



FACULTAD DE TURISMO
Y GASTRONOMÍA

REPORTE ANÁHUAC

de INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

Con el
patrocinio
del

CNET

MARZO / ABRIL 2016

AÑO 1

NÚMERO 1



La huella del turismo

Francisco Madrid y Hazael Cerón

PRÓXIMOS NÚMEROS:

2. Tres diagnósticos de ciudades intermedias en una perspectiva del sector privado: León, Puebla y Querétaro. **Mayo-junio 2016.**

3. Dimensionamiento del turismo cultural y propuesta de modelo sustentable para su gestión. **Julio-agosto 2016.**

DIRECTORIO:

Dr. Cipriano Sánchez García L.C.	Rector
Dra. Sonia Barnetche Frías	Vicerrectora Académica
Dr. Francisco Madrid Flores	Director de la Facultad de Turismo y Gastronomía
Dr. Hazael Cerón Monroy	Coordinador del Centro Anáhuac en Investigación del Turismo
Dr. Mariano Lechuga Besné	Coordinador del Doctorado Internacional en Turismo
Mtra. Lilia Angélica Anciola Guajardo	Coordinadora de la Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Anáhuac-OMT



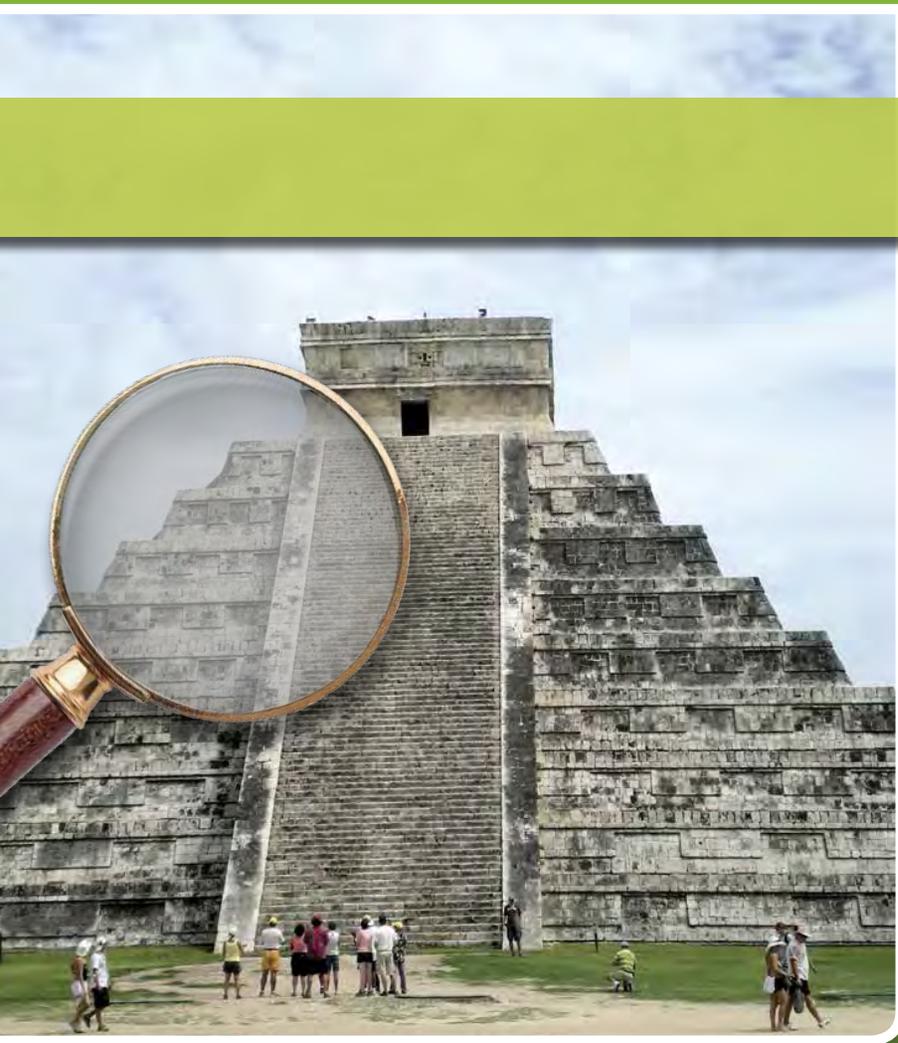
REPORTE ANÁHUAC DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA. Año 1, N.º 1

Consejo Editorial:

- Francisco Madrid Flores ■ Ismael Castillo Ortiz ■ Hazael Cerón Monroy ■ Mariano Lechuga Besné
- Alberto Peralta de Legarreta ■ María Isabel Ramos Abascal ■ René Rivera Lozano

Editor: Francisco Madrid Flores





Presentación de *La huella del turismo*

CNET CONSEJO NACIONAL
EMPRESARIAL
TURÍSTICO

No es exagerado afirmar que en diversos estratos de la sociedad existe la percepción de que la actividad turística se produce por una suerte de generación espontánea, y que en virtud de que México es un país con grandes riquezas, en automático, México es un país turístico.

Por otro lado, al paso del tiempo, gobiernos de los distintos órdenes y de diferentes filiações partidistas se vanaglorian de la atención que prestan al turismo como parte de sus planes y programas.

Sin embargo, y reconociendo que paulatinamente el turismo ha ganado espacios públicos y mediáticos, estamos lejos de haber logrado el convencimiento en la sociedad sobre las bondades del turismo, del notable momento que vive el sector y sobre todo, de la vulnerabilidad propia de una actividad que encierra un entorno de competencia intensa y global.

En esta lógica es incomprensible cómo se le siguen regateando los apoyos al desarrollo de la actividad, ya sea, por ejemplo, con la entrega oportuna de los recursos para la promoción turística –tanto en el ámbito federal, como en los estados–, en la discusión de proyectos estratégicos en el poder legislativo a espaldas de la representación empresarial –casinos–, en la exclusión del sector en iniciativas de estímulo a la inversión como las Zonas Económicas Especiales o en la lastimosa *sobrerregulación* a que se sujetan muchas de las empresas turísticas.

Con estos antecedentes desde el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) estamos convencidos de que se deben redoblar las tareas para comunicar de una mejor manera el papel del turismo en la generación de desarrollo económico y social, adoptando una actitud proactiva, por lo que como una extensión de las actividades de la Cátedra de Investigación fundada en la Universidad Anáhuac hace seis años, apoyamos la realización del estudio que hoy el lector tiene en sus manos.

La huella del turismo debe ser, pues, un camino para refrescar el discurso en la industria turística, demostrando de una manera contundente que el turismo es un verdadero motor de la economía y que sus efectos se observan en una enorme multiplicidad de actividades económicas para beneficio de la sociedad mexicana.

Para un país con enormes desafíos el turismo es una de las soluciones en las que podemos confiar, y, en consecuencia, debemos construir con el convencimiento y la participación conjunta de los actores público, privado y social, un nuevo entramado que articule los ingredientes necesarios para capitalizar, eficazmente, las oportunidades que seguirá presentando en los próximos años la industria de los viajes.

Pablo Azcárraga Andrade
Presidente del CNET

Presentación del *Reporte Anáhuac de Investigación Turística*



El *Reporte Anáhuac de Investigación Turística* nace con la convicción de que el turismo sigue siendo una extraordinaria fuente de oportunidades para contribuir al desarrollo social y económico del país, entendiendo que para capitalizarlas es preciso tener un conocimiento más amplio, más profundo y más refinado de los segmentos turísticos, la evolución del mercado, los elementos que contribuyen a la generación de ventajas competitivas y los caminos apropiados para conducir una actividad turística más sustentable, entre muchos otros temas, que permitan reconocer los desafíos y, también, clarifiquen las áreas de oportunidad, para que los actores públicos y privados puedan realizar de una manera más efectiva sus tareas, alcanzando resultados que se traduzcan en beneficios claros para las familias mexicanas.

Como un caso emblemático del ejercicio anteriormente descrito, se ha escogido para inaugurar esta publicación el tema de *La huella del turismo*, metáfora con la que busca transmitir a la sociedad y al gobierno que el turismo es más, mucho más, que solo los flujos de corrientes turísticas nacionales e internacionales.

Con esta publicación, la Universidad Anáhuac México Norte, a través de su Facultad de Turismo y Gastronomía, consolida un vehículo para dar salida a los trabajos de investigación aplicada que se realizan en el Centro Anáhuac de Investigación en Turismo y que se distinguen, precisamente, por su naturaleza de un acercamiento a la solución de problemas concretos del desarrollo turístico y de las prácticas empresariales en el área, a través del uso del método científico, con un enfoque, eminentemente pragmático.

En las próximas ediciones se presentarán resultados de estudios de segmentos como el cultural, y los de bajos y altos ingresos; de igual forma, se difundirán trabajos relacionados con la visión empresarial de la competitividad en destinos turísticos y, eventualmente, se abordarán temas relacionados con la implementación de políticas públicas para el impulso al turismo. En un futuro no muy lejano, aspiramos a que esta publicación sea, también, una vitrina de los trabajos de investigación realizados por los estudiantes del Doctorado Internacional en Turismo de nuestra Facultad.

Agradecemos el generoso patrocinio del Consejo Nacional Empresarial Turístico que ha hecho posible la producción de este primer número del *Reporte Anáhuac de Investigación Turística*.

El *Reporte Anáhuac de Investigación Turística* se publicará de manera bimestral, aunque no se descarta la posibilidad de contar con números extraordinarios con otra periodicidad.



Doctor Francisco Madrid Flores
Director de la Facultad de Turismo y Gastronomía
Universidad Anáhuac México Norte

Contenido

Resumen Ejecutivo	8
¿Y si no hubiera turismo?	11
Producción	12
Consumo final	14
Empleo	17
Inversión	19
Sector externo	21
Proveeduría	23
Algunas contribuciones sociales del turismo	26
Conclusiones y recomendaciones	30
Notas	31



Resumen Ejecutivo

Con el propósito de resaltar la importancia del turismo para la sociedad mexicana, en esta primera edición del *Reporte Anáhuac de Investigación Turística*, se presenta de manera inicial un análisis contrafactual denominado *¿Y si no hubiera turismo?* a partir de la idea de qué ocurriría si México no contara con esta noble actividad, acudiendo en todo momento a la base de cifras oficiales. De esta forma, se identifican, entre otros graves efectos, una sensible contracción en el PIB (8.5%); un incremento en el déficit de la Balanza en Cuenta Corriente (29.6% en 2015); una drástica caída en el personal ocupado del 7% que afectaría, especialmente, a mujeres y jóvenes (con una pérdida de 1.88 millones de ocupaciones para las mujeres y de 608 mil para jóvenes menores de 24 años); un empeoramiento de las condiciones de desarrollo social en varias regiones del país; un grave efecto en la cadena productiva, como por ejemplo de una caída en la industria de la construcción de 7.7 miles de millones de dólares en 2014; una reducción de 12.4% en el consumo privado del país; y una disminución de 26 mil millones de dólares en la inversión privada en los primeros tres años de la presente Administración Federal, entre otros efectos.

Por otro lado, los temas que guían esta publicación incluyen un análisis detallado de la incidencia del turismo en la economía en aspectos como la producción, el consumo, la inversión, el empleo, la proveeduría, el sector externo y algunos aspectos vinculados con el desarrollo social.

Así se destacan los siguientes datos:

Producción

■ La participación del PIB turístico en el PIB nacional en 2015, se estima en 8.5% habiendo crecido ese año 4%, muy por arriba del 2.5% de la producción nacional. Esta proporción se ha mantenido de manera más o menos constante en este nivel en los últimos cinco años.

■ La producción en el sector turístico se conformó de la siguiente forma: servicios de transporte 16.8%; producción de artesanías y otros bienes 15.5%; restaurantes, bares y centros nocturnos 10.1%; alojamiento 8.8%; tiempos compartidos y segundas viviendas 4.6%; y otros servicios 44.2% del total.

■ Un crecimiento de uno por ciento en el PIB turístico trae aparejado una expansión de 0.18% en la demanda agregada y la generación de 31,054 puestos de trabajo.

Consumo

■ Durante 2014, el gasto total del consumo turístico efectuado dentro del país, se ubicó en 2.1 billones de pesos, lo que representó 17.9% del consumo privado del país.

■ La destacada cifra del consumo turístico interior puede ser contextualizada si se representa en dólares al tipo de cambio promedio del 2014: 138.9 miles de millones de dólares.

■ El consumo interno es la parte más importante pues alcanza

el 81.4% del total; los residentes en el extranjero –consumo receptor– aportan un 11.2% y los residentes en México en sus viajes al extranjero –consumo egresivo– el 7.4% restante.

■ Durante 2014 y, sin duda, en 2015, el crecimiento del consumo turístico interior es superior al del consumo privado nacional; cuando se calculan las tendencias, se observa que en los próximos trimestres la evolución se sostendrá a la alza dado el fuerte crecimiento de 2015.

■ Aunque hace falta mucho por mejorar en la medición de la incidencia económica del turismo y, en particular, en su aporte a las finanzas públicas, por el lado del consumo se puede adelantar que el IVA causado en la industria del alojamiento es del equivalente a un cuarto de punto de los 16 incluidos en la tasa del IVA. En una primera estimación, se considera que la aportación del turismo a la recaudación de este impuesto podría estar entre uno y dos puntos, de los ya mencionados 16.

Empleo

■ De acuerdo con la Encuesta Nacional de Empleo, las 3.3 millones de personas ocupadas en el sector turismo representan el 7% del total de personas ocupadas en el país.

■ El turismo es el sector económico que genera más empleo para jóvenes y el segundo que ocupa más mujeres.

■ Conforme a los datos del Observatorio Laboral de la Styps, de los 3.3 millones de personas ocupadas en turismo, 1.88 millones son mujeres (57% del total) y unos 680 mil son jóvenes de entre 16 y 24 años (20.6% del total de ocupados en turismo).

■ El valor de la producción por ocupación es de más del doble en el subsector alojamiento de la que se produjo en el resto de las ocupaciones remuneradas del conjunto de la economía (892,106 pesos contra 412,394 –2014–).

Inversión

■ En el año 2014 la inversión privada relacionada con la actividad turística fue de 126,594 millones de pesos, que al tipo de cambio de ese año equivale a 9,523.7 millones de dólares, cifra que representa el 3.5% de la inversión fija del total de la economía en 2014. Esto supuso un crecimiento de la inversión en turismo en 24.1%, mientras que en 2013 había crecido 6.9%.

■ En 2015 la inversión alcanzó cerca de 130 mil millones de pesos, un aumento de 2.1% sobre el año anterior, que por las variaciones en el tipo de cambio constituirán una cifra menor en dólares, en torno a los 8,200 millones, manteniendo su promedio histórico de contribución a la inversión total por arriba del 3%.

■ La mayor parte de la inversión –80.8% en 2014– se destinó a la construcción (esto es, alrededor de 7.7 miles de millones de dólares), mientras que 19.2% se orientó a la adquisición de maquinaria y equipo. En la maquinaria y equipo se encuentran las adquisiciones de unidades y equipo relacionados con el transporte (12.7%), el equipo de cómputo y periféricos (1.5%) y equipo de oficina y otros (5.0%).

En el periodo 2012-2014 la inversión extranjera en el Sector de Servicios de Alojamiento Temporal osciló en torno a unos mil millones de dólares anuales.

Sector externo

■ El entendimiento del turismo como una actividad de intensa competencia en la que los actores también son países en desarrollo es fundamental; en este sentido, es muy ilustrativo reconocer el efecto del turismo en la Balanza de Pagos de Estados Unidos o de España. En el primer caso, en 2015 el superávit de la Balanza Turística –no obstante que este país es el segundo aportador de divisas al mercado turístico mundial con 120.5 miles de millones de dólares– superó los 58 mil millones de dólares; así, el turismo es el 8% de las exportaciones totales de este país y 25% de las de servicios, rubro en el que ocupa el primer lugar. En el caso de España, el valor de las exportaciones turísticas es el 14.3% de las exportaciones totales, habiendo meses como agosto de 2015 en que llega a ser el 25.3%.

■ En el periodo 2011-2015 es posible observar un ritmo sostenido de crecimiento en los ingresos por visitantes internacionales que supone un destacado crecimiento del 47% en dólares nominales en tan solo cuatro años, con una tasa media anual de crecimiento del 10.1%.

■ En 2015 en tanto la Balanza Comercial mantuvo su crónico déficit (14.5 miles de millones de dólares), acrecentado por el escenario internacional de bajos precios del petróleo y el elevado nivel de importaciones de combustibles que, además, trajo aparejado el surgimiento de un déficit de la Balanza Petrolera (9.9 miles de millones de dólares), la Balanza Manufacturera también reportaba déficit (9.7 miles de millones de dólares, superior en un 28.3% al de 2015), al tiempo que la Balanza Turística mantuvo su sistemático comportamiento superavitario (7.4 miles de millones de dólares).

■ No es una consideración menor reconocer que la Balanza en Cuenta Corriente registró, en el mismo 2015, un saldo negativo de 24.8 mil millones de dólares.

Proveduría

■ Durante 2014 el sector turístico adquirió en la compra de bienes y servicios intermedios un total de 770,691 millones de pesos, lo que representa el 6.4% de la demanda de todos los bienes intermedios del país.

■ En cuanto al crecimiento real del consumo intermedio turístico, este se ha mantenido por arriba del crecimiento nacional de la demanda intermedia; baste señalar que en 2014 la diferencia fue de 1.7 puntos porcentuales a favor del sector turístico.

■ La proveeduría del turismo representó 35.6% del Valor Bruto de la Producción (VBP) turístico en 2014, esto significa que el valor agregado (PIB) que el turismo aporta a los insumos recibidos de otros sectores es 64.5% del valor final de los bienes y servicios del sector. En el total de la economía nacional el Consumo Intermedio representa 41% y el PIB 59% del VBP, lo que indica que el turismo aporta un mayor valor respecto al conjunto de las actividades económicas a nivel nacional que, incluso, es mayor que en industrias como la automotriz, en donde el Consumo Intermedio es 73% y el valor agregado tan solo 27%.

■ Aunque se trata de aproximaciones preliminares, se puede inferir que 24.2% de los 770.7 miles de millones pesos de consumo intermedio registrados en 2014, se compraron a la industria manufacturera, seguido de Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, y Electricidad, agua y suministro de gas por ductos con 13.7 y 13.5%, respectivamente.

Algunas contribuciones sociales del turismo

■ Si bien es cierto que las aportaciones que realiza el turismo a las economías de los países son, por demás, importantes, es muy posible que los efectos más benéficos de esta actividad se reflejen en la mejora de las condiciones de vida de las personas; es decir, sin lugar a dudas, que en el caso de México, la huella del turismo se aprecia en el rostro de las familias.

■ En 2015 el 67.7% de los municipios del país se encuentra en niveles muy alto, alto y medio de marginación, y el 32.3% restante están en los niveles bajo y muy bajo; en tanto, la proporción de municipios turísticos en niveles muy alto, alto y medio de marginación es prácticamente inversa pues el 30.2% se ubica en los niveles muy alto, alto y medio de marginación, y aquellos que tienen los niveles bajo y muy bajo son el 69.8%.

■ En tanto el conjunto de los municipios situados en los peores niveles de marginación –muy alto, alto y medio– en 2010 disminuyeron su proporción para 2015 en este grupo en 5.3 puntos porcentuales, los municipios turísticos lo hicieron en 10.1 puntos porcentuales.

■ De acuerdo con las estimaciones del Coneval, en 2014 el 46.2% de la población se encontraba en situación de pobreza y un 9.5% se situaba en pobreza extrema. Al revisar la situación que en las mismas variables presentan tres entidades con una alto contenido del turismo en su PIB en 2014: Quintana Roo (21.3%), Baja California Sur (15.1%) y Nayarit (9.2%) es muy claro que estos estados se encuentran en una mejor condición que la media nacional del 46.2%.

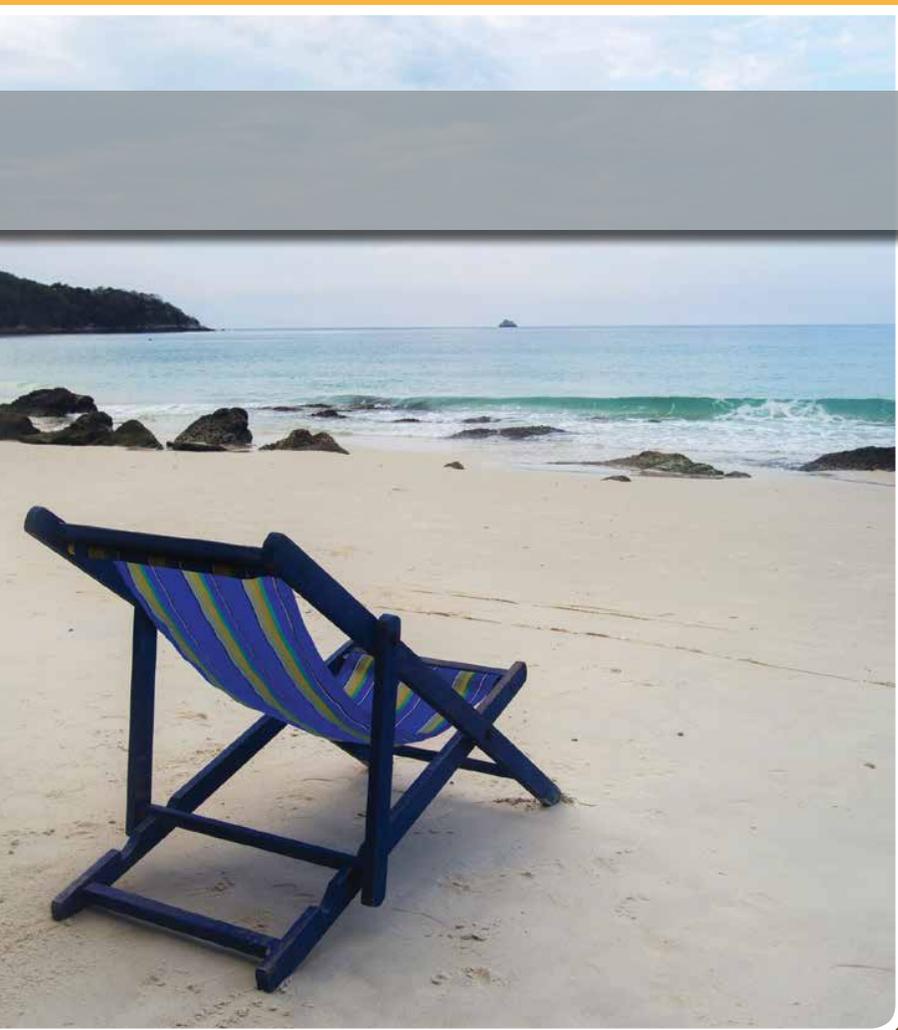
■ Vale la pena destacar el hecho de que Baja California Sur en 2014 era la tercera entidad con el menor número de personas en pobreza extrema (29.5 miles) y que de todos los estados del sur sureste Quintana Roo es el que tiene la menor incidencia de su población en situación de pobreza.

■ El turismo ha demostrado ser un importante generador de riqueza; una muestra de ello es que Quintana Roo y Baja California, se sitúan dentro de las primeras diez del país con el mayor PIB per cápita.

■ Entre 2005 y 2010 la entidad federativa que más avanzó en la reducción de su Índice de Rezago Social, fue Quintana Roo al pasar del lugar 12 al 20. De igual forma, de todos los estados de la región sur sureste Quintana Roo es el único que tiene un nivel de rezago social que se encontraba (2010) en las categorías bajo o muy bajo. Este grado bajo de rezago social es compartido con Baja California Sur y Nayarit.

Es notable como el 66.7% de los 33 municipios de las mencionadas tres entidades federativas con un alto componente turístico, tienen un grado de rezago social muy bajo que contrasta, dramáticamente, con la media nacional que es del 31.8%.

¿Y si no hubiera turismo?



1. Sin el turismo en el 2015 el país habría perdido el 8.5% de su economía¹.

2. Sin el crecimiento del turismo en 2015, el PIB de México no habría crecido al 2.5%, sino que lo habría hecho al 2.3%.

3. Si los visitantes no aparecieran en la economía nacional, el consumo privado en el país disminuiría en un 12.8%.

4. Sin visitantes internacionales el país perdería un flujo de 17.5 de miles de millones de dólares.

5. A falta del consumo turístico en el país, los ingresos fiscales por el Impuesto al Valor Agregado sufrirían una importante merma, y los mexicanos –y los propios visitantes internacionales– deberían pagar entre uno y dos puntos porcentuales adicionales al 16% para compensar el faltante en los ingresos públicos².

6. Si no hubiera existido inversión turística en 2014, la industria de la construcción habría perdido 7.7 miles de millones de dólares de ingresos.

7. Sin turismo en 2015, el déficit de la Balanza en Cuenta Corriente del país hubiera pasado de 24.8 a 32.2 miles de millones de dólares, un 29.6% adicional.

8. Si México no recibiera visitantes internacionales, el saldo de la Balanza Turística sería deficitario (en más de 10,000 millones de dólares) como lo son los de las Balanzas Comercial, Petrolera y Manufacturera.

9. De no existir el turismo se perderían el 7% de las ocupaciones del país³, con lo que cientos de miles de familias perderían su fuente de sustento.

10. Sin la actividad turística, 1.88 millones de mujeres carecerían de una ocupación laboral⁴.

11. Si no hubiera turismo, la proporción de mujeres empleadas en el país en 2015 (37.1%) habría caído 1.5 puntos porcentuales, situándose en 35.6%⁵.

12. Sin turismo el número de *Ninis*⁶ habría aumentado en 2015 en 17%.

13. Sin la existencia del turismo, la inversión privada en los primeros tres años del presente Gobierno Federal se hubiera visto mermada en alrededor de 26 mil millones de dólares.

14. Solo por la falta de inversión extranjera en la industria del alojamiento, el país habría perdido más de 3,100 millones de dólares en el periodo 2012-2014.

15. Ante la falta de clientes, producto de la desaparición del turismo, la cadena productiva del sector, excluyendo la construcción y las inversiones en activo fijo, habría perdido ingresos en 2014 por 58 mil millones de dólares.

16. Sin la demanda provocada por el funcionamiento de la industria turística en 2014 la industria manufacturera hubiera visto reducidos sus ingresos en ese año en 14 mil millones de dólares.

17. A falta de una industria turística pujante Quintana Roo tendería a igualar las condiciones de marginación y rezago social comunes al sur sureste del país⁷.

18. Sin turismo la población de Quintana Roo, Baja California Sur y Nayarit entrarían en un proceso de disminución de ingresos, lo que los llevaría a la pobreza, ante la falta de opciones productivas.

19. Es difícil imaginar que sin los efectos económicos generados por el turismo, fuera sostenible que Quintana Roo y Baja California Sur se mantuvieran entre los diez estados con mayor PIB per cápita.

20. Sin el turismo es absolutamente claro que México perdería uno de sus más poderosos instrumentos para la promoción de la marca país.



Producción

Una consideración primordial en el análisis del efecto que el turismo ha marcado en los recientes años, corresponde a su contribución en la producción nacional. Por lo general, el crecimiento económico se detecta mediante la evolución del Producto Interno Bruto (PIB), ya que este es una medida de la producción de un país y por tanto de su nivel de actividad económica.

1.1. Contribución del turismo a la economía en 2014 y 2015

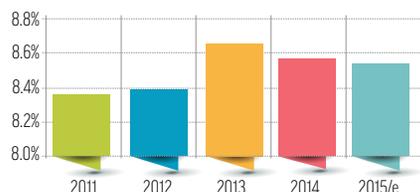
Durante 2014, conforme a la Cuenta Satélite del Turismo (CSTM) elaborada por el Inegi⁸, la aportación del turismo a la economía nacional fue de 8.5%, y de acuerdo con las estimaciones realizadas en el Centro Anáhuac de Investigación en Turismo (CAIT), en 2015 se mantendrá en la misma proporción. Vale la pena agregar que en los años recientes la participación del PIB Turístico como proporción del PIB nacional se ha mantenido más o menos constante, como se puede apreciar en la Gráfica 1.

CONTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO TURÍSTICO

Año	PIB nacional (Millones de pesos corrientes)	PIB Turístico (Millones de pesos corrientes)	Participación del PIB Turístico
2011	14,021,256	1,171,475	8.4%
2012	15,116,997	1,267,938	8.4%
2013	15,442,876	1,335,295	8.6%
2014	16,306,605	1,394,209	8.5%
2015/e	16,864,049	1,438,894	8.5%

Tabla 1. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e=estimado por el CAIT.

PARTICIPACIÓN DEL PIB TURÍSTICO EN EL PIB NACIONAL 2011-2015



Gráfica 1. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi.

El crecimiento del PIB nacional fue de 2.5% en 2015 (Inegi), en comparación con 4.0% que se estima tuvo el del turismo en 2015 (CAIT con datos de Inegi a septiembre).

Combinando los resultados de crecimiento y contribución del turismo en la actividad económica nacional se puede inferir que 0.2% del crecimiento del PIB nacional dependió en 2015 de este formidable sector.

1.2. Evolución trimestral del PIB 2011-2015

Luego de la grave crisis de 2009 el turismo tiene una dinámica con evolución positiva que no ha cesado desde 2011. En la Gráfica 2 se observa que cuando el crecimiento del turismo está por arriba del nacional, las brechas son más amplias que cuando sucede lo contrario. Además, las líneas de tendencia ilustradas en la misma gráfica, muestran que el turismo, probablemente, mantendrá una dinámica superior al crecimiento nacional, lo que lo convertiría en un *driver* muy importante de la economía.

1.3. Distribución de la producción turística por sector 2014

De acuerdo con la CSTM 2014, la producción en el sector turístico se conformó de la siguiente forma: servicios de transporte 16.8%; producción de artesanías y otros bienes 15.5%; restaurantes, bares y centros nocturnos 10.1%; alojamiento

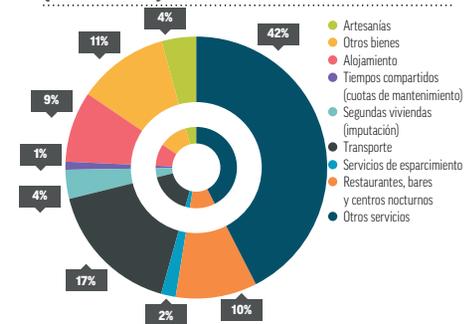
CRECIMIENTO DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO Y DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO DEL TURISMO

(Precios básicos 2008=100)

Año	PIB nacional (Millones de pesos, 2008=100)	PIB turístico (Millones de pesos, 2008=100)	Crecimiento del PIB nacional	Crecimiento del PIB turístico
2011	12,435,058	1,033,968	3.9%	2.9%
2012	12,937,094	1,081,057	4.0%	4.6%
2013	13,117,536	1,089,216	1.4%	0.8%
2014	13,401,020	1,112,911	2.2%	2.2%
2015/e	13,737,924	1,157,427	2.5%	4.0%

Tabla 2. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e=estimado por el CAIT.

COMPOSICIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA (PRODUCCIÓN). 2014



Gráfica 3. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi.

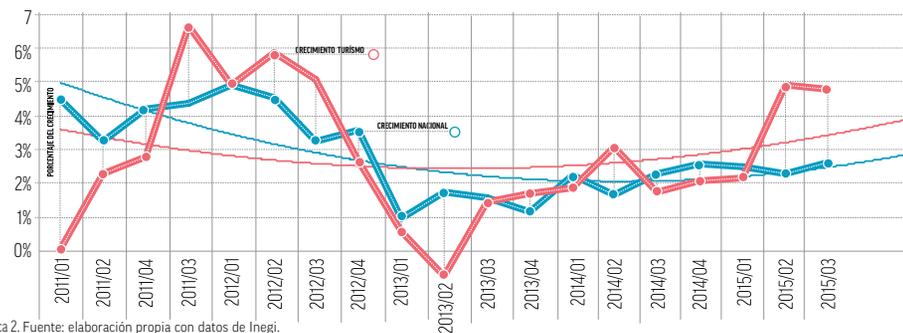
8.8%; tiempos compartidos y segundas viviendas 4.6%; y otros servicios 44.2% del total.

1.4. Efecto multiplicador del turismo

La actividad turística estimula el crecimiento de otros sectores de la economía. Utilizando el simulador de la Matriz Insumo Producto de Inegi (2012) y considerando los subsectores de la actividad basadas en el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 y un crecimiento de

4% (como el que se estima se produjo en 2015), los efectos multiplicadores totales a través del consumo son: 0.72% en la Demanda Agregada (DA), 0.34% en la Remuneración de Asalariados y 124,219 puestos adicionales al año. El multiplicador es un coeficiente que indica la magnitud del aumento de la DA –por ejemplo– producido por el aumento de la actividad turística; es decir, es el número que indica cuántas veces ha aumentado el ingreso reflejado en la DA en relación con el crecimiento del turismo.

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL PIB NACIONAL Y EL PIB TURÍSTICO 2011-2015



Gráfica 2. Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.

➔ El turismo, probablemente, mantendrá una dinámica superior al crecimiento nacional, lo que lo convertiría en un *driver* muy importante de la economía



Consumo

El consumo es el principal componente en la conformación del PIB cuando es medido desde el lado de la demanda. El consumo privado mide la evolución de los gastos realizados por los agentes económicos en bienes y servicios de consumo, tanto de origen nacional como importado.

2.1. Participación del turismo en el consumo privado 2014

Durante 2014, el gasto total del consumo turístico efectuado dentro del país, es decir el consumo interior, se ubicó en 2,101,276 millones de pesos, lo cual representó 17.9% del consumo privado del país.

La composición del consumo turístico se manifiesta en la compra de bienes y servicios como alimentos, bebidas, prendas de vestir, calzado, salud (productos medicinales y farmacéuticos, servicios médicos y paramédicos no hospitalarios, y servicios hospitalarios), transporte, recreación, cultura, restaurantes, hoteles, bienes y servicios diversos (artesanías, cuidados y efectos personales), y otros.

CONTRIBUCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO EN EL CONSUMO PRIVADO NACIONAL

(Millones de pesos corrientes)			
Año	Consumo Privado Nacional	Consumo turístico interior	Participación
2011	9,642,531	1,815,938	18.8%
2012	10,510,016	1,960,528	18.7%
2013	11,041,485	2,035,077	18.4%
2014	11,730,127	2,101,276	17.9%
2015/e	12,429,604	2,210,846	17.8%

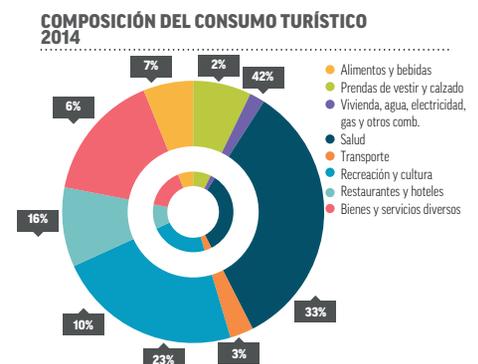
Tabla 4. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e-estimado por el CAIT.

En la Gráfica 4 se presenta la distribución del consumo de todos los bienes y servicios tanto característicos como no característicos para satisfacer las necesidades de los visitantes antes, durante y después del viaje.

2.2. Distribución del consumo turístico por formas y motivos de viaje 2014

Los datos presentados en la CSTM permiten diferenciar el consumo turístico interior en sus dos formas: interno y receptivo. El total del consumo turístico interior registró un total de 2'101,277 pesos distribuidos en 1'846,685 (87.9%) en consumo interno y 254,592 (12.1%) en consumo receptivo. La destacada cifra del consumo turístico interior puede ser contextualizada si se representa en dólares al tipo de cambio promedio del 2014 (13.2925)⁹: 138.9 miles de millones de dólares.

Sin duda, el consumo turístico por motivo de viaje tradicionalmente más alto es el de vacaciones, con 33.2% para los turistas al interior del país y 62.8% para los turistas que provienen del exterior.



Gráfica 4. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi.

ESTRUCTURA DEL CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR POR FORMA Y MOTIVO DE VIAJE. 2014

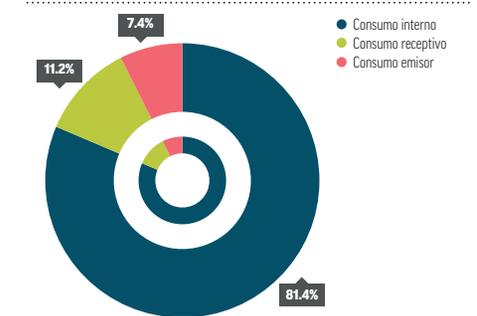
Concepto	Millones de pesos corrientes		Estructura Porcentual	
	Consumo Interno	Consumo Receptivo	Consumo Interno	Consumo Receptivo
Total Consumo Interior	2,101,277		100%	
Interno	1,846,685		87.9%	
Subtotal pernocta		1,479,139		80.1%
Negocios		411,971		22.3%
Vacaciones		612,963		33.2%
Otros		454,205		24.6%
Excursionistas	309,628		16.8%	
Gastos previos	57,919		3.1%	
Receptivo		254,592		12.1%
Subtotal pernocta		228,719		89.8%
Negocios		16,946		6.7%
Vacaciones		159,776		62.8%
Otros		51,997		20.4%
Excursionistas	25,872		10.2%	

Tabla 5. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM preliminar, 2014.

Por lo que hace al consumo emisor, es decir el gasto realizado por los residentes de México en su calidad de visitantes en otros países, se tuvieron 168,098 millones de pesos en 2014, de los cuales 76.3% son realizados por visitantes que pernoctan. El principal motivo de viaje para los mexicanos en el extranjero son las vacaciones 31.0%.

De esta manera, durante 2014 el gasto total del consumo turístico efectuado dentro y fuera del país se ubicó en 2'269,375 millones de pesos, los cuales fueron efectuados por los residentes –consumo interno– 81.4%, los residentes en el extranjero dentro

DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO. 2014



Gráfica 5. Fuente: elaboración propia con datos de la Cuenta Satélite de Turismo de México preliminar, 2014.

ESTRUCTURA DEL CONSUMO TURÍSTICO EMISOR POR FORMA Y MOTIVO DE VIAJE. 2014

Concepto	Millones de pesos corrientes	Estructura Porcentual
Total Consumo Emisor	168,098	100.0%
Subtotal pernocta	128,334	76.3%
Negocios	28,715	17.1%
Vacaciones	52,145	31.0%
Otros	47,474	28.2%
Excursionistas	39,764	23.7%

Tabla 6. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM preliminar, 2014.

del país –consumo receptivo– 11.2%; y los residentes en México en sus viajes al extranjero –consumo egresivo– el 7.4% restante.

2.3. Evolución del consumo turístico 2011-2015

Para conocer el comportamiento del consumo a lo largo de los años recientes se utiliza el Indicador Trimestral del Consumo Turístico Interior (ITCTI). Este indicador es un índice que comprende, tanto el consumo de los turistas internos, como el de los receptivos.

En la Gráfica 6 se observa que previo a 2014 han existido periodos donde el consumo turístico supera el crecimiento del consumo privado nacional. Sin embargo, durante 2014 y sin duda en 2015, el crecimiento del consumo turístico interior es superior al consumo privado nacional lo que indica una alta incidencia de la actividad turística. Además, cuando se calculan

La huella del turismo

EVOLUCIÓN TRIMESTRAL DEL CONSUMO PRIVADO NACIONAL Y DEL CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR



Gráfica 6. Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.

las tendencias, se observa que en los próximos trimestres la evolución se sostendrá a la alza dado el fuerte crecimiento de 2015.

Cabe señalar que en 2014, el consumo turístico interior tuvo un crecimiento de 1.1%, el interno disminuyó 0.6% y el receptivo creció dos dígitos (15.0%) con respecto a 2013. En 2015 el

crecimiento del turismo receptivo ha mantenido su crecimiento de dos dígitos de forma exponencial (26.2%), mientras que el interno se recuperó con una tasa de 2.6%, lo que hace que en conjunto el consumo turístico interior haya aumentado 5.5%, con datos al tercer trimestre de 2015.

Contribución fiscal del turismo por la vía de los impuestos al consumo

Poco se ha hablado de las contribuciones fiscales que realiza el turismo en México. Aunque el tema sigue siendo pendiente a abordar en la agenda del perfeccionamiento de las mediciones de la incidencia económica del turismo, hay elementos suficientes para identificar algunas aportaciones que anticipan una gran contribución, en una primera aproximación, por el lado de los impuestos al consumo.

Así, en 2015, conforme a la información contenida en las diferentes Leyes de Ingreso de los Estados, se estimó una recaudación del Impuesto sobre Servicios de Hospedaje de 11,287.3 millones de pesos, con lo que se puede inferir con bastante certeza que el IVA causado en la hotelería mexicana es de un poco más de 44 mil millones de pesos; conforme a la información de la Secretaría de Hacienda la recaudación de IVA de ese 2015 fue de 707.3 miles de millones de pesos, es decir, que de los 16 puntos porcentuales del IVA, alrededor de un cuarto de punto es aportado por la industria del hospedaje.

Ahora bien, recordando que el alojamiento es el 8.8% de la producción turística y un poco menos del 10% del consumo turístico, no parece sonar descabellado que el IVA causado en turismo sea de entre 4 y 8 veces el de alojamiento, es decir, entre uno y dos puntos porcentuales.

→ De los 16 puntos porcentuales del IVA, alrededor de un cuarto de punto es aportado por la industria del hospedaje.

La huella del turismo

3 Empleo

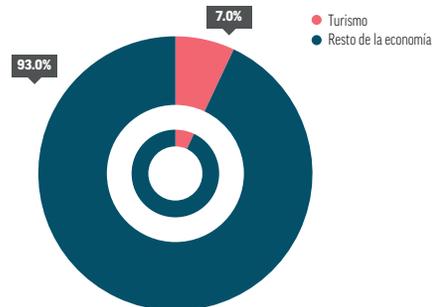
Es evidente que el turismo es una actividad intensiva en mano de obra, esto constituye una característica muy valiosa en un país con apremiantes necesidades de empleo.

Por razones metodológicas y por la propia naturaleza multisectorial del turismo, la medición precisa del empleo y las ocupaciones representa un importante reto. Hoy, y como se puede observar en la Tabla 7 existen tres diferentes estimaciones sobre este importante componente. Esto, además de la medición del número de asegurados en el IMSS que desde 2012 dejó de presentarse públicamente de manera desagregada, por subrama de actividad económica.

3.1. Participación del empleo turístico en el empleo nacional 2015

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Empleo, las 3.3 millones de personas ocupadas en el sector turismo representan el 7% del total de personas ocupadas en el país.

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL OCUPADO AL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2015



Gráfica 7. Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Laboral de la Styps.

DIFERENTES ESTIMACIONES SOBRE EL VOLUMEN DE EMPLEO EN TURISMO 2014-2015

Fuente	Variable	Valor 2014	Valor 2015
Inegi. CSTM	Puestos de trabajo ocupados remunerados	2,300,472	nd
Styps Observatorio Laboral	Número de personas ocupadas	3.1 millones	3.3 millones
Sector	Personas empleadas	3.6 millones	3.8 millones
MSS	Asegurados por subrama	Información que no es pública	Información que no es pública

Tabla 7. Fuente: elaboración propia con datos de Inegi, Styps y Sector. nd: no disponible

3.2. Caracterización del empleo 2015

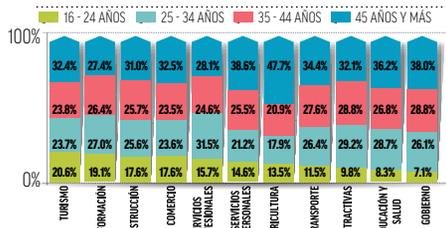
Si bien el volumen de quienes se ocupan en el turismo es significativo y representa per se una valiosa contribución al desarrollo económico nacional, existen otros factores relacionados con diferentes características del turismo que hacen que el turismo cumpla una función laboral sustantiva, como por ejemplo en la empleabilidad de mujeres y jóvenes.

Así, el turismo es el sector económico que genera más empleo para jóvenes (Gráfica 8) y el segundo que ocupa más mujeres (Gráfica 9).

Conforme a los datos del Observatorio Laboral de la Styps¹⁹, de los 3.3 millones de personas ocupadas en turismo 1.88 millones son mujeres (57% del total) y unos 680 mil son jóvenes de entre 16 y 24 años (20.6% del total de ocupados en turismo).

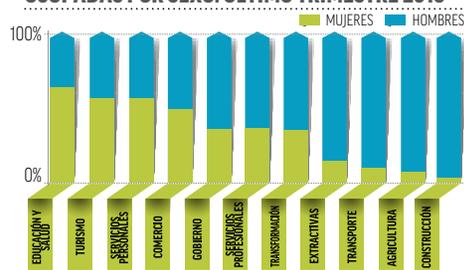
La huella del turismo

DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL OCUPADO AL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2015



Gráfica 8. Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Laboral de Styps.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PERSONAS OCUPADAS POR SEXO. ÚLTIMO TRIMESTRE 2015



Gráfica 9. Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Laboral de la Styps.

→ El valor de la producción de los servicios de alojamiento fue de más del doble del resto de las ocupaciones remuneradas del conjunto de la economía.

3.3. Productividad: una primera aproximación

Un buen ejemplo de la productividad de la industria turística se encuentra en los servicios de alojamiento que corresponden con el 8.8% del PIB turístico y 137,529 ocupaciones remuneradas. Como se aprecia en la Tabla 8, el valor de su producción fue de más del doble de la que produjo el resto de las ocupaciones remuneradas del conjunto de la economía.

PRODUCTIVIDAD COMPARADA ENTRE EL SUBSECTOR ALOJAMIENTO Y LA ECONOMÍA EN SU CONJUNTO. 201

	PIB (millones de pesos corrientes)	Ocupaciones remuneradas	Productividad (Ocupaciones entre PIB)
Subsector alojamiento	122,690.5	137,529	892,106.2
Economía en su conjunto	16,306,606	39,541,248	412,394.8

Tabla 8. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM preliminar, 2014

La huella del turismo



Inversión

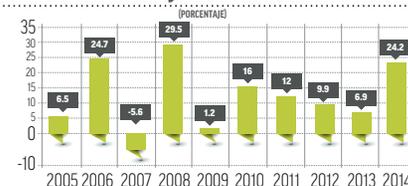
La inversión que se realiza en el sector turístico es el valor total de las adquisiciones de activos fijos, que efectúan los productores en construcciones e instalaciones, y la maquinaria y equipo nacional o importado, que se utiliza para producir bienes o servicios, incluyendo, también, las mejoras que se realizan para aumentar la capacidad de producción. La CSTM da cuenta de este indicador a través de la formación bruta de capital fijo (FBKF).

4.1. Contribución de la Inversión privada en turismo

De acuerdo con la CSTM, en el año 2014 la FBKF relacionada con la actividad turística fue de 126,594 millones de pesos, que al tipo de cambio de ese año (13.2925) equivale a 9,523.7 millones de dólares, cifra que representa el 3.5% de la inversión fija del total de la economía en 2014. Esto supuso un crecimiento de la inversión en turismo en 24.1% -mientras que en 2013 había crecido 6.9%-.

Conforme a las estimaciones del CAIT, en 2015 la inversión alcanzó cerca de 130 mil millones de pesos, un aumento de 2.1% sobre el año anterior, que por las variaciones en el tipo de

CRECIMIENTO ANUAL DE LA FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO DEL SECTOR TURÍSTICO



Gráfica 10. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM preliminar 2014, Inegi.

cambio constituirán una cifra menor en dólares, en torno a los 8,200 millones, manteniendo su promedio histórico de contribución a la inversión total por arriba del 3%.

La evolución del crecimiento interanual de la FBKF del sector turístico se muestra en la Gráfica 10.

EVOLUCIÓN DE LA FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL FIJO DEL SECTOR TURÍSTICO Y DE SU PARTICIPACIÓN EN EL TOTAL NACIONAL. 2011-2015

	FBKF Total Millones de pesos corrientes	FBKF Turística Millones de pesos corrientes	Tipo de cambio	Miles de millones de dólares	Participación
2011	3,163,348	97,157	12.4233	7,820.53	3.1%
2012	3,489,177	101,141	13.1695	7,679.97	2.9%
2013	3,401,080	105,376	12.7720	8,250.55	3.1%
2014	3,621,639	126,594	13.2925	9,523.75	3.5%
2015/ e	4,024,592	129,302	15.8500	8,157.85	3.2%

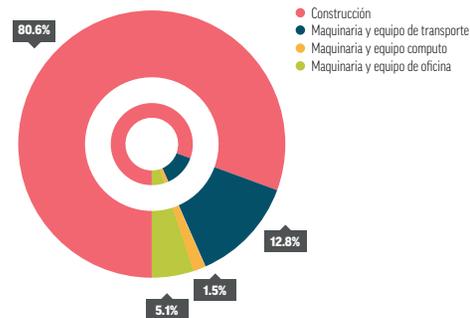
Tabla 9. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e=estimado por el CAIT para el sector turístico

La huella del turismo

4.2. Distribución de la inversión

La mayor parte de la inversión -80.8% en 2014- se destinó a la construcción (esto es, alrededor de 7.7 miles de millones de dólares) mientras que 19.2% se orientó a la adquisición de maquinaria y equipo. En la maquinaria y equipo se encuentran las adquisiciones de unidades y equipo relacionados con el transporte (12.7%), el equipo de cómputo y periféricos (1.5%) y equipo de oficina y otros (5.0%).

DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN TURÍSTICA 2014



Gráfica 11. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM preliminar, 2014.

→ La formación bruta de capital fijo (inversión privada) del turismo en 2014 fue de 9,523.7 millones de dólares.

VALORES Y PARTICIPACIÓN DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA EN SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TEMPORAL EN LA INVERSIÓN

Año	IED Nacional Millones de dólares	IED en Servicios de alojamiento temporal	Participación
2011	23,362	713	3.1%
2012	19,731	1,209	6.1%
2013	45,171	1,079	2.4%
2014	25,141	882	3.5%

Tabla 10. Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Economía.

4.3 Inversión Extranjera Directa en la Actividad Turística

De acuerdo con los datos de la Carpeta de Información Estadística de Inversión Extranjera Directa (IED) emitida por la Secretaría de Economía se puede identificar la inversión que se realiza en el Sector de Servicios de Alojamiento Temporal, que ha evolucionado conforme a lo que se muestra en la Tabla 11. Vale la pena mencionar que no hay un dato para el sector en su conjunto y que la cifra es una pequeña parte del total de la inversión extranjera en el país.

En el periodo 2012-2014 la inversión en este subsector osciló en torno a unos mil millones de dólares anuales.

La huella del turismo



Sector externo

Tradicionalmente, uno de los aspectos positivos derivados del turismo que ha recibido mayor atención, es el del aporte de divisas que realiza. Como se sabe, esta fue una de las razones que llevó al Banco de México al final de la década de los sesenta, a recomendar la implementación de un proyecto de desarrollo de infraestructura turística que al paso del tiempo originaría los llamados Centros Integralmente Planeados dentro de los que sobresalen, Cancún -al que seguiría el florecimiento de la Riviera Maya- y Los Cabos.

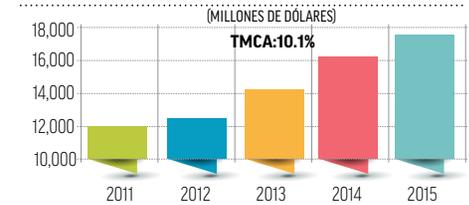
Aunque es de reconocer que al paso del tiempo las exportaciones mexicanas se han diversificado de manera significativa, es claro que la expansión ordenada de la economía nacional sigue demandando importantes montos de divisas y el turismo se vuelve un sector estratégico más que por su volumen, por su contribución neta producto del sistemático superávit de la Balanza Turística.

El entendimiento del turismo como una actividad de intensa competencia en la que los actores también son países en desarrollo es fundamental; en este sentido, es muy ilustrativo reconocer el efecto del turismo en la Balanza de Pagos de Estados Unidos o de España. En el primer caso, en 2015 el superávit de la Balanza Turística -no obstante que este país es el segundo aportador de divisas al mercado turístico mundial con 120.5 miles de millones de dólares- superó los 58 mil millones de dólares; así, el turismo es el 8% de las exportaciones totales de este país y 25% de las de servicios, rubro en el que ocupa el primer lugar. En el caso de España, el valor de las exportaciones turísticas es el 14.3% de las exportaciones totales, habiendo meses como agosto de 2015 en que llega a ser el 25.3%¹¹.

5.1. Evolución del ingreso de divisas 2011-2015

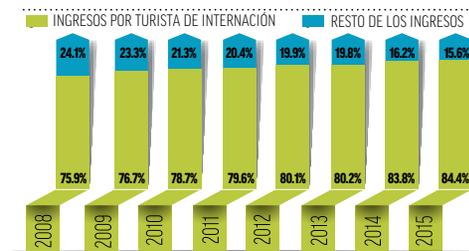
En este periodo es posible observar un ritmo sostenido de crecimiento en los ingresos por visitantes internacionales como se aprecia en la Gráfica 12, que supone un destacado crecimiento del 47% en dólares nominales en tan solo cuatro años, con una tasa media anual de crecimiento del 10.1%.

INGRESO DE DIVISAS POR VISITANTES INTERNACIONALES EN MÉXICO



Gráfica 12. Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN DE LOS INGRESOS POR TURISTAS DE INTERNACIÓN EN EL TOTAL DE LOS INGRESOS POR VISITANTES INTERNACIONALES



Gráfica 13. Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

5.2. Composición del ingreso de divisas por tipo de viajero

De acuerdo con los criterios estadísticos internacionales en el conjunto de los visitantes internacionales se cuenta con cuatro categorías: turistas no fronterizos (también llamados de internación o receptivos y que pueden ser aéreos y terrestres),

La huella del turismo

DISTRIBUCIÓN DE LOS INGRESOS POR SEGMENTO DE VIAJEROS 2015

Segmento	Millones de dólares		Proporción total de los ingresos	
Turistas de internación	14,736,455.9		84.4%	
Turistas de internación aéreos		13,696,315.5		78.5%
Turistas de internación terrestres		1,040,140.4		6.0%
Excursionistas fronterizos	1,510,210.6		8.7%	
Turistas fronterizos	790,955.4		4.5%	
Cruceristas	419,474.9		2.4%	
Total	17,457,096		100%	

Tabla 11. Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

turistas fronterizos, excursionistas fronterizos y cruceristas. Es pertinente aclarar que el primer grupo representa cerca del 85% del total de los ingresos (Tabla 11).

Es bastante claro que la participación creciente del turismo receptivo en el conjunto de los ingresos por divisas internacionales es una tendencia especialmente visible, cuando se compara dicho saldo con el de otros elementos del sector externo.

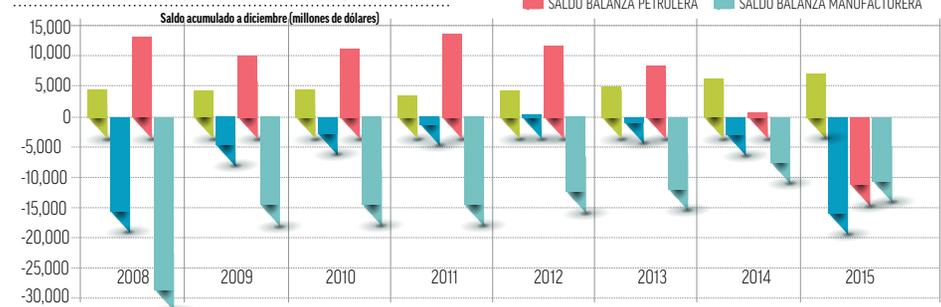
Así, en 2015 en tanto la Balanza Comercial mantuvo su crónico déficit (14.5 miles de millones de dólares), acrecentado por el escenario internacional de bajos precios del petróleo y el elevado nivel de importaciones de combustibles que, además, trajo aparejado el surgimiento de un déficit de la Balanza Petrolera (9.9 miles de millones de dólares), la Balanza Manufacturera también reportaba déficit (9.7 miles de millones de dólares, superior en un 28.3%) al de 2015, al tiempo que la Balanza Tu-

→ La formación bruta de capital fijo (inversión privada) del turismo en 2014 fue de 9,523.7 millones de dólares.

rística mantuvo su sistemático comportamiento superavitario (7.4 miles de millones de dólares).

No es una consideración menor reconocer que la Balanza en Cuenta Corriente registró, en el mismo 2015, un saldo negativo de 24.8 mil millones de dólares

SALDOS DE LA BALANZA TURÍSTICA, COMERCIAL, PETROLERA Y MANUFACTURERA. 2008-2015



Gráfica 14. Fuente: elaboración propia con datos del Banco de México.

La huella del turismo



Proveeduría

A fin de producir los bienes y servicios finales de la actividad turística, los productores realizan compras de insumos a diversos sectores de la economía tales como: adquisición de materias primas para su transformación en otro bien; alquiler de maquinaria, equipo e instalaciones; herramientas y equipo menor; pagos por honorarios; servicios de electricidad y telefónicos; papelería y útiles de oficina; entre otros. Estos insumos constituyen el consumo intermedio del sector turístico adquiridos por todos sus subsectores.

6.1. Valor de la cadena productiva 2014

De acuerdo con el Inegi, el valor de las adquisiciones que realizó la actividad turística en la compra de bienes y servicios intermedios se estimó en 770,691 millones de pesos corrientes (58 mil millones de dólares), lo cual representa 6.4% de la demanda de todos los bienes intermedios del país, estimándose un comportamiento más o menos similar para el 2015.

En cuanto al crecimiento del consumo intermedio turístico, este se ha mantenido por arriba del crecimiento nacional de la demanda intermedia; baste señalar que en 2014 la diferencia fue de 1.7 puntos porcentuales a favor del sector turístico.

La proveeduría del turismo representó 35.6% del Valor Bruto de la Producción (VBP) turístico en 2014, esto significa que el valor agregado (PIB) que el turismo aporta a los insumos recibidos de otros sectores es 64.5% del valor final de los bienes y servicios del sector. En el total de la economía nacional el Consumo Intermedio representa 41% y el PIB 59% del VBP, lo que indica que el turismo aporta un mayor valor respecto al conjunto de las actividades económicas nivel nacional que, incluso, es mayor que en industrias como la automotriz, en donde el Consumo Intermedio es 73% y el valor agregado tan solo 27%.

CONTRIBUCIÓN DEL CONSUMO INTERMEDIO TURÍSTICO A LA DEMANDA INTERMEDIA NACIONAL

Año	Demanda Intermedia Nacional (Millones de pesos corrientes)	Consumo Intermedio Turístico (Millones de pesos corrientes)	Participación Consumo Intermedio Turístico
2011	10,269,022	650,119	6.3%
2012	11,236,575	700,962	6.2%
2013	11,454,209	730,227	6.4%
2014	12,027,634	770,691	6.4%
2015/e	12,880,071	813,077	6.3%

Tabla 12. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e/ estimado por el CAIT.

→ El turismo aporta un mayor valor respecto al conjunto de las actividades económicas nivel nacional que, incluso, es mayor que en industrias como la automotriz, en donde el Consumo Intermedio es 73% y el valor agregado tan solo 27%.

La huella del turismo

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO INTERMEDIO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO TURÍSTICO 2011-2105 MILLONES DE PESOS

(Precios comprador 2008=100)	2011	2012	2013	2014	2015/e
Consumo Intermedio (CI)	650,120	700,963	730,227	770,691	790,597
PIB Turístico	1,171,476	1,267,939	1,335,295	1,394,209	1,438,894
Participación del CI en el VBP	35.7%	35.6%	35.4%	35.6%	35.5%
Participación del PIB en el VBP	64.3%	64.4%	64.6%	64.4%	64.5%

Tabla 13. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. e/ estimado por el CAIT.

6.2. Valor de la cadena productiva por tipo de bienes y servicios

Como ya se mencionó, el valor total del consumo intermedio de 2014 fue de 770,691 miles de millones de pesos y se enfoca, principalmente, a la producción de bienes y servicios, tanto característicos como conexos (88.6%), en tanto que el 11.4% se ocupó en otras industrias turísticas (administración y promoción turística, servicios de enseñanza, servicios de esparcimiento, etc.) Cuando se identifican las proporciones de los bienes y servicios, se tiene que los característicos representan 42.5% y los conexos 57.5%.

6.3. Ejemplos del efecto insumo producto del sector turístico

Para identificar a qué sectores compra sus insumos la industria turística, se recurrió al análisis de la Matriz Insumo Producto (MIP) de Inegi. La MIP cuenta con un registro ordenado de las transacciones entre los sectores productivos orientadas a la satisfacción de bienes para la demanda final, así como de bienes intermedios que se compran y venden entre sí. La MIP presenta

los coeficientes técnicos que indican las estructuras porcentuales de las compras que realiza cada sector a otros subsectores de la economía, de las importaciones y de los componentes del valor agregado; ante la falta de información detallada, se tomaron los coeficientes técnicos de los Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas para proceder a una estimación para el conjunto del Sector. Si bien estas dos actividades económicas no conforman el total de las relacionadas con el turismo, ciertamente, son prototípicas y por ende representativas de la dinámica de la actividad turística. Utilizando los coeficientes técnicos de este subsector de 2003, realizando un raseo a 2014 y considerando que estos son una fotografía de la estructura de la actividad económica nacional del sector, se puede inferir que 24.2% de los 770.7 miles de millones pesos de consumo intermedio, registrados en 2014 se compraron a la industria manufacturera (14 mil millones de dólares), seguido de Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles, y Electricidad, agua y suministro de gas por ductos con 13.7 y 13.5%, respectivamente.

La huella del turismo

PROPORCIÓN DE LAS COMPRAS DE INSUMOS QUE REALIZA EL SECTOR TURÍSTICO A DIVERSOS SUBSECTORES DE LA ECONOMÍA NACIONAL. 2014

Subsector	Coficientes Técnicos del Subsector de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, 2003.	Coficientes Técnicos Raseados de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, 2014/e.	Aproximación de Distribución del Consumo Intermedio Turístico por Sector Económico en donde realiza sus compras. (Millones de pesos corrientes/e)
Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final	3.49%	4.82%	104,223.40
Industrias manufactureras	6.26%	8.64%	186,645.60
Comercio	2.18%	3.02%	65,167.00
Transportes	0.97%	1.33%	28,833.50
Información en medios masivos	1.77%	2.44%	52,678.60
Servicios financieros y de seguros	1.64%	2.26%	48,819.20
Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	3.53%	4.88%	105,380.70
Servicios profesionales, científicos y técnicos	1.37%	1.89%	40,827.80
Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	3.25%	4.49%	96,935.90
Otros servicios excepto actividades del Gobierno	0.96%	1.32%	28,595.70
Consumo intermedio	25.84%	35.60%	770,691

Tabla 14. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar, Inegi. En la última columna no coincide la suma con el total porque se omitieron sectores con bajas participaciones e/ estimado por el CAIT.



Algunas contribuciones sociales del turismo

Si bien es cierto que las aportaciones que realiza el turismo a las economías de los países son, por demás, importantes, es muy posible que los efectos más benéficos de esta actividad se reflejen en la mejora de las condiciones de vida de las personas; es decir, sin lugar a dudas, que en el caso de México, la huella del turismo se aprecia en el rostro de las familias.

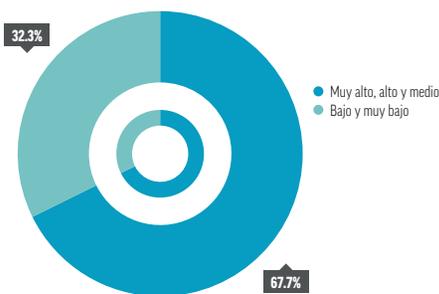
7.1. Marginación 2015

Los principales resultados del recientemente publicado Índice de Marginación¹² 2015 ofrecen datos sobre: analfabetismo y la no conclusión de la educación primaria; la inexistencia de servicios como drenaje, energía eléctrica, agua entubada, piso de tierra, hacinamiento; así como el porcentaje de población ocupada con ingresos de hasta dos salarios mínimos por entidad federativa y municipio.

De acuerdo con este indicador en 2015 había en el país 283 municipios en nivel muy alto de marginación, 817 en nivel alto, 514 en nivel medio, 498 en nivel bajo y 345 en nivel muy bajo. Es cierto que el número de habitantes de los municipios en condición de marginación muy alta, alta y media es relativamente menor, pero no se puede menospreciar que se trata de una población de 34.5 millones de mexicanos. En contraste con las cifras mencionadas, en los poco menos de trescientos municipios turísticos¹³ la realidad de la marginación es muy diferente pues solo 7 aparecen en el nivel muy alto, 26 en nivel alto, 57 en nivel medio, 95 en nivel bajo y 113 en nivel muy bajo.

Dicho de otra forma, el 67.7% de los municipios del país se encuentra en niveles muy alto, alto y medio de marginación, y el 32.3% restante están en los niveles bajo y muy bajo; en tanto, la proporción de municipios turísticos en niveles muy alto, alto y medio de marginación es prácticamente inversa pues el 30.2% se ubica en los niveles muy alto, alto y medio de marginación, y aquellos que tienen los niveles bajo y muy bajo son el 69.8%.

ÍNDICE DE MARGINACIÓN MUNICIPAL 2015



Gráfica 15. Fuente: elaboración propia con datos de Conapo.

Es por demás interesante y demostrativo del potencial del turismo para generar desarrollo y combatir la marginación, el identificar que los municipios turísticos mejoraron más que la media nacional su posición en relación en este Índice en el periodo 2010-2015. Como se aprecia en la Gráfica 17, en tanto el conjunto de los municipios situados en los peores niveles de marginación –muy alto, alto y medio– en 2010 disminuyeron su proporción en este grupo en 5.3 puntos porcentuales, los municipios turísticos lo hicieron en 10.1 puntos porcentuales.

CONDICIÓN DE POBREZA Y POBREZA EXTREMA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN EN ENTIDADES SELECCIONADAS Y EL CONJUNTO DEL PAÍS. 2014

	% de la población en pobreza	% de la población en pobreza extrema
Baja California Sur	30.3	3.9
Nayarit	40.5	8.5
Quintana Roo	35.9	7
Media nacional	46.2	9.5

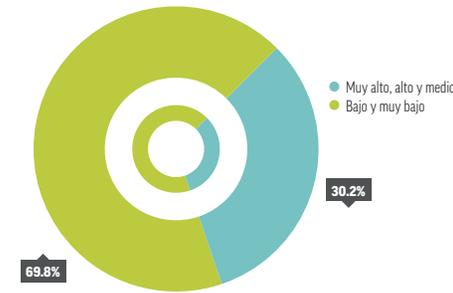
Tabla 15. Fuente: elaboración propia con datos del Coneval.

7.2. Pobreza 2014

La Organización Mundial del Turismo ha insistido sobre el importante papel que desempeña el turismo en el combate a la pobreza. En México, existen evidencias claras de que el desarrollo turístico es un factor fundamental en la atenuación del flagelo de la pobreza.

De acuerdo con las estimaciones del Consejo Nacional de Evaluación de la política de desarrollo social (Coneval)¹⁴, en 2014 el 46.2% de la población se encontraba en situación de pobreza y un 9.5% se situaba en pobreza extrema. Al revisar la situación que en las mismas variables presentan tres entidades con un alto contenido del turismo en su PIB¹⁵ en 2014: Quintana Roo (21.3%), Baja California Sur (15.1%) y Nayarit (9.2%) es muy claro que estos estados se encuentran en una mejor condición que la media nacional como se muestra en la Tabla 15.

ÍNDICE DE MARGINACIÓN, MUNICIPIOS TURÍSTICOS 2015



Gráfica 16. Fuente: elaboración propia con datos de Conapo.

PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN EN POBREZA Y POBREZA EXTREMA EN ENTIDADES DEL SUR SURESTE. 2014

Entidad federativa	Porcentaje de la población en pobreza	
	2014	2014
Quintana Roo	35.9	7
Campeche	43.6	11.1
Yucatán	45.9	10.7
Tabasco	49.6	11
Morelos	52.3	7.9
Hidalgo	54.3	12.3
Veracruz	58	17.2
Tlaxcala	58.9	6.5
Michoacán	59.2	14
Puebla	64.5	16.2
Guerrero	65.2	24.5
Oaxaca	66.8	28.3
Chiapas	76.2	31.8
Media nacional	46.2	9.5

Tabla 16. Fuente: elaboración propia con datos del Coneval.

Vale la pena destacar dos aspectos adicionales: por un lado el hecho de que Baja California Sur en 2014 era la tercera entidad con el menor número de personas en pobreza extrema (29.5 miles) y que de todos los estados del sur sureste Quintana Roo es el que tiene la menor incidencia de su población en situación de pobreza (Tabla 16).

En todo caso, en el largo plazo la única manera sostenible de combatir la pobreza es a través de la generación de riqueza y mejorar la distribución de esta. El turismo ha demostrado ser un importante generador de riqueza; una muestra de ello es que Quintana Roo y Baja California, entidades que, como ya se ha dicho, son netamente turísticas, se sitúan dentro de las primeras diez del país con el mayor PIB per cápita (Tabla 17).

7.3. Rezago Social 2010

Aunque está pendiente la actualización del Índice de Rezago Social para 2015, los resultados presentados para los periodos quinquenales anteriores (2000, 2005 y 2010) son útiles para identificar argumentos convincentes que demuestran la valía del turismo en la generación de mejores condiciones de vida para la población. El índice de Rezago Social mide de manera sintética variables de educación, de acceso a servicios de salud, de servicios básicos en la vivienda, de calidad y espacios en la misma, y de activos en el hogar (Coneval, 2016)¹⁶.

La huella del turismo

RELACIÓN DE PIB PER CÁPITA EN ENTIDADES FEDERATIVAS EN 2014

Posición	Entidad	PIB per cápita pesos nominales
1	Campeche	773,645
2	Distrito Federal	303,611
3	Nuevo León	237,151
4	Tabasco	217,291
5	Coahuila de Zaragoza	189,658
6	Querétaro	179,311
7	Quintana Roo	172,394
8	Sonora	164,094
9	Baja California Sur	162,038
10	Aguascalientes	155,846

Tabla 17. Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.

Entre 2005 y 2010 la entidad federativa que más avanzó en la reducción de su Índice de Rezago Social, fue Quintana Roo al pasar del lugar 12 al 20. De igual forma, de todos los estados de la región sur sureste Quintana Roo es el único que tiene un nivel de rezago social que se encontraba (2010) en las categorías bajo o muy bajo. Este grado bajo de rezago social es compartido con Baja California Sur y Nayarit.

En el mismo orden de ideas, es, realmente, notable como el 66.7% de los 33 municipios de las mencionadas tres entidades federativas con un alto componente turístico, tienen un grado de rezago social muy bajo que contrasta, dramáticamente, con la media nacional que es del 31.8%.

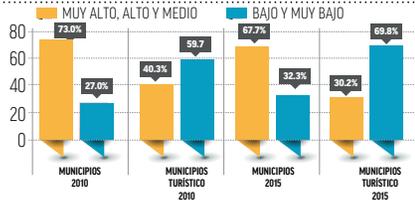
GRADO DE REZAGO SOCIAL EN ENTIDADES DEL SUR SURESTE. 2010

Entidad federativa	Grado de rezago social
Campeche	Alto
Chiapas	Muy alto
Guerrero	Muy alto
Hidalgo	Alto
Michoacán	Alto
Morelos	Medio
Oaxaca	Muy alto
Puebla	Alto
Quintana Roo	Bajo
Tabasco	Medio
Tlaxcala	Medio
Veracruz	Alto
Yucatán	Alto

Tabla 18. Fuente: elaboración propia con información de Coneval.

→ El 66.7% de los 33 municipios de las mencionadas tres entidades federativas con un alto componente turístico, tienen un grado de rezago social muy bajo que contrasta, dramáticamente, con la media nacional que es del 31.8%.

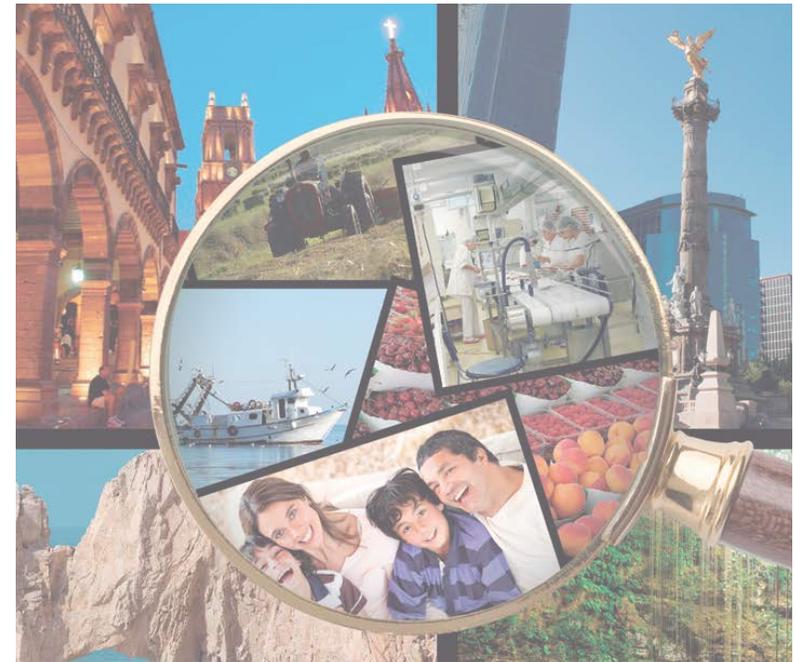
PROPORCIÓN DE MUNICIPIOS Y MUNICIPIOS TURÍSTICOS POR NIVEL DE MARGINACIÓN 2010 Y 2015



Gráfica 17. Fuente: elaboración propia con datos de Conapo.

Conclusiones y recomendaciones

Notas



Conclusiones y recomendaciones

La importancia de las contribuciones realizadas por el turismo está fuera de toda duda; sin embargo, sigue siendo una tarea pendiente realizar una comunicación más eficaz de sus efectos positivos, al tiempo que se deben perfeccionar los métodos para medir la incidencia económica del fenómeno.

El viejo anhelo de que el turismo debe ser una prioridad sigue siendo una aspiración, que con frecuencia se queda en el terreno del discurso y el texto de los documentos políticos, sin lograr trascender en el ámbito de las grandes e incluso las pequeñas decisiones de gobierno. Los ejemplos sobran, tanto en lo presupuestal, como en el enmarañado proceso de operación de las empresas turísticas que deben someterse a centenares de regulaciones administrativas y a la persecución de autoridades e inspectores que, con frecuencia, siguen recurriendo a actos de corrupción; o en la insuficiente atención que se presta a la facilitación en el ingreso de los turistas internacionales en aeropuertos del país.

En el fondo, el anhelo y el propósito deben ser, el que conferir el grado de prioridad al turismo no debe apuntar solo al gobierno, sino al conjunto del Estado mexicano en el que, por supuesto, se debe incluir a todos los sectores de la sociedad, particularmente en el caso de las comunidades receptoras.

La huella del turismo es un trabajo académico que trata de realizar una contribución en la materia y los empresarios agrupados en el Consejo Nacional Empresarial Turístico así lo han entendido y, en consecuencia, lo han apoyado. Esto es una muestra de cómo se debe gestar una nueva gobernanza del turismo en el país en que se orqueste una amplia participación social en conjunto con los poderes públicos en sus distintos estamentos y niveles.

El turismo, y así se ha confirmado en este primer Reporte Anáhuac de Investigación Turística, es una pieza clave de la economía que no solo realiza una importante contribución al PIB nacional, conformando casi la sexta parte del consumo privado del país, sino es también un importante articulador de cadenas productivas, tanto en la fase de construcción, como en la operación; sus efectos en otros sectores económicos son trascendentes y tiene una importante capacidad de generación de valor agregado; además, su papel en la generación de empleos se potencia porque estas ocupaciones son aprovechadas en su mayoría por mujeres y en una proporción significativa por jóvenes. Estas capacidades se traducen, finalmente, en una mejora de las condiciones de vida de millones de mexicanos, como demuestran los índices de marginación, rezago y los indicadores de pobreza.

Habiendo mencionado en el primer párrafo de estas conclu-

siones dos temáticas pendientes, la primera de estas tareas requiere, sin duda, de la segunda; aunque no se puede omitir que se han realizado ya importantes avances al respecto, dentro de los que destaca el seguimiento de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) que realiza el Inegi. No es una tarea menor la reducción de los tiempos de publicación de las actualizaciones de esta herramienta a menos de un año; de igual forma, la implementación del Indicador Trimestral de la Actividad Turística ha permitido contar con información de coyuntura con mayor celeridad.

No obstante, así como son encomiables estas tareas, es extraño y poco ayuda a las tareas de difusión de la importancia del turismo, la decisión tomada hace tres años de no seguir publicando versiones completas de las actualizaciones anuales de la CSTM y sustituirlas con una brevísima síntesis y un escueto boletín de prensa (no ha merecido, incluso, una conferencia de prensa); es cierto que, al menos aparentemente, es posible acceder a las bases de datos con las diferentes variables que integran esta herramienta, pero la opinión pública, los medios de comunicación y la comunidad académica y científica agradecerían retomar las versiones completas que antaño se publicaban y cuyo costo es menor al disponer de la alternativa de presentación en formato digital.

Existen temas que no son cubiertos en la CSTM y que requieren de un acercamiento más profunda para aquilatar el valor del turismo, como por ejemplo las contribuciones fiscales que realiza el sector; el ejercicio básico realizado en *La huella del turismo* sobre el IVA, es una muestra de que hay mucho terreno por explorar en la materia.

Por otro lado, es menester seguir atendiendo la modernización de los sistemas de obtención de estadísticas descriptivas del sector e incorporar las nuevas capacidades digitales en estas tareas. Es urgente, por ejemplo, un mejor conocimiento del mercado interno, dada su importancia, y parece el tiempo de una revisión profunda de los importantes trabajos del Banco de México, pues es claro que hoy existen poderosas herramientas que pueden completar y afinar las tareas de medición de las variables relacionadas con el turismo internacional en nuestro país, especialmente en lo que se refiere a los gastos que realizan.

Finalmente, es importante consignar que este trabajo busca relanzar la discusión sobre el turismo con enfoques novedosos y puede generar controversias por las estimaciones presentadas; algunas de ellas pueden mejorarse, sin duda, pero es importante destacar que solo si se logra que el turismo ocupe los espacios que por derecho le corresponden en los medios y la opinión pública, podrá consolidar su papel central en la agenda nacional.

Notas

1 En este y en la mayor parte de estos enunciados, se asumió el supuesto de la desaparición total (o parcial cuando así se especifica) del efecto del turismo en la economía conforme a las magnitudes consignadas con los datos más recientes en las fuentes oficiales (salvo que en el cuerpo del documento se especifique lo contrario).

2 El punto de partida para este cálculo fue la estimación del total de los recursos que los estados se comprometieron a recaudar por el Impuesto sobre Servicios de Hospedaje (que oscila entre 2 y 4%), en sus respectivas Leyes de Ingresos 2015. Con esta magnitud se realizó lo que se considera una aproximación confiable del IVA en el subsector alojamiento (11,287.3 millones de pesos), base para la estimación que se presenta conforme se explica en el apartado 2.3.

3 Con base en la información del Observatorio Laboral de la Styps al último cuatrimestre del 2015.

4 Ídem.

5 Ídem.

6 Para la determinación del universo de Ninis se utilizó la estimación de Rodrigo Negrete y Gerardo Leyva en "Los NiNis en México: una aproximación crítica a su medición 90". Revista de Estadística y Geografía. Vol. 4. N.º 1. 2013. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

7 A partir del análisis de los Índices respectivos de Conapo y Coneval

8 Inegi. Cuenta Satélite del Turismo preliminar, 2014. Disponible en http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/SCN/C_Anuales/c_satelitetur/default.aspx

9 Centro de Estudios de las Finanzas Públicas de la Cámara de Diputados, con datos del Banco de México

10 La información utilizada del Observatorio Laboral es la de Ocupaciones por sectores económicos. Disponible para consulta en http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/es/ola/ocupacion_por_sectores_economicos

11 Con información de los sitios oficiales de estadística de estos países.

12 Conapo. Disponible en http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion

13 Para la determinación del carácter de municipio turístico se recurrió a aquellos identificados como tales en el Censo Económico 2003, adicionando los que no estando en dicha herramienta sean coincidentes con la categoría de Ciudades Patrimonio de la Humanidad o Pueblos Mágicos.

14 Coneval. Disponible para consulta en http://www.coneval.gob.mx/Medicion/MP/Paginas/AE_pobreza_2014.aspx

15 A falta de información sobre el conjunto del sector turístico se utilizó para el cálculo de la participación en el PIB estatal, solo el concepto Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.

16 Coneval. Disponible para consulta en <http://www.coneval.gob.mx/Medicion/IRS/Paginas/%C3%8Dndice-de-Rezago-social-2010.aspx>



Doctorado Internacional en Turismo

Incorporado al Programa Nacional de Posgrados de Calidad (PNPC) de Conacyt



Coordinador académico:
Dr. Mariano Lechuga Beené
mariano.lechuga@anahuac.mx

Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Anáhuac – OMT

Primera Maestría a nivel mundial avalada por la Organización Mundial del Turismo



Coordinadora académica:
Mtra. Lilia Anciola Guajardo
lilia.anciola@anahuac.mx

Inicio:
Julio 2016

Informes:
Centro de Atención de Posgrado y Extensión
Tels.: (55) 5627.0210 exts. 7100 y 7190 y
(55) 5328.8087
posgrado@anahuac.mx

Facultad de
Turismo y Gastronomía

Extensión
Anáhuac
Saber que hay más

Síguenos en /PosgradosAnahuac

Somos Anáhuac • Líderes de Acción Positiva



CONSEJO NACIONAL
EMPRESARIAL
TURÍSTICO

El Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) se ha constituido como el órgano cúpula de representación del sector privado empresarial dedicado a la actividad turística en nuestro país, teniendo como su principal objetivo el de contribuir al crecimiento y desarrollo sustentable de la actividad turística de México.

Asamblea General del CNET

1. Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO)
2. Cámara Nacional del Autotransporte Pasaje y Turismo (CANAPAT)
3. Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
4. Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI)
5. Asociación de Inversionistas en Hoteles y Empresas Turísticas, A.C. (AIHET)
6. AMAIT, Abastecedores Turísticos A.C. (AMAIT)
7. Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, A.C. (AMDETUR)
8. Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles. (AMHM)
9. Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles, A.C. (ANCH)
10. Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo (AMTAVE)
11. Federación de Haciendas, Estancias y Hoteles Históricos de México (FHEHHM)
12. PCO Meetings México.
13. Grupo Mexicano de Agencias de Viajes y Empresas Turísticas (GMA)

Afiliados

Asociación Mexicana de Agentes Navieros (AMANAC)

CNET Capítulos Estatales

Puerto Vallarta y Bahía de Banderas
Caribe
Chihuahua
D.F.
Veracruz
Yucatán

Miembros del Consejo Consultivo CNET

Rafael Aguirre Gómez
Carlos Ancira Elizondo
Romárico Arroyo Marroquín
José Carlos y Pablo Azcárraga
Luis Barrios Sánchez
Carlos Berdegué Sacristán
José Chapur Zahuol
Fernando Chico Pardo
Ernesto Coppel Kelly
Rubén Coppel Luken
Pablo González Carbonell
Ricardo Montaudón Corry
Ángel Losada Moreno
Jorge Paoli Díaz
Alfonso Pasquel
Alfonso Rizzuto
Andrés Rossetto
Eduardo Sánchez Navarro Redo
Olegario Vázquez Aldir
Juan Vela Ruiz
José María Zas