turistas den a conocer sus experiencias en los destinos, y la estrategia de promoción y divulgación sobre lo que se está haciendo en materia de seguridad turística.

En 2016, Colombia recibió más de cinco millones de turistas extranjeros, creciendo 12.6 por ciento, con relación a 2015, y duplicando el número de turistas extranjeros que recibió en 2007.

¿A dónde queremos ir?

Visón 2040

México construye un marco jurídico, regulatorio e institucional, homogéneo y moderno que brinda certeza legal y promueve la inversión en el sector y un desarrollo turístico ordenado, competitivo, sustentable e incluyente, con base en instituciones de seguridad y justicia fuertes y eficaces en el cumplimiento de la ley; una sólida cultura de legalidad que combate la impunidad; y un modelo integral de seguridad pública en los destinos turísticos, apoyado en políticas de inclusión social, tareas de prevención, esquemas de inteligencia, desarrollo policial, y la participación corresponsable de los tres órdenes de gobierno y de los actores del sector.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar, formularon planteamientos que a continuación se describen.

Propuestas

1. Marco jurídico homogéneo y moderno para un turismo competitivo.

- Transitar de una legislación fragmentada, dispersa y, en ocasiones, rezagada, a un marco jurídico integrado, homogéneo y de vanguardia en materia turística, mediante la armonización de leyes y reglamentos de los tres órdenes de gobierno. En este sentido, resulta necesario alinear la normatividad de los estados y municipios con lo establecido en la Ley General de Turismo, mediante un trabajo coordinado.
- Alinear estratégicamente la legislación y regulación federal, estatal y municipal en materia ambiental, cultural, fiscal, aduanera, financiera, laboral, de tenencia de la tierra, de inversión extranjera, de transporte y movilidad, de ordenamiento y de uso de suelo, de construcción, de protección civil, de fomento productivo, de protección al consumidor, y de accesibilidad e inclusión social, con impacto en el sector, para conciliar las exigencias propias de cada legislación, con el objetivo de favorecer la atracción de inversiones y el desarrollo turístico competitivo.
- Desregular las actividades turísticas eliminando procesos y trámites innecesarios, duplicados u obsoletos, para reducir tiempos y costos del desarrollo de proyectos y prestación de servicios turísticos.
- Modernizar las leyes y reglamentos para permitir, en mayor medida, que los turistas, inversionistas, desarrolladores, y prestadores de servicios turísticos cumplan sus obligaciones migratorias, aduaneras, y de diversa índole, a través de medios digitales, a fin de reducir tiempos y costos en las actividades turísticas.
- Promover una regulación homogénea y eficaz de servicios vinculados al turismo que operan con base en plataformas digitales.
- Concretar la aprobación de una legislación que fomente, homologue y regule el desarrollo policial y que fortalezca las capacidades institucionales de las instancias de seguridad pública, especialmente en el nivel subnacional.
- Contar con un marco normativo sólido que regule la participación de las fuerzas armadas en las tareas de seguridad interior.

2. Instituciones fuertes y eficaces en el cumplimiento de la ley.

- Fortalecer y modernizar las instituciones federales, estatales y municipales responsables de la tenencia de la tierra, el ordenamiento territorial y uso del suelo, el catastro y registro público de la propiedad, a través del uso creciente de las tecnologías de la información y comunicación, la digitalización de los servicios, y esquemas de seguimiento en línea sobre el estatus de los trámites en curso.
- Reducir los márgenes de discrecionalidad y contacto humano en las tareas de supervisión, fiscalización, y monitoreo del cumplimiento del marco normativo en materia ambiental, fiscal, laboral, de transporte y movilidad, de ordenamiento y de uso de suelo, de construcción, y de protección civil, mediante el uso intensivo de tecnologías digitales y portales de transparencia con observación ciudadana, a fin de garantizar que el estricto cumplimiento de las normas a las que están sujetas las actividades de la cadena productiva del turismo, no sea pretexto para el entorpecimiento, encarecimiento y/o la extorsión dentro del sector.
- Fortalecer las instituciones responsables de la procuración e impartición de justicia, en los destinos turísticos, en cuanto a sus instalaciones, recursos humanos, avance tecnológico, y transparencia, a fin de reducir el rezago procesal, profesionalizar los servicios, y mejorar la eficacia en la aplicación de la ley.
- Fortalecer la coordinación de esfuerzos para combatir eficazmente la trata de personas y la pornografía infantil.
- Fortalecer la figura del arbitraje como medio para dirimir controversias legales vinculadas a las actividades turísticas.

3. Cultura de legalidad que combata la impunidad.

- Promover un amplio acuerdo entre autoridades, sector educativo y sector productivo para promover y arraigar en las niñas, los niños y los jóvenes, valores éticos y de responsabilidad ciudadana que fomente una cultura de la legalidad y de prevención del delito.
- Impulsar la incorporación, en los planes de estudio, de contenidos que fomenten el respeto a la ley y a los derechos humanos.
- Realizar programas dirigidos a los servidores públicos para promover y arraigar la cultura de la legalidad, a partir de la difusión de valores éticos y de la inflexibilidad en la aplicación de la ley.
- Desplegar, con el apoyo de los medios de comunicación y las organizaciones de la sociedad civil, campañas propositivas, en torno a la cultura de la legalidad.

4. Modelo integral de seguridad pública en destinos turísticos.

- Fortalecer, alinear y focalizar los programas federales, estatales y municipales que contribuyan a generar oportunidades de desarrollo local y reconstrucción del tejido social en las zonas marginadas y en favor de los grupos sociales menos favorecidos que habitan en los destinos turísticos.
- Mejorar la seguridad de los turistas y de las comunidades receptoras, mediante las tareas de prevención del delito, con base en el intercambio de información entre autoridades, la comunidad y el sector empresarial vinculado al turismo; sistemas de video-vigilancia; denuncia ciudadana y teléfonos de emergencia; botones de pánico; plataformas digitales de alerta oportuna; y policía turística de proximidad.
- Reducir los delitos de alto impacto en las zonas turísticas con apoyo de esquemas de inteligencia contra el crimen, con apoyo de tecnología de punta, explotación y análisis estratégico de los bancos de datos, y personal certificado y altamente calificado.
- Ofrecer a los policías más que un mero empleo, un verdadero proyecto de vida, a través de un sistema integral de desarrollo policial que regule el ingreso, permanencia, capacitación, profesionalización, control de confianza, reconocimiento, promoción, y evaluación de los elementos de seguridad pública de los tres órdenes de gobierno, sobre bases objetivas y transparentes.
- Institucionalizar los mecanismos de participación corresponsable de los tres órdenes de gobierno y de la sociedad civil, en especial de los actores del sector, en torno de una estrategia integral de seguridad pública en los destinos turísticos.

2

Sustentabilidad como eje rector del turismo

Introducción

El carácter sustentable del turismo en México es una prioridad para la consolidación del sector. Se trata de una responsabilidad compartida de todos los actores que reclama un compromiso decidido y coordinado de las autoridades de los tres órdenes de gobierno. Las acciones encaminadas a la consecución de este objetivo deben garantizar el respeto al medio ambiente, la inclusión de las comunidades receptoras y la generación de oportunidades para todos los mexicanos, a través del desarrollo turístico. Ello se alinea directamente con la definición del desarrollo sostenible impulsada por la Organización de las Naciones Unidas, entendido como "la satisfacción de las necesidades" de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Durante los últimos años, la actividad turística de nuestro país ha presentado una dinámica de crecimiento favorable, convirtiendo a México en el octavo destino más visitado por turistas internacionales. Las riquezas naturales y culturales del país, junto a otros elementos de nuestra oferta turística, atrajeron a más de 35 millones de visitantes en el 2016. Este logro sin precedentes refleja las fortalezas y el potencial del turismo en nuestro país, pero también exige poner en el centro de la actividad turística, el papel central que juega la sustentabilidad en el diseño e implementación de una política turística de Estado. Se trata de un reto de la mayor relevancia para México.

¿Dónde estamos?

El destacado posicionamiento de México en cuanto a riquezas naturales contrasta con el rezago que el país registra en relación con los estándares internacionales de conservación de dichas riquezas. El Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017 del Foro Económico Mundial revela que nuestro país ocupa la segunda posición respecto a los recursos naturales cuantificables, pero se ubica en el lugar 116 de las 136 economías evaluadas, en la categoría de sostenibilidad del medio ambiente.[7]

Sostenibilidad del medio ambiente

País	Posición	Puntuación
Suiza	1	5.80
Austria	2	5.63
Noruega	3	5.55
Luxemburgo	4	5.48
Finlandia	5	5.45
Suecia	6	5.32
Alemania	7	5.19
Panamá	29	4.65
España	31	4.63
Colombia	62	4.17
Brasil	66	4.13
Chile	69	4.11
Rusia	71	4.11
México	116	3.62

Fuente: Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017
Foro Económico Mundial.

En sus casi dos millones de kilómetros cuadrados de extensión territorial y 11 mil kilómetros de costas y litorales, México alberga bosques, cadenas montañosas, zonas desérticas, ríos, selvas, arrecifes, humedales, pantanos, lagos, lagunas, manglares, mares y playas. Es uno de los países con mayor diversidad de climas y el cuarto con mayor megadiversidad del planeta, pues cuenta con cerca del 10 por ciento de las especies registradas en el mundo. Es el hogar de más de 200 mil especies, 12 mil de ellas endémicas.

7 Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017, Foro Económico Mundial.

Asimismo, nuestro país cuenta, además, con un sistema de 182 áreas naturales protegidas entre las que destacan: 34 reservas de la biosfera, 64 parques nacionales, 4 monumentos naturales, 26 áreas de protección de flora y fauna y 17 santuarios.

Honrando su compromiso con la lucha contra el Cambio Climático, el Gobierno de la República firmó el 5 de diciembre del 2016 los decretos de creación de cuatro nuevas áreas protegidas y cinco zonas de salvaguarda, un hecho sin precedentes, ya que la extensión territorial incluida en estos decretos representa la máxima superficie que un gobierno mexicano haya designado para la protección. En conjunto, son ya 91 millones de hectáreas protegidas, lo que representa el 23 por ciento del territorio nacional, mismo que es equivalente al territorio total de países como España, Italia o Portugal; con ello se duplica el compromiso adquirido en el Acuerdo de Aichi, suscrito en el COP 2010, y respalda los convenios realizados en Cancún, en el marco del COP 13, en materia de diversidad biológica. Es importante destacar que, con esta medida, se triplicó la extensión protegida, en comparación a la que se tenía en 2012. Adicionalmente, en 2016 se creó la Gendarmería Ambiental y se triplicó el número de brigadistas capacitados para combate a incendios forestales.

Riquezas naturales de México

Cuarto país con mayor megadiversidad del mundo.
Con sólo el 1.4 por ciento de extensión territorial, México cuenta con el 10 por ciento de las especies del planeta.
Más de 200 mil especies, 12 mil de ellas endémicas.
Primer lugar mundial en reptiles, segundo en mamíferos y cuarto en anfibios y plantas.
182 áreas protegidas en 91 millones de hectáreas.
11 mil kilómetros de costas y litorales.

Hacia adelante es fundamental seguir fortaleciendo la protección responsable de nuestros recursos naturales y el medio ambiente, lo que hoy se conoce internacionalmente como la preservación del capital natural. Igualmente es necesario desarrollar modelos eficaces de inclusión social, en favor de las comunidades locales.

En este contexto, no se debe soslayar que la sobre explotación de los recursos naturales pone en riesgo el equilibrio ambiental, las ventajas comparativas de nuestro país en relación con otros destinos turísticos, y la preservación de riquezas de las que depende la sustentabilidad de diversas comunidades locales. Este desafío obliga a generar estrategias con visión de largo plazo que garanticen el aprovechamiento responsable de las riquezas naturales e incluyan el desarrollo de las comunidades receptoras, como ejes rectores de las políticas del sector.

Otra asignación prioritaria es la estrategia coordinada de combate al Cambio Climático. Mario Molina, José Sarukhán y Julia Carabias aseguran en el libro "El cambio climático: causas, efectos y soluciones"[8], que México es uno de los países con mayor vulnerabilidad debido a que el 15 por ciento de su territorio, 68 por ciento de su población y 71 por ciento del Producto Interno Bruto se encuentran vinculados a los riesgos de los impactos del Cambio Climático. Estos efectos impactarían, particularmente, las zonas turísticas con vecindad a los litorales mexicanos ubicados en la Península de Yucatán y en los estados de la Costa del Pacífico. Por ello, este reto debe convertirse en oportunidad para replantear el modelo productivo y dotarlo de un enfoque sustentable hacia el futuro, a través de la incorporación de nuevas tecnologías sustentables bajas en consumo de combustibles fósiles.

México enfrenta, además, el reto de transitar, en los destinos turísticos y en todo el país, de un modelo de desarrollo urbano horizontal, de baja densidad, con sistemas de movilidad centrados en el uso del automóvil y alta generación de contaminantes, a un modelo de desarrollo urbano vertical, de alta densidad, con sistemas integrales de movilidad inteligente y sustentable, que privilegien y fomenten la movilidad peatonal, el uso de bicicleta y el transporte público, así como la adopción de medidas que permitan una producción de energía menos contaminante y la disminución baja emisión de gases de efecto invernadero. En efecto, "en México el 77 por ciento de la inversión federal en movilidad se destina a infraestructura orientada al automóvil…".[9] La creación de la SEDATU persigue, entre otras cosas, revertir estas nocivas tendencias. De igual modo, recientemente se han venido impulsando importantes proyectos de movilidad urbana, con esquemas de participación público-privada, con resultados mixtos.

---

8 Mario Molina et al. El cambio climático: causas, efectos y soluciones. Fondo de Cultura Económica. 2017

9 Alfonso Vélez y Jaime Ferrer, Movilidad 3.o, Una política pública para vialidades seguras, sustentables e inteligentes, IEXE Editorial, 2016.

En el mismo sentido, en las últimas décadas se han adoptado medidas de conservación ecológica y se han incorporado tecnologías de punta para el uso eficiente de los recursos y la mitigación de los impactos ambientales negativos. Prueba de ello es la Ley de Transición Energética, impulsada por el Presidente Enrique Peña Nieto y aprobada por el Congreso de la Unión en 2015, la cual compromete la generación de un 35 por ciento de la energía eléctrica con energías limpias para 2024. Igualmente, relevante es la legislación sobre la protección y preservación de los recursos naturales incluida en la Ley General de Turismo. En ésta, destaca el programa de Ordenamiento Turístico del territorio y el establecimiento de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, así como el Programa de Turismo Sustentable en México (anteriormente denominado "Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano"). Reconociendo los beneficios de éstos y otros avances, debe señalarse que, en algunos casos, las bondades del marco jurídico y regulatorio no siempre se corresponden con la aplicación efectiva del mismo; en ese sentido, conviene apuntar que la transición hacia modelos tecnológicos sustentables dentro de la actividad turística sigue siendo una amplia área de oportunidad.

Muestra de lo anterior, es la situación de algunas zonas costeras con actividad turística intensiva en donde el manejo de residuos, así como el abastecimiento de agua y su tratamiento ha sido deficiente, generado conflictos ambientales que vulneran las condiciones de las comunidades receptoras. Por ello, la transición a un modelo productivo que coloque a la sustentabilidad como eje rector es fundamental. Esto, será posible mediante una mayor generación de energías limpias y la incorporación de tecnología de punta en la administración y uso de los recursos hidráulicos y el manejo, disposición y aprovechamiento sustentable de residuos sólidos. Además, del trabajo en el ordenamiento territorial que permita el ordenamiento turístico, previendo el desarrollo de espacios públicos, vivienda y movilidad.

Experiencia internacional

Casos como el de las Islas Galápagos, en Ecuador, y la Península de Osa, en Costa Rica, demuestran que es posible el equilibrio entre la expansión del turismo y el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, a través de esquemas de financiamiento internacional de vanguardia, aprovechamiento progresivo de las nuevas tecnologías e incentivos adecuados. Los resultados hablan por sí mismos.

En el Archipiélago de Colón, en Ecuador, mundialmente conocido como las Islas Galápagos, se ha dotado de asistencia técnica y de capacitación a los habitantes de las comunidades locales para aprovechar responsablemente las riquezas naturales y potenciar las vocaciones productivas de la región. Esto ha permitido proteger a las especies endémicas, a través de la implementación de actividades como la pesca artesanal y el turismo de avistamiento. Asimismo, se ha regulado la llegada de cruceros y se han generado programas para aumentar la calidad de los bienes y servicios prestados por los habitantes de este destino, con la finalidad de que sean ellos los principales involucrados y beneficiados de la actividad turística. Este proyecto ha sido coordinado por el Banco Interamericano de Desarrollo, mediante el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN),

En el caso de la Península de Osa, en Costa Rica, se ha puesto mucho empeño en reducir el uso de combustibles fósiles, al grado que, en 2015, el 90 por ciento de la energía utilizada fue renovable, y se estima que para el 2021 el número de emisiones de gases de efecto invernadero se reduzca a cero.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

Destinos turísticos competitivos que logran un equilibrio responsable entre los beneficios económicos, la inclusión social y la sustentabilidad ambiental, a través de la implementación de estrategias en torno a tres objetivos fundamentales: 1) monitoreo y evaluación de la sustentabilidad turística; 2) agenda transversal de sustentabilidad y 3) promoción de mejores prácticas ambientales en empresas, gobiernos y destinos turísticos.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar, plantearon las alternativas que se presentan a continuación.

Propuestas

1. Marco jurídico sólido de aplicación efectiva.

- Pasar de un marco jurídico disperso entre diferentes órdenes e instancias de gobierno, y de aplicación deficiente, en materia de protección al capital natural, a un cuerpo legislativo homologado, consistente, compacto y de aplicación eficaz.
- Revisar y adecuar la regulación en materia turística para que no sea un obstáculo y sirva como un instrumento eficiente en la protección y preservación de las riquezas naturales y culturales de nuestro país, así como para la atracción de inversión.
- Alinear los objetivos y estrategias de protección por parte de las autoridades en los distintos órdenes de gobierno con las tradiciones y costumbres de las comunidades receptoras.
- Coordinar la implementación de programas, estrategias y acciones intermunicipales, con el objetivo de garantizar la ejecución de las leyes en materia de sustentabilidad.
- Impulsar el uso de nuevas tecnologías de identificación, muestreo y análisis de datos por parte de las autoridades para la protección de la biodiversidad.
- Robustecer las sanciones de los delitos en materia ambiental, así como el tráfico de especies endémicas o en peligro de extinción.

2. Liderazgo en la agenda contra el Cambio Climático.

- Alinear, articular y coordinar todos los instrumentos fiscales, financieros, y regulatorios para impulsar, con enfoque transversal, políticas, programas, estrategias y acciones contra el cambio climático.
- Desarrollar una plataforma temática de investigación, innovación, desarrollo y adaptación de tecnologías climáticas para la conservación y protección del medio ambiente.
- Fortalecer las capacidades institucionales a través de la capacitación y formación apegada a la Ley General del Cambio Climático.

- Instrumentar mecanismos eficaces de medición, reporte, verificación, monitoreo y evaluación, en el contexto de una creciente cooperación estratégica internacional que coadyuven en la generación de mejor información estadística que sustente la toma de decisiones.
- Generar acuerdos locales para la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero en las entidades federativas.
- Aminorar la dependencia de la población del consumo de combustibles fósiles y la vulnerabilidad productiva derivada de los mismos.
- Preservar, acondicionar y proteger a los diversos ecosistemas de México, ante los efectos del Cambio Climático.
- Redoblar esfuerzos en la protección de la vaquita marina, y otras especies en peligro de extinción.

3. Modelo productivo sustentable y en equilibrio con el medio ambiente.

- Fomentar la transformación del modelo productivo hacia una economía sustentable, de bajas emisiones de carbono y de protección de ecosistemas.
- Generar estímulos y mecanismos institucionales de apoyo financiero que promuevan los proyectos turísticos que incorporen y utilicen energías limpias.
- Impulsar esquemas de mejoramiento en el manejo de residuos sólidos, fomentar el reciclaje y aprovechamiento de los insumos y de los recursos hidráulicos de manera responsable.
- Optimizar el aprovechamiento de los recursos naturales, en armonía con las actividades turísticas, procurando siempre la preservación del capital natural, mediante la incorporación de nuevas tecnologías y el fomento de una sólida cultura de conservación ambiental.

4. Aprovechamiento responsable de los recursos naturales con inclusión social.

- Implementar una Estrategia Nacional de Inclusión Turística Sustentable para Comunidades en la que se considere la participación de los habitantes de las regiones, así como su capacitación para la generación de productos turísticos dentro de las localidades turísticas.
- Impulsar una agenda de Empleo Verde donde se involucre a las comunidades receptoras y grupos vulnerables.
- Eliminar la explotación irregular del patrimonio natural y cultural, así como la exclusión de los habitantes de las comunidades receptoras.
- Crear oportunidades de calidad en el sector para los jóvenes, mujeres y personas con discapacidad, de manera que se pueda eliminar el

fenómeno que se registra hoy en algunos desarrollos turísticos que se convierten en islas de abundancia rodeadas de localidades en condiciones de pobreza.

- Desarrollar estrategias para reservar la autenticidad socio-cultural de las comunidades anfitrionas, fortalecer el arraigo, y evitar la explotación irresponsable los atractivos turísticos.

5. Proyectos turísticos ordenados.

- Regular la creación de proyectos turísticos para evitar aquellos que no se acompañen de estudios y validaciones técnicas sobre el impacto ambiental y sus implicaciones en el desarrollo comunitario.
- Crear un Consejo Nacional de Turismo Sustentable, que cuente con participación público – privada, en los tres ámbitos de gobierno y cuyo objetivo sea desarrollar proyectos turísticos ordenados que garanticen la conservación de los recursos naturales y culturales.

6. Fondo de preservación del capital natural.

- Promover esquemas financieros autosustentables en los destinos turísticos vinculados al patrimonio natural y cultural.
- Valorar la conveniencia de destinar un porcentaje de los ingresos recibidos en los accesos de centros turísticos para la conservación y acondicionamiento de los mismos.
- Evitar la banalización y explotación irresponsable de los recursos naturales y garantizar la preservación futura de los mismos.

7. Movilidad inteligente y sustentable.

- Alinear los diferentes instrumentos fiscales, presupuestales, regulatorios, tecnológicos y de planeación urbana para promover políticas de movilidad en los destinos turísticos.
- Garantizar la accesibilidad incluyente, la seguridad cotidiana a turistas y a residentes, y la eficiencia en la infraestructura y en las modalidades de transporte, con base en modelos que privilegien y estimulen la movilidad peatonal, el uso de la bicicleta y sistemas integrados de transporte público, y que desalienten el uso de vehículos automotores dependientes de combustibles fósiles, a fin de reducir la emisión de gases de efecto invernadero, el congestionamiento vial, y los tiempos y costos de traslado, contribuyendo con ello a mejorar la calidad de vida en los destinos turísticos de México.
- Mejorar las condiciones de infraestructura y movilidad urbana de las zonas turísticas.

8. Gobernanza incluyente orientada a resultados.

- Pasar de un enfoque de procesos a un enfoque de impacto público en el diseño, implementación, gestión y evaluación de las políticas públicas de desarrollo turístico sustentable.
- Implementar un modelo de gobernanza incluyente, transparente y orientado a resultados, con indicadores estratégicos de desempeño del sector y observatorios ciudadanos. y el sector empresarial vinculado al turismo.

3

Planeación turística integral y ordenamiento territorial

Introducción

El turismo en México es una actividad del sector servicios de creciente importancia, éste ofrece un gran potencial hacia el futuro. Sobre la base de los destacados logros obtenidos por el sector en los últimos años, el país consolida su desarrollo turístico en el ámbito global. Para ello, es fundamental la planeación integral y el ordenamiento territorial de las actividades turísticas.

Si bien una de las fortalezas del sector radica en la solidez y alineación de planes entre diferentes órdenes de gobierno, tal como lo ha reconocido la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), aún existe un amplio margen de mejora en lo que respecta a la vinculación de la planeación sectorial con la planeación regional y local, así como al fortalecimiento del ordenamiento turístico territorial.

Es importante señalar que la Ley General de Turismo (LGT), publicada en el año 2009, establece en su Art. 23, el mandato de contar con un Ordenamiento Turístico del Territorio y en su Art. 24 formular el Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, lo que aunado a las disposiciones vigentes de los ordenamientos urbanos del territorio regulados por la Ley de SEDATU y los ordenamientos ecológicos establecidos por el marco jurídico de la SEMARNAT, significan avances importantes en materia del ordenamiento integral del territorio de las zonas y destinos turísticos. Estas medidas, que actualmente impulsa el Gobierno de la República, ofrecen el marco adecuado para potenciar los alcances de una planeación integral y de un ordenamiento territorial, a favor de un turismo competitivo, sustentable e incluyente. Hacia adelante, es necesario seguir fortaleciendo el enfoque estratégico y la alineación de políticas públicas del sector, con visión territorial.

¿Dónde estamos?

En México, la planeación del desarrollo está regulada, a nivel constitucional, en el Art. 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el cual establece como obligación del Estado organizar "un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación". El mismo texto señala que la planeación deberá ser democrática y deliberativa.

Corresponde al Ejecutivo Federal establecer los procedimientos de participación y consulta, así como los criterios para la formulación, instrumentación, control y evaluación del plan y los programas de desarrollo.

Por su parte, la Ley de Planeación, en su Artículo 3°, define la planeación nacional del desarrollo como "la ordenación racional y sistemática de acciones que, en base al ejercicio de las atribuciones del Ejecutivo Federal en materia de regulación y promoción de la actividad económica, social, política, cultural, de protección al ambiente y aprovechamiento racional de los recursos naturales así como de ordenamiento territorial de los asentamientos humanos y desarrollo urbano, tiene como propósito la transformación de la realidad del país, de conformidad con las normas, principios y objetivos que la propia Constitución y la ley establecen". Adicionalmente, dicho ordenamiento jurídico establece que "mediante la planeación se fijarán objetivos, metas, estrategias y prioridades, así como criterios basados en estudios de factibilidad cultural; se asignarán recursos, responsabilidades y tiempos de ejecución, se coordinarán acciones y se evaluarán resultados".

A su vez, es responsabilidad de las dependencias de la Administración Pública Federal intervenir en la elaboración del Plan Nacional de Desarrollo, elaborar los programas sectoriales, y asegurar la congruencia de los programas sectoriales con el Plan y los programas regionales y especiales.

Los programas sectoriales se sujetarán al contenido del Plan y especificarán los objetivos, prioridades y políticas que regirán el desempeño de las actividades del sector de que se trate. En cuanto a los programas regionales, éstos se refieren a las regiones que se consideren prioritarias o estratégicas, en función de los objetivos nacionales fijados en el Plan, y cuya extensión territorial rebase el ámbito jurisdiccional de una entidad federativa.

El turismo es también un pilar fundamental del Plan Nacional de Infraestructura 2014-2018, que reconoce la necesidad de tener en cuenta al turismo en la planeación de infraestructuras e incluye por primera vez una cartera de inversiones dedicada al sector; mientras que los Programas de Desarrollo Regional 2014-2018, contienen planes para aprovechar la capacidad del sector para estimular las economías regionales y apoyar a las comunidades locales.

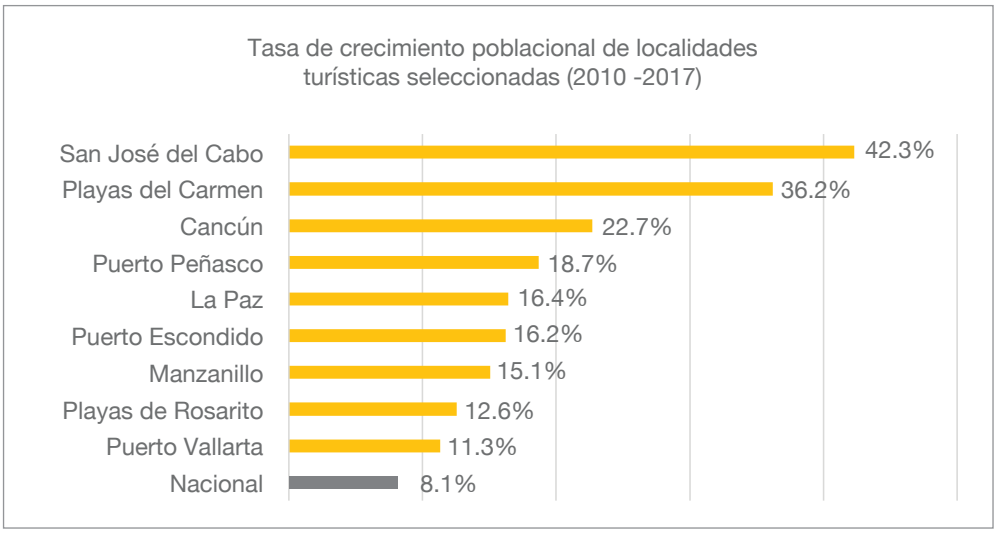
El turismo en México requiere de una planeación que, con una visión transversal, vincule a esta actividad con los sectores económico, social, cultural, medioambiental y político-administrativo. Por ello, en septiembre del 2016 se generó la metodología, con perspectiva espacial, para la implementación del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio.

A la fecha, 20 entidades federativas han instalado un Consejo Estatal de Ordenamiento Territorial. El objetivo es llegar al 100 por ciento para potenciar la atracción de inversiones que fomenten una mayor derrama económica en el país, y fortalezcan el crecimiento del turismo. Esto significa certeza jurídica en los procesos de otorgamiento y tenencia de la tierra, y en la zonificación y distribución de los usos de suelo en el país.

Estas bases sirven de soporte al desarrollo turístico. Sin embargo, se considera deseable fortalecer el carácter estratégico, integral, incluyente y prospectivo de los instrumentos de planeación turística.

En ese sentido, resulta fundamental incorporar con mayor fuerza el aspecto de ordenamiento territorial de las actividades productivas. Se requiere una planeación de largo plazo con el compromiso y la participación coordinada y proactiva de los tres órdenes de gobierno, junto a la iniciativa privada, la sociedad civil organizada y las comunidades. Se demanda una Política de Estado.

La prioridad de la planeación integral del desarrollo y del ordenamiento territorial de las actividades productivas es de la mayor relevancia para el presente y el futuro de México. Durante décadas se privilegió un modelo de crecimiento económico y social que derivó en una expansión urbana desordenada, costosa y depredadora del medio ambiente. Al respecto, el Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo señala: "El crecimiento de las zonas urbanas se ha dado de una forma dispersa, disconexa y expansiva, fragmentando el espacio urbano y aumentando las distancias y tiempos de traslado de manera que en los últimos 30 años el área de las ciudades (…) se ha expandido 7.6 veces, de 1980 a 2010, mientras que la población sólo ha incrementado 1.9 veces."[10] Los destinos turísticos no son ajenos a esta realidad. De hecho, son éstos los que registran mayores tasas de crecimiento poblacional.



Fuente: Estimaciones y proyecciones de la población por entidad federativa, CONAPO, 2017.

Adicionalmente, el hecho de contar con un marco jurídico disperso y variado, en el ámbito de regulaciones del nivel estatal y municipal, representa un elemento más de complejidad. Este es el caso de las regulaciones en materia de registro público de la propiedad y del comercio, los servicios catastrales, el ordenamiento territorial y de uso de suelo, la construcción de infraestructura urbana y la prestación de servicios públicos, como son el agua potable, el drenaje y el alcantarillado; la electricidad, y la recolección y disposición de residuos sólidos.

10 Instituto de Políticas para el Transporte y el Desarrollo, Hacia una estrategia nacional integral de movilidad urbana, 2013, p. 4.

Este panorama se torna aún más complejo por los retos de finanzas públicas que enfrentan las entidades federativas y los municipios, lo que da lugar a limitadas capacidades institucionales en materia regulatoria, así como a fuertes rezagos en la dotación de infraestructura, y en la cobertura y calidad de los servicios, lo que impacta severamente el desarrollo y desempeño de las actividades turísticas.
En el caso particular del turismo, se enfrenta, además, el desafío de generar un modelo menos concentrado en los grandes complejos de sol y playa, y más equilibrado entre la consolidación de dicho modelo que sin duda es fundamental, pero también en la diversificación de modalidades, destinos y productos turísticos.

Experiencia internacional

Desde los años sesenta, Singapur se ha distinguido por desarrollar la mejor infraestructura urbana y de telecomunicaciones, puertos marítimos y aéreos del mundo. Como parte de dichos activos, construyeron una red que conecta escuelas, hogares y oficinas mediante la llamada Infraestructura Nacional de Información. Esta visión a largo plazo significó alinear los procedimientos gubernamentales y planes de desarrollo de los sectores de educación, economía e infraestructura. Todo con un enfoque de aprovechar al máximo las nuevas tecnologías. Con este modelo se concibió el proyecto urbano. Esto ha tenido un impacto directo en el sector turístico al pasar de 5.4 millones de visitantes anuales en el año 1991, a 15.2 millones para 2015.[11]

Por su parte, en Brasil, en 1965 se creó el Instituto de Investigación y Planeamiento Urbano de Curitiba. Al año siguiente, se estableció el Plan Director de Urbanismo que tuvo como objetivo la zonificación y el uso de suelo, mismos que constituyeron el principal mecanismo de planificación. Hoy en día, Curitiba es un modelo mundial en sustentabilidad y movilidad inteligente; se trata de una ciudad que, gracias a la planeación integral y al ordenamiento territorial, mejoró el bienestar de sus habitantes, redujo su impacto ambiental y abrió nuevas áreas de desarrollo. Curitiba ha mostrado crecimiento continuo del número de turistas al pasar de 1.1 millones en el 2000, a más de 2 millones en la actualidad. Dicha ciudad ocupa el cuarto sitio en competitividad turística nacional de Brasil.

11 Reporte Anual de Estadísticas sobre el Turismo 2015. Singapore Tourism Board, Octubre, 2016.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

El turismo en México consolida su competitividad internacional y fortalece el equilibrio entre los beneficios económicos, la inclusión social y la sustentabilidad ambiental, gracias a una planeación turística integral, participativa y de largo plazo, y a una política coherente de ordenamiento territorial, uso de suelo y desarrollo equilibrado de los asentamientos humanos en los destinos turísticos.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Para concretar esta visión, los participantes de los Foros Turismo es bienestar formularon diversos planteamientos, los cuales se presentan a continuación.

Propuestas

1. **Planeación turística integral e incluyente.**

- Revisar el programa sectorial cada cinco años con visión a 20 años y con la asistencia de un consejo consultivo para evaluar y adaptar la planeación turística a los cambios coyunturales del sector.
- Fortalecer la vinculación entre la planeación sectorial y la planeación regional y local del desarrollo, en materia turística.
- Incluir, con apertura y pluralidad, a todos los actores del ámbito público, empresarial, laboral y académico, en los procesos de planeación integral del desarrollo turístico, con énfasis en el enfoque territorial, en los tres órdenes de gobierno.
- Fortalecer el papel del Gabinete Turístico y, en su caso, de las instancias colegiadas que para el efecto se constituyan, en la planeación integral, sectorial y regional, del desarrollo turístico con una orientación hacia la competitividad, la sustentabilidad y la inclusión social.
- Aprovechar y extender la experiencia de los comités para el ordenamiento turístico sustentable de Los Cabos y de Holbox, así como los esfuerzos para atender la vulnerabilidad al cambio climático, a través de los programas de adaptación en 20 destinos turísticos del país.

- Identificar retos y prioridades para avanzar en el ordenamiento territorial y el adecuado uso del suelo, de corto, mediano y largo plazo, en torno a los proyectos turísticos.
- Establecer mecanismos para alinear estratégicamente las prioridades de las políticas en los diferentes planes, programas y proyectos, de los tres órdenes de gobierno.
- Mejorar el enfoque en la implementación y asegurar que se asignen recursos suficientes a las acciones prioritarias.
- Promover una planeación que tome en cuenta el entorno natural y sociocultural.
- Incluir las necesidades de señalética en los procesos de planeación de infraestructura y de servicios.
- Fortalecer el enfoque de ordenamiento y movilidad inteligente en la planeación y desarrollo de los destinos turísticos.
- Considerar el fenómeno de la saturación de los destinos turísticos desde el enfoque del residente y valorar la posible obstaculización de las actividades cotidianas en la comunidad receptora, con el objetivo de generar estrategias que garanticen la convivencia equilibrada entre las actividades turísticas y las actividades comunitarias.

2. Vinculación del ordenamiento con sistemas de transporte sustentable.

- Desarrollar una oferta integrada de transporte sustentable para conectar a los turistas con las regiones y las atracciones, incluyendo la combinación de la compra de servicios de transporte con el acceso al turismo.
- Promover sistemas inteligentes de tránsito para el ordenamiento y ágil movilidad y facilitar la circulación dentro las principales urbes turísticas del país.
- Alinear el transporte local a las necesidades de los turistas y planificar adecuadamente el acceso del transporte público a las principales puertas de entrada del país, especialmente al Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.
- Fomentar la modernización y ampliación de autopistas y carreteras con la finalidad de contar con una infraestructura carretera con mejores servicios y mayor seguridad para los usuarios.

3. Diversificación de la oferta de productos turísticos.

- Desarrollar una cartera más diversificada y con mayor valor de productos turísticos, con un enfoque de mercado, que aproveche al máximo los diversos activos turísticos de México, incluyendo gastronomía, ecológico, aventura y turismo médico, a partir de la planeación y el ordenamiento territorial de los destinos turísticos.
- Impulsar la conectividad de carreteras entre los destinos secundarios de todo el país y los principales centros de turismo, especialmente en la región sur-sureste.
- Proporcionar información eficaz y oportuna sobre el transporte terrestre a los turistas que planean viajar a México, así como promover rutas turísticas y desarrollo de itinerarios de viajes que agrupen los servicios de transporte y turismo.
- Aprovechar la experiencia que se tiene con Pueblos Mágicos y otras iniciativas existentes como parte de este nuevo enfoque.
- Priorizar la preservación y restauración del patrimonio cultural ya existente como lo son los edificios históricos, así como aprovechar los recursos disponibles.
- Impulsar la diversificación de la oferta turística como un elemento complementario del producto existente de sol y playa, y no como un sustituto del mismo.

4. Fortalecimiento del equilibrio entre los beneficios económicos, la inclusión social y la sustentabilidad ambiental.

- Promover, a través de la planeación y el ordenamiento territorial, un nuevo concepto de accesibilidad que permita seguir mejorando la infraestructura para elevar la competitividad y la inclusión social.
- Incluir criterios de biodiversidad y cambio climático de forma transversal en los planes, los programas, proyectos y acciones del sector turístico a nivel local, regional y nacional.
- Contar con una agenda de trabajo interna y coordinada sobre biodiversidad y cambio climático.
- Desarrollar, en coordinación con las dependencias de la administración pública federal con atribuciones en la materia, criterios y lineamientos para el establecimiento de salvaguardas de biodiversidad en el sector turístico, así como parámetros de capacidad de carga para las zonas turísticas sujetas a una mayor presión, o que se encuentran en zonas ambientalmente frágiles.
- Promover iniciativas regionales en nuevos destinos para estimular el desarrollo económico y social a nivel local, priorizando, en todo momento la conservación ambiental y el respeto a la cultura anfitriona.

4

Gobernanza para una gestión eficaz de los destinos turísticos

Introducción

La gobernanza eficaz del sector es una pieza clave para el éxito de una política turística con visión de Estado. México cuenta con importantes bases. En 1975 se creó la Secretaría de Turismo (SECTUR), en 1977 el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), y en 1999 el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), instituciones fundamentales para el desarrollo del turismo. Asimismo, desde 2013 se instaló el Gabinete Turístico del Gobierno de la República, enfatizando con ello la alta prioridad que el turismo tiene para México.

Adicionalmente, la prioridad que se otorga al turismo también se ha fortalecido en el ámbito subnacional. Prueba de ello es que, en los últimos años, las áreas responsables del turismo en la gran mayoría de las entidades federativas se han elevado a rango de secretaría, además del establecimiento de consejos consultivos estatales y municipales.

A pesar de éstos y otros avances, existe una amplia oportunidad para mejorar el modelo de gobernanza en el sector. Al respecto, el Estudio de Política Turística de México de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) recomienda promover un enfoque más integrado y una gobernanza más sólida de la política turística proponiendo, entre otras cosas, mejorar la eficacia del Gabinete Turístico como herramienta estratégica para el desarrollo integrado de políticas; fortalecer los vínculos entre las políticas, los productos y la promoción; promover un enfoque de la política turística más participativo y orientado hacia el mercado, así como fortalecer el desarrollo de políticas fundamentadas en evidencias.

Para avanzar en la consecución de dicha agenda, es importante reconocer que, en el ámbito del turismo en particular y de las políticas públicas en general, las sociedades democráticas modernas han transitado gradualmente del enfoque de gobierno, entendido como líneas verticales de control y comando, a los modelos de gobernabilidad y gobernanza, los cuales se distinguen por su acento en las capacidades directivas de los gobiernos y el involucramiento de los diversos actores, con un enfoque más horizontal.

Para efectos de este documento, se entiende por gobernabilidad "el estado de equilibrio dinámico entre el nivel de las demandas sociales y la capacidad del sistema político (Estado/gobierno) para responder a éstas de manera legítima y eficaz."[12] A su vez, la gobernanza es "el proceso mediante el cual los actores de una sociedad deciden sus objetivos de convivencia, fundamentales y coyunturales, y las formas de coordinarse para realizarlos: su sentido de dirección y su capacidad de dirección."[13]

Enfoque de gobernanza

El enfoque de gobernanza parte de la premisa de considerar que, incluso el mejor gobierno, no es capaz de resolver, por sí solo, problemas sociales complejos o de alcanzar fines colectivos que se consideran deseables. Por ello, se requiere de la participación de todos los actores públicos, privados y sociales involucrados en los diversos retos, en el diseño, implementación, y evaluación de las políticas públicas.

Con esa convicción, la SECTUR generó una convocatoria abierta y plural a todos los actores del sector, a través de los foros Turismo es bienestar, para integrar una propuesta de política turística de Estado, con perspectiva al año 2040, incluyendo como uno de los temas centrales, el reto de la gobernanza el sector turístico.

12 Camou, Antonio (Estudio preliminar y compilación) (2001). Los desafíos de la Gobernabilidad. México, Flacso/ IISUNAM/Plaza y Valdés.

13 Aguilar Villanueva, Luis F. (2006). Gobernanza y gestión pública, México, Fondo de Cultura Económica.

¿Dónde estamos?

En materia institucional, el sector turismo cuenta actualmente con la SECTUR, cuyo mandato es conducir el diseño e implementación de las políticas públicas orientadas a fortalecer el desarrollo de la actividad turística, promover la innovación en el sector, mejorar la calidad de los servicios turísticos y la competitividad del turismo nacional. Cuenta también con el CPTM, creado con el objetivo de coordinar, diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, en los mejores escenarios, naturales y culturales. Asimismo, FONATUR está encomendado para identificar, concretar y detonar proyectos de inversiones sustentables en el sector turístico, orientados al desarrollo regional, la generación de empleos, la captación de divisas, el desarrollo económico y el bienestar social.

Dichas instituciones comprenden el engranaje institucional, a nivel federal, que se complementa con 30 secretarias de turismo estatales, una Corporación para el Desarrollo Turístico (Nuevo León) y una Comisión de Fomento al Turismo (Sonora), y otras instituciones como son: el Fideicomiso de Turismo Estatal en Baja California Sur, el Fideicomiso de Promoción Turística de Cozumel y Riviera Maya, y el Fondo Mixto de Promoción Turística cuya finalidad es promover los destinos y atractivos turísticos de la Ciudad de México a nivel nacional e internacional, a través de estrategias de publicidad y mercadotecnia. Esto ha sido posible gracias a la disponibilidad de los recursos económicos que las asociaciones de hoteles han aportado para uso exclusivo de la promoción turística y difusión de los mismos.

Por otro lado, el sector privado cuenta con el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), que se compone de 15 Cámaras y Asociaciones de alcance nacional, cuyo mandato constitutivo es la representación del sector privado empresarial dedicado a la actividad turística en nuestro país, teniendo como principal objetivo contribuir al crecimiento y desarrollo sustentable de la actividad turística. Adicionalmente, destaca el trabajo de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT), entre otras.

Mención especial merece la creación, hace cuatro años, del Gabinete Turístico, formado por la SECTUR, Secretaría de Gobernación, Secretaría de Relaciones Exteriores, Secretaria de Hacienda y Crédito Público, Oficina de la Presidencia de la República, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría de Economía, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, y la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal. Como invitados también participan 12 agencias gubernamentales, así como representantes del sector privado y de la sociedad civil. Su objetivo es articular los planes, acciones y presupuestos que tienen una incidencia directa en el sector turístico.

Como se puede advertir, tanto a nivel público como privado, existe un buen nivel de densidad institucional vinculado a las actividades turísticas en México, lo que representa una fortaleza del sector. Sin embargo, a pesar de que existen líneas abiertas de comunicación y un grado aceptable de alineación a nivel de planes, es deseable fortalecer los mecanismos que fortalezcan la participación, colaboración y articulación de esfuerzos de dichas instituciones, así como una agenda estratégica común, que defina claramente una jerarquización de prioridades, tiempos, responsables y consecuencias en materia de desarrollo turístico, con una visión de largo plazo. En el mismo sentido, la OCDE recomienda reforzar la alineación de todos los actores del sector, especialmente en lo que atañe a la implementación de políticas y programas turísticos.

Existen antecedentes alentadores en materia de alineación estratégica entre los actores del sector. En ese sentido, las entidades públicas han fortalecido el marco legal e institucional del sector turístico. Esto incluye la reestructuración interna de la SECTUR, la creación del Gabinete Turístico y el fortalecimiento de la coordinación con los tres órdenes de gobierno y los sectores productivo, laboral, social y académico, dentro de un esquema participativo que se encuentra legalmente respaldado por la Ley General de Turismo.

Sobre la base de lo mucho que se ha avanzado, es importante reconocer que el mayor desafío se encuentra en concretar una coordinación más efectiva de los actores en las tareas específicas de la implementación. Por ello, el modelo de gobernanza vigente ofrece una atractiva oportunidad de mejora para transitar de un esquema relativamente disperso, a uno más integrado y colaborativo, que incluya mecanismos institucionales permanentes de participación pública y privada.

Los planes y programas turísticos que tienen por objeto estimular la inversión, el desarrollo regional y el crecimiento económico, en general, se encuentran bien articulados, sin embargo, el marco estratégico para identificar prioridades y aplicar medidas concretas ofrece oportunidad de mejora. Al respecto, la coordinación e implementación efectiva de estos planes y programas resulta fundamental para alcanzar el potencial de desarrollo turístico en el país. Por lo tanto, se requiere de un modelo de gobernanza más sólido, eficiente y mejor integrado y coordinado por las entidades gubernamentales y el sector privado.

Hoy, ciertas actividades de planificación y desarrollo del turismo que, salvo casos excepcionales, están bajo la responsabilidad de las autoridades estatales y municipales. Éstas se refieren al registro público de la propiedad y del comercio; el ordenamiento y uso de suelo; servicios de catastro; la construcción de infraestructura urbana; la prestación de servicios públicos de electricidad, agua potable, drenaje y alcantarillado; así como la recolección y disposición de residuos sólidos. En estas tareas existe una gran dispersión en el marco jurídico, los modelos de planeación y la calidad de las obras y servicios, entre las diferentes entidades federativas y municipios.

En ese sentido, el sector enfrenta el reto de homologar la legislación aplicable, mejorar las capacidades institucionales de las autoridades locales para garantizar una infraestructura adecuada y servicios públicos suficientes y de calidad, y fortalecer el involucramiento de los actores del sector (públicos, privados y sociales), en las estrategias de desarrollo turístico, particularmente a nivel estatal y municipal.

A nivel estatal y municipal, en algunos casos es evidente la falta de diagnósticos, la construcción de una visión compartida, y el diseño de una agenda común de desarrollo turístico competitivo, sustentable e incluyente, de largo plazo, que sirvan de guía para alinear los esfuerzos de todos los participantes de las actividades turísticas.

También es necesaria una mayor coordinación institucional, a fin de alinear adecuadamente las prioridades de los tres órdenes de gobierno, así como entre secretarías y dependencias para potenciar la aplicación eficaz de políticas.

Otro reto es la recolección, integración y aprovechamiento de la información estadística del sector. Aun cuando se ha avanzado mucho en esta materia, existen ámbitos de la actividad turística que no son incorporados en el levantamiento de la información estadística del sector. Esta carencia limita los alcances de los diagnósticos y estudios, así como la capacidad de propuesta basada en evidencia.

En materia de finanzas públicas, existen impuestos turísticos específicos como el Derecho de No Residentes (DNR) cuya recaudación ha sido muy exitosa en los últimos años. Se estima que la recaudación por este concepto para 2017 será de al menos 6,700 millones de pesos, de los cuales, por disposición legal, el 80 por ciento se destinará a fines turísticos (70 por ciento al CPTM) y 10 por ciento al FONATUR) y el restante para mejorar los servicios migratorios.

A nivel estatal, el impuesto al hospedaje representa una fuente de ingresos propios y la mayor aportación a las activiades de promoción turística en los estados líderes en esta materia. Sin embargo, las tasas de este impuesto no son homogéneas entre las diferentes entidades federativas.

Por el lado del gasto, el presupuesto para el Ramo 21 (Turismo) que incluye a la SECTUR, al CPTM y al FONATUR en el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) 2017 asciende a 3,947.5 millones de pesos, mientras que la recaudación por el DNR se estima que será de 6,780.4 millones pesos; es decir, apenas un 58.2 por ciento de la recaudación federal turística.

Experiencia internacional

México debe aprovechar las mejores prácticas internacionales en el rubro. De acuerdo con la OCDE existe una tendencia en materia de gobernanza, en la que se establecen organismos de la industria turística de máxima calidad de representación, en una sola voz, a la totalidad de la industria turística, a fin de mejorar la interlocución con el gobierno.

Entre 1992 y 2006 se firmaron tres Planes de Turismo en España con el objetivo de convertir al turismo en una actividad fuerte y consolidada. Dentro de estos planes destacan dos ejes: dinamización de zonas con grandes potenciales turísticos y la mejora de aquellos lugares turísticos consolidados.

Los objetivos de estos planes, siempre consensuados, se articulan en convenios de colaboración. La mayoría de los convenios se firman entre el Ministerio, la Comunidad Autónoma y el Ayuntamiento correspondiente. Además, se invita a otros agentes privados que puedan contribuir a un mejor diseño y desarrollo de los proyectos.

Los convenios de colaboración en materia de Turismo siguen un modelo de gobernanza especialmente participativo. Absolutamente todos los convenios del rango cuentan con el financiamiento de la Administración Central del Estado, las Comunidades Autónomas y los órganos locales.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

México desarrolla un modelo de gobernanza eficaz del sector turístico, con base en la institucionalización de los mecanismos de participación, coordinación y alineación estratégica de las dependencias y entidades públicas de los tres órdenes de gobierno, y de los organismos de los sectores productivo, laboral, social y académico; el fortalecimiento del marco normativo, de los procesos de integración, clasificación, acceso, análisis y uso de información estadística de las actividades turísticas; un mejor balance entre los recursos públicos que el turismo aporta y los que recibe, y una asignación más transparente, eficiente y equitativa de los mismos; así como de una gestión eficaz, eficiente y responsable de los destinos turísticos, con capacidades institucionales fortalecidas en los gobiernos estatales y municipales.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Para la consecución de esta visión, los participantes de los Foros Turismo es bienestar formularon diversos planteamientos, los cuales se describen a continuación.

Propuestas

1. **Gobernanza eficaz con la participación de todos los actores del sector.**

- Crear un mecanismo institucional amplio e incluyente, como podría ser un Consejo Nacional de Industria y Políticas para el Desarrollo Turístico, con la participación del Gabinete Turístico y actores de los sectores público (con representación de los tres órdenes de gobierno), empresarial, laboral y académico, como miembros de pleno derecho, con el mandato de promover un desarrollo turístico competitivo, sustentable e incluyente, a partir de la elaboración de diagnósticos, la construcción de una visión compartida, y el diseño de una agenda común de largo plazo.
- Fortalecer el Gabinete Turístico como instancia para la evaluación de políticas públicas del sector, escuchando a los sectores empresarial, laboral y académico.
- Promover la creación de instancias locales de participación, coordinación y articulación de esfuerzos de los actores públicos, sociales y privados del sector, en torno de los temas del ámbito local, con impacto en el turismo, como son el registro público de la propiedad y del comercio, servicios catastrales, ordenamiento territorial y uso de suelo, desarrollo de infraestructura urbana y servicios públicos, y movilidad inteligente, entre otros.
- Incentivar el Servicio Profesional de Carrera en el Consejo de Promoción Turística de México.
- Impulsar los consejos ciudadanos para que tengan mayor presencia en la gobernanza de los destinos turísticos y vigilar periódicamente el curso de los trabajos que éstos realizan.
- Fortalecer a FONATUR para que recupere cabalmente las atribuciones, capacidades y mandato original, a efecto de que desempeñe un papel estratégico en la planeación, desarrollo y modernización de los centros turísticos integralmente planeados.

2. Enfoque estratégico y alineación de políticas públicas de turismo.

- Identificar los principales obstáculos y limitantes para un desarrollo turístico competitivo, sustentable e incluyente, a fin de definir las prioridades en que deben centrarse los recursos y esfuerzos coordinados de los actores públicos, sociales y privados del sector.
- Mejorar la integración, disponibilidad y el uso de estadísticas del sector turismo para mejorar la calidad de los diagnósticos y orientar la formulación de políticas, guiar la implementación, y apoyar el seguimiento y la evaluación.
- Construir, con la participación y compromiso corresponsable de todos los actores, una Agenda Estratégica para el desarrollo turístico, con visión de largo plazo y responsabilidades concretas para cada actor.
- Alinear las políticas públicas de las diversas dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno, con incidencia en el turismo, en torno a una agenda estratégica de prioridades, con visión de futuro.
- Fortalecer el vínculo de los tres órdenes de gobierno con el sector empresarial, laboral y académico, a fin de mejorar la calidad de implementación de las políticas públicas y de potenciar los alcances de la inversión y el desarrollo turístico.
- Enriquecer la integración, disponibilidad y uso de bases de datos, estadística e información pertinente, oportuna y confiable en el desarrollo de políticas públicas en materia turística para identificar los retos y las áreas de oportunidad, dar seguimiento a las políticas y planes ya implementados, y definir las prioridades de política pública de manera más eficiente.
- Vincular más estrechamente al sector turismo con la Secretaría de Relaciones Exteriores para aprovechar la presencia de la red de embajadas y consulados para fortalecer la promoción turística.
- Fortalecer vínculos entre política, producto y promoción para que la oferta turística de México se encuentre alineada con el mercado.
- Explorar mecanismos legales e institucionales que fortalezcan el papel de los municipios turísticos en el diseño y ejecución de programas conjuntos y concurrentes entre los tres órdenes de gobierno.

3. **Modernización del marco jurídico.**

- Fijar mecanismos que faciliten la alineación estratégica de las instituciones públicas, de los tres niveles de gobierno, así como de los actores privados para desarrollar todo el potencial turístico de México, por lo que se debe construir una legislación que detalle el rol y las responsabilidades de los involucrados en el sector turismo.
- Mejorar la eficacia del Gabinete Turístico, se considera relevante valorar su inclusión en la Ley General de Turismo, a efecto de que pueda coordinar las acciones en materia turística de competencia concurrente que involucren a diversas dependencias tanto del orden federal como de los gobiernos locales y municipales, fomentando la participación del sector privado.
- Revisar, y en su caso actualizar, la legislación del CPTM y del FONATUR para fortalecer su papel frente a los nuevos retos del sector.

4. **Aplicación y transparencia de los recursos destinados al sector turismo.**

- Homologar, entre las entidades federativas, las tasas del impuesto de hospedaje y canalizar estos recursos para promoción, difusión y mejora de la infraestructura turística, en favor del desarrollo de los productos y destinos turísticos sustentables.
- Homologar las regulaciones locales de los servicios de hospedaje y transporte que operan con base en plataformas digitales, para mejorar la seguridad de los usuarios, establecer contribuciones fiscales similares a las que ya realizan las empresas del sector en estos servicios, y ejercer un control efectivo del mismas.

Innovación para un turismo de vanguardia

5

Introducción

El mundo se ha transformado radicalmente en las últimas décadas. Hace apenas 60 años, cerca de tres cuartas partes de las naciones que hoy tienen representación en la Organización de las Naciones Unidas, no existían o tenían fronteras distintas.[14] En 1969 se estableció la primera conexión entre computadoras, que a la postre se convertiría en lo que hoy conocemos como Internet; a menos de 50 años de su primer antecedente, su expansión ha sido verdaderamente acelerada. Tan sólo en México, de acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2001, el 6.2 por ciento de los hogares tenía acceso a Internet, hoy es más del 47 por ciento.[15]

La tecnología ha impactado la vida de las naciones y de las personas; el sector turístico no ha sido ajeno a esta dinámica. Mientras que en 1950 viajaron 25 millones de turistas internacionales, en 2016 esta cifra alcanzó los 1,235 millones, es decir, se multiplicó por casi 50 veces. Para 2030, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estima que el número de viajeros internacionales llegará a más de 1,800 millones. Así, el turismo es hoy un importante motor del desarrollo económico, a nivel mundial. Éste genera uno de cada 10 empleos y aporta el 10 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) global, considerando sus efectos directos, indirectos e inducidos.

Uno de los factores clave en el crecimiento sostenido del turismo, es la incorporación de tecnologías de la información y la comunicación. Hacia adelante, su influencia crecerá aún más, pero también lo harán los efectos de los avances tecnológicos en otros campos como la inteligencia artificial, la robótica, la ciencia de los materiales, las nuevas energías, los vehículos autónomos o la impresión en 3D, por mencionar algunos ejemplos. De ahí la importancia de reconocer que

14 Enríquez Cabot, Juan. Mientras el futuro nos alcanza. Grijalbo, p. 15, 2007

15 Esta cifra se refiere a hogares con acceso a internet. En 2016 la población de seis años y más que utilizó Internet representó el 59.5 por ciento de la población mexicana.

en la era de la información y la tecnología, no basta con tener recursos naturales o humanos, el valor agregado más importante se fundamenta en la innovación. De la capacidad que tenga el turismo en México para incorporar, aprovechar y desarrollar innovaciones tecnológicas depende, en gran medida, el futuro del sector.

¿Dónde estamos?

La inversión en ciencia y tecnología es clave para el desarrollo de un país. En 2016, México destinó el 0.57 por ciento de su PIB a este rubro, un nivel muy superior al de hace apenas unos años. Sin embargo, el país aún se encuentra rezagado respecto a la inversión promedio que realizan en la materia lo países miembros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), el cual se ubica en 2.4 por ciento del PIB.

Este rezago en la inversión en ciencia y tecnología, y las áreas de oportunidad para mejorar su asignación, se reflejan también en los resultados. En 2016, de acuerdo con datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), mientras que Estados Unidos de Norteamérica presentó 56,595 solicitudes de patente, México solicitó solamente 288 patentes, es decir, apenas un 0.5 por ciento, respecto a la cifra del país vecino.

Se trata de un reto de especial relevancia, en función de la transformación que ha registrado la economía a escala global. Hoy, el valor promedio de las materias primas es apenas una quinta parte respecto a lo que costaban hace 150 años,[16] y la manufactura está viviendo lo que diversos expertos consideran una segunda era de las maquinas, en donde la automatización está convirtiendo las industrias en fábricas inteligentes. Tan sólo en el sector automotriz, un vehículo es ahora una computadora sobre ruedas, donde la electrónica representa el 40 por ciento del valor del vehículo.[17] Asimismo, se estima que el capital intangible representó, en promedio, el 30.4 por ciento del valor total de los bienes fabricados en el mundo, durante el período de 2000 a 2014.[18]

16 Enríquez Cabot, Juan. Mientras el futuro nos alcanza. Grijalbo, p. 54, 2007
17 Schwab, Klaus. La cuarta revolución industrial. Debate, p.85,2016
18 http://www.wipo.int/pressroom/en/articles/2017/article_0012.html

México no es la excepción. La estructura de nuestras exportaciones cambió radicalmente. El petróleo dejó de ser la principal fuente de divisas de México. Transitamos hacia a una economía más diversificada y de mayor valor agregado, donde el ingreso principal lo genera el sector manufacturero, pero donde también tienen una importante participación las remesas, el sector turismo y el sector agroalimentario, siendo todos ellos, sectores intensivos en mano de obra.

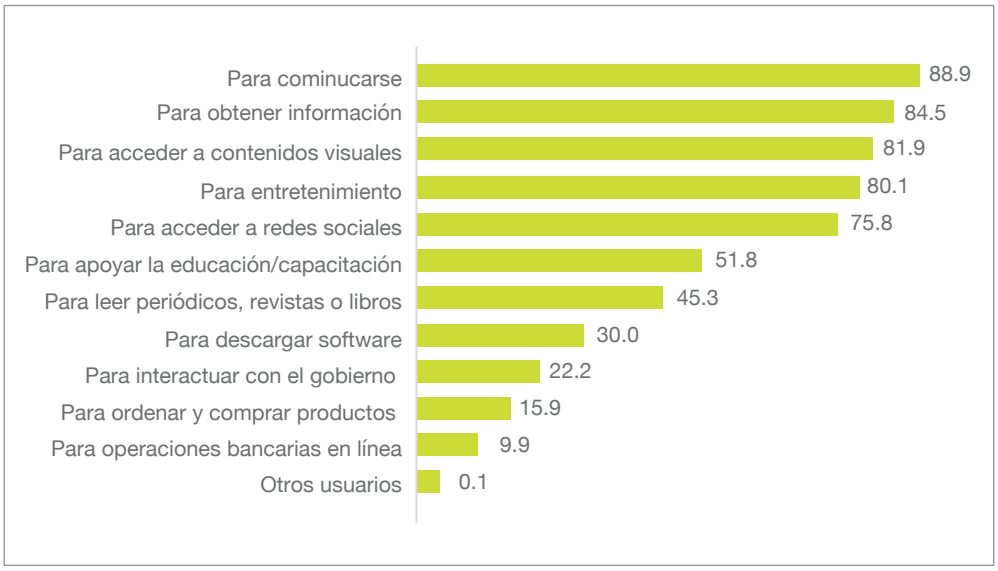
El turismo en México, de acuerdo con datos de la Cuenta Satélite 2015 del INEGI, distribuye su fuerza laboral por actividad económica en un 36.6 por ciento de los restaurantes, bares y centros nocturnos; los servicios de transporte participan con el 16.2 por ciento; las artesanías con el 9.6 por ciento; el alojamiento con el 6.4 por ciento; los servicios de esparcimiento con el 2.3 por ciento; otros bienes con el 3.6 por ciento, los tiempos compartidos 0.6 por ciento; segundas viviendas 0.1 por ciento y otros servicios con el 24.6 por ciento.

En este escenario, se debe advertir que las dos actividades económicas que hoy concentran más de la mitad de los empleos turísticos en nuestro país, es decir los restaurantes, bares y centros nocturnos, así como los servicios de transporte, enfrentan un serio desafío frente a la automatización. Actualmente en países como Singapur se están realizando las primeras pruebas de taxis autónomos, e importantes compañías de tecnología han anunciado que para 2020, la empresa líder en servicio de transporte privado, solicitado a través de aplicación digital, tendrá vehículos autónomos. Asimismo, Carl Benedikt y Michael Osborne, en su investigación el "Futuro del Empleo: ¿Qué tan susceptibles son los empleos a la automatización?", han ponderado el posible efecto de la innovación tecnológica en el desempleo, en un ranking de 702 empleos, donde anfitriones y recepcionistas de restaurantes, salones y cafés, así como de hoteles, moteles y resorts, se encuentran entre las ocupaciones con alta probabilidad de ser sustituidas por la automatización.

La tecnología también ha influido notablemente en la manera en que los turistas viajan, desde la elección de destinos hasta el tipo de experiencias que prefieren. Con la proliferación del Internet, las redes sociales y la tecnología móvil, el turista tiende hacia un tipo de viaje más personalizado, a partir del cúmulo de información que puede obtener en línea. En este sentido, los destinos necesariamente deben adaptarse a esta nueva modalidad en la demanda turística, a fin de poder ofrecer la mejor experiencia, acorde a las expectativas de los cambiantes nichos de mercado.

En nuestro país, de acuerdo con la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares 2016, que elabora el INEGI, 65.5 millones de personas utilizan Internet, lo que representa el 59.5 por ciento de la población de seis años y más en el país, por lo que, considerando que 88 de cada 100 pesos que se gastan en el sector vienen del turismo nacional, es necesario que desde la oferta se fortalezcan la presencia de los prestadores de servicios turísticos en los medios digitales. Más aún, cuando el 84.5 por ciento de los usuarios utilizan el Internet para obtener información, actividad más popular solo después del rubro: "para comunicarse"; a su vez, un 15.9 por ciento usa la red para ordenar o comprar productos.

Actividades en internet, 2016 (%)



Notas: Las categorias no son exluyentes, por lo que la suma de las proporciones es superior al 100 por ciento.
Fuente: INEGI, ENDUTIH 201

Gracias a la Reforma de Telecomunicaciones y a acciones como el programa México Conectado, nuestro país ha logrado mejorar su posición en el Índice de Competitividad Global 2017, que elabora la empresa Huawei, mostrando avances en el índice de cobertura FTTH y 4G. Sin embargo, México se ubica por debajo del promedio en cuanto a su desempeño en el establecimiento de centros de datos y muestra rezago en su base de desarrollo de tecnologías de la información. En este sentido, para fortalecer la competitividad en el sector, especialmente respecto a las micro, pequeñas y medianas empresas que se desarrollan en el ámbito turístico, es fundamental continuar fortaleciendo las acciones en materia de modernización digital.

El Foro Económico Mundial publicó, en 2015, 21 puntos de inflexión que estima ocurrirán antes de 2025, los cuales tendrán un significativo impacto en las actividades económicas, en general, y en el turismo, en particular. A continuación se enlistan algunas de estos cambios.

Cambios disruptivos antes de 2025

- El 10 por ciento de las personas usarán ropa conectada a Internet.
- Un billón de sensores estarán conectados a Internet.
- El primer gobierno realizará su censo poblacional basándose en Big Data.
- Primera vez que un gobierno recaudará sus impuestos utilizando la tecnología blockchain.
- El 90 por ciento de la población utilizará teléfonos inteligentes y tendrá acceso a Internet.
- Los automóviles sin conductor representarán el 10 por ciento de todos los vehículos en las carreteras de los Estados Unidos de Norteamérica.
- El 10 por ciento del PIB mundial se almacenará con tecnología blockchain.
- Habrá más viajes en vehículo compartido que en coches privados.

Frente a estas posibles transformaciones y con el crecimiento que se espera, tanto de la población mundial, (la cual se estima pasará de 7,200 millones de personas en la actualidad, a 8,000 millones en 2030 y a 9,000 millones en 2050), como del número de turistas internacionales, el sector debe enfocar sus esfuerzos en generar nuevos productos y servicios turísticos que permitan una mayor diversificación, y que generen una oferta turística que pueda innovar y atender las nuevas tendencias de la demanda. El aprovechamiento del Big Data es fundamental para anticipar los cambios en los patrones de consumo, y por ello, debe destacarse el esfuerzo emprendido por la Secretaría de Turismo y BBVA Bancomer, donde resultado de convenio de colaboración denominado Big Data y Turismo, durante un año se logró recolectar información acerca del comportamiento comercial de 86 millones de personas.

De igual forma, con base en las nuevas tecnologías es necesario promover una reingeniería de procesos para que se pueda facilitar el flujo de personas, en materia migratoria y aduanera, sin que esto signifique una reducción en la seguridad del país.

Hacia adelante, el concepto que debe regir el desarrollo turístico es el de Destinos Inteligentes, el cual, además de buscar aumentar la eficacia y la eficiencia mediante la incorporación de tecnologías de vanguardia, tiene como objetivo adaptar la oferta de servicios de una manera planificada, accesible, sostenible y con planteamientos innovadores, que se traduzcan en mejoras antes, durante y después de la actividad turística.

El desarrollo de la política turística ante un mundo tan cambiante debe atender las tendencias y cuidar las experiencias de los visitantes. No se sabe hasta dónde pueden llegar estos cambios, pero expertos como el reconocido físico Michio Kaku en su libro "La física del futuro" describe la denominada "realidad ampliada", donde vaticina que a mediados del siglo XXI viviremos en un cibermundo que fusionará el mundo real con imágenes procedentes de un ordenador. Éste, entre muchos otros cambios, generaría una revolución en diversos ámbitos como el turismo. Según Kaku, cuando el turista visite ruinas antiguas, podrá "ver", a través de unos lentes de contacto, reconstrucciones completas de los edificios en todo su esplendor, al tiempo que disfruta de anécdotas históricas. En su opinión, los restos de sitios históricos, en vez de quedarse en columnas, volverán a la vida.[19]

Experiencia internacional

España es pionero en destinos turísticos inteligentes. El Estado español ha impulsado el desarrollo de destinos turísticos inteligentes como una de las medidas del Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015. El objetivo de este proyecto es mejorar el posicionamiento de España como destino turístico mundial, buscando nuevos mecanismos para impulsar la innovación en los destinos, con el despliegue y desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación, de forma que se puedan crear servicios diferenciales y altamente competitivos. Asimismo, se persigue crear un marco homogéneo que establezca los requisitos mínimos para clasificar los destinos turísticos como "Destinos Inteligentes" de forma alineada a las tendencias de las Ciudades Inteligentes. Esta estrategia de digitalización ha sido un factor decisivo para que España pasara de la octava posición en 2011, a la cuarta posición en 2013, y a encabezar el ranking del Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2017.

---

19 Kaku, Michio, La física del futuro (Cómo la ciencia determinará el destino de la humanidad y nuestra vida cotidiana en el siglo XXII), Debols!llo, 2011, p. 75.

¿A dónde queremos ir?

Visión al 2040

El sector turístico de México enfrenta con éxito los retos y oportunidades de las megatendencias y cambios radicales en materia de telecomunicaciones, nanotecnología, biotecnología e inteligencia artificial, con base en el fortalecimiento y aprovechamiento del capital intelectual del sector; un estrecho vínculo entre las actividades científicas, tecnológicas y de innovación con la industria turística; la incorporación, adaptación y uso de tecnologías de vanguardia en la prestación de servicios turísticos públicos y privados; y el impulso de destinos turísticos inteligentes.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar, aportaron diversos planteamientos, los cuales se presentan a cotinuación.

Propuestas

1. **Fortalecer la capacidad del sector turístico en México para innovar, atender las megatendencias, y los cambios tecnológicos.**

- Aprovechar los beneficios del Programa México Conectado para mejorar la conectividad de los polos de desarrollo turístico, incrementando la cobertura y calidad en el acceso a internet gratuito en las zonas turísticas.
- Consolidar la utilización de nuevas tecnologías como Big Data para identificar nuevos patrones de consumo, promover la innovación y el desarrollo de productos y servicios turísticos de vanguardia.
- Capacitar a los prestadores de servicios turísticos en el manejo de nuevas tecnologías, la importancia que tienen estas para el sector y el potencial que podrían tener en el crecimiento y desarrollo de sus actividades.
- Desarrollar programas destinados al impulso de emprendedores innovadores en el sector.
- Apoyar la incorporación de las micro, pequeñas y medianas empresas a los medios digitales, a fin de fortalecer su competitividad.

2. **Impulsar destinos turísticos inteligentes y facilitar el flujo de personas en materia migratoria y aduanera.**

- Evaluar la posibilidad de eliminar el requisito de visado, en casos que así se justifiquen, con el objetivo de facilitar y flexibilizar el acceso a nuestro país, incrementando el flujo potencial de visitantes en los destinos turísticos.
- Definir los requisitos mínimos que deben cumplir los Destinos Inteligentes, con base en las mejores experiencias internacionales y con la participación de los sectores privado y social, así como con la contribución de instituciones de educación superior y centros de investigación.
- Vincular la planeación urbana y el ordenamiento territorial con el desarrollo de los Destinos Inteligentes.
- Constituir certificaciones de Destinos Inteligentes que se consoliden como una garantía para los turistas y que sea un poderoso incentivo para los prestadores de servicios turísticos radicados en un destino determinado.
- Incorporar tecnologías para fortalecer la accesibilidad y la sostenibilidad de los destinos turísticos inteligentes.
- Generar procesos simplificados de internación e información para los turistas, facilitando su flujo, pero también fortaleciendo la seguridad mediante la implementación de tecnologías que permitan una mejor identificación de las personas, así como una identificación más eficaz de sustancias o elementos prohibidos por la ley.

3. **Consolidar el vínculo entre las actividades científicas, tecnológicas y de innovación, con la industria turística nacional.**

- Promover una mayor colaboración entra las instituciones de educación superior, así como de los centros de investigación y desarrollo tecnológico, con los prestadores de servicios turísticos, con miras a fortalecer la innovación y el empleo de nuevas tecnologías en el sector.
- Incrementar los recursos públicos y privados que se destinan a la investigación y el desarrollo tecnológico.
- Alinear la oferta educativa con las megatendencias y con las capacidades que demanda el sector en el ámbito tecnológico y de innovación.
- Potenciar los apoyos que se brindan a los científicos y desarrolladores tecnológicos.
- Incorporar en el desarrollo de nuevas tecnologías a las micro, pequeñas y medianas empresas.

6

Desarrollo turístico para el bienestar

Introducción

Durante las últimas décadas, el turismo se ha consolidado como un importante motor de crecimiento económico para México, al tiempo que se ha convertido en un relevante instrumento de desarrollo regional. Sin embargo, tal como lo ha reconocido la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), "el potencial del turismo para impulsar un crecimiento incluyente y sostenible, así como para mejorar el desarrollo local y regional, tiene un amplio margen de ser explotado."[20]

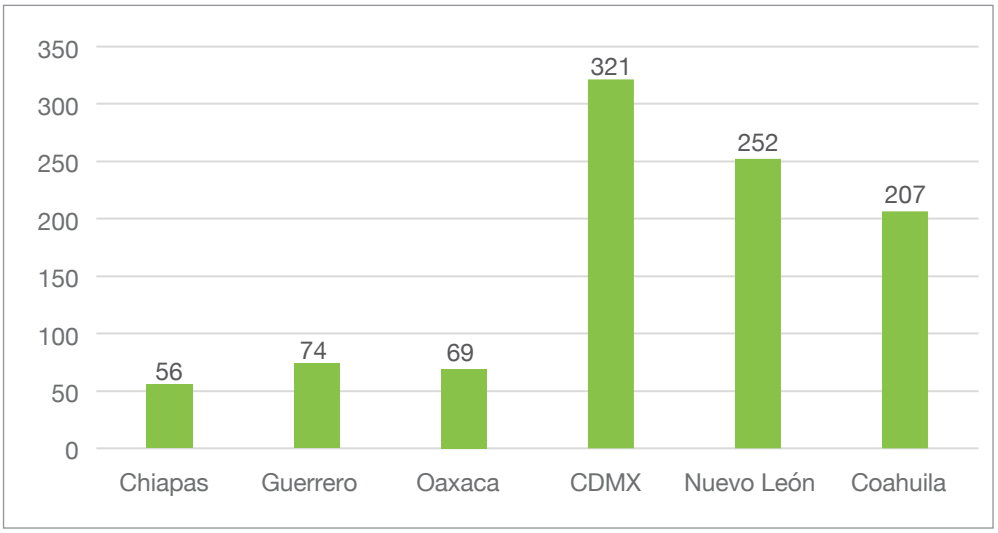
Uno de los principales factores que contribuye al cabal aprovechamiento del potencial turístico, es el carácter socialmente incluyente del mismo. Por el enfoque de la oferta, las autoridades del sector han comenzado a implementar programas de inclusión social en favor de mujeres jóvenes, personas con discapacidad, micro y pequeños empresarios, y comunidades indígenas que habitan las colindancias de los atractivos turísticos, así como protección a niñas, niños, adolescentes. Por el lado de la demanda, se han generado mecanismos para fortalecer el denominado turismo social, es decir, hacer que el derecho a la actividad recreativa del turismo sea una realidad para todos los mexicanos. Hacia adelante, el reto es democratizar aún más, regional y socialmente, los beneficios de esta actividad.

¿Dónde estamos?

México ha realizado esfuerzos significativos para combatir la pobreza y la desigualdad. Sin embargo, estos siguen siendo retos fundamentales del país hacia el futuro. En materia de inclusión social, en México coexisten dos realidades, la que se vincula con las sólidas ventajas productivas de la región Norte y Centro, y las carencias y áreas de oportunidad de la zona Sur. En general, las localidades del Sur presentan un Producto Interno Bruto per cápita promedio que equivale a una sexta parte del generado en la Ciudad de México, un quinto del de Nuevo león y un cuarto del Estado de Coahuila.

20 Estudio de Política Turística de México, OCDE Estudios en Turismo, 2017.

Producto Interno Bruto por habitante
Miles de pesos por año



Fuente: PIB y Cuentas Nacionales, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2015; Estimaciones y Proyecciones de la Población por Entidad Federativa, Consejo Nacional de Población.

Asimismo, según el CONEVAL, mientras que en el Norte del país la población en situación de pobreza es de 30.1 por ciento, en el Sur representa cerca de 69.4 por ciento, es decir, más del doble, lo que refleja claramente el enorme diferencial regional en la calidad de vida de la población.

Este marcado contraste regional se confirma con los resultados del Índice de Marginación del Consejo Nacional de Población (CONAPO): el 60 por ciento de los municipios con alta o muy alta marginación se encuentran en la región Sur, mientras que sólo el 2.2 por ciento se ubican en los estados de la frontera Norte. Sin embargo, cuando se mide el nivel de marginación de municipios turísticos, se advierte que éste resulta menor que el de aquellos municipios que no se benefician del turismo, lo que confirma el carácter socialmente incluyente y el potencial de movilidad social de la actividad turística.

En la actualidad, más de 50 industrias se relacionan con la industria turística nacional. El sector genera empleo para cerca de 10 millones de personas, de las cuales el 56 por ciento son mujeres y el 20.6 por ciento son jóvenes de entre 15 y 24 años. Estas cifras colocan al turismo como la actividad productiva con mayor porcentaje de jóvenes y mujeres en su planta laboral formal.

Con el objetivo de Promover el empoderamiento y la agencia económica de las mujeres, la SECTUR ha desarrollado programas y puesto en marcha acciones concretas, sumamente interesantes y necesarias. Por ejemplo, el Programa de Desarrollo Comunitario para Mujeres, que desde 2016 se ha llevado a cabo exitosamente en 9 destinos turísticos, con el objetivo de apoyar el desarrollo de mujeres de estas comunidades y de sus familias, a través de una serie de talleres, y acciones orientadas a iniciar y potencializar el proceso de empoderamiento en las mujeres de las comunidades seleccionadas, utilizando una metodología probada que incluye entre otros aspectos, la aplicación de talleres con perspectiva de género, para así mejorar la calidad de vida personal, familiar y comunitaria.

Adicionalmente, desde 2015 se lleva a cabo el Encuentro de Mujeres Emprendedoras y Empresarias de Turismo, foro creado con la finalidad de fortalecer capacidades y contribuir al empoderamiento económico de las mujeres emprendedoras y empresarias de cadenas turísticas en México, buscando y creando sinergias con organismos del sector público y privado, con la finalidad de empoderar económicamente a las mujeres del sector turístico del país e introducir un mayor número de mujeres en la cadena de valor y proveeduría del sector.

En materia de protección de derechos de niñas, niños y adolescentes, es fundamental proteger a las comunidades receptoras, y específicamente seguir desarrollando acciones de prevención, sensibilización y capacitación para los diversos actores y usuarios del sector de los viajes y el turismo, que contribuyan al combate de la trata de personas, principalmente con fines de explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes.

En lo que respecta a personas con discapacidad, las cuales representan un seis por ciento de la población mexicana, conviene destacar que, por el lado de la oferta, México se inscribió en la Convención de Derechos de Personas con Discapacidad, la cual establece compromisos y directrices para incluir en puestos laborales y actividades turísticas a personas con discapacidad. Por el lado de la demanda, hoy se cuenta con la certificación “Turismo Incluyente”, respaldada por la Secretaría de Turismo, cuyo fin es que hoteles, museos, agencias de viajes, restaurantes, trasportación turística, hospitales, parques, y centros de convenciones adapten su infraestructura y servicios para atender a personas con discapacidad.

Un grupo prioritario en el propósito de fortalecer el carácter incluyente del turismo en México son los cerca de 14 millones de indígenas que habitan nuestro país, ya que la mitad de su población se concentra en las 10 entidades más pobres de México. Actualmente la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) apoya a grupos indígenas organizados para que estos aprovechen su patrimonio cultural y generen proyectos de empresas turísticas, como una alternativa para mejorar sus condiciones económicas y sociales, a través del Programa de Turismo Alternativo en Zonas Indígenas.

Mención especial merece la estrategia "Viajemos todos por México", impulsada por la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República, la cual contribuye a que la población menos favorecida acceda a mayores experiencias turísticas, mediante esquemas y convenios de flexibilización de tarifas y facilidades diversas, para hacer del turismo un derecho universal.

Experiencia internacional

La transversalidad de la actividad turística hace que este sector cuente con un gran potencial para la generación de beneficios económicos y sociales. Prueba de ello es la experiencia Agri Tourism Development Corporation desarrollada en India por el sector privado. Esta iniciativa promueve visitas a las comunidades rurales donde los turistas participan en la producción agrícola, actividades ganaderas, creación de artesanías y otras actividades tradicionales, las cuales se convierten en verdaderos atractivos turísticos por la experiencia que ofrecen al turista de conocer y practicar técnicas productivas ancestrales. El proyecto inició con una fase de investigación y hoy ha sido replicado en 328 centros de turismo rural, lo que se ha traducido en un incremento de 25 por ciento en los ingresos de las familias de las localidades receptoras, quienes han logrado mejorar su calidad de vida.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

Las regiones, sectores y grupos sociales menos favorecidos participan activamente y se benefician de la actividad turística, contribuyendo a cerrar la brecha de desigualdad económica y social y a combatir productivamente la pobreza, a través del aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, un desarrollo regional equilibrado que considere las vocaciones productivas de las localidades, el encadenamiento productivo, el desarrollo de proveeduría local con énfasis en Mipymes, el respeto al legado y promoción de la identidad cultural de los pueblos indígenas, y un marco jurídico e institucional y modelos de gobernanza que promuevan la generación de empleos de mayor valor agregado, la accesibilidad universal y políticas y programas de inclusión social, de manera transversal y con enfoque de género.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar realizaron diversos planteamientos, los cuales se presentan a continuacion.

Propuestas

1. Enfoque turístico productivo para el desarrollo regional.

- Fortalecer los mecanismos de encadenamiento productivo regional para que los grupos vulnerables puedan aprovechar las vocaciones de sus comunidades, a través de su incorporación en las cadenas turísticas de valor.
- Transitar de un modelo asistencialista a uno en el que se fomente la democratización de la productividad, a través del aprovechamiento de las ventajas comparativas de las comunidades receptoras.

2. **Fortalecimiento de Mipymes y proveeduría local.**

- Generar mecanismos de apoyo y estrategias por parte de la banca de desarrollo y la banca comercial para la creación y apoyo de Mipymes, particularmente de aquellas que resultan del esfuerzo de algún grupo vulnerable.
- Ofrecer asistencia técnica, esquemas de comercialización, posicionamiento de los productos y estudios de mercado con el objetivo de garantizar la sostenibilidad de los proyectos desarrollados en las comunidades receptoras.

3. **Respeto e incorporación de los pueblos indígenas.**

- Considerar a los grupos y pueblos indígenas en los planes y proyectos turísticos a fin de garantizar el respeto irrestricto de los usos y costumbres.
- Generar programas de capacitación para la incorporación de las comunidades receptoras en las actividades del sector con el objetivo de generar ingresos adicionales para los habitantes.
- Promover una vinculación más estrecha de las comunidades indígenas con las oportunidades que ofrece el turismo, a través de su participación en esquemas de proveeduría local, preservación de las riquezas naturales y culturales, y labores de promoción de fiestas y tradiciones.

4. **Oportunidades para los jóvenes: primeras prácticas, primer empleo.**

- Realizar un convenio de colaboración y coordinación entre el sector privado, autoridades de gobierno y academia para impulsar la formación educativa dual de los profesionistas involucrados en el sector turismo.
- Fomentar la realización de prácticas profesionales desarrollando actividades relacionadas con el sector, con la finalidad de que éstas se conviertan en un vínculo con el primer empleo.

5. El turismo, promotor de la igualdad de género.

- Proteger los derechos de las mujeres y velar por la igualdad en sus condiciones laborales a través de la incorporación de un mandato exhaustivo de equidad dentro de la Ley General de Turismo.
- Implementar acciones afirmativas para la inclusión de grupos vulnerables en los desarrollos turísticos.
- Mejorar las condiciones salariales y prestaciones laborales para que se encuentren en igualdad de circunstancias sin que el género o cualquier otra condición sea un elemento de diferenciación.
- Impulsar el empoderamiento económico de las mujeres y la institucionalización y transversalización de una cultura institucional en la que la violencia y la discriminación por cuestiones de género no tengan cabida.

6. Accesibilidad como obligación de los polos turísticos.

- Legislar en materia de accesibilidad para personas con discapacidad, de manera que la adaptación de instalaciones e infraestructura en los polos turísticos sea una obligación para los prestadores de bienes y servicios.
- Diversificar la oferta para que se extienda el número de atractivos homologados a necesidades especiales.

7. Turismo incluyente en la práctica.

- Fortalecer la coordinación institucional y endurecer la aplicación de la ley en materia de no discriminación e inclusión de grupos vulnerables para pasar de un turismo social, a un turismo incluyente.
- Generar mecanismos de supervisión para el cumplimiento de las acciones afirmativas y que estas sean reconocidas a través de certificaciones sectoriales como el sello Turismo Incluyente.

7

Competitividad frente a los retos del turismo global

Introducción

El turismo es una industria cada vez más relevante en la economía internacional. Aporta 10 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) mundial. Contando los empleos directos e indirectos, genera uno de cada diez puestos laborales. Muestra de su dinamismo es que, mientras que en el año 2000 se registraron 674 millones de llegadas de turistas internacionales, para 2016 dicha cifra creció a 1,235 millones; se estima que, para 2030, el número de arribos de turistas internacionales será de 1,800 millones[21]

En línea con la tendencia mundial, el turismo en México genera casi nueve pesos de cada 100 que se producen en el país y, superando el crecimiento promedio de los países, nuestra nación ha venido ganando terreno en competitividad turística.[22] Pasó de la posición 15, en 2012, al octavo lugar, en 2016, entre los países más visitados del mundo, al recibir a 35 millones de turistas internacionales.[23] Sin embargo, al tratarse de una industria global, altamente competitiva y dinámica, los buenos resultados recientes, no son, por sí mismos, garantía para el desarrollo del turismo en el futuro. Por ello, se requiere una agenda de competitividad turística, con visión de largo plazo.

Tres conceptos son fundamentales para la construcción de dicha agenda: competitividad, productividad e inclusión. El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) considera que la competitividad es la "capacidad de una región o estado para atraer y retener talento e inversiones".[24] Por su parte, el Foro Económico Mundial define competitividad como el "conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de una economía", y productividad como el factor determinante del crecimiento de largo plazo, y como la principal variable que explica las diferencias de ingreso por habitante, entre países.[25]

21 Panorama del Turismo Internacional, Organización Mundial del Turismo, 2016.
22 Cuenta Satélite del Turismo de México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2017.
23 Organización Mundial del Turismo.
24 Instituto Mexicano para la Competitividad.
25 Foro Económico Mundial.

Para efectos de este documento, definimos la inclusión como la capacidad de una sociedad para compartir con equidad la riqueza y los beneficios.

¿Dónde estamos?

La competitividad turística de México depende de factores que inciden en la competitividad general del país, así como de elementos que impactan la competitividad de la industria turística, en particular. Para el primer caso, resulta relevante analizar los resultados del Índice Global de Competitividad 2017-2018 del Foro Económico Mundial y del Reporte Doing Business 2017 del Banco Mundial; para el segundo, conviene revisar el Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo (TTCI), entre otras fuentes.

El Índice Global de Competitividad del (WEF), integra 114 indicadores de 137 países. En dicha medición, México ocupa el lugar 51 en competitividad global, por detrás de Chile (33), Rusia (38), India (40), y, pero mejor ubicado que Turquía (53), Colombia (66), y Brasil (80). Destaca su buen posicionamiento en cuanto al tamaño de su economía (lugar 11), el desarrollo de los mercados financieros (36), y sofisticación de negocios (49). En contraste, México está rezagado en la categoría de instituciones (123), la eficiencia de los mercados laborales (105), la educación superior (80), y el avance tecnológico (71), situación que resta fuerza a la competitividad turística del país.[26]

Por su parte, el Informe Doing Business 2017 del Banco Mundial, que incluye 10 categorías para medir la facilidad para hacer negocios, ubica a México en la posición 47, entre 190 países evaluados. Nuestro país se coloca por detrás de Malasia (23), Polonia (24) y Rusia (40), pero en mejor posición que Colombia (53), Chile (57), China (78), Brasil (123), e India (130).

El Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial agrupa más de 90 indicadores de 136 países. En él, España, Francia y Alemania se ubican como los países más competitivos en materia turística. Estos países también se encuentran a la cabeza en el número de turistas que reciben anualmente. México pasó del lugar 44, en 2013, a la posición 22, en 2017, siendo uno de los países con mayor avance en dicho periodo.[27]

---

26 Reporte de Competitividad Global 2017-2018, Foro Económico Mundial, 2017.

27 Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo Edición, Foro Económico Mundial, 2017.

En dicho reporte, México presenta fortalezas, pero también oportunidades. Es el segundo más competitivo en términos de recursos naturales, décimo en recursos culturales y viajes de negocios, ocupa el lugar 30 en priorización de viajes y turismo (incluye la Marca País), el sitio 39 en infraestructura de transporte aéreo, y el lugar 43 en infraestructura de servicios turísticos. En contraste, existen amplias áreas de oportunidad en materia de sustentabilidad ambiental (lugar 116), seguridad y protección (113), ambiente de negocios (96), salud e higiene (72), recursos humanos y mercado laboral (70), e infraestructura terrestre y portuaria (68).

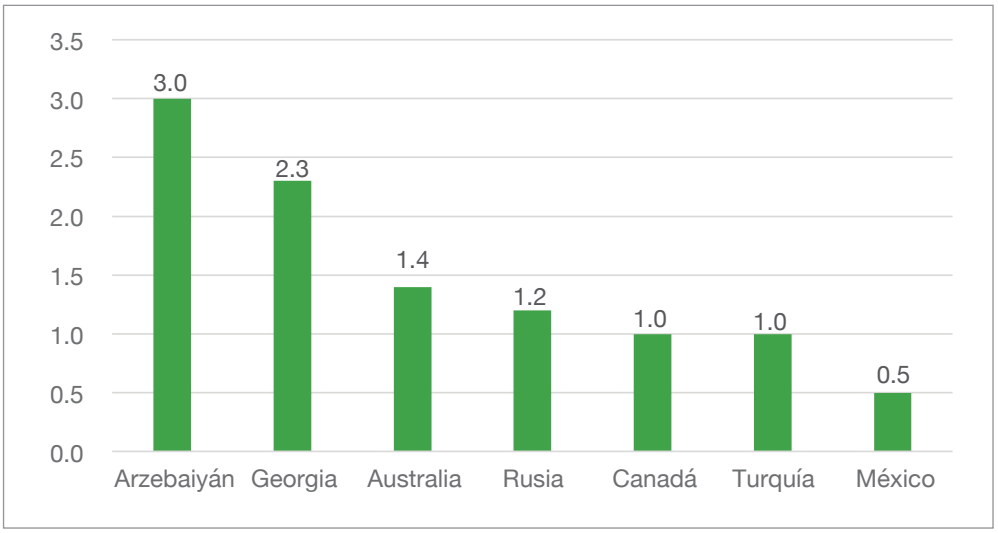
Específicamente, dentro de la categoría de ambiente de negocios, México registra un buen desempeño relativo en regulación (lugar 30) y en el tiempo necesario para abrir un negocio en el sector (49), pero presenta retos en materia del costo de los permisos de construcción (122), el marco legal para dirimir disputas (111), y los derechos de propiedad (82).

En materia de infraestructura, aspecto fundamental para la competitividad turística, México se coloca en el lugar 62, entre 137 economías evaluadas por el Foro Económico Mundial, detrás de Malasia (22), Rusia (35), Chile (41), Tailandia (43), China (46) y Turquía (53). En la misma medición, nuestro país ocupa la posición 52 en calidad de las carreteras, 62 en calidad de infraestructura portuaria, y 67 en calidad de la infraestructura aérea.

La infraestructura es uno de los principales determinantes del crecimiento económico. Su expansión contribuye a reducir tiempos y costos de traslado, mejorar la productividad y competitividad de la economía, y elevar la rentabilidad de las inversiones. La evidencia empírica confirma que altas tasas de crecimiento económico están asociadas con un alto grado de infraestructura estratégica.

No obstante esta realidad, México es uno de los países de la OCDE que invierte menos en infraestructura estratégica y en infraestructura de transporte.

Inversión en infraestructura de transporte como porcentaje del PIB

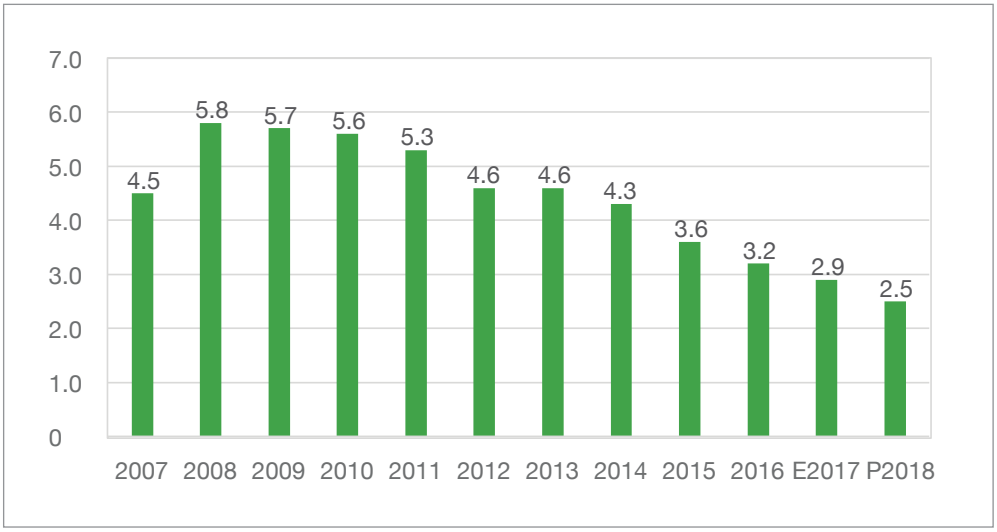


Fuete: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), 2017

Como consecuencia de bajos niveles relativos de inversión en infraestructura de transporte, hoy, de la Red Nacional de Carreteras, cuya longitud es de casi 390 mil kilómetros, sólo el 40 por ciento son carreteras pavimentadas y el resto son brechas, terracerías o caminos revestidos; sólo el cuatro por ciento de las carreteras son de cuatro o más carriles, el 36 por ciento son de dos carriles y el resto de sólo un carril.

Adicionalmente, la inversión pública como porcentaje del PIB, se ha venido reduciendo en los últimos años, al grado de pasar de 5.8 por ciento del PIB, en 2008, a 2.9 por ciento, en 2017.

Inversión pública 2007 - 2018 (como % del PIB)



Fuente: Cuenta Pública y Presupuesto de Egresos de la Federación.

También enfrentamos el reto de mejorar la eficiencia, rentabilidad socioeconómica y transparencia de la inversión pública en infraestructura, así como en la asignación de contratos, gestión y calidad de la construcción, operación y mantenimiento de la obra pública. El Fondo Monetario Internacional estimó, en 2015, que un aumento de uno por ciento del PIB en la inversión pública eleva el PIB en 0.6 por ciento en los países más eficientes, frente a un crecimiento del PIB de tan sólo 0.3 por ciento en los países menos eficientes.[28] Por su parte, un Estudio de la Auditoría Superior de la Federación, de 2012, reveló que de una muestra representativa de contratos de obra auditados, 73 por ciento presentaron deficiencias en su planeación, lo que derivó en un 36 por ciento de sobre-costo y demoras de 126 por ciento, respecto al tiempo de obra originalmente programado.

En materia de conectividad aérea, México cuenta con 76 aeropuertos reconocidos por la Dirección General de Aeronáutica Civil. En conjunto, en 2016, éstos operaron 269 rutas aéreas por las cuales se registraron 54.5 millones de asientos programados en operaciones nacionales y 25.2 millones en operaciones internacionales. La disponibilidad de asientos en conexiones aéreas es una de las fortalezas de México.[29]

28 Making Public Investment More Efficient, Junio de 2015, Fondo Monetario Internacional.
29 Principales Estadísticas del Sector, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2017

Por su parte, en materia hotelera, el país cuenta con más de tres cuartos de millón de habitaciones distribuidas en más de 20 mil hoteles a lo largo del país, arrojando una proporción de 0.6 cuartos de hotel por cada cien habitantes, los cuales, durante 2016, registró una ocupación hotelera promedio del 60.4 por ciento.[30]

En cuanto a financiamiento, como resultado de la Reforma Financiera se ha facilitado el acceso al crédito para el desarrollo de proyectos productivos. En ese sentido, instituciones de la banca de desarrollo como Bancomext, Banobras y FIRA ofrecen apoyos a través de la colocación de más crédito con mejores condiciones. Dicha flexibilización del mercado crediticio propicia la generación y fortalecimiento de las Mipymes, elementos primarios de las cadenas productivas.

Adicionalmente, hoy las Mipymes pueden acceder a diversos instrumentos de apoyo. Sin embargo, es necesario fortalecer el enfoque integral de desarrollo de estas empresas. No basta con ofrecer líneas de crédito y apoyos a fondo perdido.

El impacto de la carga fiscal en las actividades turísticas es un elemento que también incide en la competitividad turística. México se ubica muy por encima del promedio de los 190 países evaluados en el Informe Doing Business 2017. La tasa de impuestos totales, como porcentaje de las utilidades de las empresas, es de 52 por ciento en el caso de México, frente a 40.6 por ciento, del promedio internacional. Igualmente, los mexicanos dedican, en promedio, 286 horas al año cumplir con sus obligaciones fiscales, frente a un promedio mundial de 250 horas al año.

Asimismo, el programa Conéctate al turismo, se ha convertido en un instrumento muy importante en la generación de oportunidades y en el fortalecimiento de las cadenas regionales de valor. Esta política busca que los beneficios del sector se expandan a otros sectores de la economía nacional y a las comunidades receptoras. En ese sentido, a través de este programa se está integrando a la banca de desarrollo para fortalecer las capacidades de prestadores de servicios turísticos y se impulsa el desarrollo de productos que facilitan y promueven las relaciones comerciales entre los proveedores nacionales y las empresas del turismo de nuestro país. Por otro lado, en la misma plataforma se tiene un módulo de capital humano a través del cual, los prestadores de servicios turísticos ofrecen vacantes y éstos reciben la información de

30 Sistema de Monitoreo DataTur, Secretaría de Turismo, 2017

candidatos gracias a un vínculo tecnológico que tienen las plataformas, en este mismo modulo se dará a conocer todo lo relativo a la Cruzada Nacional por la Capacitación. Otro punto importante de mencionar es que en esta plataforma se va integrar el Módulo de Inversión donde se mostrarán las oportunidades de inversión en el sector y se tiene planeado el dar seguimiento de "soft landing" a estas inversiones.

Experiencia internacional

La experiencia de los países más competitivos en materia turística, confirma que existe una elevada correlación entre la calidad de la infraestructura aérea y la competitividad global de los países, es el caso de Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania y Francia. En ese sentido, la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México ofrece una atractiva oportunidad para fortalecer el posicionamiento competitivo de México. En la medida que dicha política de expansión de la infraestructura aeroportuaria se acompañe, entre otras medidas, de sistemas multimodales integrados de transporte y movilidad inteligente, segura y sustentable, vinculados a los destinos turísticos, México podrá aprovechar de mejor manera sus altamente valorados atractivos naturales y culturales, para fortalecer su competitividad turística internacional hacia el 2040.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

México fortalece su liderazgo en el turismo internacional, con base en un marco jurídico y regulatorio sólido, moderno y flexible; un entorno de negocios favorable para la atracción de inversiones y el desarrollo empresarial; conectividad e infraestructura de clase mundial; capital humano de excelencia; prestadores de servicios turísticos capacitados y certificados de alta calidad; acceso a financiamiento oportuno y competitivo; desarrollo de proveeduría local y apoyo integral a las Mipymes; la incorporación de tecnologías de vanguardia en las actividades del sector; y política públicas coherentes, consistentes, eficaces y eficientes, que promueven un turismo competitivo, sustentable e incluyente.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar, formularon las alternativas que se presentan a continuación.

Propuestas

1. Certeza legal para la inversión y el desarrollo de negocios turísticos.

- Rediseñar, homologar y alinear la legislación vigente en materia turística, entre los tres órdenes de gobierno, con el objetivo de simplificar y modernizar la regulación respectiva, y mejorar su efectiva aplicación, bajo la filosofía de contar con "menos reglas, pero que sí se cumplan".
- Revisar los posibles esquemas de incentivos fiscales aplicables en las regiones turísticas con el objetivo de aumentar la atracción de inversiones al sector.
- Valorar la conveniencia de incorporar dentro de las fórmulas de participaciones o aportaciones federales, criterios objetivos que reconozcan la presión sobre las necesidades de infraestructura y servicios públicos, derivada de los flujos de turistas en las entidades federativas y municipios.
- Fortalecer las instituciones responsables de la dirimir las disputas contractuales y de regular los derechos de propiedad, en especial las dedicadas a la tenencia, ordenamiento y uso del suelo.
- Reducir los costos y tiempos de los trámites vinculados a la actividad turística, en particular los que se refieren a los permisos de construcción.
- Flexibilizar la legislación para acelerar la capacidad de respuesta de la industria frente al constante cambio de tendencias y condiciones que afectan al turismo.

2. Gobierno promotor y facilitador de la inversión y el desarrollo de negocios.

- Crear una ventanilla única que permita a los inversionistas y Mypimes encontrar en la regulación, facilidades para poder abrir rápidamente empresas turísticas.

- Continuar con acciones que simplifiquen los trámites relacionados con la operación de negocios, a la par reducir los costos gubernamentales. Un ejemplo de este tipo de medidas es la ventanilla única, herramienta que permite realizar, en una ocasión y ante una única entidad, el cumplimiento de requisitos para la operación.
- Extender la presencia de las oficinas del Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE) y los Centros de Atención Empresarial Turística (CAET).
- Conformar una sólida plataforma digital que facilite el acceso, difunda y promueva los proyectos de inversión y oportunidades de negocios del sector, como medio para vincular oferta y demanda, y promover alianzas estratégicas entre inversionistas locales y extranjeros, que opere en condiciones similares a lo que hoy es Proyectos México, de Banobras, herramienta que promueve la inversión en infraestructura.
- Promocionar dentro y fuera del territorio nacional las fortalezas para realizar negocios turísticos en México, aprovechando la red de embajadas y consulados de México en el extranjero, así como las dependencias especializadas como es el caso de ProMéxico.
- Incorporar al sector turístico a los beneficios que ofrece a la inversión la Ley Federal de Zonas Económicas Especiales, a fin de recuperar terreno competitivo, frente a los niveles efectivos de carga fiscal.

3. Conectividad e infraestructura de clase mundial.

- Consolidar la Escalera Náutica que se encuentra dentro del Pacífico (Mar de Cortés) y evaluar la posibilidad de desarrollar este tipo de proyectos en localidades con vecindad al Mar Caribe y al Golfo de México.
- Impulsar el acondicionamiento de infraestructura ferroviaria para diversificar las alternativas de movilidad de los turistas, como promueve FONATUR.
- Incrementar consistentemente los niveles de inversión pública en infraestructura de transportes, y mejorar la eficiencia de su asignación, con énfasis en el desarrollo de sistemas integrados de transporte multimodal, con impacto en los destinos turísticos.
- Aprovechar las oportunidades que ofrece el marco regulatorio de las asociaciones público privadas para detonar nuevos proyectos de infraestructura con impacto favorable en el turismo, particularmente en lo que se refiere a una oferta integrada de transporte sustentable que facilite la conectividad turística.
- Legislar para garantizar constituxcionalmente la continuidad de largo plazo de los proyectos de infraestructura estratégica del país, a fin de blindarlos de las coyunturas políticas, económicas y sociales.

- Aprovechar las oportunidades que se abrirán con la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México para generar un modelo de vanguardia en materia de conectividad multimodal y sistemas integrados de transporte y movilidad inteligente y sustentable.
- Ampliar, modernizar y aprovechar más intensivamente la red nacional de transporte ferroviario, a fin de promover el transporte de pasajeros por este medio, en condiciones de seguridad, eficiencia y conectividad multimodal.
- Reducir el margen de discrecionalidad con que hoy se asignan recursos públicos a los Programas de Desarrollo Regional del Ramo 23 del presupuesto federal, estableciendo criterios de productividad, desarrollo regional e inclusión social, como determinantes de su asignación.
- Ampliar la conectividad aérea, marítima y terrestre de los diferentes destinos turísticos del país, así como aumentar la calidad de la infraestructura existente, para aumentar y facilitar el aforo de turistas.
- Modernizar la infraestructura y el equipamiento de localidades turísticas del país, para la atención de las necesidades del sector turístico, consolidando con ello las condiciones de los servicios para uso y disfrute de los turistas.

4. Educación de excelencia.

- Fortalecer el desarrollo de competencias y habilidades mediante la actualización de planes de estudio, así como aumentar el énfasis de la enseñanza de idiomas y otras prácticas fundamentales para el sector.
- Aumentar la vinculación entre la academia y la industria con la finalidad de contar con un capital humano más competitivo, desarrollar más y mejor información que permita mejorar en la toma de decisiones.
- Diseñar y certificar programas de capacitación para los prestadores de servicios turísticos para mantener una oferta de servicios con los más altos estándares.

5. Financiamiento como palanca del desarrollo.

- Potenciar el financiamiento mediante las tecnologías de la información el desarrollo de un banco de proyectos turísticos, mediante la creación de una plataforma de proyectos que permita a los inversionistas conocer los proyectos de inversión turística que existen en el país, así como las particularidades de cada proyecto.
- Aprovechar los nuevos vehículos de financiamiento de inversiones en el mercado de capitales como son: los Fideicomisos de Infraestructura y Bienes Raíces (FIBRAS) y los certificados de capital de desarrollo (CKD) y las asociaciones público-privadas (APP).
- Fortalecer las labores de inversión realizadas por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), y Nacional Financiera (NAFIN). Así como también robustecer las labores de promoción en la captación de inversiones por parte del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

6. Apoyo integral a Mipymes y desarrollo de proveeduría local.

- Continuar con promoción en la creación de Mipymes mediante el acceso al financiamiento, mediante las labores realizadas por el Instituto Mexicano del Emprendedor (INADEM) y el Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (FONDO PYME).
- Fortalecer las campañas de participación de empresas mexicanas en las cadenas globales de abastecimiento del sector turismo, como es el caso del modelo Conéctate al turismo, el cual tiene como objetivos: fomentar un mayor encadenamiento productivo, incrementar la competitividad del sector, brindar soluciones en materia de financiamiento, fortalecer el consumo interno.
- Capacitación, asesoría, asistencia técnica, y apoyos a Mipymes en diseño del plan de negocios, gestión empresarial, desarrollo de nuevos productos, estrategias de promoción, y esquemas de comercialización.

8

Capital humano de excelencia para la productividad turística

Introducción

El conocimiento está fuertemente relacionado con el desarrollo de las naciones. Hoy, éste representa la principal fuente de incremento de la productividad, lo que impacta el crecimiento económico y el bienestar social. De cara al 2040, está relación será aún mayor. De ahí la importancia que, en el siglo XXI, tienen los sistemas de educación y de innovación, para el desarrollo de las naciones.

En materia educativa, México presenta resultados mixtos. El país ha logrado la cobertura universal en educación básica y avanza en la ampliación de la cobertura en educación media superior, y superior. Sin embargo, la calidad educativa sigue siendo nuestro gran reto. Sin duda, la reforma educativa en marcha ofrece perspectivas favorables.

La transición de una sociedad industrial a una sociedad del conocimiento está revolucionado al mundo. Esta transformación será aún mayor como consecuencia de la innovación en áreas como las telecomunicaciones, la inteligencia artificial, la nanotecnología y la biotecnología. El turismo al ser, por una parte, una industria global y, por la otra, un sector altamente intensivo en mano de obra, debe prepararse para participar, innovar y adaptarse a estos cambios. Las decisiones que hoy se tomen, permitirán superar riesgos y capitalizar de mejor manera las oportunidades de la sociedad del conocimiento, en beneficio del turismo y de todos los mexicanos.

¿Dónde estamos?

El sistema de educación pública de México es uno de los cinco más grandes del mundo. Cuenta con 35 millones de alumnos, lo que equivale prácticamente al doble de la población de Chile, o a la población total de Canadá. En las últimas décadas se han obtenido logros importantes. En educación primaria y secundaria se ha alcanzado cobertura universal, mientras que en educación media superior, y superior se registra un incremento considerable. Al inicio de la actual administración federal la cobertura en estos niveles educativos era del 64 y 28 por ciento, respectivamente; hoy, la cobertura es del 82 y 37 por ciento.

Los progresos del país en materia de cobertura, contrastan con los retos en materia de calidad de la educación. De acuerdo con el Índice de Competitividad Global 2017-2018 del Foro Económico Mundial, México ocupa el lugar 114 en calidad en educación primaria y el lugar 108 en calidad en educación y formación superior, de las 137 naciones evaluadas. En ambos casos, México se ubica por detrás de países como Ghana, Zimbabue y Ecuador. Asimismo, en el Programa para la Evaluación Internacional de Alumnos (PISA, por sus siglas en inglés) 2015, los resultados muestran que el desempeño de los estudiantes mexicanos se encuentra por debajo del promedio de los países de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), en ciencias, lectura y matemáticas; en estas tres áreas, sólo el uno por ciento de los alumnos en México logran alcanzar niveles de excelencia.

En 2013 se concretó la reforma educativa con el objetivo de asegurar una educación integral y de calidad. Ésta y otras medidas están aportando resultados positivos. Se han avanzado significativamente en la mejora física de las escuelas, en la evaluación de los maestros, y en la implementación del nuevo modelo educativo. El reporte anual Panorama de la Educación 2017 de la OCDE reconoce un importante avance en diversas áreas del sistema educativo nacional, entre las que destaca la promoción de la educación técnica en nuestro país, así como la proporción de estudiantes que ingresan a la educación superior en el campo de la ciencia. En el 2015, más de un tercio de la matricula total de educación media superior estaba registrado en programas técnicos, y el 32 por ciento de los alumnos de nuevo ingreso en educación superior eligieron áreas de estudio relacionadas con la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas, lo que representa cinco puntos porcentuales más que el promedio de la OCDE, y sitúa a México entre los seis primeros países de la organización respecto a este rubro.

Hacia el futuro, la educación enfrenta desafíos sustanciales por el cambio tecnológico. De acuerdo con el reporte "El Futuro de los Trabajos 2016", 65 por ciento de los empleos que tendrán los jóvenes que hoy comienzan educación media superior, y superior, aún no existen. Asimismo, datos de la consultora McKinsey revelan que con la tecnología actual, la automatización puede remplazar un 45 por ciento de las actividades dentro de un empleo y un cinco por ciento de empleos completos. Frente a este escenario, el gran reto del siglo XXI para la empleabilidad, radica en dotar cada vez más a las personas de la capacidad de aprender a aprender. Se trata de un cambio radical de paradigma.

Las competencias que más valoran los empleadores están cambiando. Según el Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), con base en el citado reporte, muestra la transformación que están sufriendo las preferencias del sector privado con relación a las competencias laborales.

Competencias	2015	2020
Solución de problemas complejos	1	1
Pensamiento crítico	4	2
Creatividad	10	3
Manejo de personas	3	4
Coordinarse con otros	2	5
Inteligencia emocional	-	6 (Nueva)
Toma de decisiones	8	7
Orientación de servicio	7	8
Negociación	5	9
Flexibilidad cognitiva	-	10 (Nueva)

Fuente: Foro Económico Mundial.

Asimismo, el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales ha mostrado las 10 competencias laborales más buscadas por los empleadores al momento de una contratación. Éstas se distribuyen de la siguiente manera:

Competencias	% de importancia para un empleador
Trabajo en equipo	69.6
Calidad	64.1
Comunicación efectiva	57.4
Planeación y organización	57.6
Responsabilidad	54.3
Liderazgo	51.1
Atención al cliente	48.9
Orientación a resultados	48.9
Compromiso	47.8
Toma de decisiones	43.5

Fuente: Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales.

Todos estos cambios impactarán, de manera muy importante, la evolución del turismo en México y en el mundo. En nuestro país, este sector genera alrededor de 10 millones de empleos, cuatro millones directos y seis millones indirectos e inducidos. De la población ocupada en turismo, 56 por ciento son mujeres y prácticamente una tercera parte son jóvenes. Asimismo, es importante destacar que la población ocupada en el turismo crece a una tasa anual promedio de 3.3 por ciento, mientras que la población ocupada promedio crece a una tasa de 1.5 por ciento, es decir este sector crece en ocupación a una tasa de más del doble que la del promedio de los demás sectores.

En cuanto a salarios en el sector, conviene apuntar que, para mejorar los ingresos de los trabajadores es necesario aumentar el valor agregado de los empleos que genera el turismo. Al analizar la productividad laboral de los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, al cierre del 2016, ésta cayó un cinco por ciento respecto al 2008, mientras que la productividad laboral general se incrementó en un cinco por ciento, de acuerdo a datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). La informalidad en el sector constituye también un gran desafío, ya que se estima que cerca de un 70 por ciento de la población ocupada en el turismo se encuentra en dicha situación.

No obstante que en materia de competitividad turística, México ocupa el lugar 22 de los 136 países analizados en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2017, en relación con los recursos humanos y mercado de trabajo, pilar que mide la disponibilidad de recursos humanos de calidad y la eficiencia con la que se asignan dichos recursos humanos, nuestro país es considerado el lugar número 70, por detrás de países como Perú, Sudáfrica o Indonesia. Al respecto, la Universidad La Salle Cancún realizó, en 2012, un estudio que reveló que la baja competitividad del recurso humano está asociada con las deficiencias en las competencias en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y no con los contenidos de los programas; específicamente, el retos es mejorar la instrucción en materias como tecnologías de la información y sistemas de reserva globalizados, idiomas extranjeros, trabajo en el contexto internacional, y generación y desarrollo de productos y servicios turísticos, entre otros.

Es importante señalar los esfuerzos que se han impulsado en materia de capacitación y profesionalización del sector, entre los que destaca la Cruzada por la Capacitación Turística, así como el desarrollo del área de turismo en el Subsistema de Educación Tecnología, donde actualmente se cuenta con 10 institutos tecnológicos, 35 universidades tecnológicas y cuatro universidades politécnicas, que en su carta curricular incorporan grados en turismo y gastronomía.

Asimismo, en la actualidad existen en México 1,200 instituciones de formación turística de nivel superior, de las cuales, cerca de 700 tienen carreras de turismo y gastronomía. Sin embargo, solamente, entre el seis y siete por ciento de todas las carreras de nivel superior, tiene reconocimiento y acreditación de calidad.

En este sentido, hacia el 2040, a fin de tener un capital humano con las cualificaciones necesarias para potenciar la productividad y la competitividad en el sector turismo, la prioridad debe ser redoblar esfuerzos para fortalecer la profesionalización de la actividad turística.

Experiencia internacional

Uno de los países que ha centrado sus esfuerzos en las últimas décadas en calidad educativa e innovación es Corea del Sur. Actualmente éste país ocupa el primer lugar en cobertura de educación y formación superior en el Índice de Competitividad Global 2017-2018. La inversión en conocimiento ha sido un factor fundamental para que, de 1980 a 2016, el Producto Interno Bruto per cápita de los coreanos pasara de 1,704 dólares, a más de 27,500 dólares, es decir, se multiplicó por más de 16 veces, mientras que el mexicano, en este mismo periodo, se multiplicó sólo tres veces. En materia de turismo, en 2015, Corea del Sur ocupaba el lugar 29 de los 141 países analizados en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo del Foro Económico Mundial, en 2017 dicho reporte lo ubica en el lugar 17.

Otra experiencia internacional relevante para México es el caso de Islandia. Actualmente es el país número uno en materia de recursos humanos y mercado de trabajo, en el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2017. En 2016, esta nación, de poco más de 330 mil habitantes, recibió a más de 1.7 millones de turistas internacionales, es decir, más de cinco veces el tamaño de su población, cuando hace apenas una década la presencia de turistas internacionales era mínima. Parte importante del éxito de Islandia en esta materia se explica como resultado de una educación de calidad en los diferentes niveles y su sólido modelo de educación dual y multilingüe.

¿A dónde queremos ir?

Visión al 2040

El turismo en México se consolida como una actividad productiva de alto valor agregado, y como un medio de movilidad económica y social, con base en un sistema educativo de calidad y amplia cobertura, vinculado estrechamente a las necesidades del sector; un mercado laboral capaz de reflejar las mejoras de productividad turística en los ingresos y condiciones de vida de los trabajadores; y una cultura organizacional que promueve la creatividad, el trabajo en equipo, la cultura de servicio, la innovación, el emprendimiento y la capacitación, profesionalización y certificación constante de los recursos humanos.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los mecanismos planteados por los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar para la consecusión de los fines se presentan a continuación.

Propuestas

1. **Consolidar un sistema educativo de calidad y amplia cobertura, estrechamente vinculado con las necesidades del sector.**

- Fomentar desde la educación básica el aprendizaje de contenidos relacionados con el sector turístico y la importancia de éste para México, así como promover una mayor identidad regional y nacional.
- Fortalecer la educación media superior y superior, consolidando su enfoque multilingüe, sustentable, internacional y tecnológico, y desarrollando en los estudiantes las competencias que está demandando la economía global del siglo XXI, como son pensamiento crítico, creatividad, solución de problemas complejos, inteligencia emocional y flexibilidad cognitiva, entre otros.
- Promover redes de intercambio estudiantil y de movilidad docente en las facultades y escuelas de turismo y gastronomía para compartir y conocer las mejores prácticas y experiencias internacionales.
- Reforzar los estudios de viabilidad y pertinencia educativa para determinar los programas y planes de estudio, así como las áreas de investigación del sector turismo.
- Robustecer el papel del sector privado en las políticas públicas de educación y empleo, específicamente, en las comisiones que diseñan los planes y programas de estudio, así como en la calificación del egresado y en los ejercicios de prospectiva que se realicen en estas materias.
- Potenciar la implementación de esquemas de formación dual en el sector turístico, como el actual Modelo Mexicano de Formación Dual, que le permitan a los estudiantes complementar su aprendizaje en el aula con prácticas en el lugar de trabajo.
- Flexibilizar el reconocimiento y la revalidación de estudios nacionales e internacionales.
- Fortalecer la formación de los docentes y promover su actualización tanto en contenidos relacionados con el turismo como en técnicas de vanguardia en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

2. **Potenciar al turismo como una actividad económica de alto valor agregado, capaz de reflejar las mejoras de productividad turística en los ingresos y condiciones de vida de los trabajadores.**

- Desarrollar certificaciones específicas, claras y pertinentes con el fin de fortalecer la profesionalización de los productos y servicios del sector turístico, facilitando la incorporación de las personas al mercado laboral, así como su crecimiento, y dándole certeza al sector privado de los conocimientos especializados y las habilidades concretas con las que cuenta el capital humano.
- Consolidar al sector turístico como un sector laboralmente incluyente, fortaleciendo la empleabilidad de sectores vulnerables o que presentan mayores dificultades para encontrar un empleo como son los jóvenes.
- Desarrollar visiones regionales y micro-regionales que se traduzcan en políticas públicas de formación y capacitación, atendiendo de manera específica las realidades y necesidades del sector turístico de cada una de las zonas y comunidades del país.
- Promover la formalidad en el sector turístico, impulsando acciones que simplifiquen trámites y que den a conocer los beneficios de la formalización.
- Construir una base de datos en la que se difundan las vacantes que tiene el sector privado en el ámbito turístico e identificar aquellas vacantes que no puedan ser ocupadas, a fin de tener un elemento más, que permita conocer las necesidades de capital humano de los empleadores.
- Fortalecer la recopilación datos e incorporar indicadores que permitan conocer las características y los niveles de participación económicamente activa que están teniendo las diferentes profesiones relacionadas con el sector como el nivel de cualificación, destrezas, horas de trabajo, tipos de puestos, salarios promedio, etc.
- Promover e institucionalizar pactos de productividad entre las empresas turísticas y los trabajadores del sector para que las mejoras en productividad se reflejen en mayores ingresos y mejores condiciones de vida para los trabajadores y sus familias.
- Impulsar la creación de centros de formación de personal de base, con el objetivo de fortalecer la capacitación y el adiestramiento del empleo en los niveles básicos de la actividad turística.
- Fomentar la certificación de las instituciones educativas que ofrecen programas académicos vinculados al turismo, en materia de calidad, para aumentar las barreras a la entrada en la autorización a instituciones profesionales. Ello, considerando que en México sólo seis de cada cien carreras de nivel superior tiene reconocimiento y acreditación de calidad.

3. Promover la innovación, la investigación y el emprendimiento para el desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos.

- Capacitar a los jóvenes con un perfil emprendedor, a través de programas educativos en los que se enfaticen conceptos como el de inclusión, emprendimiento, propiedad industrial y calidad, así como en el desarrollo de nuevos productos y servicios.
- Impulsar desde los sectores público y privado un mayor desarrollo de la investigación en materia turística que permita conocer de mejor manera tendencias de la demanda, así como estrategias para mejorar la competitividad, entre otros temas.
- Construir mecanismos con el sector privado para que, junto con el sector público, se invierta más en investigación, ciencia y tecnología relacionada con el turismo.
- Dar un mayor impulso a las incubadoras de negocios y fortalecer la transparencia en el uso de los recursos destinados a promover el emprendimiento.
- Potenciar el otorgamiento de créditos integrales, que vayan acompañados de asesoría en temas prácticos como generar un modelo de negocios, una estructura financiera y una estrategia de mercadotecnia, entre otros.

9

Consolidación y diversificación de la oferta turística

Introducción

Durante los últimos años, el flujo de turistas internacionales hacia México ha crecido a un ritmo mayor que el que se ha registrado en otras economías turísticas avanzadas y emergentes. De manera paralela, el peso relativo de la aportación del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) del país también ha venido creciendo, pasando del 8.20 por ciento en 2012 al 8.76 por ciento del PIB en 2016. En buena medida, estos resultados se han apoyado en un modelo de desarrollo turístico de cuatro décadas, centrado en complejos de costa altamente concentrados, vinculados a los destinos de sol y playa.

Aun cuando este modelo está en una etapa madura, ofrece potencial para su consolidación, pero, de acuerdo con la OCDE, es altamente vulnerable, frente a los patrones cambiantes de consumo y los riesgos ambientales.[31] De ahí la importancia de consolidar el turismo de sol y playa, adaptándolo a las nuevas exigencias del mercado internacional y de los retos ambientales; pero también de diversificar la oferta turística, con base en una mayor distribución geográfica; el desarrollo y promoción de nuevos destinos, rutas, clusters y productos de mayor valor; y el enorme potencial que ofrecen otras modalidades turísticas. Sólo así, la política turística de México podrá cumplir su objetivo de fomentar la inversión y el crecimiento económico, promover un desarrollo regional equilibrado y estimular un turismo productivo, incluyente y sustentable.

¿Dónde estamos?

El turismo de sol y playa es la modalidad que mayor número de turistas atrae a nivel mundial. Así, 12 de los 15 países con mayor afluencia turística, han desarrollado considerablemente esta modalidad. Sin embargo, la tendencia mundial se inclina a la diversificación y especialización de la oferta turística.

31 Estudio de Política Turística de México, OCDE, 2017.

México es el octavo país más visitado en el mundo debido principalmente al posicionamiento alcanzado por los destinos de sol y playa. Dicho proceso inició en 1974 con la creación de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), así como con el establecimiento de las bases para la creación y el financiamiento de los Centros Integralmente Planeados (CIP). Sobre esa base, México pasó de recibir 5.4 millones de turistas en 1980, a recibir 35 millones en 2016.[32]

En la actualidad, los destinos de sol y playa están cimentados en los seis CIP (Cancún, Huatulco, Ixtapa, Nayarit, Los Cabos, y Loreto) distribuidos en cinco estados de la república (Quintana Roo, Oaxaca, Guerrero, Nayarit, y Baja California Sur). A lo anterior se suman las playas certificadas por SEMARNAT, dentro de las cuales 35 han obtenido la certificación Blue Flag, que otorga la Fundación para la Operación Ambiental (FFE), y un sinnúmero destinos de playa a lo largo de los 11,122 kilómetros de litoral con los que cuenta el país.[33] Los CIP registran una ocupación hotelera superior a la nacional, 77.1 por ciento contra 60.3 por ciento.[34] En el mismo sentido, en 2016, tan sólo el aeropuerto de Cancún, principal destino de sol y playa del país, recibió a más de un tercio de los pasajeros internacionales que arribaron a México.[35]

Uno de los aspectos más importantes de los destinos de sol y playa es la captación de cruceros. Al respecto, México es el principal receptor de cruceros en el mundo, ya que, durante 2016, recibió un total de 6.4 millones de pasajeros en 2,269 embarcaciones. Los principales destinos de los cruceros en México son Cozumel y Mahaual, en Quintana Roo, y Ensenada, Baja California, los cuales en 2016 concentraron el 77.3 por ciento del total de pasajeros del país (56.7 por ciento, 10.5 por ciento y 10.1 por ciento, respectivamente).[36]

La contribución del turismo de sol y playa al desarrollo y posicionamiento turístico de México es innegable. Sin embargo, dicho modelo ha significado una dependencia excesiva del turismo internacional de los complejos establecidos en las costas, fuertemente concentrados en Cancún, la Riviera Maya y Los Cabos, en detrimento de un desarrollo

32 Cuenta Satélite del Turismo de México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía, 2017.
33 Comunicado de prensa N°95, Secretaría de Turismo, 2017
34 Sistema de Monitoreo DataTur, Secretaría de Turismo, 2017
35 Ibíd.
36 Ibíd.

turístico regional más equilibrado y de una oferta diversificada. Esta modalidad también significa un reto para la sustentabilidad y para la inclusión social del sector. Por estas razones, la consolidación de esta oferta turística requiere garantizar la preservación de las riquezas naturales y la calidad ambiental de nuestras playas; impulsar el desarrollo de nuevos productos que satisfagan las exigencias cambiantes de la demanda turística internacional; y generar alternativas accesibles para el turista doméstico. Resulta revelador que la mitad de las llegadas internacionales (47.5 por ciento) y casi dos terceras partes de las noches de hospedaje de turistas internacionales (62 por ciento) se concentran en Quintana Roo, frente a un cuatro por ciento de llegadas domésticas y 5.7 por ciento de las noches de hospedaje de turistas nacionales.

La consolidación del modelo de sol y playa, y la diversificación turística no son estrategias sustitutas, sino complementarias. La OCDE, por ejemplo, recomienda ampliar la conectividad para apoyar la diversificación del mercado y movilizar a los visitantes en todo el país.[37]

En ese contexto, resulta oportuno impulsar otras modalidades turísticas de alto potencial, como son el turismo de naturaleza, cultural, gastronómico, enológico, religioso, de reuniones, médico y fronterizo, entre otros.

El turismo de naturaleza puede dividirse en turismo de aventura y ecoturismo. El primero se refiere a los viajes que tienen como fin actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza, que requieren cierto tipo de destreza, pero que excluye las competencias deportivas. México ofrece un gran potencial para esta modalidad en virtud de ser uno de los cuatro países más megadiversos, y contar con nueve de los 11 ecosistemas del planeta, además de una amplia variedad de sistemas montañosos, más de 10 picos de más de cuatro mil metros de altura, y atractivos como la Peña de Bernal, tercer monolito más grande del mundo. Dentro de estos destinos es posible practicar el cañonismo, escalada y rappel, ciclismo de montaña y alta montaña. Esta modalidad incluye, además, actividades que aprovechan los ríos y mares, como el descenso de ríos en kayak, y el buceo, para el cual México cuenta con el segundo sistema de arrecifes de coral más grande del mundo. También existe un atractivo potencial para la práctica del espeleismo, gracias a las 273 cavernas con más de 200 metros de profundidad, así como para el vuelo en globo aerostático y en ala delta, entre otras.

37 Estudio de Política Turística de México, OCDE, 2017.

Por su parte, el ecoturismo está relacionado con los viajes que tienen como fin actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza. Éstas consideran actividades de carácter general como el senderismo interpretativo, zafari fotográfico, observación de flora y fauna, o las más especializadas como la observación de aves, animales acuáticos y participación en programas de rescate ecológico. Dentro de este rubro destaca el potencial que ofrece el Mar de Cortés, ubicado entre la península de Baja California y los estados de Sonora y Sinaloa; el Santuario de la Mariposa Monarca, en Michoacán; y la Selva Lacandona, en Chiapas.

Adicionalmente, México cuenta con un gran acervo de recursos culturales, lo que representa un poderoso elemento diferenciador de la oferta turística de México. De acuerdo con el Estudio Estratégico de Viabilidad para el Segmento de Turismo Cultural, realizado por el Centro de Estudios Superiores de Turismo, en el país se han identificado 811 localidades de interés para el desarrollo del turismo relacionado con la cultura. Asimismo, existen más de 2,000 zonas arqueológicas registradas, de las cuales 189 se encuentran abiertas al público, bajo la responsabilidad del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), más de 55 mil monumentos con valor histórico de los siglos XVI al XIX, así como una infinidad de objetos históricos, artísticos y de uso diario, exhibidos en los más de 309 museos registrados.[38]

Igualmente, nuestro país goza de 111 Pueblos Mágicos, así como de ciudades y localidades con manifestaciones arquitectónicas, valores históricos, costumbres, crónicas, leyendas, rituales, fiestas patronales y gastronomía, que componen el gran patrimonio cultural nacional.

Otra de las ventajas que presenta México para posicionarse como un destino predilecto entre aquellos turistas que busquen experiencias culturales, es la gran cantidad y variedad de sitios, recursos o elementos enlistados como parte del Patrimonio Mundial de la UNESCO. En la actualidad, se cuenta con 51 sitios inscritos como Patrimonio Cultural, de los cuales 12 son naturales, 37 son culturales y dos mixtos, lo que coloca a México como el sexto lugar mundial de dicha lista y como el primer lugar del continente americano.

38 Estudio Estratégico de Viabilidad para el Segmento de Turismo Cultural, Centro de Estudios Superiores de Turismo, 2002.

Vale la pena mencionar que, en la actualidad México preside la Organización Mundo Maya, organización donde participan los países de Belice, El Salvador, Guatemala y Honduras. Tal organización tiene como objetivo impulsar el fortalecimiento de la región Mundo Maya, a través de estrategias y acciones orientadas al desarrollo de nuevos productos y a la consolidación de la oferta existente, en el marco del desarrollo turístico sustentable, con la participación de los sectores público y privado e incorporando a las comunidades locales.[39]

El turismo cultural ha generado una clasificación basada en las características particulares de cada componente del Patrimonio Cultural. Estas etiquetas no plantean sólo un nombre, sino un propósito vinculante del turista que busca conocer las múltiples expresiones culturales que se manifiestan en México. Estas categorías son: 1) turismo patrimonial, 2) turismo religioso, 3) turismo de artesanías y técnicas artesanales, 4) turismo gastronómico y de paisajes culturales, 5) turismo de prácticas sociales y rituales, 6) turismo educativo y 7) turismo de representaciones artísticas.

La gastronomía mexicana es ampliamente reconocida en el mundo, al grado que está catalogada como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la UNESCO. En el México operan más de 50 mil restaurantes, los cuales generan 1.7 millones de empleos directos y 3.8 millones indirectos. En materia de turismo enológico, destacan la feria del Vino y el Queso en Tequisquiapan, Querétaro, y la Ruta del Vino en Baja California, así como la creación de 18 rutas gastronómicas dentro de la plataforma "Rutas por México" el cual integra más de mil 500 platillos y bebidas típicas, de 155 destinos (22 de playa y 123 del interior). En 2016, México se ubicó en la posición 31 en cuanto a la producción de vino, a nivel mundial.[40] Los estados con mayor vocación vinícola en el país son: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Guanajuato, Aguascalientes, Querétaro y Zacatecas. Así, el vino mexicano se ha posicionado internacionalmente y ocupa el lugar 28 del ranking global de los países productores más premiados.

El turismo etnográfico o folclórico se refiere a los viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad, en aspectos sociales, culturales y productivos de la misma. La participación del turista es activa dentro de la comunidad durante

39 Comunicado de presa 43, Secretaría de Turismo, 2017.
40 Comunicado 45, Secretaría de Turismo, 2016.

su estancia, de manera que se puede involucrar en la preparación de alimentos, creación de artesanías, así como estar en contacto con lenguas y tradiciones locales. Algunos de los principales eventos de este tipo son la Guelaguetza, Festival Internacional Cervantino, Festival Internacional de Cine de Morelia, Feria Nacional de San Marcos y la Fiesta de Día de Muertos en Mixquic. Al respecto, vale reconocer el apoyo en la conservación y desarrollo del contenido cultural de los 111 Pueblos Mágicos por parte del programa Promágico así como de la Feria Nacional de Pueblos Mágicos que se realiza anualmente.

México es un país predominantemente religioso. Hoy, el país cuenta con 84 catedrales y 196 iglesias, conventos y ex conventos de carácter históricos. El destino más importante es la Basílica de Guadalupe, en la Ciudad de México, la cual recibe a más de 20 millones de visitantes cada año (64 por ciento son nacionales y el 36 por ciento internacionales), destino únicamente superado por la Basílica de San Pedro, en el Vaticano. Otros destinos importantes son el Santuario de la Virgen de San Juan de Los Lagos, en Jalisco; el Santuario del Santo Niño de Atocha, en Plateros Fresnillo, Zacatecas; el Santuario de Cristo Rey, en Silao, Guanajuato; y el Santuario de Nuestra Señora de Juquila, en Juquila, Oaxaca.

Además de las modalidades turísticas que se desarrollan en ambientes naturales, existen otras modalidades que aprovechan los beneficios de la infraestructura urbana, así como del capital humano que en ellas existe. Una de estas modalidades es el turismo de reuniones, congresos y convenciones, el cual, debido a su naturaleza catalizadora del desarrollo económico, es de vital importancia dentro del desarrollo turístico y económico del país.

Esta modalidad contabilizó más de 266 mil reuniones, durante 2014, con un aforo superior a los 29 millones de asistentes, los cuales tuvieron un gasto per cápita que asciende a los 851 dólares (esto es, 94 por ciento superior al turista promedio). En conjunto, significó una derrama económica de casi 25 mil millones de dólares, equivalente al 17.5 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) turístico del país, o al 1.5 por ciento del PIB. En materia de divisas representó 2.4 mil millones de dólares, equivalente al 14.8 por ciento del total de divisas que ingresaron al país por turismo. La ocupación hotelera relacionada registró una ocupación de 29.5 millones de habitaciones noche, lo que representa el 23.3 por ciento del total nacional.[41]

41 La Relevancia Económica de las Reuniones en México, Consejo de Promoción Turística, 2016.

México cuenta también con un extraordinario potencial en cuanto al turismo médico, modalidad que surge cuando los consumidores eligen viajar a través de las fronteras internacionales con la intención de recibir algún tipo de tratamiento médico. Se estima que el tamaño de esta modalidad es de 14 millones de turistas, por los cuales se genera una derrama económica cercana a los 60 mil millones de dólares, de acuerdo con el Medical Tourism Association.

En los últimos 10 años el ingreso de divisas por turismo médico se ha más que triplicado, al pasar de 1,544 millones de dólares en 2006, a 4,798 millones dólares en 2016, como consecuencia del diferencial de costos y tiempos de espera que existe entre México y otros países, además del alto grado de especialidad de los servicios ofrecidos.[42]

Costo de procedimientos médicos seleccionados

Procedimiento	Costo		Ahorro promedio
	Estados Unidos	México	
Bypass cardiáco	123,000	27,000	78%
Angioplastia	28,200	10,400	63%
Remplazo de válvula cardiáca	170,000	28,200	83%
Remplazo de cadera	40,364	13,500	67%
Restructuración de cadera	28,000	12,500	55%
Operación de tobillo	35,000	12,900	63%
Implante dental	2,500	900	64%
Bypass gástrico	25,000	11,500	54%
Implante de senos	6,400	3,800	41%
Rinoplastia	6,500	3,800	42%
Estiramiento facial	11,000	4,900	55%
Liposucción	5,500	3,000	45%

Fuente: Medical Tourism Association, 2016

42 Comunicado de prensa 128, Secretaría de Turismo, 2017.

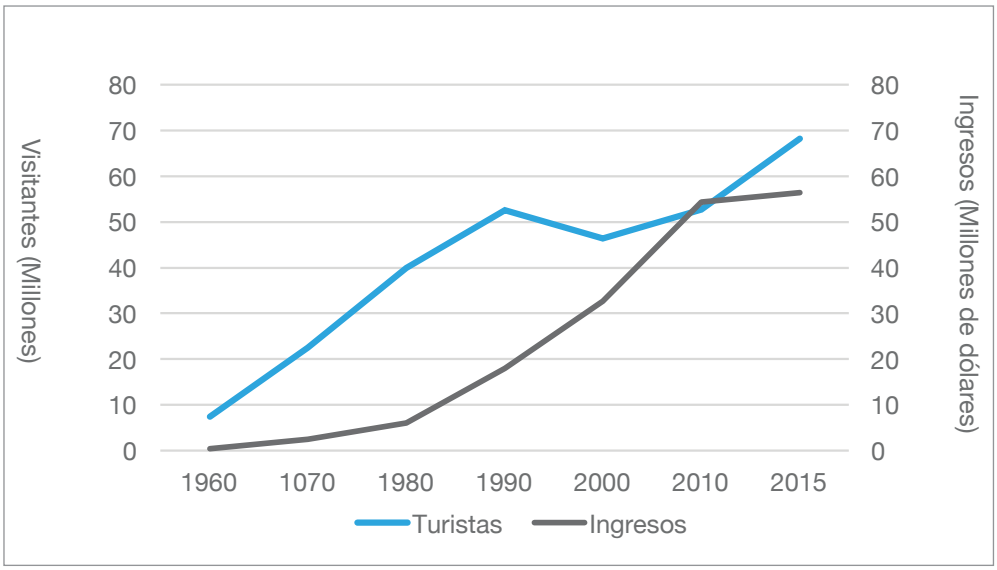
En México se tienen identificados al menos 15 clústeres médicos en 12 estados del país que agrupan a hospitales de gran calidad y exportan servicios de salud. Además, más de 230 mil unidades económicas están relacionadas directa e indirectamente con la cadena de valor del turismo médico: hospitales, laboratorios, clínicas, transportadoras, hoteles, restaurantes, operadores turísticos, entre otros.

Finalmente, nuestro país tiene la oportunidad de aprovechar su vecindad con el mercado más grande del mundo, a través del turismo fronterizo. Las cuatro entidades de Estados Unidos que comparten frontera con México (California, Arizona, Nuevo México y Texas) cuentan con una población de 76 millones de personas, cifra superior a la población total de Francia o Reino Unido, cuyo PIB regional equivale a cinco veces el tamaño de la economía mexicana. Si dicha región fuera un país, sería la quinta potencia económica del mundo, sólo detrás de EUA, China, Japón y Alemania. Ello representa un enorme mercado potencial de alto poder adquisitivo para el turismo fronterizo, por lo que promover, hacia el 2040, una estrategia integral, agresiva y pertinente de desarrollo turístico fronterizo resulta prioritario para México.

Experiencia internacional

España es el tercer país más visitado del mundo. Recibe cerca de 70 millones de turistas anualmente y, de acuerdo con el Reporte de Competitividad en Viajes y Turismo 2017, es el país más competitivo en materia turística. En buena medida, estos resultados son consecuencia de un largo proceso de consolidación turística cimentada en de los destinos de Sol y Playa de la costa del Mediterráneo, agresivas campañas de promoción de las riquezas naturales y patrimoniales, así como acertadas medidas regulatorias en los centros turísticos. Así, desde la década de los sesenta se generó el despegue del turismo español, así como el desarrollo de la infraestructura básica para la atención de turistas internacionales. Posteriormente, y como consecuencia del mayor grado de autonomía en las comunidades españolas en el manejo de la industria turística es que, la promoción turística comenzó a diversificarse aprovechando las riquezas de cada destino.

Turismo en España: visitantes e ingresos, 1960-2015



Fuente: F. BAYÓN, 50 años de turismo español. Un análisis histórico y estructural, Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid; Databank, Banco Mundial, 2017.

Sin embargo, no es sino hasta la publicación del Libro Blanco del Turismo Español, en 1990, por parte la Secretaría General de Turismo, que se realiza un análisis y diagnóstico del sector turístico, así como el estudio de sus fortalezas y debilidades para la formulación de un plan de mediano plazo. Dicho plan propone avanzar de forma combinada en tres direcciones: primero, liderazgo en la relación calidad-precio, especialmente en sol y playa; segundo, diferenciación en segmentos distintos al de sol y playa en los que España pudiera conquistar cuotas de mercado razonables y donde no fuera imprescindible un liderazgo basado en costos; y tercero, especialización en aquellos casos en los que existiera poco riesgo de aparición de productos sustitutivos y alta debilidad por parte de los competidores.

Por su parte, el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan Futures) definió una estrategia turística que significó un proceso de colaboración entre el Estado y las Comunidades Autónomas, con el objeto de desarrollar un sector más competitivo, rentable y diversificado que contribuyera de forma sostenida y equilibrada al crecimiento económico de las zonas turísticas, así como a conservar y mejorar los entornos naturales y culturales, y aumentar la calidad de vida de los agentes involucrados en la actividad turística.

El Plan Futures se desarrolló en dos etapas, la primera, de 1992 a 1995, la cual se centró en cinco planes operativos:

1. Coordinación y cooperación institucional.
2. Modernización e innovación turística.
3. Desarrollo de nuevos productos turísticos.
4. Promoción, marketing y comercialización.
5. Excelencia turística.

Y la segunda, de 1996 a 1999, con siete planes operativos:

1. Coordinación entre las administraciones públicas y con el sector privado.
2. Mejora de la calidad del producto y servicio turístico español.
3. Mejora de la capacidad tecnológica y de innovación de las empresas del sector turístico.
4. Impulso a la confluencia de actuaciones públicas y privadas para la mejora de la oferta turística de los destinos.
5. Cooperación con los países en desarrollo y apoyo a la internacionalización de las empresas turísticas españolas.
6. Mejora de la cualificación y especialización del capital humano de la industria turística.
7. Profundización en la diversificación y des-estacionalización de la oferta turística.
8. Apoyo al conocimiento riguroso del sector y difusión de los resultados.

La ejecución de estas políticas permitió mantener el crecimiento de la industria turística, suavizar la estacionalidad de las demandas, diversificar la captación de turistas tanto nacionales como extranjeros, afianzar los destinos de Sol y Playa, además de ampliar la oferta turística, apoyados en la cultura, la geografía, la flora y la fauna del país.

Estacionalidad del turismo extranjero
(100 = media mensual de cada año)

Mes	Año		
	1980	2000	2014
Enero	60.8	51.3	56.6
Febrero	50.5	58.5	57.6
Marzo	62.9	77.9	72.0
Abril	77.8	108.8	97.2
Mayo	81.7	105.9	112.5
Junio	99	119.9	121.6
Julio	201.6	164.2	152.7
Agosto	249.9	149.0	167.8
Septiembre	124.3	130.3	129.5
Octubre	71	107.1	108.9
Noviembre	53	64.5	63.3
Diciembre	67.3	62.6	60.3

Fuente: R. Tamames, p. 462, Anuario El País, 1997 y 2000; SIET-DATATUR. Ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

México consolida sus destinos turísticos de sol y playa, y aprovecha responsablemente el turismo cultural y de naturaleza, como el gran diferenciador y plataforma para desarrollar una oferta turística diversificada, que considere las vocaciones productivas de cada región y el apetito del mercado para el desarrollo de nuevos productos, a partir del enorme potencial que representa el turismo de reuniones, de salud, de aventura, de romance, deportivo, social, LGBT, cinegético, gastronómico, enológico, etnográfico, religioso, y fronterizo.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes de los Foros Turismo es bienestar, aportaron propuestas puntuales que a continuación se desarrollan.

Propuestas

1. Planeación y desarrollo de productos turísticos.

- Elaborar estudios de mercado que comprendan el perfil, las características y las tendencias de los segmentos objetivos locales y regionales.
- Identificar los productos y servicios sustentables por desarrollar a corto, mediano y largo plazo, de acuerdo a las necesidades del mercado, con el apoyo de micro y pequeñas empresas de turismo.
- Realizar consultas con las comunidades receptoras, incorporando las opiniones de las partes interesadas.
- Identificar productos insignia sobresalientes e incluyentes, creando combinaciones de productos en una o varias zonas de desarrollo turístico, o de productos que se constituyan en polos para atracción de turistas nacionales e internacionales.
- Desarrollar servicios integrados de transporte aéreo y terrestre para conectar a los turistas con las regiones y productos turísticos insignia.
- Reconocer productos en torno a rutas, circuitos y corredores, a través del patrimonio tangible e intangible existente, así como de la organización de festivales y eventos.
- Elaborar estudios de factibilidad económica financiera de los productos propuestos, identificando posibles inversionistas privados.
- Desarrollar programas de capacitación y de formación profesional para contar con el personal y el nivel necesario para el desarrollo y operación de los productos turísticos.
- Llevar a cabo un programa de promoción de los productos turísticos a nivel nacional e internacional, contando para el efecto, con una marca o branding que resulte ser autentico y refleje los atributos únicos de los destinos.
- Impulsar la profesionalización de los guías turísticos y promover un registro y certificación de los mismos, otorgados por la SECTUR.

- Diversificar los atractivos turísticos que ofrecen los Pueblos Mágicos a través de estrategias de diferenciación con el objetivo de que los turistas encuentren una experiencia diferente y adicional en cada destino.
- Fortalecer el marco regulatorio y la incorporación de mejores prácticas en materia de normatividad fitozoosanitaria en beneficio de la seguridad de los visitantes y para la protección de las comunidades receptoras.

2. Consolidación de los destinos de sol y playa.

- Desarrollar un modelo integral de seguridad pública en los destinos turísticos, apoyado en políticas de inclusión social, tareas de prevención, esquemas de inteligencia, desarrollo policial, y la participación corresponsable de los tres órdenes de gobierno y de los actores del sector.
- Incorporar la sustentabilidad como un eje rector de las políticas del sector, con base en la preservación de nuestras riquezas naturales, con énfasis en la conservación de especies en peligro de extinción y la protección efectiva del medio ambiente; la transición hacia un modelo de desarrollo turístico de energías limpias; el aprovechamiento de tecnologías de punta en el manejo sostenible del agua y de los residuos sólidos, en los destinos turísticos de sol y playa; el fortalecimiento del marco jurídico y de la capacidad de aplicación eficaz de las leyes y regulaciones ambientales.
- Impulsar sistemas integrados de transporte y de movilidad inteligente y sustentable en los destinos turísticos de sol y playa.
- Aumentar el número de playas certificadas por SEMARNAT, así como la obtención de certificados Blue Flagg, para posicionar a los destinos de sol y playa no sólo por su gran belleza, sino también por la capacidad de gestión del medio ambiente, y calidad en los servicios otorgados.
- Fortalecer los beneficios sociales de las actividades turísticas en los destinos de sol y playa, mediante el encadenamiento productivo, el desarrollo de proveeduría local, mayores apoyos a las Mipymes, y programas de inclusión social de amplio espectro, en favor de las comunidades locales receptoras.

- Desarrollar y fortalecer iniciativas como el Programa Centros de Playa para mejorar la imagen urbana en destinos turísticos, así como el ordenamiento de actividades recreativas, la regulación de comercio informal, la conservación de playas, y acciones integrales como son la señalización, el aumento de la accesibilidad aérea, el desarrollo de infraestructura, y la operación de programas de promoción y comercialización en los destinos de sol y playa.
- Mejorar la relación precio-calidad en los destinos de sol y playa, a través de programas de capacitación, profesionalización y certificación de los recursos humanos y de los prestadores de servicios turísticos, y el aprovechamiento estratégico de las tecnologías de la información y la comunicación.

3. Impulso del turismo de naturaleza con visión sustentable.

- Impulsar el turismo de avistamiento de aves endémicas, ya que en la actualidad México cuenta con 16 especies dentro de esta clasificación, lo que representa una oportunidad de gran potencial para desarrollar una actividad que genera una importante derrama económica en equilibrio con el medio ambiente.
- Alinear la planeación turística con la Estrategia Nacional sobre Biodiversidad de México de la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO).
- Continuar con la ampliación de las áreas naturales protegidas como medida de conservación de los recursos naturales, y de los atractivos turísticos que albergan.
- Trabajar de manera estrecha y consistente con las comunidades locales en el proceso de sensibilización, capacitación y reconversión de actividades productivas con el propósito de sustituir gradualmente actividades que generan externalidades negativas a nuestras riquezas naturales, por actividades turísticas sustentables como son el turismo de aventura y el ecoturismo.
- Fortalecer, promover y potenciar los alcances y beneficios de la Feria de Turismo de Naturaleza.
- Posicionar a México como sede de eventos internacionales que atraigan anualmente a turistas de todo el mundo.
- Reforzar la promoción internacional del turismo sustentable.

4. Promoción del turismo cultural en sus diferentes modalidades.

- Alinear estratégicamente las prioridades de la política turística y de la política cultural del país, involucrando a los tres órdenes de gobierno, los actores del sector turístico, la comunidad cultural y a la sociedad civil, a fin de mejorar la posición competitiva de México, a partir del enorme potencial que ofrece el turismo cultural.
- Fortalecer la preservación y, en su caso, restauración, del patrimonio cultural de México.
- Difundir y promover agresivamente los inigualables activos, creaciones y atractivos culturales que hacen de México un destino turístico único en el mundo, aprovechando el buen posicionamiento de la Marca México, la red de embajadas y consulados, los festivales culturales mejor posicionados, así como el acreditado prestigio de los creadores y artistas mexicanos.
- Potenciar el atractivo turístico de nuestro envidiable patrimonio cultural, orientado cada vez más las actividades que se realizan en los espacios culturales de todo tipo, hacia la creación y recreación de experiencias de consumo alineadas con la evolución cambiante de los patrones de la demanda turística nacional e internacional.
- Impulsar esquemas de Asociación Público – Privada en la construcción, expansión y modernización de infraestructura y en la producción de actividades culturales y artísticas, con propósitos turísticos.
- Propiciar y facilitar el conocimiento a los mexicanos de nuestro acervo cultural.
- Mejorar los esquemas de comercialización y mercadotecnia de nuestras artesanías, a fin de elevar el valor agregado de las artesanías mexicanas, en beneficio de las comunidades indígenas.
- Difundir y promover la originalidad y riqueza de la gastronomía mexicana como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, mediante rutas gastronómicas, festivales culinarios, y eventos gastronómicos internacionales.
- Impulsar una vinculación más estrecha entre la cadena de valor de la enología mexicana y la industria hotelera y restaurantera mexicana, a fin de integrar verticalmente la industria, fortalecer el desarrollo de proveeduría local y promover un mayor consumo de vinos nacionales.
- Desarrollar integralmente, como producto turístico, una ruta de turismo religioso, a partir del alto flujo turístico y el enorme potencial que ofrecen las actividades de la Basílica de Guadalupe, en la Ciudad de México.

- Respaldar la celebración de los festivales culturales emblemáticos del país, con mejoras en la conectividad aérea y terrestre, la infraestructura y servicios urbanos, la seguridad pública, y la calidad de los servicios turísticos.

5. Desarrollo estratégico del turismo de reuniones.

- Fortalecer el marco normativo del turismo de reuniones para que la reglamentación facilite el crecimiento de la industria, así como su capacidad de adaptarse a los cambios de las tendencias internacionales.
- Impulsar la profesionalización del sector mediante programas de vinculación entre la academia y la industria, el fortalecimiento de los planes de estudio, y así como la enseñanza de idiomas dentro de los centros educativos.
- Ampliar la promoción por parte del CPTM para: realizar alianzas estratégicas con las principales Asociaciones del segmento (MPI, ICCA, IAEE, ASAE), así como la planeación estratégica en el apoyo de candidaturas para atraer eventos internacionales, con la intención de vincularlas con las fortalezas regionales del país, fomentando el intercambio de ideas para potenciar la vocación de cada destino.
- Fortalecer la infraestructura de las comunicaciones y la conectividad en favor de los visitantes que asisten al turismo de reuniones.
- Fortalecer el posicionamiento y difusión de las ventajas comparativas que ofrece México en materia de turismo de reuniones, particularmente en la relación precio calidad, con el propósito de diversificar este mercado, debido a que cerca del 80 por ciento de estas actividades se realizan por visitantes nacionales.
- Incrementar la conectividad aérea en los destinos, particularmente en la región del Pacífico, debido a que esta situación obstaculiza las facilidades requeridas para la llegada de turistas extranjeros.
- Ofrecer atracciones alternas como acciones complementarias al turista de reuniones, tales como el fomento de torneos de golf o la pesca deportiva.
- Consolidar la participación de México en la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones, (ICCA), para contar con un respaldo institucional reconocido en más de 70 países.
- Incorporar en los temarios y planes de estudio de escuelas turísticas las necesidades reales del sector con el objetivo de preparar a los alumnos en materia de hospitalidad y prestación de servicios, y fortalecer la profesionalización del sector.

6. Fortalecimiento del turismo médico.

- Promocionar internacionalmente la oferta de servicios médicos, basada en el talento y competitividad del país, mediante el apoyo de CPTM, ProMéxico y la red de embajadas con las que cuenta México.
- Fomentar mecanismos de atracción de pacientes a lo largo de todo el proceso de rehabilitación, ligándolos con el resto de modalidades en las cuales México tiene gran reconocimiento internacional como el turismo gastronómico o de sol y playa.

- Impulsar la certificación institucional de los prestadores de servicios a través de los programas del sector salud, así como otras industrias relacionadas como con hospitales, clínicas, consultorios, etcétera. Al respecto, vale la mención la creación del sello "Turismo de Salud" el cual reconoce a las empresas que están desarrollando esfuerzos de sinergia con el sector médico y que conocen elementos básicos de atención al turista de salud, atendiendo aspectos de comunicación, instalaciones, transparencia de productos y servicios, así como educación en dicho segmento.

7. Impulso del turismo fronterizo.

- Fortalecer el desarrollo turístico en las fronteras, con mayor seguridad y la diversificación de la oferta, con base en las vocaciones productivas locales y los segmentos de mercado de mayor potencial, como son el turismo médico, cultural, gastronómico, enológico, cinegético, ecoturismo, turismo de reuniones y el turismo LGBT, entre otras modalidades.

10

Promoción turística estratégica

Introducción

La promoción efectiva de las riquezas y atractivos que ofrece México es un instrumento clave para la consolidación del sector turismo hacia el 2040. Esta actividad incluye estrategias dirigidas a los turistas internacionales y nacionales, así como mecanismos para fomentar la atracción de inversiones turísticas y el aumento de la derrama económica de los visitantes. En ello, la participación y colaboración coordinada de los actores del sector público y privado, es fundamental.

En los últimos años, el viajar por México se ha convertido en un activo de consumo duradero, cuya reputación se extiende debido a la propia comunicación de los visitantes quienes han hecho de nuestro país, un destino de fama internacional gracias a la hospitalidad de su gente. Esta percepción se complementa a través de campañas implementadas por el Gobierno de la República como: México, Live it to Believe it; Viajemos todos por México; Conéctate al Turismo; Mejora tu Hotel y Mejora tu Restaurante; entre otras. En esta tarea, debe reconocerse la capacidad y el decidido compromiso del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), una institución sólida y de experiencia probada que ha diversificado las estrategias y ha mejorado la implementación de campañas para el fortalecimiento del sector. El CPTM es un organismo mixto con representación del gobierno y de la iniciativa privada, creado en octubre de 1999 con el objetivo de incrementar el gasto y estadía de los turistas, aumentar el número de visitantes y extender la participación de mercado a nivel mundial. Este organismo cuenta con certeza financiera debido a que 70 por ciento de los ingresos por el Derecho de No Residentes, se asigna a su presupuesto.

Asimismo, como estrategia de posicionamiento global, se ha impulsado la Marca-País de México. Sobre esa base, actualmente se reconoce el efecto que tiene la imagen nacional y sus externalidades positivas en la atracción de visitantes. De acuerdo con el Informe Anual de Marcas Nacionales realizado por Brand Finance, la Marca-País es una herramienta que impulsa la productividad, pues obliga a la agregación de valor en los productos, atrae a turistas, y genera capital humano calificado. El citado informe ubica a México como la décimo-tercera marca más valiosa a nivel mundial y le asigna un valor cercano a los 1.04 billones de dólares[43].

Si bien, las acciones emprendidas en materia de promoción y posicionamiento de México como destino de clase mundial han generado buenos resultados, es necesario mantener la buena tendencia a través de la especialización en los mercados específicos y segmentos del sector. En este sentido, la alineación de las autoridades, oficinas en el exterior y prestadores de bienes y servicios es un elemento fundamental para la consolidación de un turismo con presencia global.

¿Dónde estamos?

Del 2013 al primer semestre del 2017, el turismo en México registró un crecimiento sostenido a tasas que duplican el crecimiento promedio de la economía nacional.[44] Tan sólo en 2016 se registró el arribo de 41.9 millones de pasajeros en vuelos nacionales, cifra superior en 49.1 por ciento a la registrada en 2012. En cuanto al arribo de turistas internacionales a nuestro país, éste creció en un 49.9 por ciento de 2012 a 2016, al registrar 35 millones de turistas internacionales, 11.7 millones más que al principio de la presente administración. Los ingresos de divisas obtenidos en 2016 por la actividad turística crecieron un 10.8 por ciento respecto a 2015 y 54.2 por ciento, comparado con 2012. Con esto, México se posiciona como el segundo país americano con mayores ingresos percibidos por turismo internacional, al alcanzar un máximo histórico de 19.6 mil millones de dólares.[45]

---

43 Nation Brands, Informe anual sobre las marcas nacionales más valiosas del mundo, 2017, Brand Finance.
44 5to Informe de Gobierno, 2016-2017, Presidencia de la República.
45 Ibíd.

Estos datos favorables no serían posibles sin el acompañamiento oportuno de estrategias de mercadotecnia para el posicionamiento de nuestro país en la escena turística internacional. En ese sentido, como se ha dicho anteriormente, se ha implementado una estrategia integral de promoción turística internacional mediante una serie de campañas y programas. Éstas están dirigidas, principalmente, a mercados prioritarios en Norteamérica, Latinoamérica, Europa y Asia. Las campañas no sólo promueven la visita a los destinos turísticos, sino también la riqueza cultural de nuestro país, como la gastronomía, los pueblos mágicos y las rutas regionales.

Asimismo, de septiembre de 2016 a mediados del 2017, se realizó la promoción de los destinos turísticos de México en las veinte principales ferias internacionales dentro de los principales mercados emisores de turistas, como lo son los Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Francia, Japón, Argentina, Italia, China, España, Colombia, Alemania, Corea del Sur y Chile. En éstas se contó con una inversión de 193 millones de pesos y con la participación de 672 expositores de la industria turística nacional.

Otra de las estrategias de promoción es la marca Paraísos Indígenas creada en 2015, con la que se da a conocer la riqueza cultural y natural de los pueblos y comunidades indígenas de nuestro país. Bajo esta marca se agrupan una serie de sitios turísticos con alto valor natural, cultural e histórico bajo el resguardo de comunidades indígenas. Para 2017 ya son 105 los sitios turísticos que ostentan dicha marca, con lo que se ha logrado beneficiar a 7,547 indígenas.[46]

De los recursos financieros destinados al sector cultura de 2013 a 2017, el 47 por ciento se dirigieron a la promoción y difusión de las expresiones artísticas y culturales. Destacan también los 126 paseos culturales organizados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia, INAH, que contaron con la presencia de 3,963 personas en el periodo de septiembre de 2016 a junio de 2017.[47]

46 Ibíd.
47 Ibíd.

Para posicionar a México como un megadestino, fomentar una mayor estancia y frecuencia de viaje, atraer viajeros de poder adquisitivo más alto y generar mayor derrama económica, se diseñó la estrategia de comunicación institucional internacional Mexico, a world of its own, campaña basada en los principios y la esencia de la marca México, que son: un país acogedor y amigable; una alta calidad de servicio al consumidor, una conexión humana fuerte, autenticidad y diversidad.

Dicha campaña internacional pretende captar a las siguientes audiencias: babyboomers; viajero independiente (FIT); familias; y, millennials, y es aplicada a cada una de las modalidades turísticas, como son: turismo de reuniones; sol y playa; romance; turismo de naturaleza y aventura; turismo médico y de bienestar; turismo cultural; turismo deportivo; LGBT y cruceros.

Asimismo, en cada uno de esos segmentos, se comunicará de forma transversal sobre la sustentabilidad, la gastronomía y la oferta de lujo. Cabe destacar que la campaña está centrada en experiencias y se personaliza el mensaje respecto a cada mercado.
Mediante diversos materiales de la campaña se estará comunicando sobre los Estados que ofrecen producto internacional. Con la ejecución de la campaña institucional internacional se espera incrementar el número de llegadas de viajeros internacionales a México, diversificar el origen de los viajeros que visitan México y fortalecer la imagen de México como destino turístico, promoviendo la calidad, la autenticidad y la diversidad de las experiencias que ofrece el país.

Además, se esta implementando la campaña táctica "Dear Country", que forma parte de la campaña internacional institucional Mexico, a world of its own.

Esta campaña específica tiene como objetivo de comunicación; dar un reconocimiento e invitar a viajar a México a cada uno de los mercados prioritarios de forma personalizada, generando una conexión y apelando a la emoción; resaltando experiencias únicas que ofrecen los destinos de México.

Esta campaña se basa en encuestas que destacan que México es reconocido como uno de los países más acogedores y amigables del mundo.[48]

Dicha campaña ha sido diseñada para tener difusión en medios digitales en los principales mercados emisores, tales como: Estados Unidos, Canadá, Colombia, Brasil, Argentina, España, Alemania, Italia, Francia, Reino Unido, Finlandia, Polonia, Corea, Japón, China, y Australia.

Con esta campaña se espera estrechar relaciones con los mercados prioritarios, diversificar el origen de los turistas que visitan México y fortalecer la imagen de México como destino turístico, promoviendo la calidad, la autenticidad y las diversas atracciones.

Sin embargo, se reconoce que aún quedan retos importantes en cuanto a la promoción turística nacional. Por ejemplo, el Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo 2017 del Foro Económico Mundial señala que una de los mayores retos que enfrenta México para seguir mejorando su puntaje en competitividad turística es la seguridad, materia en la cual el país se sitúa en el puesto 113. En particular, el país obtuvo puntajes bajos en los subíndices que evalúan los costos comerciales del delito y la violencia, la fiabilidad de los servicios policiales y la tasa de homicidios.

Experiencia internacional

Promoción turística de Islandia: “Inspirado por Islandia”

En 2010, la agencia mundial de branding londinense, Brooklyn Brothers, y la agencia de publicidad más grande de Islandia, Islenska, fueron nombrados los nuevos socios estratégicos para idear la nueva estrategia de promoción turística de Islandia. Se considera una gran idea el haber nombrado como socio a una firma extranjera, ya que esto permitió que se contara con una nueva perspectiva y se optó por adoptar una estrategia no tradicional, al mismo tiempo que la agencia islandesa contaba con los conocimientos locales.

48 John Mason Survey, Reveals the World’s Most Welcoming Countries, 2016.

Al analizar las encuestas se observó que el 80 por ciento de los visitantes de Islandia recomendaba la isla como destino, convirtiendo a este país, en proporción a los visitantes que recibía, en el más recomendado de Europa.[49] Esto propició que la campaña Inspire by Iceland se potenciara, al solicitar a los ciudadanos del propio país compartir el mensaje de la isla. Dichos mensajes se podían compartir directamente en las redes o en la página Promote Iceland. En una semana reunieron 1.5 millones de historias, incluyendo a celebridades de la talla de Björk o Yoko Ono. Para 2011 se logró atraer a 565,600 turistas, lo que representó un aumento de 16.6 por ciento con respecto al año anterior.

En 2015 se lanzó la campaña Ask Guðmundur, el cual funciona como el primer motor de búsqueda humano del mundo, es decir, ofrece una alternativa humana a los motores de búsqueda en línea tradicionales como Google. Siete islandeses llamados Guðmundur (nombre masculino) o Guðmunda (nombre femenino) se ofrecieron como voluntarios, poniendo a disposición su conocimiento, consejos y secretos locales a los turistas que desean la mejor experiencia de Islandia. Las preguntas se realizaban mediante redes sociales con los hashtags #AskGuðmundur y #IcelandSecret. El servicio tiene como objetivo educar a los turistas sobre la diversidad de Islandia en todas las estaciones del año y la variedad de actividades y experiencias que este país tiene para ofrecer desde una perspectiva local.[50]

Guðmundur es uno de los nombres más populares en Islandia, con más de 4,303 personas del total de 329,100 habitantes. La campaña Ask Guðmundur logró un retorno de inversión de 15 a 1, se publicaron 2,201 artículos de relaciones públicas, se logró un valor en medios de 3.5 millones de libras esterlinas, 298 millones de impresiones en redes y más de 1000 preguntas. La campaña Inspired by Iceland ha sido una de las campañas más premiadas en el turismo mundial y ha ayudado a duplicar el número de visitantes internacionales que llegan a Islandia.

---

49 Tourism in Iceland in figures, junio 2017, Junta de Turismo de Islandia.
50 Ask Guðmundur, Inspired by Iceland.

De acuerdo a cifras de la Junta de Turismo de Islandia, la participación del turismo en los ingresos en divisas creció del 23.7 por ciento en 2012, a 39.2 por ciento en 2016, según las mediciones de la exportación de bienes y servicios. Desde 2012, el número de empleados en los sectores relacionados con el turismo ha aumentado anualmente en más del 60 por ciento y el número de extranjeros que visitan Islandia se ha casi cuadruplicado desde 2010, la tasa promedio de crecimiento anual de visitantes ha sido del 24.4 por ciento desde 2010. El mayor aumento fue de 2015 a 2016, con un aumento de 39 por ciento.[51]

Las agencias encargadas de dicha campaña obtuvieron cuatro EACA Euro Effies, galardón que premia a las mejores campañas de comunicación de marketing por su campaña turística Inspired by Iceland, Ask Guðmundur. Las agencias ganaron conjuntamente en cuatro categorías para la campaña. Así, esta campaña tan peculiar inspirada en los mismos habitantes y en la gente local logró cambiar el panorama del sector turismo de todo un país mediante la participación directa de la gente.

¿A dónde queremos ir?

Visión 2040

México se consolida como una potencia turística a nivel mundial, mediante una política de promoción turística estratégica, transversal e incluyente, y gracias a una eficaz coordinación entre los tres órdenes de gobierno y el sector privado, que fortalece la gobernanza del sector, mejora el marco regulatorio, fortalece el Estado de Derecho e impulsa, con mayor fuerza, la promoción turística especializada, diversificando la oferta turística y alineando los objetivos de las distintas campañas.

¿Cómo vamos a lograrlo?

Los participantes presenciales y virtuales de los foros Turismo es bienestar, plantearon diversas aportaciones que se presentan a continuación.

---

51 Tourism in Iceland in figures, junio 2017, Junta de Turismo de Islandia.

Propuestas

1. Alineación estratégica de la política nacional de promoción turística.

- Generar información para mejorar la toma de decisiones en la conducción e implementación de la política turística mediante el uso de herramientas estadísticas. Esto permitirá identificar los retos en materia de promoción turística con especificidad.
- Fortalecer la relación entre proveedores y usuarios a fin de promover las riquezas y atractivos nacionales, bajo las mismas estrategias posicionamiento.
- Mejorar los vínculos entre política, prestadores de bienes y servicios y promoción para que la oferta turística de México se encuentre alineada con las preferencias del mercado.
- Aumentar la coordinación entre el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), que tiene una fuerte influencia en la oferta, y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), que tiene interacción con la demanda, así como de estos organismos con la SECTUR a fin de contar con información completa del sector.
- Aprovechar la presencia de las oficinas consulares, representaciones gubernamentales y oficinas del CPTM en el extranjero para fortalecer la promoción turística del país.
- Alinear las campañas de publicidad y las acciones de promoción turística a la estrategia de Marca País para crear sinergias y reforzamientos entre ambas.

2. Percepción, elemento que detona el potencial del sector turismo.

- Atender de manera oportuna la problemática de la inseguridad mediante el fortalecimiento de las instituciones policiacas tomando en cuenta la implementación de poco invasivas en beneficio de la percepción de los destinos turísticos.
- Generar una estrategia de incentivos para que los visitantes extranjeros tengan una segunda visita y hablen de las ventajas de visitar nuestros destinos turísticos.
- Implementar estrategias de mejoramiento y capacitación para profesionalizar la hospitalidad de los centros y desarrollos turísticos, particularmente en los Pueblos Mágicos.
- Instrumentar programas integrales de comunicación enfocados a promover a México como un destino moderno, diverso y confiable al cual los turistas aspira a visitar
- Fortalecer la imagen de México como destino turístico promoviendo la calidad, diversidad y autenticidad de sus atractivos.

- Desarrollar mecanismos estandarizados para la medición y generación de información objetiva sobre el impacto de las estrategias de promoción turística.

3. Diversificación de la promoción turística con enfoque de mercado.

- Promover los destinos turísticos de México destacando su diferenciación y oferta de experiencias nuevas y únicas.
- Llevar a cabo las campañas de promoción de destinos turísticos en forma coordinada con diversas dependencias como la Secretaría de Cultura, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el Instituto Nacional de Antropología e Historia, etcétera.
- Aumentar el financiamiento a la promoción turística que se destina a servicios turísticos que no perteneces a los destinos de sol y playa a fin de diversificar y fortalecer la oferta turística nacional.
- Aprovechar la red de promoción que se pueden generar con los congresos que hoy ya realizamos, para promover la visita de otros destinos dentro del país.

4. Seguir fortaleciendo la imagen de México en el extranjero.

- Implementar el concepto de "Casas de México" en destinos internacionales en las cuales se lleven a cabo eventos culturales de promoción.
- Seguir implementando campañas publicitarias que proyecten lo mejor que tiene México para ofrecer, tomando en cuenta los diversos productos turísticos que se tienen en el país a fin de diversificar y abarcar a un mayor número de consumidores.
- Promover campañas de relaciones públicas destinadas a cambia la imagen y la percepción negativa que se pueda tener de los destinos turísticos.
- Generar nuevas estrategias de cooperación entre las oficinas del CPTM en el extranjero y las principales cámaras comerciales de estos destinos.

5. Fortalecimiento del Consejo de Promoción Turística como institución líder de la promoción de México y sus destinos turísticos.

- Fortalecer la promoción turística que se lleva a cabo, adecuándola a un entorno en cambio continuo y con mayor competencia por parte de otros destinos.

- Consolidar la promoción turística de México en los mercados tradicionales y apoyar la diversificación de los mercados de origen de los turistas a nuestro país.
- Destinar mayores recursos para promover en aquellos mercados en los cuales la presencia de México es incipiente, tal como ocurre en los principales mercados de Asia y Oceanía.
- Fomentar el empleo de tecnologías de la comunicación más modernas e innovadoras, a fin de llegar a un universo de consumidores cada vez más complejo y segmentado, con gustos y preferencias cada vez más personalizadas.
- Desarrollar un promoción turística cada vez más enfocada al consumidor, a fin de llegar con el mensaje correcto a través de los canales y medios más apropiados, de una manera muy amigable y mediante el uso de multiplataformas, que faciliten el acceso a la información y la reservación y compra del viaje.
- Fortalecer el conocimiento que se tiene del consumidor, identificar sus intereses y motivaciones de viaje; las fuentes y medios a través de los cuáles realiza la búsqueda de información para planear y tomar la decisión de viajar; los motivadores y barreras que influyen en la selección de un destino; y los canales preferidos para concretar la reservación y compra de viajes.
- Potenciar la utilización de las grandes bases de datos (Big Data) que existen en el mercado, a fin de contar con información más precisa y más oportuna sobre los patrones de consumo de los turistas. El uso de estas fuentes de información para conocer mejor al consumidor y la utilización de los medios digitales para comunicarse con los posibles clientes estarán en el centro de la estrategia de promoción.
- Destinar recursos suficientes para poder utilizar las más modernas tecnologías de investigación e inteligencia de mercado, y de comunicación con los consumidores, para poder transmitir las experiencias únicas y memorables que se pueden vivir en México.
- Fortalecer la participación y conjunción de esfuerzos con los gobiernos locales y con los prestadores de servicios turísticos, tanto para definir estrategias como para realizar, de manera conjunta, acciones y campañas de promoción y publicidad, para lo cual el CPTM vigorizará sus instrumentos de comunicación y coordinación con la industria, para llevar a cabo una promoción eficaz en términos de los resultados y eficiente en cuanto al uso de recursos.
- Evaluar la alternativa de considerar la incorporación de consejeros independientes en la Junta de Gobierno del CPTM, con el objetivo de generar una visión integral y plural en la toma de decisiones.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
MÉXICO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS
MÉXICO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

MÉXICO