



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 Barnette Frias             | Vicerectora 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 Ancoila Guajardo | Coordinadora de la Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Anáhuac-OMT |

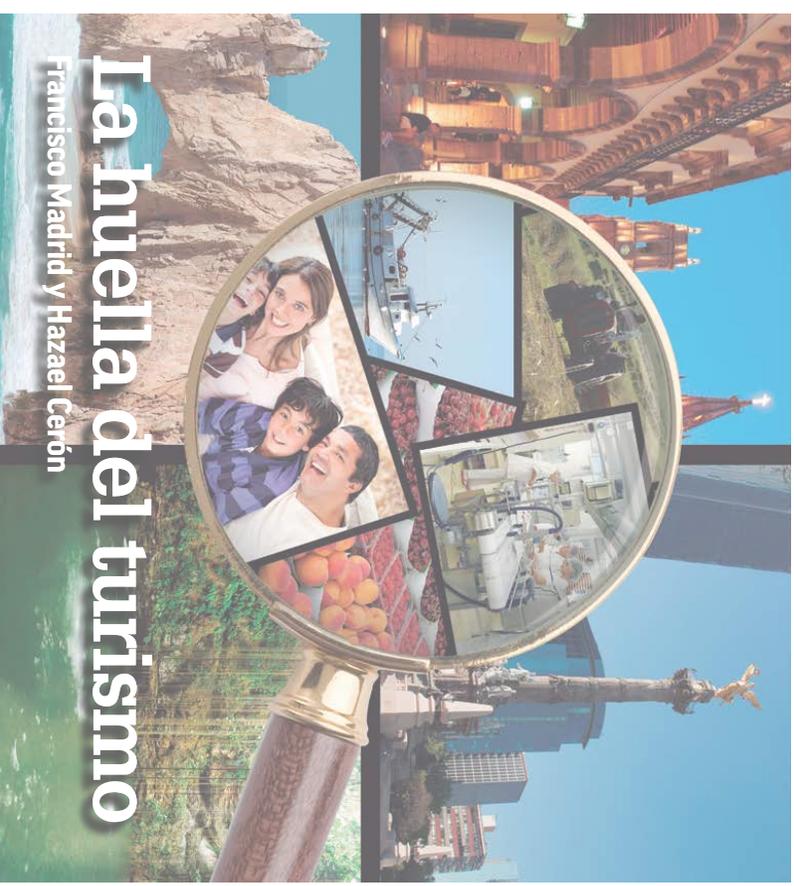


### REPORTE ANÁHUAC DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA. Año 1, N.º 1

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

**N**o 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 filiaciones 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 crecimiento 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 Anahuac 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



**E**l 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 presentarían 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 abordarían 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 .....                              | <b>8</b>  |
| ¿Y si no hubiera turismo? .....                      | <b>11</b> |
| Producción .....                                     | <b>12</b> |
| Consumo final .....                                  | <b>14</b> |
| Empleo .....   | <b>17</b> |
| Inversión .....                                      | <b>19</b> |
| Sector externo .....                                 | <b>21</b> |
| Proveeduría .....                                    | <b>23</b> |
| Algunas contribuciones sociales<br>del turismo ..... | <b>26</b> |
| Conclusiones y recomendaciones .....                 | <b>30</b> |
| Notas .....  | <b>31</b> |

# Resumen Ejecutivo

Con el propósito de resaltar la importancia del turismo para la sociedad mexicana, en esta primera edición del *Reporte Anual de Investigación Turística*, se presenta de manera inicial un análisis contractual denominado ¿Y si no hubiera turismo? a partir de la idea de qué ocurriría si México no contara con esta noble actividad ocurriendo 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 mil 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 proveduría, 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 1.65%; producción de artesanías y otros bienes 15.5%; restaurantes, bares y centros nocturnos 10.1%; alojamiento 8.8%; tiempos compartidos y segundas viviendas 4.4%; 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: 1389 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 receptivo– 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 Seps, 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 1,265,94 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 1,300 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 mil 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 (99 mil 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 proveduría 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, inclusive, es mayor que en industrias como la automotriz, en donde el Consumo Intermedio es 73% y el valor agregado tan solo 27%.

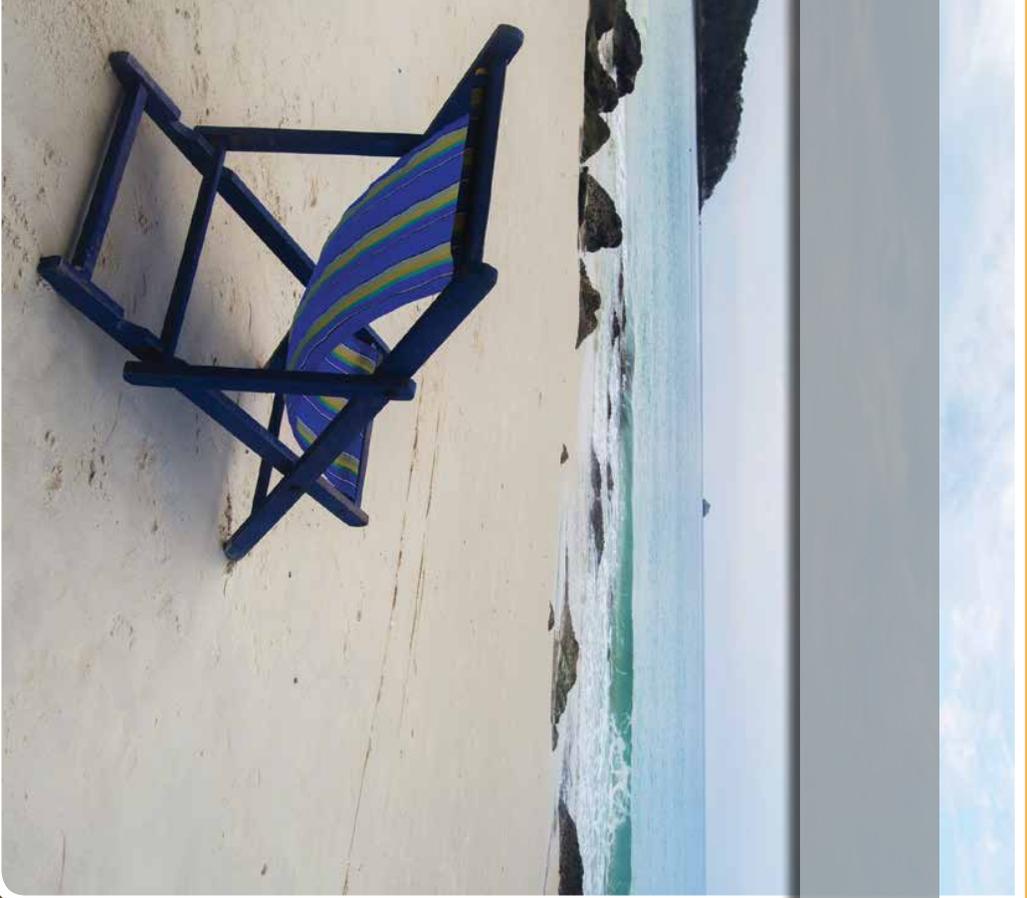
- Aunque se trata de aproximaciones preliminares, se puede inferir que 24.2% de los 770.7 miles de millones pesos de consumo intermedio registrados en 2014, se compraron a la industria manufacturera, seguido de Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles y Electricidad, agua 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 encuentran 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 sursure 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 sursure Quintana Roo es el único que tiene un nivel de rezago social que se encuentra (2010) en las categorías bajo o muy bajo. Este grado bajo de rezago social es comparado 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 economía<sup>1</sup>.
- 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 Públicos<sup>2</sup>.
- 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 país<sup>3</sup>, con lo que cientos de miles de familias perderían su fuente de sustento.
- 10.** Sin la actividad turística, 1.88 millones de mujeres caerían de una ocupación laboral<sup>4</sup>.
- 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%<sup>5</sup>.
- 12.** Sin turismo el número de *Ninis*<sup>6</sup> 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 país<sup>7</sup>.
- 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.







# 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

| Año    | Consumo Privado Nacional | Consumo turístico Interior | Participación |
|--------|--------------------------|----------------------------|---------------|
| 2011   | 9,642,551                | 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%         |

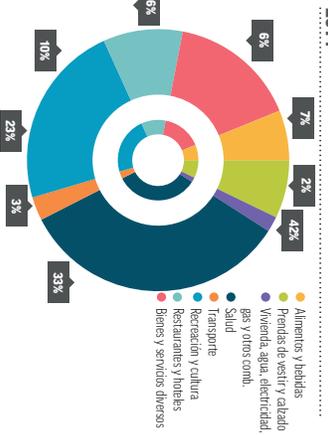
Tabla 4. Fuente: elaboración propia con datos de la CSTM 2014 preliminar. Inegi, e-estimado por el CMTI.

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 receptor. 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 receptor. La destacada cifra del consumo turístico interior puede ser contextualizada si se representa en dólares al tipo de cambio promedio del 2014 (13.2925): 138.9 mil 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.

### COMPOSICIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO 2014



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

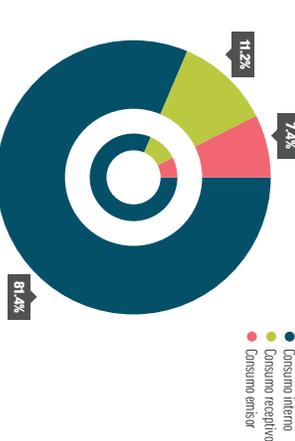
| Concepto                      | Millones de pesos corrientes | Porcentaje  |
|-------------------------------|------------------------------|-------------|
| <b>Total Consumo Interior</b> | <b>2,101,277</b>             | <b>100%</b> |
| Interno                       | 1,846,685                    | 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%        |
| Receptor                      | 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 | Porcentaje    |
|-----------------------------|------------------------------|---------------|
| <b>Total Consumo Emisor</b> | <b>168,098</b>               | <b>100.0%</b> |
| Subtotal pernocta           | 128,334                      | 76.3%         |
| Negocios                    | 28,715                       | 17.1%         |
| Vacaciones                  | 52,445                       | 31.0%         |
| Otros                       | 47,474                       | 28.2%         |
| Excursionistas              | 39,764                       | 23.7%         |

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

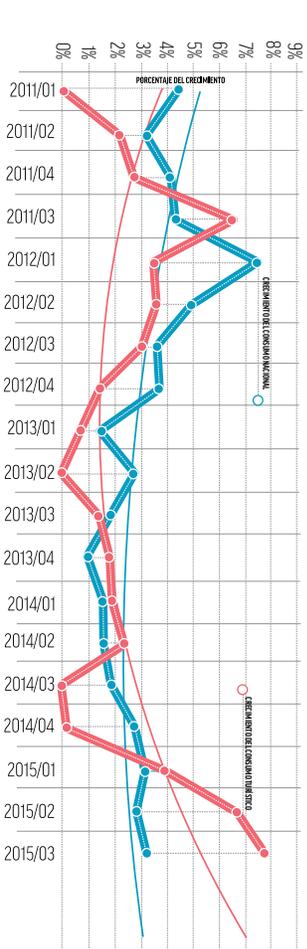
del país –consumo receptor– 11.2%, y los residentes en México en sus viajes al extranjero –consumo egresivo– el 7.4% restante.

## 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 intensidad de la actividad turística. Además, cuando se calculan

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 receptor creció dos dígitos (15.0%) con respecto a 2013. En 2015 el

crecimiento del turismo receptor 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.

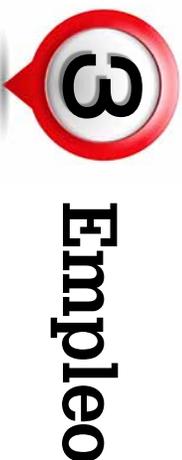
Contribución fiscal del turismo por la vía de los impuestos al consumo

Poco se ha hablado de las contribuciones fiscales que realiza el turismo en México. Aunque el tema sigue siendo un 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 mil 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.



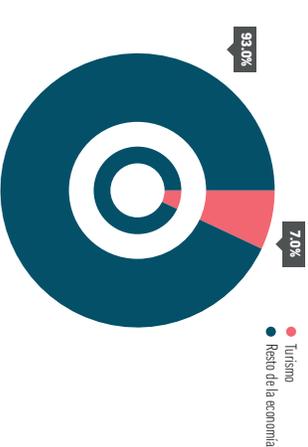
Es evidente que el turismo es una actividad intensa en mano de obra, esto constituye una característica muy valiosa en un país con apremiantes necesidades de empleo.

Por razones metodológicas y por la propia naturaleza multifactorial 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 turístico 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 Sygs.

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                            |
| Sygs 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, Sygs y Sector; nd: no disponible

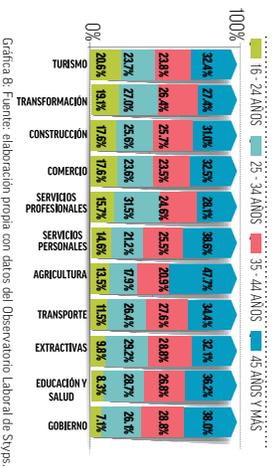
3.2. Caracterización del empleo 2015

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).

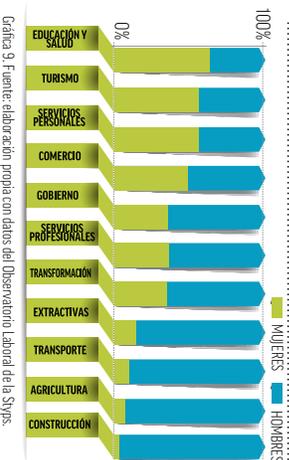
Conforme a los datos del Observatorio Laboral de la Sygs<sup>10</sup>, de los 3.3 millones de personas ocupadas en turismo 1.88 millones son mujeres (57% del total) y unos 680 mil son jóvenes de entre 16 y 24 años (20.6% del total de ocupados en turismo).

**DISTRIBUCIÓN DEL PERSONAL OCUPADO AL ÚLTIMO TRIMESTRE DE 2015**



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

**DISTRIBUCIÓN DE LAS PERSONAS OCUPADAS POR SEXO, ÚLTIMO TRIMESTRE 2015**



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

**4 Inversión**

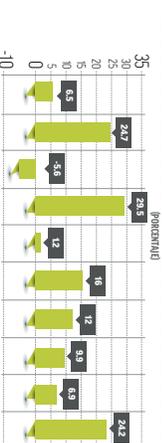
La inversión que se realiza en el sector turístico es el valor total de las adquisiciones de activos fijos, que efectúan los productores en construcciones e instalaciones, ya en maquinaria y equipo nacional o importado, que se utiliza para producir bienes o servicios, incluyendo, también, las mejoras 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.

**PRODUCTIVIDAD COMPARADA ENTRE EL SUBSECTOR ALOJAMIENTO Y LA ECONOMÍA EN SU CONJUNTO, 2011**

|                         | 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

**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 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

**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%).



Gráfica11. 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<br>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.



**Sector externo**

Tradicionalmente, uno de los aspectos positivos de rivados 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 Integradamente Planeados dentro de los que sobresalen, Cancún -al que seguiría el florecimiento de la Riviera Maya- y Los Cabos.

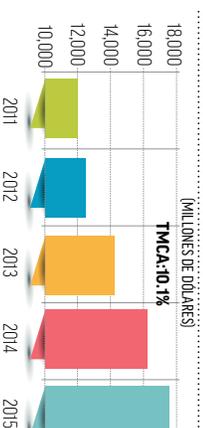
Aunque es de reconocer que al paso del tiempo las exportaciones mexicanas se han diversificado de manera significativa, es dano que la expansión ordenada de la economía nacional sigue demandando importantes montos de divisas y el turismo se vuelve un sector estratégico más que por su volumen, por su contribución meta producido 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%<sup>11</sup>.

**5.1. Evolución del ingreso de divisas 2011-2015**

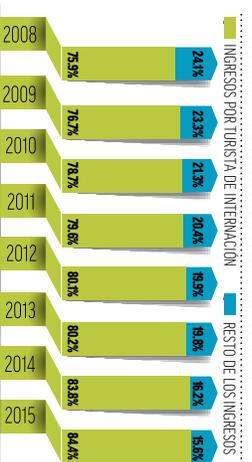
En este periodo es posible observar un ritmo sostenido de crecimiento en los ingresos por visitantes internacionales como se aprecia en la Gráfica 12, que supone un destacado crecimiento del 47% en dólares nominales en tan solo cuatro años, con una tasa media anual de crecimiento del 10.1%.

**INGRESO DE DIVISAS POR VISITANTES INTERNACIONALES EN MÉXICO**



Gráfica12. Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

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



Gráfica13. 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%                             |
| Cruceñistas                        | 419,474.9           | 2.4%                             |
| Total                              | 17,457,096          | 100%                             |

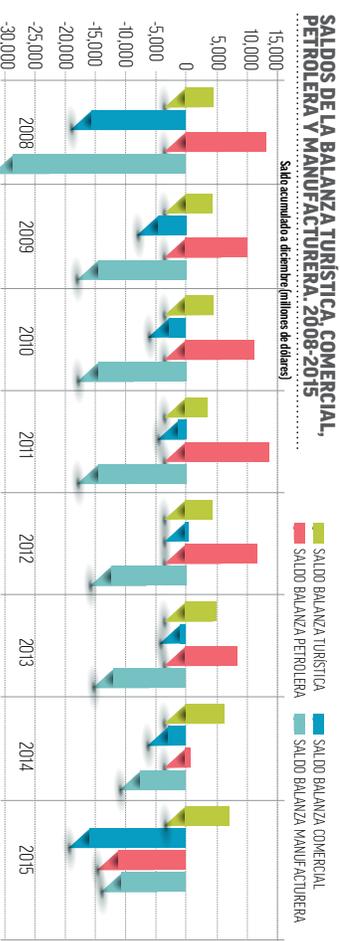
Tabla 11. Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México.

### La formación bruta de capital (versión privada)

del turismo en 2014 fue de 9,523.7 millones de dólares.

turistas fronterizos, excursionistas fronterizos y cruceñistas. 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 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



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

## La huella del turismo



# Proveeduría

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 CMT.

### 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%.

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%.

**PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO INTERMEDIO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO TURÍSTICO 2011-2015**  
MILLONES DE PESOS

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

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 enfocó, 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 rasero 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.

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

| Subsector  | Coeficientes Técnicos del Subsector de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, 2003. | Coeficientes Técnicos Resados 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 sus compras (Millones de pesos corrientes) e/ |
|--|---|---|---|
| <b>Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final</b> | <b>3.49%</b>  | <b>4.82%</b>  | <b>104,223.40</b>   |
| <b>Industrias manufactureras</b>   | <b>6.26%</b>  | <b>8.64%</b>  | <b>186,645.60</b>   |
| <b>Comercio</b>  | <b>2.18%</b>  | <b>3.02%</b>  | <b>65,167.00</b>  |
| <b>Transportes</b>   | <b>0.97%</b>  | <b>1.33%</b>  | <b>29,833.50</b>  |
| <b>Información en medios masivos</b>   | <b>1.77%</b>  | <b>2.44%</b>  | <b>52,678.60</b>  |
| <b>Servicios financieros y de seguros</b>                                    | <b>1.64%</b>  | <b>2.26%</b>  | <b>48,819.20</b>  |
| <b>Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles</b> | <b>3.53%</b>  | <b>4.86%</b>  | <b>105,380.70</b>   |
| <b>Servicios profesionales, científicos y técnicos</b>                       | <b>1.37%</b>  | <b>1.89%</b>  | <b>40,827.80</b>  |
| <b>Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos</b>                | <b>3.25%</b>  | <b>4.49%</b>  | <b>96,935.90</b>  |
| <b>Servicios de remediación</b>  |   |   |   |
| <b>Otros servicios excepto actividades del Gobierno</b>                      | <b>0.96%</b>  | <b>1.32%</b>  | <b>29,595.70</b>  |
| <b>Consumo intermedio</b>  | <b>25.84%</b>   | <b>35.60%</b>   | <b>770,691</b>  |

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



# Algunas contribuciones sociales del turismo

**S**i bien es cierto que las aportaciones que realiza el turismo a las economías de los países son, por decirlo así, importantes, es muy posible que los efectos más beneficios 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.

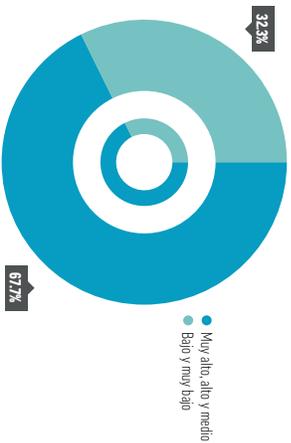
## 71. Marginación 2015

Los principales resultados del recientemente publicado Índice de Marginación<sup>12</sup> 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 turísticos<sup>13</sup> la realidad de la marginación es muy diferente pues sólo 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 Ceneq.

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

| Entidad             | % 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                                  |

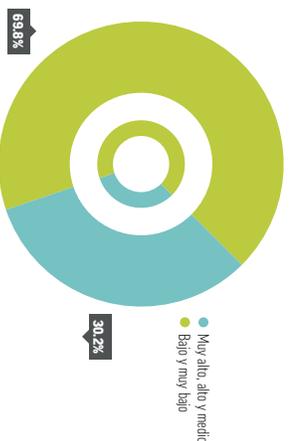
Tabla 15. Fuente: elaboración propia con datos del Coneval.

## 72. 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)<sup>14</sup>, 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 PIB<sup>15</sup> 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 MUNICIPAL TURÍSTICOS 2015



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

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

| Entidad            | Porcentaje de la población en pobreza | Porcentaje de la población en pobreza extrema |
|--------------------|---------------------------------------|---|
| Entidad federativa | 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)<sup>16</sup>.

## 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.

## GRADO DE REZAGO SOCIAL EN ENTIDADES DEL SUR SURESTE, 2010

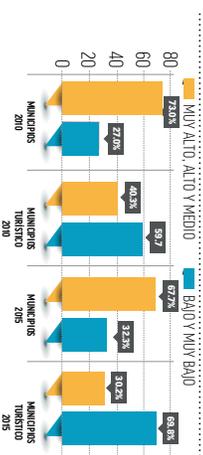
| Entidad federativa | Grado de rezago social |
|--------------------|------------------------|
| Campeche           | Alto                   |
| Chiapas            | Muy alto               |
| Guerrero           | Muy alto               |
| Hidalgo            | Alto                   |
| Michoacán          | 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.

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 Nayariit.

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%.

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



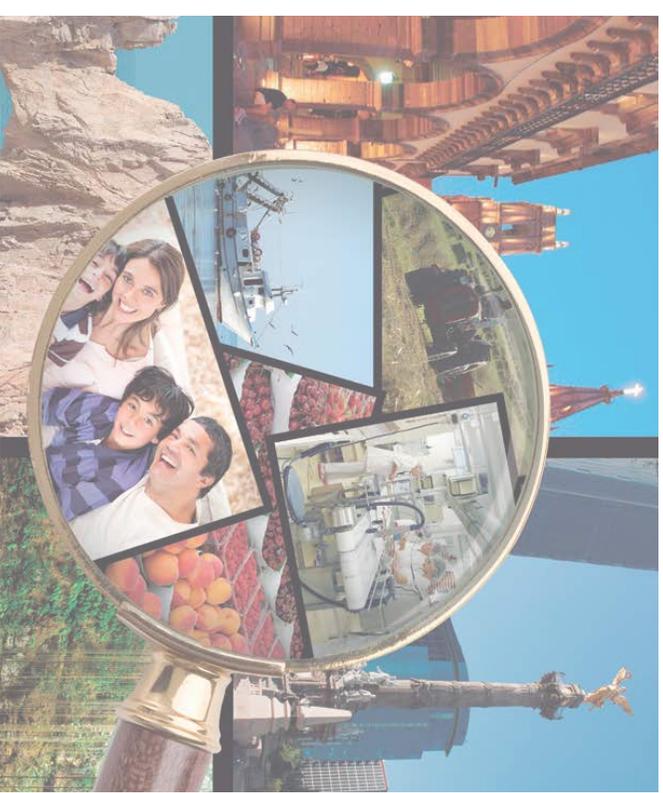
Gráfica 17. Fuente: elaboración propia con datos de Conepa.



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%.

# 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 si- guiendo 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 pe- queñas 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 aero- puertos del país.

En el fondo, el anhelo y el propósito deben ser, el que con- ferir el grado de prioridad al turismo no debe apunrar solo al gobierno, sino al conjunto del Estado mexicano en el que, por supuesto, se debe incluir a todos los sectores de la sociedad, par- ticularmente 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 agru- pados en el Consejo Nacional Empresarial Turístico así lo han entendido y, en consecuencia, lo han apoyado. Esto es una mues- tra de cómo se debe gestionar 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 Anual de Investigación Turística, es una pieza clave de la eco- nomía 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 opera- ción; sus efectos en otros sectores económicos son trascendentes y tiene una importante capacidad de generación de valor agre- gado; además, su papel en la generación de empleos se poten- cia 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 con- diciones de vida de millones de mexicanos, como demuestran los índices de marginación, rezago y los indicadores de pobreza. Hablando mencionado en el primer párrafo de estas conclu-

siones dos temáticas pendientes, la primera de estas tareas re- quiere, 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 actualizacio- nes 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 ex- traño y poco ayuda a las tareas de difusión de la importancia del turismo, la decisión tomada hace tres años de no seguir pu- blicando 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 acce- der a las bases de datos con las diferentes variables que integran esta herramienta, pero la opinión pública, los medios de comu- nicación y la comunidad académica y científica agradecerían re- tomar 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 requie- ren de un acercamiento más profunda para aguilanar 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 moderniza- ción de los sistemas de obtención de estadísticas descriptivas del sector e incorporar las nuevas capacidades digitales en es- tas 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 herra- mientas que pueden completar y ahnir 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 pú- blica, podrá consolidar su papel central en la agenda nacional.

# Notas

1 En este y en la mayor parte de estos enunciados, se asu- mió 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 espe- ctique lo contrario).

2 El punto de partida para este cálculo fue la estimación del total de los recursos que los estados se comprometieron a recau- dar 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 contable 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 Syeps al último cuatrimestre del 2015.

4 Ídem.

5 Ídem.

6 Para la determinación del universo de Nimis se utilizó la es- timación de Rodrigo Negrete y Gerardo Leyva en "Los Nimis 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. Dis- ponible en [http://www.inegi.org.mx/est/comentarios/Proyectos/SCN/C\\_Anales/c\\_satelitetur/default.aspx](http://www.inegi.org.mx/est/comentarios/Proyectos/SCN/C_Anales/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 con- sulta en [http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/est/ola/ocupacion\\_por\\_sectores\\_economicos](http://www.observatoriolaboral.gob.mx/swb/est/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](http://www.conapo.gob.mx/en/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion)

13 Para la determinación del carácter de municipio turísti- co se recurrió a aquellos identificados como tales en el Censo Económico 2003, adicionado los que no estando en dicha he- rramienta sean coincidentes con la categoría de Ciudades Patri- monio de la Humanidad o Pueblos Mágicos.

14 Coneval. Disponible para consulta en [http://www.coneval.gob.mx/Medicion/MP/Paginas/AE\\_pobreza\\_2014.aspx](http://www.coneval.gob.mx/Medicion/MP/Paginas/AE_pobreza_2014.aspx)

15 A falta de información sobre el conjunto del sector turísti- co se utilizó para el cálculo de la participación en el PIB estatal, sólo el concepto Servicios de alojamiento temporal y de prepa- ración de alimentos y bebidas.

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



**Anáhuac**  
México Norte

Doctorado

**Internacional en Turismo**

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



Coordinador académico:  
Dr. Mariano Lechuga Basné  
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 Arcoleta Guajardo  
lilia.arcoleta@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

Síguenos en    PosgradosAnahuac

**Extensión**  
**Anáhuac**  
*Salir por hoy más*

**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