



Te presentamos las 7 razones para estar en el ranking turístico

7 noviembre, 2018 admin Nacional 0



A las dos de la tarde del 29 de septiembre de 2008, Antonio Ibarra, entonces secretario de Turismo de Sinaloa, se quitó el saco y lo puso en el respaldo de su silla. Ordenó unos tequilas y una botella de Cune en un restaurante de Santa Fe, la exclusiva zona corporativa en la Ciudad de México.

Había que celebrar: horas antes, muy cerca de ahí, en un evento oficial organizado por Fonatur, el entonces presidente Felipe Calderón había anunciado que el principal proyecto turístico de su sexenio se haría en el pueblo sinaloense de Teacapán, municipio de Escuinapa.

Se trataba de la construcción del sexto Centro Integralmente Planeado (CIP), una ciudad turística que sería del doble de tamaño de Cancún, el primer CIP en la historia del turismo mexicano. Ibarra, "El Güero", como le decían sus amigos, estaba feliz. Había sido contratado el año anterior por el gobernador sinaloense, Jesús Aguilar Padilla, con la encomienda de conseguir ese proyecto federal, por el cual compitieron varios estados.

La apuesta fue grande: le habían pagado, con dinero de Fonatur, 119 millones de dólares (mdd) a Antonio Toledo Corro, personaje de leyenda negra que fue secretario de la Reforma Agraria y gobernador de la entidad en tiempos de José López Portillo, por 2,381 hectáreas del rancho Las Cabras. En esos terrenos se levantaría el nuevo CIP, que nació sin nombre y, a la postre, fue bautizado como "Playa Espíritu".

"El Güero" disfrutó de su logro durante 15 meses, incluida la mañana del 17 de febrero de 2009, cuando el presidente Calderón fue a Teacapán para dar por iniciada formalmente la construcción del CIP. Sin embargo, el 22 de diciembre de ese año, fue asesinado en Culiacán, al salir de un desayuno. Iba en su auto, cuando otros vehículos lo emparejaron y ejecutaron, junto con su chofer.

Esa muerte pareció marcar el destino del faraónico proyecto de Playa Espíritu, al que el gobierno federal iba a inyectar un monto de 5,000 mdp, que detonarían una inversión de 6,638 mdd por parte de la iniciativa privada.

En los siguientes tres años de la administración calderonista, el proyecto no avanzó, se estancó y se le acabó el tiempo. En el gobierno encabezado por Enrique Peña Nieto tampoco prosperó.

El año pasado, a pregunta expresa, el secretario de Turismo federal, Enrique de la Madrid, hizo una mueca y respondió que eso [el CIP] habría que dejarlo morir.

Miguel Torruco Marqués, quien será secretario de Turismo en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador, califica el proyecto como absurdo. "El día que fuimos a poner la primera piedra, yo veía el disgusto de los inversionistas, de los hoteleros de Mazatlán, diciendo: ahora les van a dar todas las facilidades a los hoteleros de otros países, en lugar de a nosotros, que toda la vida nos la hemos jugado por México".

Nada importante en 30 años

Pese a historias como ésta, la industria turística se ha vuelto tan importante para las finanzas nacionales en los últimos años que, por lo menos, debería haber un gran proyecto con cada nuevo gobierno, que se convirtiera en un nuevo hito para esta actividad. En las dos administraciones panistas los hubo: la Escalera Náutica del Mar de Cortés, con Vicente Fox, y el CIP Playa Espíritu, pero ambas fracasaron.

En el gobierno del priista Peña Nieto no hubo ninguno y todo apunta a que el Tren Maya, que planea recorrer los estados del sureste del país, será el proyecto turístico estelar de López Obrador.

La idea de construir cinco ciudades turísticas, denominadas CIP y diseñadas exclusivamente para actividades lúdicas y de descanso, fue concebida durante el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz, a finales de la década de 1960, y llevada a cabo por su sucesor, Luis Echeverría, quien edificó cuatro: Cancún, Ixtapa, Los Cabos y Loreto.

Después vendría el presidente José López Portillo, al que le tocó el boom petrolero, lo cual hizo que se olvidara de seguir con el desarrollo de la industria turística. En 1982, el nuevo presidente, Miguel de la Madrid (padre del actual titular de Turismo) nombró secretario del ramo a Antonio Enríquez Savignac, quien participó desde el Banco de México en la idea de construir los cinco CIP. Así, en 1985, se encargó de impulsar la construcción del que faltaba: Huatulco, en Oaxaca.

En los gobiernos de Carlos Salinas de Gortari y de Ernesto Zedillo no se realizaron proyectos turísticos de envergadura. De 1988 a la fecha, en México no se ha desarrollado ninguna gran obra en el sector.

Torruco adelanta que, en el próximo sexenio, tampoco van a construir ningún gran desarrollo, porque se van a dedicar a consolidar los ya existentes. Pero confirma que el Tren Maya será "el gran proyecto turístico" del gobierno lopezobradorista.

"Será un detonador y, sobre todo, un integrador de la actividad turística. Tendrá cerca de 1,500 kilómetros desplazándose por Cancún, Playa del Carmen, Tulum, Bacalar, Xpujil, Calakmul, Escárcega, Palenque, Campeche, Mérida, Uxmal, Chichén Itzá y Valladolid, y tendrá un costo aproximado de 150,000 mdp. Con todo esto se va a lograr hacer el primer desarrollo regional turístico integral, que abarcará los estados de Quintana Roo, Chiapas, Tabasco, Campeche y Yucatán", explica.

Torruco recibirá una industria turística en bonanza, con seis años de crecimiento sostenido, aunque en desaceleración (en este año), en la que diferentes segmentos y productos se han constituido como los nuevos reyes del turismo mexicano.

Ejemplos: los Pueblos Mágicos ya conjuntan más de 70,000 cuartos de hotel; y el Turismo Médico que, por valor de mercado, es líder en América Latina, por encima de Brasil y Colombia, según un estudio de la española Escuela de Turismo y Hospitalidad Ostelea.

Inclusive se debe considerar la gastronomía mexicana, que ha tomado peculiar importancia en los últimos años, con chefs que son celebridades mundiales, restaurantes que aparecen en los rankings de los mejores del mundo y con una fama de sofisticación que dejó ya en el olvido el temor a la legendaria “maldición de Moctezuma”.

El restaurantero e investigador de la cocina popular mexicana, Alejandro Escalante, autor del libro *La tacopedia* y coautor de *Acridofagia* y otros insectos, dice que México comienza a ser reconocido como un destino gastronómico “a nivel brutal; principalmente, la Ciudad de México”, a lo que se suma la popularidad de las bebidas: “Aunque el tequila ha tenido una explosión en los últimos 10 años, y el mezcal en los recientes cinco, aún tienen un gran potencial”.

Los mexicanos que viajan por México merecen crédito aparte, pues contribuyen a la industria casi cinco veces más que los viajeros extranjeros. Y, claro, Quintana Roo, cuya costa es conocida como “el Caribe mexicano” y es la joya indiscutible del turismo nacional.

También figuran el turismo de reuniones y el turismo LGBT. Claro que hay otros factores que han contribuido al momento dorado de la industria turística, como el turismo premium, el tipo de cambio, la gran oferta hotelera y el crecimiento de la conectividad aérea.

1) Viaje al México tradicional

Tres poblaciones fueron elegidas en 2001 para iniciar el programa “Pueblos Mágicos”.

La mítica Aztlán, una isla lacustre hoy llamada Mexcaltitán, es el sitio de donde salieron los aztecas para buscar la tierra prometida y erigir Tenochtitlán. Huasca de Ocampo, por su parte, fue fundada en el siglo XVIII por el legendario Pedro Romero de Terreros, nombrado Conde de Regla, fundador del Nacional Monte de Piedad y uno de los hombres más ricos de su época gracias a la plata. Real de Catorce es, a su vez, un pueblo fantasma que, en el esplendor de sus minas (hasta antes de la Revolución), llegó a albergar a 50,000 habitantes.

En 2009, Mexcaltitán fue expulsado del programa por ya no cumplir con los requisitos, pero el programa se mantuvo y, con el paso de los años, se convirtió en el más trascendente y exitoso de la Secretaría de Turismo.

Su impulsora, Leticia Navarro, titular de Sectur con Vicente Fox, en los dos años y medio que duró en el cargo sólo dio 14 nombramientos. Su sucesor, Rodolfo Elizondo, autorizó 21 a lo largo de seis años con siete meses.

En marzo de 2010, cuando Gloria Guevara entró al relevo de Elizondo, había 35 Pueblos Mágicos, pero cuando terminó su periodo, dos años y ocho meses después, sumaban 83.

Era 2012 y los números del programa llamaban la atención: estos pueblos recibieron 3.7 millones de turistas, contaban con 866 hoteles y 21,000 habitaciones, 5 millones de personas habitaban en sus municipios y recibían una derrama económica de 5,941 millones de pesos (mdp).

No obstante, este crecimiento explosivo que permitió Guevara en el número de membresías fue muy criticado y se congeló al comenzar el actual gobierno federal. Pero, en 2015, Enrique de la Madrid otorgó otras 28 membresías para llegar a 111, y ahí frenó la expansión.

Pero, según un estudio elaborado en septiembre de este año por la consultoría EB Turismo, que preside Eduardo Barroso, considerado el creador del proyecto, Pueblos Mágicos ha sido un programa de alto impacto: actualmente genera 1.4% del PIB nacional, en sus municipios habitan más de seis millones de personas, ha recibido inversiones por 6,000 mdp, y cuenta ya con 2,400 hoteles y 73,000 cuartos de hotel.

El documento no descarta que todavía haya nueve nombramientos más en lo que resta de este sexenio. De ser así, el programa cerraría con 120 membresías, lo que equivaldría a que uno de cada 20 municipios (4.9%, para ser exactos) fuera Pueblo Mágico, afianzándose este programa como uno de los reyes del turismo nacional.



2) Una saludable factura de 6,000 mdd

Desde hace por lo menos dos sexenios, el gobierno mexicano ha mostrado sus intenciones de impulsar el turismo médico, pero hasta el momento hay pocos avances.

Fue apenas en septiembre del año pasado cuando los secretarios de Turismo y de Salud, Enrique de la Madrid y José Narro Robles, respectivamente, instalaron el Consejo Consultivo para el Turismo Médico, integrado por organismos del gobierno, empresarios, académicos e investigadores, con el objetivo de construir políticas públicas para aprovechar el potencial de esta actividad.

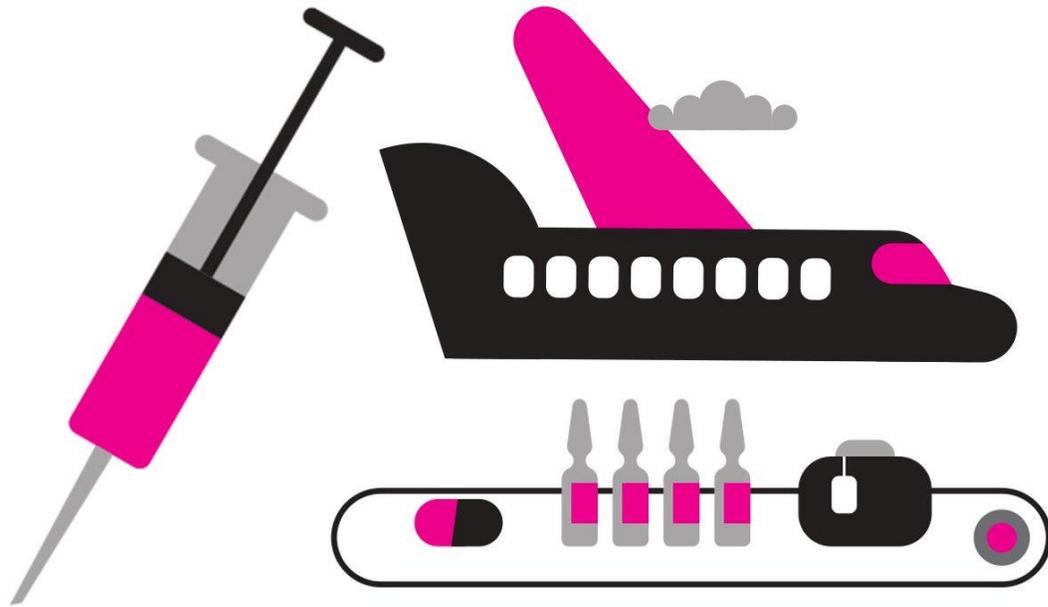
La iniciativa privada no se ha quedado de brazos cruzados. Ha logrado posicionar a México como uno de los principales destinos a escala mundial para pacientes que buscan tratamientos médicos de buena calidad y menores precios que en su país de origen.

Por este concepto, en 2016 el país recibió a más de 1 millón de turistas provenientes del extranjero, según datos del secretario de Turismo, Enrique de la Madrid, lo que significó triplicar en una década los ingresos por este concepto: en 2006, fueron de 1,554 mdd; y, en 2016, llegaron a 4,798 millones, lo que equivale a 24% de las divisas turísticas totales registradas en ese año.

Para 2017, se esperaba un incremento de 6%, para alcanzar los 6,000 mdd. “Estas cifras nos ubican sólo por debajo de Estados Unidos”, afirmó el entonces titular de Sectur. Pero el potencial todavía es muy grande. Según cifras de la Medical Tourism Association, el tamaño del mercado a escala global es de 14 millones de viajeros-pacientes, que anualmente gastan entre 50,000 y 70,000 mdd.

Una de las ventajas de México es que sus precios son entre 35 y 85% más baratos que en el vecino Estados Unidos, dependiendo del tratamiento o procedimiento quirúrgico de que se trate.

Otro aspecto que le da relieve a este sector es que más de 230,000 negocios están ligados a la cadena de valor que genera: hospitales, laboratorios, hoteles, transporte, operadores turísticos y restaurantes, entre otros.



3) Los visitantes que más gastan

En septiembre, los líderes del poderoso Turismo de Reuniones andaban muy nerviosos debido a que no saben qué les espera en el próximo sexenio. Les preocupa que en los pronunciamientos, en materia turística, de representantes del nuevo gobierno no hay, hasta el momento, ninguna referencia a la organización de reuniones y convenciones. “Queremos saber qué planes tienen, hemos oído que disminuirán los eventos oficiales”, comentaba, en agosto pasado, Roberto Ibarra, cuando estaba por comenzar la reunión anual del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones, en la cual entregaría la dirigencia a Jaime Salazar. “Estamos muy atentos [sobre] hacia dónde irá el sector”.

Consultado al respecto, Miguel Torruco, quien será secretario de Turismo en la administración de Andrés Manuel López Obrador, ataja las dudas y afirma que, en su momento, dará a conocer los planes que tiene para toda la industria y en los cuales el Turismo de Reuniones será fundamental por todo lo que significa: tiene uno de los mayores gastos *per cápita* (seis veces más que el de turistas de sol y playa, según datos de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones) y genera alrededor de 900,000 empleos.

Aún más, la Secretaría de Turismo sostiene que, anualmente, en el país se realizan 265,000 eventos que, con una asistencia de 29 millones de personas, generan una derrama económica equivalente al 1.5% del PIB.

La división CWT Meetings & Events de la agencia Carlson Wagonlit asegura que no ha caído la demanda de reuniones después de los comicios presidenciales del pasado 1 de julio. En lo que sí hay preocupación es en los efectos que pueda tener sobre la economía mexicana la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Próximamente, esta empresa presentará su informe “2019, tendencias futuras”, en el que se pronostica que la Ciudad de México pasará del cuarto al segundo lugar en su *ranking* de las principales metrópolis de América Latina en materia de reuniones y eventos, y en el que Cancún ocupará una posición destacada.



4) Un condimento valioso

El primer intento se hizo en 2005, pero fracasó. Cinco años después, el gobierno mexicano se aventuró de nuevo y, por fin, logró que el Comité para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Unesco, sesionando en Nairobi, reconociera con tal título a la Cocina Tradicional Mexicana, tomando como caso paradigmático la gastronomía de Michoacán.

De ese día, quedó para el recuerdo la fotografía de las cocineras tradicionales michoacanas Antonina González Leandro y Juanita Bravo Lázaro, vestidas con sus coloridos trajes típicos, llorando de la emoción, mientras, frente a un micrófono, el embajador mexicano en Kenia, Luis Javier Campuzano, agradecía al Comité por este nombramiento.

En aquellos años, la comida local no formaba parte de los atractivos turísticos de México, y el gobierno tardó en reaccionar para aprovechar tal distinción. Fue hasta principios de este sexenio (el gobierno de Enrique Peña Nieto) cuando se comenzó a impulsar seriamente este rubro, aunque la demora llegó hasta 2015, cuando se formalizó al fin una política pública de Fomento a la Gastronomía Nacional.

Hoy, a ocho años de distancia de esa mañana de noviembre en Nairobi, la gastronomía mexicana se ha convertido en uno de los principales motivos que tienen los turistas para visitar México, lo cual repercute tanto en lo turístico como en lo económico y social, ya que, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), los viajeros internacionales gastan en comida 30% de su presupuesto.

En México, el boom restaurantero y gastronómico está a la vista de todos. Tan sólo en el último año y medio, Nacional Financiera otorgó créditos por 1,157 millones de pesos (mdp) para operar o remodelar restaurantes. De los 10 millones de empleos turísticos que hay, la gastronomía es uno de los sectores que más aporta, según afirma Enrique de la Madrid, con 1.7 millones de plazas directas y 3.8 millones indirectas, provocando una derrama de 183,000 mdp, lo que corresponde al 2% del PIB.



5) Un motor silencioso

Más de 39 millones de turistas llegaron a México desde el extranjero el año pasado y dejaron una derrama de 21,333 millones de dólares (mdd). El gobierno está muy orgulloso y presume, satisfecho, que con esto nos convertimos en el sexto país más visitado del mundo.

Pero las cosas serían muy distintas si no contáramos con un sólido mercado nacional, que es uno de los reyes menos reconocidos del turismo mexicano. De acuerdo con cifras oficiales, en 2016 se registraron 226 millones de viajes de turistas nacionales por el país, 20% más que en 2012, cuando comenzó el actual sexenio, con lo que se impuso un nuevo récord de 90 millones de estancias de hotel por parte de mexicanos.

De todo el dinero que genera la industria turística, incluyendo el gasto de los extranjeros, 85% lo aporta el turismo doméstico.

Esas cifras se producen a pesar de que, en 2016, 70% de los mexicanos afirmó que no saldría de vacaciones, según un estudio de **Provident (empresa que otorga préstamos personales) y GfK**, consultora dedicada a realizar estudios de mercado.

La encuesta, que fue aplicada en los niveles socioeconómicos bajo-bajo, bajo-alto y medio-bajo (E, D y D+), dio a conocer que 38% de la muestra tomada declaró no tener dinero para vacacionar, y únicamente 13% consideraba viajar al interior del país o ir a algún sitio fuera de casa.

Apenas 1% afirmó planear un viaje al extranjero. Pero, de los que aseveraron que viajarían, 35% utilizaría sus ahorros, 9% solicitaría un préstamo a un proveedor de servicios financieros y 1% le pediría dinero a algún familiar o amigo.

Por esta razón, en 2016, el gobierno federal lanzó la campaña “Viajemos Todos por México”, para aprovechar la capacidad subutilizada en temporadas bajas: 9 millones de asientos de avión y 200 millones de asientos de autobús vacíos cada año, y 93 millones de cuartos-noche de hotel sin ocupar.



6) El imán dorado

México siempre ha basado su éxito turístico en las playas y, aunque en los últimos años ha intentado diversificarse al impulsar otros destinos y actividades, los atractivos de costa se mantienen como los pilares.

De mucho tiempo atrás, la geografía mexicana se ha aprovechado, sobre todo en el Pacífico, con sitios de sol y mar mundialmente famosos; pero hoy, la joya de la corona, sin duda, está en el Caribe, en Quintana Roo específicamente, donde se ubican nada menos que Cancún, Riviera Maya, Cozumel e Isla Mujeres, además de Holbox y Mahahual.

Este estado es el monarca del turismo nacional. Sus impresionantes números no dejan lugar a dudas: en total, entre turistas nacionales y extranjeros, pasajeros de cruceros y viajeros que cruzan la frontera entre Chetumal y Belice, Quintana Roo recibió, el año pasado, 17.1 millones de visitantes, quienes dejaron una derrama económica de 8,851 millones de dólares (mdd).

Cancún es el destino que registra el promedio de gasto por turista más elevado: 1,000 dólares, muy superior a la media nacional de 847 dólares el año pasado y 827 dólares en el primer semestre de este año.

En recepción de cruceros, también es una potencia, en especial con sus puertos de Cozumel y Costa Maya, que, el año pasado, recibieron 1,565 embarcaciones, con 5.1 millones de pasajeros.

La infraestructura hotelera de Quintana Roo es la más grande del país, con un total de 1,067 hoteles y 101,000 habitaciones. De ambos inventarios, Cancún concentra 185 establecimientos de hospedaje, con 35,000 cuartos; la Riviera Maya tiene 416 hoteles y 47,000 cuartos. La ocupación de ambos destinos es de 77.7% y 82.5%, respectivamente, muy por arriba del promedio nacional.

El estado tiene, además, tres Pueblos Mágicos: Bacalar, Isla Mujeres y Tulum, que son la envidia de cualquier otro destino de ese programa, pues, en conjunto, tuvieron ingresos por 1,099 mdd.

En suma, Quintana Roo se llevó un tercio de todo el dinero que dejaron hace dos años los turistas extranjeros en México.

7) El nuevo gran mercado

El mundo ha cambiado a tal grado en la última década que, si hace 13 años los turistas Gerardo y Samir fueron defenestrados del hotel Presidente InterContinental de Los Cabos por darse un beso en la alberca, hoy diversos destinos y hoteles gastan abundante dinero en mercadotecnia para atraer a las minorías sexuales.

El portal de viajes almando.com afirma que la Asociación Nacional de Comercio y Turismo LGBTTTTI (lesbianas, gays, bisexuales, travestis, transexuales, transgénero e intersexuales) considera que en México esta comunidad se

conforma de alrededor de 9.5 millones de personas y que su poder adquisitivo es de 65,000 millones de dólares (mdd) anuales, del cual 35% está destinado a viajes.

Una de las razones por la que estos paseantes prefieren viajar dentro del país es, entre otros factores, por los avances en el reconocimiento de sus derechos.

Sus destinos favoritos son la Ciudad de México, el Caribe mexicano y Puerto Vallarta, lugares que cuentan con certificación de la International Gay and Lesbian Travel Association.

La Organización Mundial del Turismo sostiene que se trata de uno de los segmentos con mayor crecimiento anual y Almundo lo confirma, al informar que, entre 2017 y el primer semestre de 2018 sus reservaciones a estos tres destinos se han incrementado en 600%.

Desde hace seis años, Puerto Vallarta organiza el festival Vallarta Pride, que celebra a la comunidad LGBTITI durante siete días, con el cual, el año pasado, este destino registró la llegada de 17,000 visitantes.

Este segmento se ha vuelto tan relevante (cifras oficiales estiman que, en 2016, más 3.5 millones de integrantes de esta comunidad visi-taron el país) que la propia Sectur ha desarrollado estrategias para atraer más de estos viajeros.

El potencial es muy grande: "Recordemos que, simplemente en Estados Unidos [el principal emisor de turistas hacia nuestro país], la población totalmente declarada LGBTITI es el 6.8% [del total] y de allí que se calcula que entre 7 y hasta poco más de 10% pertenecen a la comunidad", asegura Sectur.

<https://www.mexnewz.mx/te-presentamos-las-7-razones-para-estar-en-el-ranking-turistico/>