

## **Trascendencia económica del Turismo en México \***

Góngora Pérez, Juan Pablo

Medina Ramírez, Salvadore

Marzo de 2010.

### **RESUMEN**

De acuerdo a datos de la Organización Mundial del Turismo, este sector contribuye a crear entre el 6 y el 7% de los empleos mundiales y el 30% de las exportaciones mundiales de servicios,<sup>1</sup> convirtiéndose en uno de los sectores más importantes en la economía mundial y uno de los principales motores del desarrollo. En este trabajo se trata brevemente el papel del turismo en la economía, se estudia el fenómeno económico que representa y se analiza su desarrollo en los últimos años, tanto a nivel mundial como en México.

### **SUMMARY**

According to data from the World Tourism Organization, this sector contributes to create between 6 and 7% of world employment and 30% of world services exports, becoming one of the most important sectors in the global economy and one of the main engines of development. This paper analyzes briefly the role of tourism in the economy; the economic phenomenon represented by it and its global development in last years.

\*Agradecemos los comentarios de Azalea del Carmen Clemente Blanco, cualquier error u omisión son total responsabilidad de los autores.

Medina Ramírez, Salvador y Góngora, Pérez, Juan Pablo, "Trascendencia económica del turismo en México", Revista Comercio Exterior, mayo-junio 2011, Vol. 61. Núm 3, Banco Nacional de Comercio Exterior, México

---

<sup>1</sup> Organización Mundial de Turismo, <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>

## **1. Introducción**

La globalización ha aumentado la interacción entre las naciones y hoy en día nuestro mundo vive una era “sin fronteras” que abarca tanto elementos económicos como culturales y sociales que impactan en la vida laboral y en el tiempo libre de los individuos, lo que ha llevado a que el estudio del fenómeno del turismo haya cobrado una gran importancia en las últimas décadas. Debido a su crecimiento y expansión, también se ha convertido en una actividad altamente demandada y lucrativa, que acarrea grandes beneficios a los que de alguna forma participan de él, incluyendo tanto al sector privado como a las entidades gubernamentales.

Sin duda el turismo es algo más que simples transacciones comerciales o movimientos migratorios temporales, también es una serie de productos y servicios heterogéneos que involucra fuertemente al demandante de los mismos y, por ende, abre un abanico sumamente amplio de actividades; por ejemplo, el consumo alimenticio en el aeropuerto o la central de autobuses, hospedaje, transporte, pago de entradas a centros recreativos o culturales, contratación de guías de turistas, etc. Lo anterior ha implicado en años recientes una continua modernidad en esta rama económica y la aparición de infinidad de productos y servicios para el mercado turístico y de entretenimiento, que también ha detonado grandes inversiones privadas que contribuyen al crecimiento económico, la generación de empleos directos e indirectos y el ingreso de divisas a un espacio económico. Beneficios que son tan relevantes que las políticas económicas gubernamentales (nacionales, regionales y locales) han centrado parte de sus esfuerzos en la promoción turística nacional y a la creación y mantenimiento de

infraestructura con el objeto de convertirse en un atractivo destino para el consumidor turístico, como lo refiere Alejandro Palafox Muñoz, “*el turismo se convierte en la actividad más importante del mundo*”.<sup>2</sup>

Amén de esta situación económica del turismo, también se debe de apreciar su dimensión humana, en la cual se reconoce que es una actividad “*capaz de mejorar la calidad de vida de todos los pueblos y un factor esencial de paz y comprensión internacional*”<sup>3</sup>, que a su vez, define ciertas responsabilidades Gubernamentales, como son “*imbuir de su importancia a toda la población mundial y proteger y aprovechar los recursos turísticos que forman parte del patrimonio de la humanidad...*”<sup>4</sup>

## **2. Definiciones y conceptos clave**

Es importante reconocer en primera instancia que el denominado *sector turismo* es conformado por una variedad de actividades. La clasificación tradicional de los sectores económicos, generalmente realizada en términos del lado de la oferta señala que la sectorización es fácilmente distinguible y que los sectores se diferencian unos de otros al ubicar unidades productivas de bienes o servicios que son lo más homogéneas posibles, es decir, no existe duda que la actividad comercial está conformada por acciones que se distinguen del sector financiero, por realizar una ejemplificación. Sin embargo, en el caso del turismo existe una situación un tanto diferente ya que, en la práctica, éste es considerado como una actividad transversal dado que se conforma de un conjunto de actividades, tanto

---

<sup>2</sup> Véase: Alejandro Palafox Muñoz, “Modernidad y Turismo en Cozumel”, *Turismo: Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, Plaza y Valdés, México, 2005, 342 páginas.

<sup>3</sup> Organización Mundial de Turismo, *Declaración de la Haya sobre Turismo*, 1989.

<sup>4</sup> *Ibíd.*

productivas como de servicios. Actividades que incluso podrían incluirse en otros sectores económicos que tienen efectos tanto directos como indirectos en otras ramas económicas.

Entonces, ¿cómo es que estas diversas actividades se clasifican y conforman conjuntamente al sector denominado “turismo”? Para poder comprender la situación multisectorial del turismo es necesario adentrarse en la definición del mismo. Etimológicamente todo parece indicar que la palabra turismo tiene su origen en el antiguo Hebreo, derivándose de *Tör* y que se desprende hasta el vocablo francés *Tour* (Viaje) y *Tourier* (Viajero o turista). Así, *turismo* hace referencia a un viaje de ida y vuelta, lo que implica una situación diferente al aspecto migratorio, en el cual el viaje se realiza con la intención de no volver al lugar de origen, al menos no en el corto plazo, es decir, se diferencia al turista del migrante porque el primero no tiene la intención de radicar en el lugar al que viaja, sino la de volver a su lugar de partida.

De esta forma, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es “*el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes a lugares distintos de su contexto habitual, por un periodo inferior a un año, con propósitos de ocio, negocios y otros motivos*”; y, acorde a la Declaración de la Haya, “*comprende todos los desplazamientos libres de las personas fuera de sus domicilios y lugares de trabajo, así como el conjunto de los servicios creados para atender las necesidades relacionadas con esos desplazamiento*”.<sup>5</sup>

Estas definiciones implican a su vez la comprensión del concepto del ocio; es fundamental comprender que no toda actividad que realiza el ser humano

---

<sup>5</sup> OMT, (Op. Cit.)

durante el tiempo no dedicado a su jornada laboral representa a la vez “tiempo libre”, propiamente es tiempo disponible,<sup>6</sup> el cual puede traducirse en tiempo libre una vez que se cumplan dos condiciones necesarias. Primero, que las necesidades vitales del trabajador se encuentren totalmente satisfechas; segundo, se cuente con recursos económicos disponibles para utilizarse durante dicho tiempo sin mermar los recursos destinados a la satisfacción de sus necesidades básicas. Es así como las actividades que realiza una persona en su tiempo realmente libre y con recursos disponibles se traducen en ocio, en actividades meramente recreativas realizadas con el objeto de relajarse y distraerse del ajetreo laboral y acciones puramente obligatorias, actividades que a su vez pueden reflejarse en distintas maneras, como practicar música, deporte, o, hacer turismo, es decir, realizar dichas actividades de ocio en un lugar diferente al de origen.

De esta forma, se puede distinguir que el turismo es por sí mismo un “heterogéneo conjunto de actividades productivas que responden al heterogéneo conjunto de actividades consuntivas que realizan los consumidores fuera de su lugar de residencia habitual”<sup>7</sup>, en otras palabras, representa a un sin número de actividades productivas en función de todo aquello que al turista desee demandar; incluso, retomando el ejemplo anterior, desde la adquisición de *suvenires* tales

---

<sup>6</sup> En el cual, se pueden realizar actividades recreativas o no, por ejemplo, un profesor universitario cuenta con tiempo disponible cuando no se encuentra dando clases, que es el tiempo que representa su jornada laboral y por la cual percibe un salario determinado, sin embargo, en este tipo disponible puede tener la necesidad de utilizarlo en su totalidad para prepara el material para su clase o calificar exámenes, cumplir con compromisos sociales o familiares y descansar lo estrictamente necesario, por lo tanto, a pesar de contar con disponibilidad de tiempo, no cumple con el requisito de considerarse tiempo libre.

<sup>7</sup> Francisco Muñoz Escalona, “Los conceptos del turismo; Invitación al debate en diez preguntas”, *Revista Contribuciones a la Economía*, España, julio 2004.

como playeras, tazas, joyas, etc. (esto es, actividad comercial), o la contratación de un seguro de viaje (producto financiero). Por lo tanto, el turismo es una actividad de consumo que puede tener como contraparte productiva a prácticamente todo el sistema productivo del lugar visitado y, por ende, es imposible identificar un único producto o servicio. Esta dificultad para englobar y determinar al turismo como una actividad única y plenamente identificable, es recogida en la CIUAT, la Clasificación Internacional Uniforme de las Actividades Turísticas (SICTA, por sus siglas en inglés), que fue realizada por la OMT en el año de 1991 con el objetivo de *“constituir la estructura conceptual fundamental que sirva para orientar la construcción de un sistema coherente, global y objetivo, destinado a producir, organizar y comunicar la información estadística referente al turismo.”*<sup>8</sup> y la cual determina que de las grandes divisiones de actividades económicas las actividades turísticas se puede ubicar en las siguientes: a) construcción; b) ventas al mayoreo y menudeo; c) hoteles y restaurantes; d) transporte, almacenaje y comunicaciones; f) intermediarios financieros; g) inmobiliaria, alquiler y actividades empresariales; h) la administración pública; i) educación; j) otros servicios comunales, sociales y personales; y, k) organizaciones extraterritoriales.

De igual forma, esta misma clasificación determina dentro de estas divisiones, la existencia de 75 subclases de actividades económicas dedicadas directamente al turismo, considerando al turismo como una actividad que genera efectos inducidos en la economía, y 110 subclases que son consideradas parcialmente

---

<sup>8</sup> Organización Mundial de Turismo, *Recopilación de las Estadísticas del Turismo Interno*, Manual Técnico No. 3. Madrid, 1995 <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>

involucradas en el turismo.<sup>9</sup> Así, desde el punto de vista de la oferta, no es posible distinguir un solo producto turístico, sino una serie de actividades de las cuales, unas son totalmente turísticas, mientras que otras son productos o servicios parcialmente turísticos, por lo que, el concepto de “producto turístico” debe ser entendido como *“una oferta completa, integral y diferenciada que puede ser comercializada en los diferentes mercados”*.<sup>10</sup> Por esta situación es que el estudio del turismo se realiza con un enfoque de demanda, en donde se puede considerar a este sector como una “economía en pequeño”, en la cual el turista, como un rey midas, convierte todo lo que consume durante su viaje en un producto turístico, aunque éste sea nuevamente un concepto ambiguo en virtud de que así como resulta imposible identificar un solo producto, tampoco existe una única empresa clasificada como turística. Es más bien una especie de agrupación de empresas homogéneas destinadas a satisfacer de forma directa o indirecta las demandas de un consumidor sumamente especial, el turista.

El fenómeno turístico suele ser estudiado desde diferentes ángulos y disciplinas, que van desde la economía hasta la psicología, antropología, sociología, geografía y la ecología (el aspecto ecológico en años recientes ha cobrado relevancia), entre otras. Se trata de un fenómeno social que genera *“múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”*<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> Las actividades se diferencian unas de otras en función de ser consideradas como totalmente turísticas y son demandadas exclusivamente por turistas; en cambio las parcialmente turísticas, representan productos o servicios que pueden ser demandados tanto por turistas como por individuos que las requieren cotidianamente.

<sup>10</sup> Muñoz Escalona (Op. Cit)

<sup>11</sup> Oscar de la Torre Padilla, *Turismo, fenómeno social*, Fondo de Cultura Económica, México, 1980, 162162 páginas.

Siguiendo la línea de la teoría de los campos de Pierre Bourdieu,<sup>12</sup> el turismo está determinado por el *habitus*<sup>13</sup> de cada individuo, el cual, le confiere una “personalidad, gustos y preferencias” *ídem* que se refleja en sus prácticas turísticas y es lo que genera que algunos individuos prefieran vacacionar en la playa o en un lugar en las montañas, por ejemplo. De igual forma, aunado al *habitus* del individuo, este cuenta a su vez de capitales, de carácter económico, cultural, simbólico y social, los cuales también influyen de forma determinante en sus preferencias, y que al igual que el *habitus*, pueden ser heredados socialmente o transmitido de generación en generación o, en su defecto, adquiridos por el individuo a lo largo de su existencia.<sup>14</sup>

Todos estos factores que se mencionan afectan y determinan el tipo y lugar de turismo del individuo y, dependiendo del capital económico, el viaje se podrá realizar a otro país o continente, en lugar de a otra entidad de su misma nación. De igual forma, dos individuos con el mismo capital económico, que elijan el mismo destino, realizarán actividades totalmente diferentes dependiendo del

---

<sup>12</sup> Véase Julia Sderis Anaya Ortiz “El Estudio del Turismo a partir de la Teoría de los Campos de Pierre Bourdieu”, en *Turismo: Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, Plaza y Valdés, México, 2005, 342 páginas.

<sup>13</sup> De acuerdo a la propia definición de Bourdieu, el *habitus* es el “conjunto de esquemas generativos a partir de los cuales los sujetos perciben el mundo y actúan en él”.

<sup>14</sup> **El capital cultural** se adquiere inicialmente por la familia e incluye el lenguaje, idioma, alimentación, expresiones, estereotipos, etc., que son válidos tanto para la familia como para la sociedad, en cuanto a su adquisición, se establece en relación a los grados de estudio obtenidos y que se convierten en una especie de rango que otorga prestigio dentro de la sociedad. Esta formación educativa es uno de los factores primordiales (junto con el aspecto económico) para determinar el lugar de elección.; **El capital social** hace referencia al respaldo que el individuo encuentra proveniente de un grupo al que pertenece, su círculo social, ya sea religioso, deportivo, escolar, etc., incluyendo en este caso, la pertenencia a grupos que otorgan descuentos en viajes turísticos o “intercambios” de lugares de alojamiento; **El capital simbólico** representa una propiedad del individuo, ya sea esta física, económica, conocimientos, en sí, propiedades que otorgan al individuo prestigio, honor y reconocimiento ante la sociedad; **El capital económico** se trata de los bienes y recursos financieros a disposición del individuo, tanto para el consumo habitual como para las actividades turísticas, implica el poder de compra de cada individuo.

capital cultural de cada uno. Por ejemplo, uno podría visitar el famoso museo de Van Gogh y el otro, el no tan famoso pero también socorrido museo de la cerveza Heineken, ambos museos localizados en la ciudad holandesa de Ámsterdam. Lo que implica, que aun cuando se visite el mismo destino, los individuos manifestarán sus necesidades turísticas con diferentes matices acordes a sus pautas socioculturales que determinarán a su vez las prácticas turísticas, que se dan “*en el sentido de sus preferencias o inclinaciones por diferentes actividades*”.<sup>15</sup>

Igualmente, de los factores antes mencionados el turismo surge también de la necesidad de los individuos de escapar momentáneamente de lo cotidiano y recurrir en su tiempo libre a realizar actividades para salir de la monotonía (laboral y familiar), incluyendo tanto descanso como diversión, entretenimiento, motivos de salud o, en su caso, ampliar su gama de conocimientos y obtener nuevas experiencias lejos de su lugar de origen. Debido a que la vida laboral cada día es más agobiante y estresante, incluso las profesiones “libres” o los puestos de mando acusan de fatiga y estrés que hace que el individuo necesite de un espacio para la relajación y recuperación, por lo que la actividad de vacacionar se ha convertido en una parte trascendental en la vida del ser humano contemporáneo.

Es así como se debe de reconocer que el turismo “*es una actividad practicada por muchas personas de diferentes sectores poblacionales y clases sociales*”<sup>16</sup> lo que implica que no es privativo para los sectores poblacionales de altos ingresos; basta con que el trabajador cuente con vacaciones pagadas por la empresa en la que labora para que este se convierta en un turista potencial,

---

<sup>15</sup> Anaya Ortiz (Op.Cit.)

<sup>16</sup> Alejandro Palafox Muñoz, “Modernidad y Turismo en Cozumel”, en *Turismo: Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, Plaza y Valdés, México, 2005, 342 páginas.

aunque sea una actividad realizada no cotidianamente. Como el desplazamiento fuera del lugar de origen es una de las características esenciales del turismo.

### **3. El turismo como factor en el crecimiento económico en el mundo**

Como se ha mencionado con anterioridad, el turismo se ha convertido en una de las principales actividades económicas en el mundo por su aportación al crecimiento económico y su creciente importancia relativa en términos de inversión, construcción de infraestructura y generación de empleos. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT), esta actividad llegó a representar en el año 2003 el 6% de los ingresos mundiales de exportaciones y 30% de las exportaciones del sector servicios;<sup>17</sup> mientras que el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, estima que el sector turismo representa alrededor del 10% del PIB mundial para 2007.<sup>18</sup>

El turismo se ha convertido en una actividad importante, ya desde la época de la revolución industrial se originó una transición en la jornada de trabajo de los obreros que permitió, gracias a los avances tecnológicos de dichos tiempos, una ampliación en el tiempo libre, abriendo paso a la existencia de jornadas laborales de 8 horas días, esto es 40 horas semanales. Las cuales a su vez dieron paso a los esquemas de vacaciones pagadas. Además, de que el aumento en los ingresos permitió una mejoría en el nivel de vida y la aparición de mayor tiempo libre y la dedicación al ocio.

---

<sup>17</sup> Fuente: Organización Mundial de Turismo, <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>.

<sup>18</sup> World Travel & Tourism Council, “World Changing Answers for Global Travel & Tourism”, Comunicado de prensa, 15 de abril de 2008 <[www.wttc.org](http://www.wttc.org)>.

Con la construcción de los ferrocarriles se generó una verdadera revolución en el sector, ya que la creación de extensas redes ferroviarias dio paso al mismo tiempo a un mayor desplazamiento de individuos y, con ello, construcción de albergues y hoteles.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, es cuando el turismo cobra su verdadera fuerza y es altamente impulsado por la iniciativa privada, en este punto se fortalece debido a que en el año de 1948 la Declaración Universal de Derechos Humanos estableció en su artículo 24 que *“toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas”*.<sup>19</sup> Situación que se refuerza mediante el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de 1966, también adoptado por la ONU, en el que se estableció el compromiso por parte de los Estados para *“facilitar a todo individuo el descanso, el disfrute del tiempo libre, la limitación razonable de las horas de trabajo, las vacaciones periódicas pagadas, así como la remuneración de los días festivos”*.<sup>20</sup> En este mismo año se establece en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos que *“toda persona tendrá derecho a salir libremente de cualquier país, incluso del propio”*<sup>21</sup>, por lo tanto, es en esa época en la que las autoridades y la iniciativa privada toman las medidas necesarias para facilitar los viajes, visitas y estancias de turistas en cada país, buscando no únicamente un aumento en la cantidad de

---

<sup>19</sup> OMT (Op. Cit.)

<sup>20</sup> Ibídem.

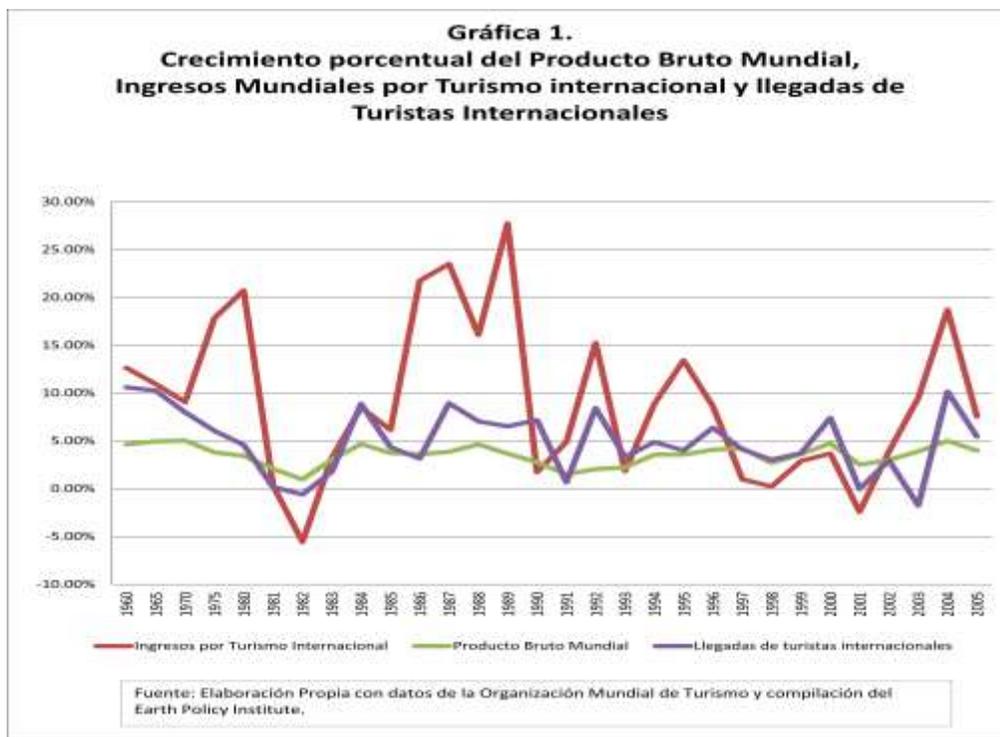
<sup>21</sup> Ibídem.

productos y servicios, sino, paralelamente, una mayor calidad en los mismos mediante:

- Construcción y conservación de infraestructura y equipamiento;
- Creación de instituciones de formación y educación de personal dedicado especialmente a otorgar servicios turísticos;
- Reconocimiento del turismo como una actividad económica y social relevante en la vida nacional, generando instituciones y organizaciones para su promoción y administración;
- Inclusión del turismo como parte esencial de los programas y proyectos de desarrollo nacional y regionales, con una planificación íntegra y congruente con las fortalezas y debilidades nacionales, adoptando medidas facilitadoras en la otorgación de pasaportes y visados y el establecimiento de representaciones turísticas en el extranjero;
- Estimulación tanto el turismo nacional como el internacional;
- Incidencia en la protección del medio natural, cultural y humano de los lugares, destinos y zonas turísticas;
- Establecimiento de planes de cooperación entre los sectores público y privado y cooperación internacional respecto al tema;
- Toma de medidas para garantizar la seguridad y protección de los turistas, así como de las instalaciones y lugares turísticos;
- Otorgamiento de un trato digno y respetable al turista, incluyendo para esto un sistema jurídico de protección al turista en caso de daños a su persona, bienes y atentados graves. En este mismo sentido, establecimiento de

políticas de respeto al consumidor, garantizando el acceso al turismo a todos los estratos poblacionales, nacionales e internacionales.

Es así como el turismo ha pasado a conformar una actividad relevante en la vida económica mundial. La *gráfica 1* muestra esta importancia relativa al comparar el crecimiento del producto bruto mundial con el crecimiento de los ingresos mundiales percibidos por actividades turísticas de carácter internacional. Se observa que la tasa de crecimiento de los ingresos es notablemente superior al crecimiento del producto, con excepción en aquellos años en los que se configura etapas de crisis económica a nivel mundial (1982 y 2001, especialmente). Considerando una tasa de crecimiento promedio anual, el producto observó un crecimiento del 3.5%, mientras que los ingresos mostraron una tasa interanual promedio cercana al 9%. Esta situación reviste al turismo como una de las principales fuerzas generadores de divisas que compensan a su vez los montos de importaciones de cada nación, por lo que estos ingresos son de vital trascendencia en países que suelen mantener déficit en sus cuentas corrientes; sin olvidar que al mismo tiempo se cuentan con beneficios en el terreno fiscal ya que el consumo turístico aumenta la recaudación por concepto de impuesto al valor agregado.

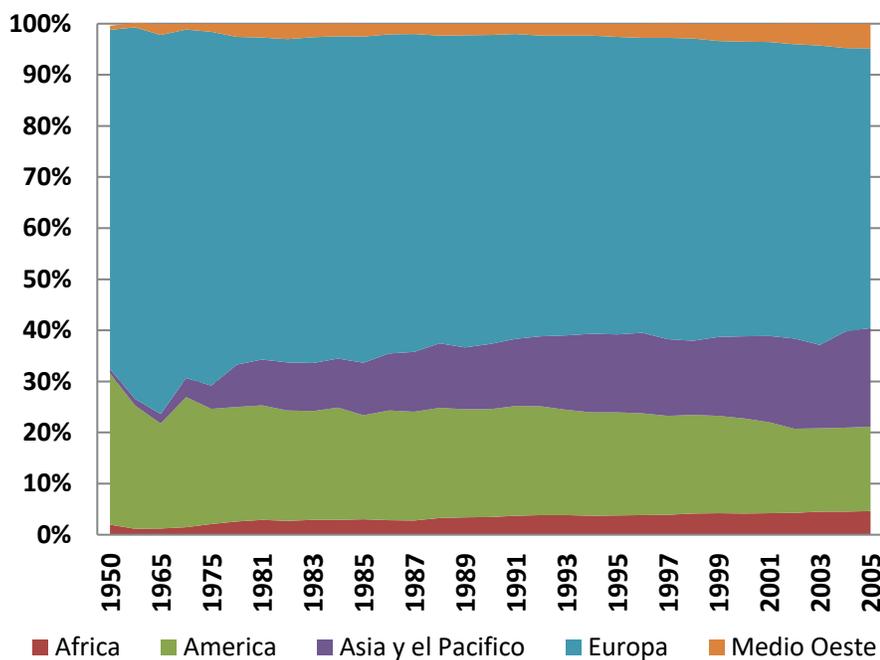


Otro dato importante que muestra la evolución del sector es la cantidad de llegadas de turistas internacionales. Se puede observar en la misma *gráfica 1* que mantiene movimientos similares a los ingresos, aunque en un menor valor, generando una tasa promedio interanual del 4.98%. Es importante destacar que los datos estadísticos arrojan un coeficiente de correlación<sup>22</sup> entre el nivel del crecimiento del producto bruto mundial y las llegadas de turistas internacionales del 67%, mostrando una relación fuerte y directa entre ambas variables, por lo que en términos estadísticos se puede esperar que a una mayor promoción del turismo se generaran beneficios en el crecimiento económico.

<sup>22</sup> El coeficiente de correlación es una medida estadística que muestra la dirección y fortaleza entre dos variables de estudio, se acota entre los valores -1 y 1 (también puede ser medido en termino de porcentajes) en donde el signo representa el sentido de la relación (directa o inversa), mientras que, si el valor del coeficiente se acerca en su valor absoluto a 1 (o 100%), indica una relación fuerte, en cambio, un coeficiente cercano a 0, representa que ambas variables no tiene relación.

De esta forma, en aquellos países con mayores turistas tendrán una mayor capacidad de impulsar el crecimiento económico. En la *gráfica 2* se destaca que la región con mayor recepción de turistas es Europa, posición que ha mantenido y que con dificultad perdería en un futuro reciente. Esa zona geográfica del planeta ha captado en promedio el 62% de los turistas internacionales, llegando incluso a acaparar un 74% de los mismos en 1965. La segunda zona con mayor cantidad de turistas internacionales es el continente americano. Sin embargo, el porcentaje de recepción queda aun muy por abajo del Europa al observar un promedio de recepción del 21%. La tercera zona en importancia está integrada por Asia y el Pacífico, con un promedio del 12%, en tanto que África y Medio Oeste, las zonas con la menor recepción de turistas, ambas con tan solo un promedio del 3% y cuyo máximo de recepción de turistas en relación al total mundial no ha superado el 5%. También es importante notar el comportamiento de las tasas de crecimiento interanuales, ya que a pesar de que constantemente se observa que la región de Medio Oriente tiene tasas más altas, el comportamiento del resto de las zonas geográficas es similar y se presentan prácticamente los mismos ciclos de crecimiento y desaceleración. Asimismo, de que Europa, la región con mayor número de visitantes, es a su vez la segunda tasa de crecimiento más alta, mientras que todo pareciera indicar que el continente africano continuará siendo una de las regiones con menores beneficios derivados del turismo internacional.

**GRÁFICA 2: LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR GRANDES REGIONES GEOGRÁFICAS, 1996-2005 (participación porcentual )**



Fuente: Elaboración Propia con datos de la Organización Mundial de Turismo, <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>, febrero de 2010.

En el *cuadro 1* se observa como los grandes países desarrollados suelen ser aquellos con mayores turistas. En el caso del continente Americano, es Norteamérica, y específicamente los Estados Unidos, con la mayor proporción, como zona recibe más del 68% de los turistas, incluso, los tres países que la integran (Canadá, EEUU y México), mantienen individualmente una mayor proporción de turistas que el resto de las zonas, ya con los datos integrados de todos sus países.

**Cuadro 1.**  
**Principales países receptores de turistas internacionales por grandes zonas geográficas**  
**(Porcentaje respecto al total de viajeros)**

<i>Zona/País</i>	<i>1990</i>	<i>1995</i>	<i>2000</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
<b>América</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>
<b>Norte América</b>	<b>77.30%</b>	<b>74.00%</b>	<b>71.40%</b>	<b>68.40%</b>	<b>68.30%</b>
Canadá	16.40%	15.50%	15.30%	15.50%	15.20%
<b>México</b>	<b>18.50%</b>	<b>18.60%</b>	<b>16.10%</b>	<b>16.50%</b>	<b>16.40%</b>
Estados Unidos	42.40%	39.90%	40.00%	36.40%	36.70%
<b>Caribe (29)</b>	<b>12.30%</b>	<b>12.90%</b>	<b>13.30%</b>	<b>15.10%</b>	<b>14.40%</b>
<b>América Central (7)</b>	<b>2.10%</b>	<b>2.40%</b>	<b>3.40%</b>	<b>4.30%</b>	<b>4.60%</b>
<b>Sur América (13)</b>	<b>8.30%</b>	<b>10.80%</b>	<b>11.90%</b>	<b>12.20%</b>	<b>12.80%</b>
<b>Europa</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>
<b>Norte de Europa (7)</b>	<b>11.90%</b>	<b>12.72%</b>	<b>11.56%</b>	<b>11.25%</b>	<b>11.70%</b>
Reino Unido	6.80%	7.50%	6.40%	6.10%	6.50%
<b>Oeste de Europa (9)</b>	<b>40.89%</b>	<b>35.61%</b>	<b>35.28%</b>	<b>33.42%</b>	<b>32.76%</b>
Francia	19.80%	19.10%	19.50%	18.40%	17.70%
Alemania	6.40%	4.70%	4.80%	4.50%	4.70%
<b>Este y Centro de Europa (22)</b>	<b>11.85%</b>	<b>19.06%</b>	<b>17.61%</b>	<b>19.27%</b>	<b>20.33%</b>
<b>Sur de Europa y Mediterráneo (15)</b>	<b>35.35%</b>	<b>32.61%</b>	<b>35.55%</b>	<b>36.05%</b>	<b>35.22%</b>
Italia	10.00%	9.90%	10.40%	9.70%	8.70%
España	12.80%	11.10%	12.10%	12.50%	12.40%
<b>Asia y el Pacífico</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>
<b>Norte y Este de Asia (8)</b>	<b>46.97%</b>	<b>49.86%</b>	<b>52.33%</b>	<b>54.04%</b>	<b>54.58%</b>
China	18.70%	24.20%	28.00%	28.90%	28.70%
Hong Kong(China)			7.90%	8.50%	9.40%
Japón	5.80%	4.00%	4.30%	4.60%	4.20%
República de Corea	5.30%	4.50%	4.80%	4.20%	4.00%
<b>South-East Asia (10)</b>	<b>38.24%</b>	<b>35.26%</b>	<b>33.91%</b>	<b>32.42%</b>	<b>33.20%</b>
Malaysia	13.30%	9.00%	9.20%	9.30%	10.80%
Singapur	8.60%	7.80%	6.20%	5.00%	
Tailandia	9.40%	8.40%	8.60%	8.80%	8.10%
<b>Oceanía (20)</b>	<b>9.18%</b>	<b>9.77%</b>	<b>8.30%</b>	<b>7.92%</b>	<b>6.98%</b>
Australia	3.90%	4.50%	4.10%	3.80%	3.30%
<b>Sur de Asia (8)</b>	<b>5.61%</b>	<b>5.12%</b>	<b>5.46%</b>	<b>5.63%</b>	<b>5.23%</b>
India	3.00%	2.60%	2.40%	2.40%	2.40%
<b>África</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>
<b>Norte de África (4)</b>	<b>55.14%</b>	<b>35.58%</b>	<b>36.20%</b>	<b>35.14%</b>	<b>37.06%</b>
Algeria	7.50%	2.50%	3.10%	3.70%	3.60%
Marruecos	26.40%	12.70%	15.10%	15.10%	15.90%
Túnez	21.00%	20.20%	17.90%	16.20%	17.40%
<b>Oeste de África (14)</b>	<b>8.88%</b>	<b>9.36%</b>	<b>8.61%</b>	<b>9.70%</b>	<b>10.01%</b>
<b>África Central (8)</b>	<b>2.40%</b>	<b>1.75%</b>	<b>2.35%</b>	<b>2.14%</b>	<b>2.12%</b>
<b>Este de África (17)</b>	<b>18.66%</b>	<b>24.01%</b>	<b>23.33%</b>	<b>22.83%</b>	<b>22.32%</b>
Zimbabue	4.20%	6.90%	7.00%	7.10%	5.40%
<b>África del Sur (5)</b>	<b>14.93%</b>	<b>29.30%</b>	<b>29.50%</b>	<b>30.19%</b>	<b>28.49%</b>
Botsuana	3.60%	2.50%	3.90%	4.50%	4.40%
Sudáfrica	6.80%	22.90%	21.20%	21.00%	19.80%

Fuente: Elaboración propia con datos de la Organización Mundial de Turismo

Entre paréntesis se señala la cantidad de países de cada zona geográfica considerados en el estudio.

En el caso de Europa cabe señalar que los cinco países con mayor cantidad de turistas, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y España, países que su tradición histórica les permite mantener esta posición; situación que contribuye de sobre manera a mantener ritmos de crecimiento económico superiores al resto de los

países europeos. Misma situación que se repite en el caso de Asia y el Pacífico, donde China acapara la mayor cantidad de turistas, seguido por países que también cuentan un alto o, al menos, mediano grado de desarrollo, como son Japón, Corea o, en su defecto, que en años recientes mostraron crecimientos altamente sorprendentes como Malasia, Singapur y Tailandia. En cuanto a África, destacan las naciones de Marruecos y Túnez así como el caso especial de Sudáfrica, cuyo turismo empieza a tomar fuerza una vez configurado un cambio político-social en el año de 1994 con las primeras elecciones democráticas en dicho país.

Después de un inicio de siglo en el que las tasas de crecimiento de turistas internacionales promediaron no más del 2% interanual, a partir del 2004 el turismo inicia una recuperación importante y mostrando tendencias de continuar en un aumento, lento pero constante, aún a pesar de las turbulencias de la economía internacional y las condiciones de los mercados financieros; hoy en día un tanto más restrictivas en virtud del mismo estado de crisis y el nerviosismo existente en los mercados financieros. Como se señalan los datos de la *gráfica 2*, este dinamismo del sector turismo fue soportado en gran parte por los mercados emergentes, los cuales continúan mostrando tasas de crecimiento promedio más elevadas, especialmente, derivado de "*precios asequibles (que) han permitido viajar a un número de personas cada vez mayor*"<sup>23</sup>. Sin embargo, en 2009 el sector experimentó uno de sus peores años, después de 5 años de tasas de crecimiento positivas, se observó un agudo decrecimiento de la cantidad de

---

<sup>23</sup> Organización Mundial de Turismo, *Barómetro del Turismo Mundial*, Volumen 6, No.1, enero 2008 <www.unwto.org >

turistas del poco más del 4% respecto al año 2008 (en términos geográficos Europa y Medio Oriente fueron las zonas más afectadas, con un descenso del 6%, seguidas por África y América, con el 5%, dejando a Asia y el Pacífico con la menor de las afectaciones con una tasa del -2%), tendencia que dio inicio desde ese mismo año a partir del mes de agosto y que sólo mostró señales de recuperación hasta el último trimestre del 2009 en donde la tendencia siguió marcando a Medio Oriente como la región con mayor atracción para los turistas actuales.

A la situación de la desaceleración de la economía mundial y su impacto en el turismo habrá que añadirle otro factor que afectó de manera sumamente importante: la pandemia de gripa AH1N1, la cual trajo consigo un pánico generalizado que frenó el deseo de los consumidores a trasladarse fuera de su país, no sólo con fines de ocio, sino también aquellos con fines de negocio (se estima una caída del 5.6% de los arribos internacionales de turistas a nivel mundial en 2009).<sup>24</sup> Ahora bien, es importante destacar que a pesar de encontrarse en uno de sus peores años, el sector turismo exhibió al mismo tiempo *“una señal de resistencia comparativa, dada la extrema dificultad del entorno económico”*<sup>25</sup>, en virtud de que experimentó un descenso no tan marcado como el que se observó en otros sectores, por ejemplo, la terrible caída del 12% en las exportaciones mundiales.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> Fuente: World Travel & Tourism Council, Organization, Update of Monthly Tourism Indicators, Londres, febrero 2010, <[www.wttc.org](http://www.wttc.org)>

<sup>25</sup> Organización Mundial de Turismo, Comunicado de Prensa: El turismo internacional encarrilado hacia la recuperación después de un 2009 extraordinariamente difícil, 18 de enero 2001 <[www.unwto.org](http://www.unwto.org)>

<sup>26</sup> *Ibidem*.

Ante esta perspectiva, la Organización Mundial de Turismo prevé para el 2010 un año de mejora al estimar un crecimiento entre el 3 y el 4%, esto a pesar de la incertidumbre existente del desempeño general de la economía mundial. Lo anterior dependerá mucho de varios factores, entre los que destacan:

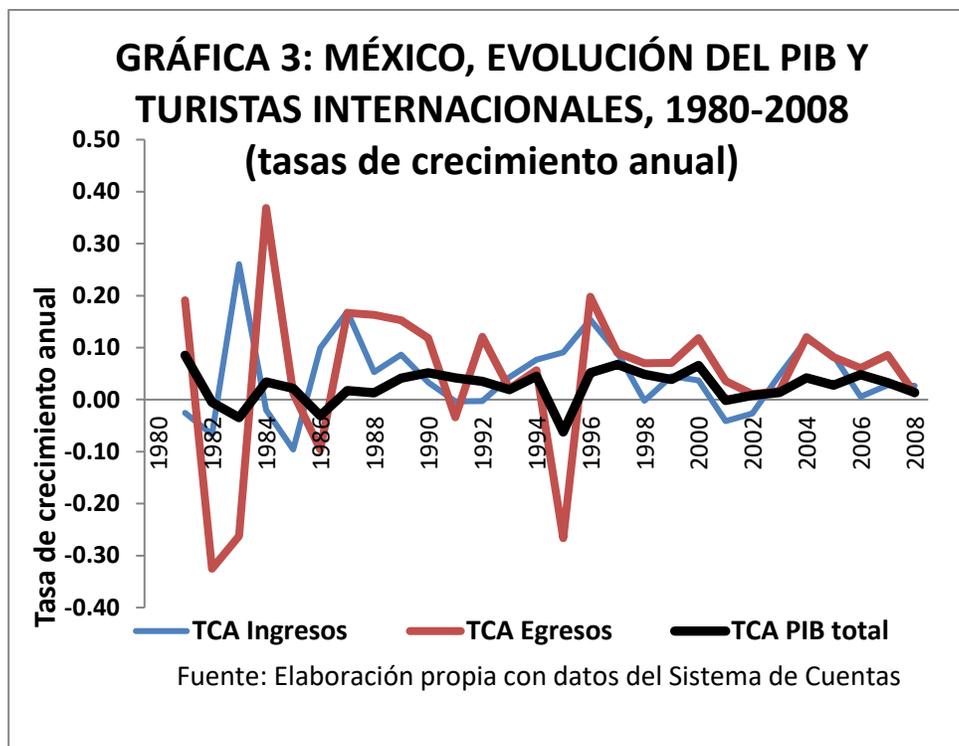
- La confianza de los participantes en el mercado, la cual, ha aumentado recientemente;
- Un mantenimiento de las tasas de interés e inflación;
- Como reza el refrán, “después de la tormenta, viene la calma”, por lo que una vez tranquilizado el pánico por la gripe porcina, aquellos demandantes que reprimieron su deseo a hacer turismo buscarán una nueva oportunidad para realizarlo, esto, siempre y cuando no se genere un nuevo brote que vuelva a complicar la situación;
- Los importantes eventos internacionales, como la Copa Mundial de Sudáfrica y las Olimpiadas de Invierno en Canadá.
- Se dinamice el mercado laboral, el cual aún no muestra signos fuertes de recuperación.
- Se mantenga una estabilidad en los precios internacionales del petróleo.
- Disminuyan las presiones fiscales en las principales economías consumidoras de turismo internacionales y se logre articular presupuestos que involucren apoyo al sector.

#### **4. El turismo en México**

Al igual que en el mundo, en México se ha establecido legalmente el derecho a vacaciones pagadas, pues ya desde 1931 se estableció en la ley Federal del Trabajo que además del sueldo integro se debe otorgar una prima del 25% sobre

el salario correspondiente durante el periodo vacacional del trabajador. Esto con el objeto de disfrutar de un tiempo de ocio con un nivel mayor de ingreso y sin mermar su presupuesto cotidiano.

El turismo ha comenzado a jugar un papel importante en la dinámica económica de México, actividad que puede ser pro cíclica o contra cíclica dependiendo del tipo de turista. Al observarse la *gráfica 3* se nota que las tasas de crecimiento interanuales de los viajeros internacionales, tanto de aquellos que ingresan al país como de los que salen de él con el objeto de hacer turismo suelen ubicarse puntos porcentuales por arriba de la tasa de crecimiento del PIB, lo que muestra que es un sector sumamente dinámico. En cuanto a la salida de turistas es pro cíclico, lo que indica que las posibilidades y deseos de realizar turismo internacional por parte de los connacionales se ve fuertemente influenciado por el ritmo de la economía nacional: en épocas de crisis, la actividad turística suele decrecer aún más que la propia economía, mientras que en épocas de crecimiento económico el sector crece a un mayor ritmo, lo que indica un efecto de “*arrastre*”.



De igual forma es notable que la llegada de turistas muestre un comportamiento anti cíclico al de la economía nacional, situación que puede ser explicada en el efecto del tipo de cambio, ya que en épocas de recesión y crisis el tipo de cambio tiende a depreciarse. Esto genera que los precios comparativos para los visitantes extranjeros sean menores y encuentren la posibilidad de realizar un turismo relativamente barato. Situación que ayuda a la economía nacional a soportar con mayor fortaleza los periodos aciagos, en especial si se toma en cuenta que la balanza de ingresos y egresos de turistas suele ser superavitaria, lo que repercute en términos positivos en la generación de divisas a favor de México (superávit de 4.3 mil millones de dólares anuales en promedio en el periodo 2005-2009<sup>27</sup>).

<sup>27</sup> Fuente: Elaborado con datos de Banco de México, Estadísticas <banxico.org.mx>, marzo de 2010.

Cabe subrayar, que el turismo durante 2009 sumó 11.28 mil millones de dólares (mmd), convirtiéndola en la cuarta fuente de generación de divisas después de las exportaciones petroleras (25.67 mmd), las remesas del exterior (21.18 mmd) y la inversión extranjera (11.42 mmd). Esta situación hace a esta actividad relevante para la economía mexicana, ya que el país al soler registrar déficits comerciales requiere de divisas para solventarlo. Una actividad turística robusta, contribuye a dicha generación de divisas y diversificar las fuentes de las mismas. Esto último disminuye los riesgos de shocks externos, ya que el depender de una sola fuente de generación de divisas puede ser sumamente riesgoso, tal como lo demostró la crisis de 1994-1995 cuando la salida de capitales del mercado de valores detonó una crisis económica.

Por otra parte, de acuerdo a datos de la OMT, en el último medio siglo las visitas internacionales a nuestro país han aumentado a tal grado que hoy son más de veinte veces su magnitud en relación a 1950 y con esto ha posicionado a México como uno de los principales receptores de turismo internacional en el mundo<sup>28</sup> ocupando el decimo lugar de recepción de turistas internacionales (22.6 millones para 2008)- sólo detrás de países como Francia (70.3 millones), Estados Unidos (58 millones), España (57 millones), China (53 millones), Italia (42.7 millones), Reino Unido (30.2 millones), Ucrania(25.4 millones), Turquía (25 millones) y Alemania (24.9 millones)<sup>29</sup> - y cuyos principales consumidores vienen del país vecino del norte, Estados Unidos, al representar poco más del 80% de los

---

<sup>28</sup> Centro de Estudios Superiores en Turismo, *Estudio de Gran Visión del Turismo en México*, Perspectiva 2020, México, Junio 2000, 174 páginas

<sup>29</sup> Organización Mundial de Turismo, *Panorama del turismo internacional*, 2009

viajeros.<sup>30</sup> A pesar de esta posición privilegiada en términos de los ingresos derivados de esta actividad, nuestro país arroja cifras que reflejan ingresos por turismo menor al que se da en los principales destinos del mundo.<sup>31</sup> De acuerdo a las últimas cifras registradas, para 2008, nuestro país recibió ingresos por 13.2 mmd, por debajo de los 21.8 mmd que registró Australia, el décimo país con mayores ingresos y, por supuesto, muy atrás de los 110.1 mmd recibidos por los Estados Unidos en ese mismo año, que lo ubican como el país con la mejor cifra registrada.<sup>32</sup>

El turismo es un sector importante en la economía mexicana, su contribución al PIB en términos relativos es alta. Los datos de la Cuenta Satélite del Turismo en México 1999-2004<sup>33</sup> muestran que en el periodo comprendido entre 1996 y 2004, el PIB del turismo representó en promedio el 8.19% del total nacional y de 2003 a 2006 el PIB turístico contribuyó 8.5% del PIB y tuvo una tasa media de crecimiento real anual de 8.7 por ciento; y en 2008 el PIB turístico represento el 8.6% del PIB total.<sup>34</sup> Asimismo, este sector es un importante generador de empleo y se calcula que en 2008 contribuyo con el 7.75% de del personal ocupado del país (2.227 millones de trabajadores).<sup>35</sup>

---

<sup>30</sup> En donde a su vez, se debe tomar en cuenta que los principales Estados de la Unión Americana de los que proviene el turismo receptor en México son aquellos en los que se encuentra la mayor cantidad de Mexicanos trabajando, como son California, Texas, Illinois, New York/New Jersey, Pensilvania y Florida. Centro de Estudios Superiores en Turismo (200:67)

<sup>31</sup> Centro de Estudios Superiores en Turismo (Op. Cit.)

<sup>32</sup> Organización Mundial de Turismo. Panorama del turismo internacional. Ed. 2009 <www.unwto.org >

<sup>33</sup>, INEGI <www.inegi.org.mx>

<sup>34</sup>Fuente: Los periodos 199-2004 y 2003-2006 no son totalmente comparables, ya que INEGI realizó un cambio de metodología en la Cuentas Nacionales. Fuente: Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, *El Impacto de la contingencia sanitaria por el Virus de Influenza Humana en el Sector Turismo en México al segundo trimestre de 2009*, CEFP/052/2009, México, Julio de 2009, 34 páginas.

<sup>35</sup> *Ibidem*.

En términos históricos, en la época del modelo del Estado interventor (1940-1980) el sector turístico en México creció bajo el amparo de éste, en virtud de que se consideraba que al mismo le correspondía directamente la estimulación del desarrollo económico por la vía de la inversión directa,<sup>36</sup> por lo que proliferaron empresas de carácter público, del Gobierno Federal o estatal, configurando una economía fuertemente mixta en la que se soportó el modelo de sustitución de importaciones. En este escenario el turismo recibió una cantidad de recursos suficientes para la creación de centros turísticos integrados (Cancún y Los Cabos) y el mejoramiento de otros, en especial aquellos con atractivo natural, como Acapulco, Mazatlán, Puerto Vallarta y Veracruz.

La principal intención del Estado mexicano fue seguir la tendencia internacional de política turística que se dio una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial que consistía en priorizar el desarrollo de un turismo de masas concentrado en los destinos de playa. Esta política generó *“un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, una captación de divisas sin precedentes hasta los setenta, una generación de empleos apreciable que sirvió para consolidar el modelo industrial de sustitución de importaciones, así como un aporte sensible al desarrollo de regiones rezagadas”*.<sup>37</sup> En esta época la contribución del turismo en los ingresos llegó a representar *“hasta un 45% de los*

---

<sup>36</sup> Como ejemplos de esto, destaca la creación de INFRATUR en 1964, constituido para la planeación del desarrollo físico del turismo en la década de los 60, FOGATUR, con el objetivo de financiar la inversión en el sector. Ambos organismos, se fusionarán en 1974 para crear FONATUR.

<sup>37</sup> Centro de Estudios Superiores en Turismo (Op. Cit.)

*ingresos de Cuenta Corriente*",<sup>38</sup> situación que se presentó hasta que a partir de 1972 comienza a competir en este rubro fuertemente con los ingresos petroleros.

Una vez que apareció la crisis del Estado interventor y la crisis de la deuda en 1982, México contrajo una serie de obligaciones financieras con organismos financieros internacionales y, con ello, firmó las cartas de intención en las que se comprometió a realizar ciertas medidas de política económica en dirección a una liberalización de los mercados, apertura comercial, menor participación estatal en la economía, reducción del gasto y endeudamiento público, liberar el control de precios y salarios, privatización de empresas paraestatales, entre otras. De esta forma se dio un giro en el modelo de desarrollo hacia un modelo neoliberal en el cual es la iniciativa privada la que juega el rol principal en las actividades productivas y la oferta y la demanda se convierten en la principal fuerza directriz de la economía. Al mismo tiempo que crece de manera significativa el fenómeno de la globalización y con ello el contexto internacional del turismo también se modifica.

En este sentido, las políticas de privatizaciones también se dirigieron al sector turismo y se dio la venta de inmuebles construidos por el gobierno en los principales corredores turísticos. A partir de entonces, es la iniciativa privada la que asume la responsabilidad y el reto de modernizar e impulsar al sector a niveles de competencia comparados a los niveles internacionales. A pesar de la directriz del modelo neoliberal, también es necesaria la intervención gubernamental, en especial en lo que se refiere al "*diseño y ejecución, ampliación,*

---

<sup>38</sup> *Ibídem.*

*rehabilitación y/o mejoramiento tanto de la infraestructura básica como del equipamiento y servicios requeridos para el desarrollo de la oferta turística y el fortalecimiento de los esquemas de concentración y colaboración de los empresarios, no sólo en lo que se refiere a establecer convenios generales de participación donde se definan los compromisos de cada ámbito de gobierno (dependencias y empresas públicas) en los proyectos, sino también los compromisos empresariales, donde se establezcan los montos de recursos financieros que aportarán las partes involucradas...sino [también] los beneficios que cada una de las partes recibirá por el proyecto”.<sup>39</sup>*

A partir de la integración del Tratado de Libre Comercio de América del Norte que expandió los mercados mexicanos con el objeto de aprovechar las ventajas del comercio internacional y sus derivados. En este contexto, México encontró expectativas para permitir una mayor conexión con el turismo internacional y aprovechar la situación privilegiada del sector en términos de su contribución al Producto Interno Bruto (PIB), principalmente mediante la continua promoción del segmento “sol y playa”, como son Cancún, Ixtapa, los Cabos y Huatulco, así como los nuevos y novedosos destinos de la Riviera Maya y Palenque-Cascadas de Agua Azul, por citar algunos ejemplos. Son innegables los grandes esfuerzos que el gobierno federal ha realizado para captar turistas extranjeros y con ello la captación de divisas, rubro en el que el turismo fue perdiendo fuerza relativa si se compara, en primera instancia, con los ingresos petroleros y, en segundo lugar, con las exportaciones de manufacturas, las cuales

---

<sup>39</sup> Epifanio Suarez Jiménez, “Economía y Turismo en México: un enfoque estructuralista” en *Turismo: Teoría y Praxis*, Universidad de Quintana Roo, Plaza y Valdés, México, 2005, 342 páginas.

crecieron de manera importante a partir de la implantación de modelo neo liberador.

Son importantes los beneficios del turismo internacional para nuestro país y es precisamente a ello, que durante muchos años la promoción turística se enfocó principalmente a dicho sector, en especial porque es fundamental en la captación de divisas. Sin embargo, se ha promovido poco el desarrollo turístico del mercado interno, aunque éste ha mantenido un crecimiento importante en todo el país y contribuye en mucho al desarrollo nacional. Esto no únicamente en términos de crecimiento económico, sino también en cuanto a que tiende a fortalecer la identidad nacional mediante el conocimiento de lo que se considera como propio y fortalece la distribución del ingreso al trasladar recursos de áreas con mayor poder adquisitivo (de donde son quienes más realizan turismo) hacia áreas con menor grado de ingresos, especialmente, en pequeños pueblos rurales *pintorescos* que cuentan con un gran atractivo turístico para los habitantes de regiones urbanas.

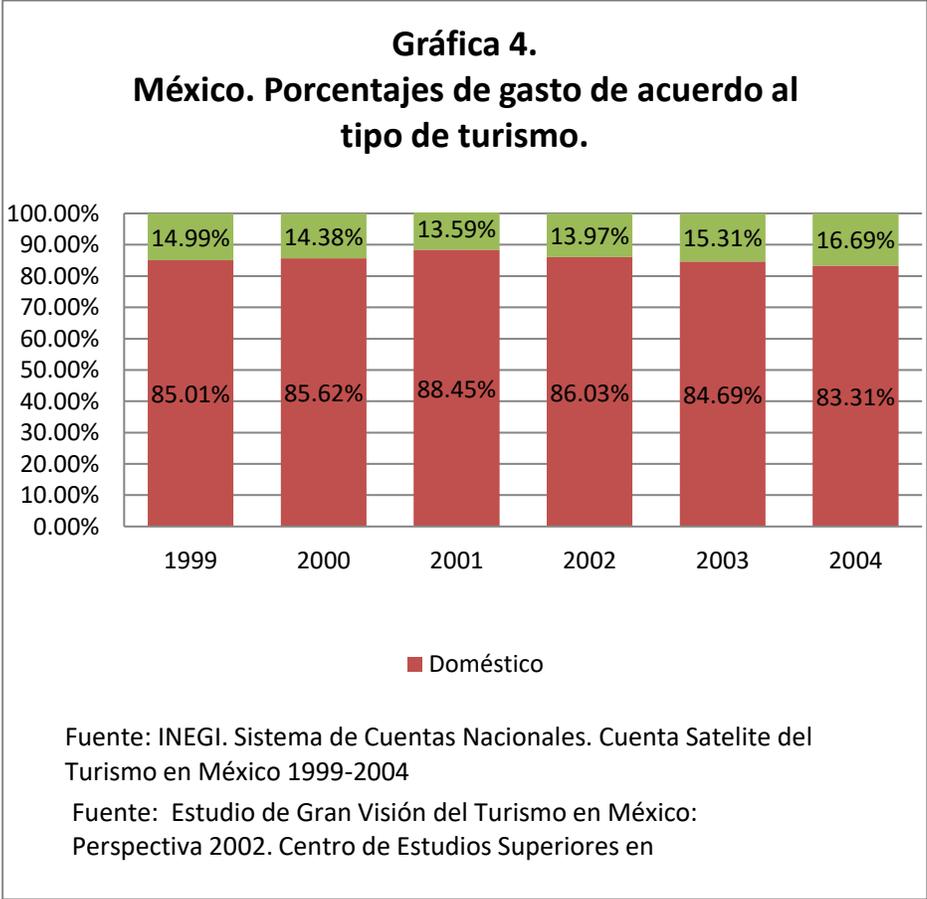
Al igual de lo que sucede con el turismo internacional, en lo general el turista nacional se siente sumamente atraído por los destinos tradicionales de playa, siendo incluso “*el principal mercado de la hotelería*”<sup>40</sup>, y a pesar de esta característica de la demanda, en la que “*más del 70% de la actividad relacionada con el turismo es producto del mercado doméstico...y su peso aumenta...*”<sup>41</sup>, la oferta se sigue centrando en el turista extranjero. Salvo en aquellas temporadas bajas en las cuales tienden a proliferar paquetes para los consumidores nacionales, sin alcanzar a comprender cabalmente la importancia de este sector

---

<sup>40</sup> Centro de Estudios Superiores en Turismo (Op.Cit.)

<sup>41</sup> *Ibídem.*

del mercado. Como muestra de lo anterior, basta con observar la *gráfica 4*, en donde se presenta el porcentaje de gasto de turistas nacionales y se muestra lo significativo de su participación respecto al total.



En este contexto, la gestión del turismo en México debe de establecer nuevas formas de operación, a pesar de la preponderancia de la iniciativa privada. El papel de los gobiernos locales deberá tender a ser mucho más activo con el fin de aprovechar de mejor manera el conocimiento y la dinámica de las localidades y la generación de programas regionales, con el fin trasladar la orientación de desarrollar enclaves aislados hacia el desarrollo de regiones que sean impulsadas tanto por un claro programa de desarrollo turístico como por una debida promoción y comercialización de los mismos. Esto considerando que “*el mercado nacional es*

*y seguirá siendo fundamental para el desarrollo turístico del país, por lo que será fundamental establecer políticas y estrategias tendientes a su desarrollo.”<sup>42</sup>*

## **5. Conclusiones**

A pesar de la crisis mundial y de las condiciones añadidas por el brote de la gripe porcina AH1N1, el sector turismo ha logrado sobrellevar de buena forma las dificultades y se ha convertido en las últimas cinco décadas en uno de los motores más importantes para el desarrollo económico mundial. Debido a esto, hoy por hoy es uno de los pilares en los esfuerzos mundiales para la recuperación económica, en especial debido a su contribución a la generación de empleo, tanto de forma directa como indirecta, así como por su aportación a las exportaciones de servicios y obtención de divisas. Es por ello, que tanto en México como en el mundo se han implementado diversos programas para estimular la demanda, ya desde inicios de siglo se reconocía la importancia del turismo en la economía y en la actualidad las estrategias de marketing y promoción acompañan a las políticas fiscales y monetarias de los Gobiernos Nacionales y locales.<sup>43</sup> Todo con el fin de atraer a un consumidor que cada día es más exigente, que demanda más y mejores servicios y cuya satisfacción es cada vez más compleja y la competencia internacional va cada día en aumento. Por lo tanto, nuestro país se ve obligado a diversificar y a mejorar la calidad de los servicios turísticos que ofrece, no únicamente a los consumidores internacionales, también al mercado interno, que es y, todo sugiere, continuará siendo el rubro más importante de la demanda turística.

---

<sup>42</sup> Centro de Estudios Superiores en Turismo (Op.Cit.)

<sup>43</sup> Entre las que se pueden destacar un mayor gasto público, reducción de tasas de tránsito aéreo y hospedaje, tasas de interés preferenciales, líneas de crédito, etc.