



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ECONOMÍA

**LA DEPENDENCIA DEL TURISMO NACIONAL
EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA
NORTEAMERICANA Y CANADIENSE
1992-2002**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN ECONOMÍA
P R E S E N T A :
LIZET DÍAZ GARCÍA

ASESOR: LIC. LEANDRO JAVIER LEMUS ARRONA



CIUDAD UNIVERSITARIA, MEXICO, D.F.

2007.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A Dios:

Por las bendiciones con las que ha colmado mi vida y darme la oportunidad de concluir esta meta y la posibilidad de emprender otras.

A mis Padres y Hermano:

Personas que son la fuente de mi felicidad.
Le agradezco a Dios,
por esos ojos que con ternura y comprensión me miraron,
por esa mano oportuna que me levanto,
por esos oídos que me escucharon,
por esos corazones que cariño y amor me brindaron
que me estimularon para lograr está meta
y que son ustedes.

A mi novio, familiares y amigos:

Quienes me han brindado su amor y apoyo moral, con lo cual he logrado terminar una de las metas de mi vida.

A mi asesor:

Por su tiempo, disposición, paciencia, apoyo, e interés para poder realizar este trabajo y por ser un ejemplo de dedicación profesional.

En especial quiero dedicarle este trabajo a mi mamá, quien en vida dio todo su esfuerzo para que yo pudiera alcanzar esta meta y que me sigue acompañando con el amor que sembró en mi corazón. Te amo mamá

ÍNDICE

	Páginas
Introducción	iv
 Capítulo 1. Antecedentes del turismo	
1.1 Definición del turismo	1
1.2 Breve historia del turismo	2
1.3. El turismo como actividad económica	5
1.3.1. El turismo en la clasificación económica	6
1.3.1.1 Sector agropecuario	6
1.3.1.2 Sector industrial	8
1.3.1.3 Sector servicios	10
 Capítulo 2. Análisis sobre el desempeño económico del turismo nacional	
2.1 Semblanza del turismo nacional	14
2.2 El turismo y el Tratado de Libre Comercio	20
2.3 Importancia del turismo nacional	23
2.4 Los efectos del turismo en la Balanza de Pagos	26
2.5 Ingresos por turismo y la Balanza Comercial	31
2.6 Comportamiento de la Balanza Turística	35
2.6.1 Ingresos y Egresos de la Balanza Turística	36
2.6.2 Saldo de la Balanza Turística	40
2.7 Participación del PIB turístico en el PIB total y empleo	42
2.8 Participación de México en el turismo mundial	45
 Capítulo 3. Dependencia de México en la afluencia turística norteamericana y canadiense	
3.1 La afluencia turística a México	54
3.2 Rasgos del turismo norteamericano	56
3.3 Rasgos del turismo canadiense	57
3.4 Dependencia del turismo norteamericano y canadiense	61

Capítulo 4. Sugerencia para romper con la dependencia turística norteamericana y canadiense

4.1	Poder adquisitivo del Euro	72
4.2	Rasgos del turismo Europeo	73
4.2.1	Turismo del Reino Unido	73
4.2.2	Turismo Alemán	74
4.2.3	Turismo Español	75
4.2.4	Turismo Francés	76
4.2.5	Turismo Italiano y Mediterráneo	77
4.3	Sugerencia para incrementar la afluencia del turismo europeo	80
4.3.1	Ventajas en Atractivos Naturales	80
4.3.2	Ventajas en atractivos Culturales	83
4.3.3	Infraestructura	95
Conclusiones		102
Apéndices		
1.	El turismo en la clasificación económica	106
2.	Análisis sobre el desempeño económico del turismo nacional	108
Bibliografía		112

INTRODUCCIÓN

El tema que se aborda en este trabajo se refiere a “la dependencia del turismo nacional en la afluencia turística norteamericana y canadiense”, donde se analiza la evolución que ha tenido el turismo, su impacto en la economía nacional así como el peso que tiene la afluencia turística norteamericana y canadiense en el dinamismo de este sector y en la generación de divisas.

El propósito de esta investigación es presentar una visión general acerca del turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá con el fin de analizar la dependencia que ha tenido nuestro país en la captación de divisas y asimismo considerar al turismo Europeo como una alternativa viable, que permite romper tal dependencia.

Específicamente se visualizará el comportamiento de la dependencia del turismo de Estados Unidos y Canadá en el periodo 1992-2002; se estudiará el comportamiento de la captación de divisas y su impacto en la economía nacional y se concluirá con la alternativa de atraer mediante estrategias o acciones al turismo Europeo, para disminuir la dependencia con Estados Unidos y Canadá.

Dado que el turismo se ha constituido a lo largo del tiempo como un sector importante para la economía nacional, en virtud de que ha desempeñado un papel significativo en el desarrollo económico de este país, repercutiendo en la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos, en la Balanza Comercial, en el PIB y en la contratación de una porción importante de la población económicamente activa; es decir, proporcionando ocupación remunerada a una cantidad importante de mexicanos, provocando un efecto benéfico hacia los demás sectores económicos con los que se relaciona.

De esta forma la estructura del trabajo está integrada por cuatro capítulos. El primero, describe los antecedentes del turismo, abordando su definición, historia y clasificación económica. El segundo, analiza el desempeño económico del turismo nacional, los efectos que tuvo con la celebración del Tratado de Libre Comercio, algunos de los beneficios que

el turismo trae a la actividad económica y al país, los efectos del turismo en la Balanza de Pagos, en la Balanza Comercial, el comportamiento de la Balanza Turística, la participación del PIB turístico en el PIB total y empleo así como la participación de México en el turismo mundial. En el tercero se analizan los rasgos del turismo norteamericano y canadiense así como la dependencia que tiene México en la afluencia turística proveniente de estos dos países. El cuarto sugiere una alternativa para romper con la dependencia que se tiene, analizando las características del turismo europeo, las ventajas comparativas de los servicios turísticos nacionales en relación a las preferencias del turismo europeo que permiten la posibilidad de plantear la propuesta de orientar la actividad turística nacional hacia el mercado europeo.

Asumiendo en este trabajo que es posible mejorar la proporción que se queda en el país, por dólar gastado por turistas norteamericanos y canadienses, ya que actualmente el número de personas se incrementa más que el crecimiento del gasto realizado por estos turistas, asimismo es posible incrementar el turismo europeo hacia México para frenar la dependencia que existe respecto de Estados Unidos y Canadá.

Las herramientas que se utilizaron en esta investigación fueron el manejo estadístico para expresar la magnitud de los hechos, utilizando la recopilación de material bibliográfico y hemerográfico y revisión estadística, principalmente los provenientes de las fuentes de los organismos internacionales (Organización Mundial de Turismo) y del gobierno federal (INEGI, SECTUR, FONATUR, CONCANACO, BM).

ANTECEDENTES DEL TURISMO

1.1 Definición del turismo

En este primer apartado se definirá al turismo de manera general y también se abordará desde el punto de vista económico ya que, “el turismo no es una disciplina o ciencia, sino un objeto de estudio que puede ser abordado desde diferentes perspectivas científicas¹.”

Etimológicamente turismo se deriva de la palabra latina *tornus*, que significa “torno” y “tornare”, ambas raíces resultan sinónimas de viaje circular o acción de movimiento y retorno. Su definición actual se refiere a la actividad que van a realizar las personas en forma voluntaria y temporal por diferentes motivos (recreo, paseo, conocimiento y diversión), gastando en ese lugar de residencia temporal, dinero que han ganado en otra parte contando con la organización de los medios que permiten y facilitan esos viajes, llevadas a cabo por los prestadores de servicios, con el fin de aprovechar al máximo los recursos ambientales y materiales puestos a disposición del turista.

Una vez definido al turismo de una manera general, es importante ahora conceptualizarlo desde el punto de vista económico para efectos de este tema, con el propósito de lograr una mayor comprensión de lo que se expondrá posteriormente.

El turismo desde el punto de vista económico “Es el acto que supone desplazamientos que conllevan al gasto de renta cuyo objetivo principal es conseguir satisfacción y servicios que se ofrecen a través de una actividad productiva generada mediante una inversión previa”².

Otra definición acorde al punto de vista económico es la del Instituto Nacional de Estadística y Geografía Informática (INEGI), y de la Secretaría de Turismo (SECTUR) los

¹ Rodríguez Woog, Manuel. *Una aproximación al conocimiento científico del turismo, en Turismo y Territorio*, Daniel Hiernaux Coordinador, UNAM Xochimilco, 1994, México.

² Figueroa, Manuel. *Teoría Económica del Turismo*, Madrid España 1985, Edición Alianza.

cuales integraron un sistema de información macroeconómica que dimensiona específicamente la contribución de las actividades turísticas en la economía, en la Cuenta Satélite del Turismo en México, teniendo como marco general de referencia las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo que definen al turismo como “El desplazamiento momentáneo que realizan las personas y comprende las acciones que efectúan durante sus viajes y estancia fuera de su entorno habitual, es decir engloba un conjunto de actividades que producen bienes y servicios que demandan los turistas”.

Estas definiciones son económicas porque consideran el desplazamiento de un lugar habitual sin fijación de tiempo, el cuál provoca un gasto de recursos monetarios, una realización de consumo de bienes y servicios y una generación de riqueza.

1.2 Breve historia del turismo

En el presente apartado, se presentará una breve historia del turismo con el propósito de ubicar sus orígenes y como se ha ido desarrollando a lo largo del tiempo.

Una de las mayores controversias que genera el estudio del turismo es precisamente comprender y diferenciar las causas de los efectos que intervienen en su origen y en su posterior desarrollo como actividad de ocio moderna. Las dificultades para delimitar los contornos de esta materia son infranqueables porque, en el turismo están implicadas las razones económicas pero también las razones técnicas (revolución de los transportes), políticas, sociológicas (corrientes de pensamiento), ambientales, etcétera, que, como es lógico tendrán un papel decisivo en su origen en un determinado momento histórico.

Desde las épocas más primitivas, el hombre se desplazó a grandes distancias, sin embargo, esto no era turismo porque, carecían de una característica esencial del turismo, que es la libertad. La falta de libertad o de movimiento, de grandes desplazamientos es lo que precisamente impide considerar como turismo a la mayor parte de los fenómenos que se producen antes del siglo XIX.

En Europa las cruzadas dan un impacto al turismo y auge al comercio. En 1282 en las posadas se reunieron para formar el primer gremio, que más tarde se convirtió en fin lucrativo, por lo cual se legisló y se proporcionaron alimentos y bebidas como parte del servicio. En 1290 ya existían en el gremio 86 posadas. Entre los siglos XVI y XIX se pusieron las bases del turismo moderno. Los que viajaban eran de la nobleza y de clase media inglesa. En la segunda mitad del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XIX hay mejoras en el transporte y con la revolución industrial surgen nuevas clases sociales, se introducen barcos de vapor y ferrocarriles y Suiza se convierte en el primer centro vacacional de Europa.

Se puede afirmar que los viajes de placer tuvieron sus inicios en los últimos años del siglo XVIII y los primeros del XIX derivado de los grandes cambios en la sociedad, en los estilos de vida, en la industria y la tecnología que alteraban la morfología de la comunidad. Hay en la historia momentos de cambios excepcionales y de enorme expansión que influyeron para la conformación de la actividad turística como tal. El siglo XIX fue testigo de una gran expansión económica, seguida de una revolución industrial y científica incluso mayor que en la segunda mitad del siglo XX. El turismo fue uno de los principales beneficiarios y a finales del siglo llegó a ser la mayor industria del mundo.

Desde finales del siglo XVIII, empezaron a aparecer los viajes domésticos (el *domestic travel*) como nueva moda entre los acaudalados viajeros. Además, a partir de este momento, mediado ya el Siglo de las Luces, el "aseado" Madrid de Carlos III empezó a convertirse en punto de partida para ciertas *excursiones*, en primer lugar los Reales Sitios y la zona de Castilla (Toledo, Salamanca) y más tarde Andalucía y también Catalunya, considerada la región del reino mejor equipada para el viajero y con mejor infraestructura.

Se esperó, un largo periodo entre la Antigüedad y el siglo XIX, para que apareciera una actividad que ya se podía denominar *proto-turística* en la concepción contemporánea, por implicar movimiento masivo (o al menos importantes flujos de viajeros), y libertad de desplazamiento (libertad de movimiento, a diferencia de una segunda residencia que implicaría reposo). Sin embargo, aunque se han delimitado los orígenes de lo que se ha

considerado como *turismo moderno* (principios del siglo XIX hasta los años treinta del siglo XX), es necesario remontarse a siglos pasados para ver como, cuando y porqué aparece el *turismo moderno* a principios del siglo XIX.

Desde una perspectiva científica Luis Lavour³ analiza los orígenes del término *turismo* para delimitar los orígenes de la actividad y observa que proviene del vocablo inglés *tour*, que por otro lado es una palabra latina (del francés). Esta cuestión es bastante relevante puesto que generalmente se entiende que el fenómeno precursor de lo que después será el turismo moderno es precisamente el llamado *Grand Tour*, fenómeno de connotaciones esencialmente británicas, y que consistía generalmente en un recorrido de larga duración de los jóvenes aristócratas de las islas por gran parte del continente europeo pero especialmente por Francia e Italia. El turismo en ese momento constituía, una materia más entre las que se debían formar a la burguesía inglesa.

Entre finales del siglo XVI, época por la que se constata el principio del fenómeno conocido como *Grand Tour*, y la primera mitad del siglo XIX, cuando comienza lo que se considera *turismo moderno* a partir de la segunda guerra mundial y que se encuentra inmerso en el contexto que definió las relaciones internacionales y nacionales de esa época. El inicio del turismo masivo es por turistas que tienen como primer objetivo la diversión y el encuentro con lo desconocido. En un contexto interno de posguerra con un trabajo industrial duro y extenuante en los países más desarrollados, el viaje se observa también como una de las formas de recuperación de la fuerza laboral, que busca entretenimiento y descanso.

Podría concluirse que el turismo debe poseer una característica esencial, que es la libertad, ya que, la falta de libertad de grandes desplazamientos es lo que impidió considerar como turismo a la mayor parte de los fenómenos que se produjeron antes del siglo XIX, sin embargo, a principios de este mismo siglo hasta los años treinta del siglo XX, se delimitaron los orígenes de lo que es considerado como *turismo moderno*.

³ Lavour, Luis. *El Turismo en su historia*, Barcelona: Editur, 1974.

1.3. El turismo como actividad económica

En este apartado se presentarán los elementos que tiene el turismo para ser considerado como una actividad económica y la clasificación económica que tiene.

- ✓ El turismo es considerado como una actividad económica, puesto que consiste en llevar a cabo una serie de procesos productivos combinando insumos y factores productivos (recursos naturales, trabajo y capital) con el propósito de generar bienes y servicios que van a satisfacer una serie de necesidades humanas, entre las que destacan el esparcimiento, descanso, conocimiento y cultura.
- ✓ El turismo en la clasificación económica, se ubica en el sector servicios al cual nos referiremos en el siguiente apartado.
- ✓ El turismo como actividad económica, tiene como elemento fundamental el poner en contacto directo al individuo con su medio natural, a través de la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento, de tal manera que algunos autores coinciden en que sus fines primarios y secundarios son:

Primarios ó sociales:

1. Satisfacer al individuo. Con un buen trato y servicio, acorde a las exigencias del cliente en los servicios que se le proporcionen.
2. Crear nuevas expectativas de conocimiento e interés.
3. Mejorar la calidad de vida.
4. Propiciar la integración de los pueblos.

Entre los fines secundarios ó económicos se identifican:

1. Crear una estructura socioeconómica sólida.
2. Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

La actividad económica del turismo, posee características diferentes a las de otras actividades económicas, como son: la no movilidad de los factores naturales, los límites de

capacidad en infraestructura y del personal capacitado para atender en su idioma a los turistas extranjeros, la estacionalidad y la incapacidad del consumidor para poder probar el producto antes de adquirirlo además suele tener una repercusión mayor en la economía que la de muchas otras actividades.

Además esta actividad turística en nuestro país, posee una característica determinante que consiste en la dependencia del flujo de turistas que visitan el país que provienen de América del Norte, hecho que se analizará en el presente trabajo.

1.3.1 El turismo en la clasificación económica

En el presente apartado se definirán los sectores económicos y se comentará el comportamiento que han tenido cada uno de los sectores a efecto de destacar la importancia del dinamismo de la actividad turística no solamente en el sector al que pertenece sino, en relación a los demás sectores económicos, tanto en México como en los países desarrollados.

A efectos de simplificar el análisis económico de las actividades productivas que realizan los individuos en la sociedad, todas y cada una de ellas se clasifican en sectores económicos, de tal manera, que la clasificación de las actividades económicas, es como sigue:

1.3.1.1 Sector agropecuario

El sector agropecuario, antes llamado sector primario, se encuentra formado por cuatro ramas económicas que son; agricultura, ganadería, silvicultura y pesca. Las cuales se dedican a la producción de bienes, en actividades agropecuarias, extractivas y de exploración.

El cuadro 1.1, muestra el comportamiento que ha tenido este sector durante el periodo de 1993 al 2002 mismo que observa un agotamiento evidente, lo cual, no le permitió cumplir

satisfactoriamente las necesidades de la creciente población nacional, pues se perdió la autosuficiencia en algunos alimentos agrícolas y en la aportación sostenida de divisas que este sector producía y que se reinvertían, además ya no fue posible absorber a un porcentaje importante de la población económicamente activa, lo cual ha provocado muchos problemas a la economía en su conjunto.

El crecimiento en el sector agropecuario a disminuido considerablemente observando durante el 2002 un crecimiento del 0.1% siendo éste el más bajo después de 1992 que fue del - 2.2%.

La participación porcentual de este sector en el Producto Interno Bruto “PIB” Total en promedio a sido del 6% y ha ido disminuyendo paulatinamente del 6.2% que registró en 1992 al 5.6% que tuvo en el 2002. La baja participación del sector agropecuario en el PIB demuestran que la productividad de estas ramas son muy bajas.

Cuadro 1.1
Sector agropecuario y su participación en el PIB Nacional: 1992-2002
(Millones de Pesos a Precios de 1993)

Año	PIB	Sector agropecuario	Crecimiento % del sector agropecuario	Participación % del sector agropecuario en el PIB total
1992	1,133,136	70,637	-2.2	6.2
1993	1,155,132	72,703	2.9	6.3
1994	1,206,674	73,373	0.9	6.1
1995	1,131,560	74,005	0.9	6.5
1996	1,189,738	76,646	3.6	6.4
1997	1,270,430	76,792	0.2	6.0
1998	1,332,545	77,398	0.8	5.8
1999	1,384,244	80,197	3.6	5.8
2000	1,475,634	80,642	0.6	5.5
2001	1,473,153	83,457	3.5	5.7
2002	1,485,366	83,507	0.1	5.6
Promedio anual	1,294,328	77,214	1.3	6.0

Nota: Las cifras están referidas al año base de 1993 como nuevo periodo de referencia para los cálculos a precios constantes. Así, la nueva base de ponderaciones (1993=100) sustituye a la que se venía utilizando y cuya referencia era el año de 1980.

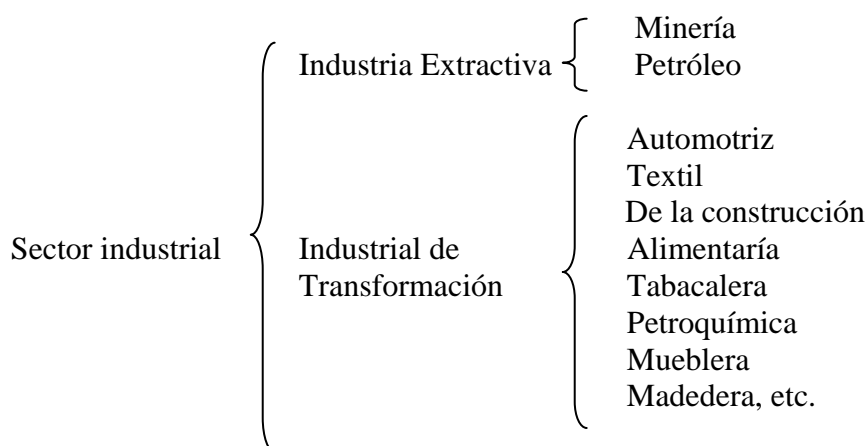
Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México.

Elaboración Propia

En conclusión se puede decir que este sector después de caracterizarse por ser el mayor generador de empleos del país, dejó de serlo. Su participación tanto en la generación de riqueza (PIB) como en la población económicamente activa del país se han reducido sostenidamente desde principios de este siglo.

1.3.1.2 Sector industrial

Tradicionalmente llamado sector secundario de la economía. Se divide en dos subsectores con sus respectivas ramas.



Una industria se entiende como el “conjunto de actividades económicas que tiene como finalidad la transformación y la adaptación de recursos naturales y materias primas semielaboradas en productos acabados de consumo final o intermedio, que son los bienes materiales o mercancías”⁴. El sector industrial produce diferentes tipos de bienes, que puede ser de consumo no duradero, intermedios, de consumo duradero y de capital.

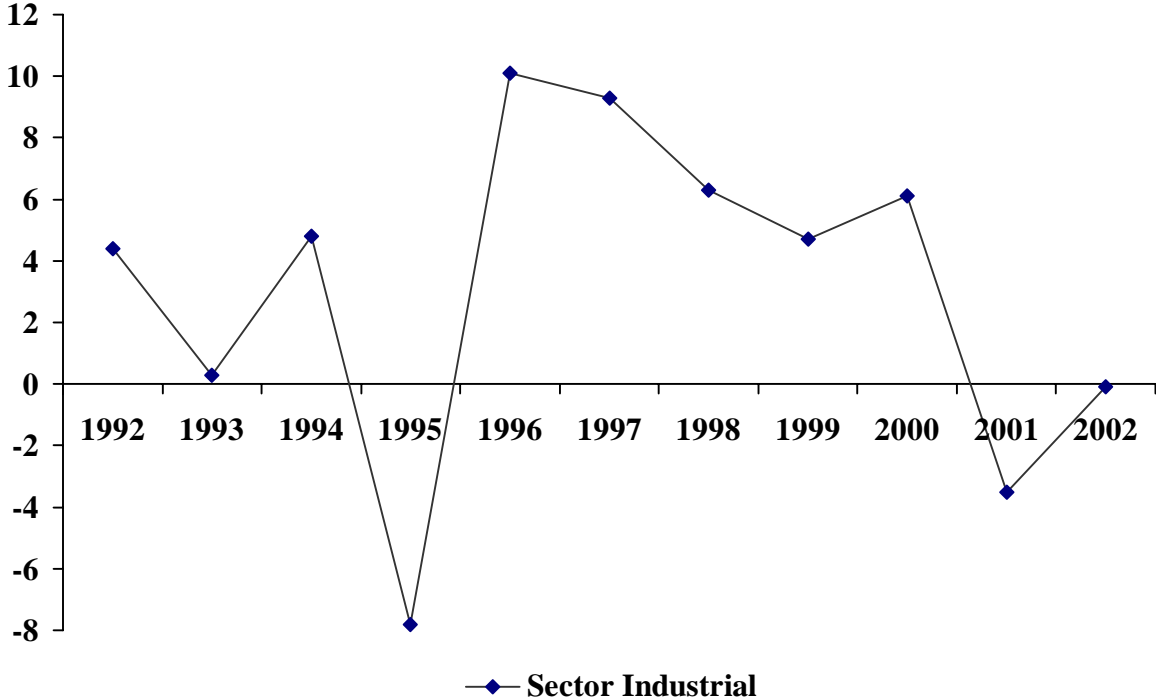
Con el propósito de revisar el comportamiento de este sector, a continuación se comentan algunas cifras que se pueden observar en el cuadro 1.2.

⁴ Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez Morales, *Diccionario de Economía*, México, Limusa-Noriega (2ª. Ed.), 1994, pp. 111 y 112.

En general el crecimiento promedio del sector durante la década analizada es del 3.1%, observando sus niveles de crecimiento mas altos durante los años de 1996 y 1997 con crecimientos del 10% y 9.3% respectivamente. Sin embargo, los crecimientos anuales a lo largo de la década han sido muy variados teniendo decrecimientos de hasta el 7.8% en 1995 y crecimientos entre 4 y 6 por ciento como se puede observar en la siguiente gráfica.

Gráfica 1.1

Crecimiento Porcentual del Sector Industrial: 1992-2002



Se observa que la participación porcentual de este sector en el PIB total en promedio se ha mantenido con el 27.7% siendo mucho más dinámico que el sector agropecuario.

Cuadro 1.2

Sector industrial y su participación en el PIB Nacional: 1992-2002

(Millones de Pesos a Precios de 1993)

Año	PIB	Sector industrial	Crecimiento % del sector industrial	Participación % del sector industrial en el PIB total
1992	1,133,136	309,013	4.4	27.3
1993	1,155,132	309,897	0.3	26.8
1994	1,206,674	324,810	4.8	26.9
1995	1,131,560	299,377	-7.8	26.5
1996	1,189,738	329,651	10.1	27.7
1997	1,270,430	360,148	9.3	28.3
1998	1,332,545	382,908	6.3	28.7
1999	1,384,244	400,848	4.7	29.0
2000	1,475,634	425,302	6.1	28.8
2001	1,473,153	410,515	-3.5	27.9
2002	1,485,366	410,141	-0.1	27.6
Promedio anual	1,294,328	360,237	3.1	27.7

Nota: Las cifras están referidas al año base de 1993 como nuevo periodo de referencia para los cálculos a precios constantes. Así, la nueva base de ponderaciones (1993=100) sustituye a la que se venía utilizando y cuya referencia era el año de 1980.

Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México

Elaboración Propia

En la actualidad este sector se caracteriza por no ser competitivo en el exterior; con relativa modernidad y con un mercado interno no fortalecido, y sin capacidad de producir su propia tecnología. Aunque existen miles de pequeñas y medianas empresas, la industria mexicana se encuentra fuertemente monopolizada y controlada por empresas transnacionales que dominan las ramas más dinámicas e importantes, como la alimenticia, la químico-farmacéutica, la automovilística y la hulera.

1.3.1.3 Sector servicios

Tradicionalmente llamado el sector terciario de la economía. Como su nombre lo indica, este sector no produce bienes materiales, sin embargo, incluye todas aquellas actividades necesarias para el funcionamiento de la economía no integrada en los sectores agropecuario e industrial.

Antes de describir el proceso de crecimiento del sector servicios en nuestro país, conviene precisar qué son los servicios y las ramas o actividades que abarca este sector.

Los servicios son “Bienes que no se materializan en objetos tangibles. El servicio es la realización del trabajo de los hombres con el fin de satisfacer necesidades ajenas, capaz de lograr la satisfacción directa o indirectamente sin materializar los bienes.”⁵

Un servicio también es considerado un bien que se consume al momento en que se genera, a diferencia de los bienes materiales, que pueden ser consumidos en otro momento.

Así entonces, el sector servicios proporciona atención personal, que contribuye a la formación del producto e ingreso nacionales.

Las principales ramas o actividades del sector servicios son:

- Comercio
- Restaurantes y hoteles
- Transporte
- Comunicaciones
- Servicios financieros
- Alquiler de inmuebles
- Servicios profesionales
- Servicios de educación
- Servicios médicos
- Servicios gubernamentales
- Otros servicios

Obsérvese que entre las ramas no existe una que explícitamente se denomine turismo, sin embargo, esta implicada de manera importante en las ramas como, transporte y alquileres entre otras, y concretamente en la rama de restaurantes y hoteles.

⁵ Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez Morales, *Diccionario de Economía*, México, Limusa-Noriega (2ª. Ed.), 1994, p. 211.

Desde hace unos lustros la importancia del sector servicios (el sector terciario de la economía) ha crecido de manera importante. Los servicios representan una fracción creciente de las actividades de los sectores agropecuario e industrial (publicidad, comercialización, administración, etc.).

En el cuadro 1.3 se presenta la evolución del sector servicios de 1992 al 2002, tanto en su crecimiento anual, como en su participación porcentual en el PIB total.

En general el crecimiento promedio anual del sector servicios durante este periodo de estudio ha sido del 3%, siendo más alto que el sector agropecuario que registro el 1.3% y casi igual que el sector industrial que tuvo el 3.1%.

La participación porcentual del sector servicios en el PIB total, es superior al 60% durante todos los años del periodo de estudio y en promedio ha sido del 69.1% y alcanzando en el año 2002 el 70%. Cabe señalar, que este sector ha tenido una participación porcentual promedio en el PIB total, mucho mayor que la del sector agropecuario e industrial que fueron del 6% y 27.7% respectivamente, es decir duplico a ambos sectores juntos. Lo cual se debe a la importancia que ha adquirido el sector, así como a la declinación y el poco dinamismo del sector agropecuario y del sector industrial.

Cuadro 1.3
Sector servicios y su participación en el PIB Nacional: 1992-2002
(Millones de Pesos a Precios de 1993)

Año	PIB	Sector servicios	Crecimiento % del sector servicios	Participación % del sector servicios en el PIB total
1992	1,133,136	783,902	3.9	69.2
1993	1,155,132	806,239	2.8	69.8
1994	1,206,674	845,927	4.9	70.1
1995	1,131,560	791,623	-6.4	70.0
1996	1,189,738	815,138	3.0	68.5
1997	1,270,430	868,557	6.6	68.4
1998	1,332,545	909,262	4.7	68.2
1999	1,384,244	942,412	3.6	68.1
2000	1,475,634	1,011,573	7.3	68.6
2001	1,473,153	1,023,775	1.2	69.5
2002	1,485,366	1,039,720	1.6	70.0
Promedio anual	1,294,328	894,375	3.0	69.1

Nota: Las cifras están referidas al año base de 1993 como nuevo periodo de referencia para los cálculos a precios constantes. Así, la nueva base de ponderaciones (1993=100) sustituye a la que se venía utilizando y cuya referencia era el año de 1980.

Fuente: INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México

Elaboración Propia

En la actualidad, los servicios representan en los países desarrollados, la proporción más importante de la producción total de sus respectivas economías. Así, en Estados Unidos y Canadá, este sector contribuye con alrededor del 70% de su PIB. En materia de empleo la situación es similar, pues en ambas economías los servicios absorben tres cuartas partes de la fuerza laboral total.

En numerosos países desarrollados están logrando ventajas competitivas en varios componentes del mismo rubro. Algunos de ellos tienen una balanza de servicios positiva debido a sus exportaciones de turismo y transporte de pasajeros.

En el caso de México, el sector turismo aporta en promedio el 7.8% del PIB y contribuye con más del 9% de los empleos directos e indirectos. Asimismo, durante el año 2000 se captaron 20.6 millones de visitantes internacionales, excluyendo los excursionistas, que dejaron una derrama de 8.3 miles de millones de dólares, ubicando al turismo como la tercer actividad generadora de divisas, después del petróleo y las manufactura.

ANÁLISIS SOBRE EL DESEMPEÑO ECONÓMICO DEL TURISMO NACIONAL

2.1 Semblanza del turismo nacional

En este apartado, se mostrará el desempeño económico que ha tenido el turismo y como se ha ido consolidando en nuestro país, también se podrán identificar algunas de las causas de dependencia del turismo nacional con la afluencia del turismo de América del Norte.

La industrialización en México adquirió un sentido definido y sistemático a partir de los años treinta, aunque fue más claro después de la segunda guerra mundial. La imagen de la gran hotelería internacional se ve significativamente privilegiada por la creciente búsqueda de la modernidad dentro del paradigma americano que, por otra parte, busca fortalecer la imagen de bienestar de los países occidentales, ganadores en la guerra. El estado se enfocó a los objetivos y necesidades del proceso de industrialización propia de la época y en este marco, se identificó el papel preponderante del turismo como *actividad generadora de divisas* para equilibrar la balanza de pagos.

México a seguido la tendencia internacional que se consolidó después de la segunda guerra mundial (1939-1945), de dar prioridad al desarrollo de un turismo de masas, centrado esencialmente en los atractivos de playa. Este tipo de modelo mexicano ha sido una característica esencial en el éxito rotundo que tuvieron los principales indicadores turísticos: un crecimiento sostenido de las actividades turísticas, una captación de divisas sin precedentes hasta los setenta, una generación de empleos apreciable que sirvió para consolidar el modelo industrial de sustitución de importaciones, así como un aporte sostenible al desarrollo de regiones rezagadas.

En el periodo de 1945-1958, la mayor parte de los turistas internacionales, lo constituyen ciudadanos de los Estados Unidos, pues Europa se encontraba en plena reconstrucción. En

ésta época, los litorales de los países se ven revalorados con la preferencia del mercado hacia los destinos de playas, que se relacionan con la búsqueda de diversión, descanso y entretenimiento. En tanto que el turismo doméstico¹ en México inicia su movimiento hacia nuevos destinos de playa, dejando atrás los tradicionales como Veracruz y Tampico.

Obsérvese como desde esta época (1945-1958), se comienza a tener dependencia en la afluencia de América del Norte derivado de las circunstancias históricas de la reconstrucción europea.

A principios de los cincuenta, la producción industrial y la construcción disminuyeron, el PIB apenas creció y la demanda de productos mexicanos en el extranjero disminuyó. Las importaciones de maquinaria y equipo, habían superado ampliamente la producción interna en éste renglón, por lo que se desató un espiral inflacionario que se agravó con la devaluación de 1954. El Gobierno Federal inició una etapa de expansión al absorber empresas en condiciones poco rentables e incluso en quiebra, no sólo por su importancia estratégica, sino con el mero fin de contrarrestar el desempleo abierto. La necesidad de divisas se hizo preponderante y el turismo fue considerado como una alternativa viable para su generación.

En el periodo de 1958 a 1974 el turismo genera divisas; genera empleos con poca inversión y propicia el desarrollo regional. Esta concepción deja de lado las implicaciones sociales, culturales y políticas de la actividad turística.

La década de los sesenta se considera el inicio del boom turístico mundial y el inicio del turismo masivo. La mayor parte de los turistas lo constituyen los ciudadanos de los Estados Unidos, aunque la reactivación de la economía europea permitió que sus ciudadanos tuvieran también la oportunidad de viajar. La fuerza del volumen adquirió proporciones masivas. Las playas, se vuelven el destino central, con sus mitos hedonistas, que se simbolizan con el bronceado de la piel que otorga prestigio y estatus en las sociedades emisoras, lejos aún de los temores del cáncer en la piel causados por el hoyo de ozono.

¹ **Turismo Doméstico.** Se refiere a los residentes del país que se desplazan únicamente al interior de ese mismo país.

Este es el momento del gran crecimiento de los destinos turísticos de playa. España en el Sur de Europa y el Caribe en América tienen las mayores tasas de crecimiento de oferta, acorde con las exigencias de los viajeros internacionales.

El rápido incremento de las rutas aéreas en el mundo por esa época, tuvo como contraparte la construcción de hoteles. Impulsada ésta última por el acceso a financiamiento internacional orientado a este rubro, se propició que muchas y diversas empresas se incorporaran al negocio hotelero que alcanzó grandes proporciones.

Esta es la etapa de los movimientos de concentración de capital de las empresas turísticas, que se integran de una manera muy dinámica en forma horizontal y vertical; algunas líneas aéreas llegan a ser propietarias de hoteles y de agencias de viajes; empresas diversas se asocian con cadenas hoteleras y arrendadoras de autos, etc.

Los destinos nacionales de los sesenta fueron: Acapulco en el Pacífico, Mazatlán en el Norte y Cozumel en el Sudeste, son los centros de mayor atención turística en el país, por la importancia que adquiere el impulso al turismo de playa de acuerdo a la moda y promoción internacional. Acapulco se convirtió en el principal destino mexicano de playa. La Reseña Mundial de Cine que se verificaba en ésta ciudad anualmente, tuvo una influencia determinante y le confirió un glamur especial. Tanto en términos de crecimiento como de imagen interna e internacional, Acapulco se convirtió en un modelo a seguir.

Las cadenas hoteleras llegaron a México en la década de los sesentas, cuando la oferta nacional se consideraba inadecuada para los estándares demandados por los viajeros internacionales. Para los setentas ya se había incorporado algunas de las más importantes estando asociadas frecuentemente con líneas de aviación.

Al final de la década de los sesentas se inició la etapa de estudio de los Centros Integralmente Planificados “CIP”, como “polos de desarrollo” a cargo de funcionarios del Banco de México. Estaba en marcha el esfuerzo más importante de planificación turística de la historia de México.

El peso de las divisas, seguía preponderando en las decisiones de la política nacional, tanto por la necesidad de seguir importando industrialización y modernidad, como por las presiones del crecimiento del endeudamiento público.

El periodo de 1974-1986 fue determinante para el desarrollo del turismo nacional. Por una parte, la apertura de los CIP y la consolidación del crecimiento de los centros turísticos de playa, determina las condiciones de la infraestructura y la forma de operación del sistema turístico actual.

La década de los setenta es una etapa de auge económico en México que se basó en el boom petrolero mexicano que sucedió a consecuencia de la crisis provocada, en gran medida, por los conflictos en el Medio Oriente y las reivindicaciones de la OPEP. En menos de diez años, México duplicó su producción del petróleo y apostando en la bonanza petrolera incrementó de forma importante la deuda externa.

Es en éste momento en que se consolidó el patrón de operación del sistema turístico mexicano que hasta la fecha, orienta en gran medida la política de desarrollo turístico a partir de los siguientes factores y eventos:

- Apertura de los Centro Integralmente Planificados, “CIP”.
- Creación de SECTUR y FONATUR.
- Los Swaps lograron canalizar inversión privada adicional especialmente a hoteles en lugares de playa, donde se aseguraban condiciones favorables de mercado, por ejemplo, en Cancún e Ixtapa.
- Fortalecimiento y expansión de cadenas hoteleras.
- Apoyo preferente a tour-operadores.
- Consolidación de los tres grandes intérpretes del turismo nacional: líneas aéreas, cadenas hoteleras y tour-operadores que toman control del mercado y de la voz del turismo.

El derrumbe del precio del petróleo a principios de los ochenta, complicó las posibilidades de México para hacer frente a los compromisos que el país había adquirido con base en las proyecciones sustentadas en el alto precio del petróleo de la década anterior. La importación de alimentos había crecido, tanto por el aumento de la población, como por el deterioro de la producción agrícola y ganadera. Las exportaciones no crecieron al mismo ritmo que las importaciones, multitud de empresas quebraron provocando despidos de trabajadores y aumentando el desempleo. El peso se devaluó, la inseguridad económica provocó la fuga de capitales y en poco tiempo, la deuda externa se había triplicado. Estos altibajos han tenido un impacto de largo plazo en el desarrollo nacional.

Hasta el inicio de los ochenta, el motor de impulso del turismo era el Estado, pero, con la crisis y las presiones internacionales de ese tiempo, se inició un proceso de redimensionamiento del sector público en las actividades económicas en las que, obviamente, el turismo estaba incluido.

Las restricciones impuestas por el Fondo Monetario a las actividades gubernamentales (1983-1985) tuvieron una fuerte repercusión en el sector público. La racionalidad y reducción del gasto afectó muchas de las actividades que en ese momento se planeaban como importantes para el análisis y seguimiento de las actividades turísticas en el país.

El entorno económico, político y social al final de la década de los ochenta y durante los noventa (1986-1992), se caracterizó por cambios importantes en términos de las relaciones internacionales.

Las nuevas condiciones que impone la globalización a México han implicado definir nuevos papeles y orientaciones de las políticas públicas y privadas en todas las esferas de la producción, incluyendo al turismo, que se ha convertido en uno de los fenómenos económicos de mayor trascendencia para todos los países –desarrollados y subdesarrollados por igual–, cuyos pronósticos obligan a la cuidadosa observación de su evolución.

En esta etapa se inició una época de cambios en los que se cuestiona y ajusta el esquema bajo el cual se habían orientado las relaciones internacionales: el colapso de las economías del bloque oriental, el desmembramiento de la Unión Soviética y la caída del Muro de Berlín acaecidas al final de la década de los ochenta, ofrecieron un contexto diferente para todas las actividades de la sociedad internacional.

En los noventa, los turistas se muestran más experimentados y exigentes. Han viajado a diferentes lugares del mundo y tienen formado un juicio de cuáles deben ser las características de los destinos y de los servicios turísticos en los lugares que visitan y por los cuales pagan. También son relevantes las consideraciones que se hacen del envejecimiento de la población de los principales países emisores que son los más desarrollados. Este es un fenómeno relevante en las formas de comportamiento y de actividad recreativa, que los países y destinos turísticos tienen que observar de manera cuidadosa. El concepto de un “turista tradicional” y de un “nuevo turista” se refuerza por el señalamiento de los impactos que tiene el turismo masivo tradicional sobre el ambiente.

La etapa que va de 1986 a 1992, el crecimiento de ingresos por turismo en México se dispara manteniéndose constante, salvo en el periodo de crisis que vive el país en 1994, para continuar su tendencia de crecimiento hasta 1998 en que nuevamente tiene una ligera caída la cual supera con una tendencia creciente hasta el 2002.

El análisis de la evolución y características del turismo en México durante más de estos últimos 50 años, pone en evidencia los elementos clave que explican la situación actual del turismo en el país.

En tanto que, la mayor parte de los países respaldan su modelo turístico sobre la atención al turismo nacional tanto como al internacional; en México esta atención no fue pareja, simplemente porque al inicio del modelo en los años cincuenta, no existía una clase media con los recursos suficientes para sostener el modelo turístico, por lo que se da prioridad casi absoluta a la dinámica del turismo internacional – especialmente norteamericano- que da como resultado la dependencia de este mercado y por lo tanto de sus agentes (cadenas

hoteleras, mayoristas y líneas aéreas), restando importancia del turismo nacional, como se argumenta en el apartado 3.4.

La política de inversión, se focalizó hacia el desarrollo urbano, la construcción de infraestructura aeroportuaria y el fomento de la “gran” hotelería de tipo internacional, que han dado como resultado destinos poco diferenciados.

Por otro lado, la tendencia internacional que se consolidó después de la segunda guerra mundial, de dar prioridad al desarrollo de un turismo de masas, centrado esencialmente en los atractivos de playa y que México a seguido, en la actualidad demuestra signos de envejecimiento y agotamiento.

Se puede decir que, en México el objeto rector del turismo, se centró en la generación de divisas, aunque estuvieron presentes otros dos elementos: la creación de empleos y el desarrollo regional.

2.2 El Turismo y el Tratado de Libre Comercio (TLC)²

Con el fin de puntualizar como se ha consolidado el turismo nacional con América del Norte, se analizará en el presente apartado los efectos que tuvo la celebración del Tratado de Libre Comercio en la actividad turística.

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte comenzó a operar el 1 de enero de 1994.

La celebración de este Tratado de Libre Comercio entre Estados Unidos, Canadá y México implicó la integración de los tres países en cuanto a su operación comercial, eliminando

² El **Tratado de Libre Comercio** (TLC) es un acuerdo entre dos o más países que acuerdan la eliminación recíproca de sus barreras arancelarias y no arancelarias como cuotas, permisos previos de importación, normas sanitarias y otras regulaciones, con el fin de incrementar sus flujos comerciales. A menudo, se incluyen disposiciones relativas a la liberación de los servicios y la inversión, así como disposiciones encaminadas a la resolución de controversias comerciales.

gradualmente las barreras arancelarias y los actos discriminatorios y permitiendo por lo tanto el libre acceso de bienes y servicios sobre la base de un marco permanente y confiable.

Con anterioridad Estados Unidos y Canadá habían estado dentro de un esquema de libre mercado casi toda su vida económica moderna y México se sumaba a esa dinámica. Sin embargo, sólo podían competir con los bloques Europeo y Asiático sí aprovechaban las ventajas que le representaban un acercamiento económico mucho mayor, mediante los acuerdos de libre comercio que en general reflejan dos aspectos que son: el incremento del intercambio comercial y el cambio estructural a que dan lugar.

Así entonces, en virtud de que el TLC involucra a los países de América del Norte motivo de nuestro análisis, es necesario verificar los efectos indirectos que este tiene en la actividad turística.

En materia turística el libre movimiento de personas existía desde antes de la entrada en vigor del TLC, por lo que sus repercusiones en el turismo interno e internacional se deben observar por sus efectos indirectos en la economía mexicana y de ésta en las actividades del turismo.

Las cifras sobre visitantes internacionales que recibió México en 1994 y durante los primeros tres meses de 1995 muestran que la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio no tenía por qué causar un aumento excepcional de su número y del gasto. Pero en lo que respecta al número de personas que visitaron nuestro país se incremento, sin embargo, el crecimiento del gasto fue menor desde su inicio hasta el 2002.

Por otro lado, en estos ocho años de 1994 al 2002 de que el Tratado de Libre Comercio se puso en marcha y donde se propuso la creación de un área de libre comercio en los tres países firmantes, en la realidad este acuerdo ha operado como dos diferentes tratados bilaterales de Estados Unidos: uno hacia el norte con Canadá y otro al sur con México. Sin menospreciar el incremento de las relaciones comerciales entre México y Canadá, que

según el ministro de Relaciones Exteriores de Canadá han crecido un 200% desde 1994, alcanzando la cifra de doce mil millones de dólares, y en general de cómo han crecido los vínculos de todo tipo entre estos dos países; pero por ahora el signo político y económico que determina su evolución tiene que ver estrechamente con la relación de cada uno de ellos con su vecino poderoso y hegemónico que es Estados Unidos.

Hay múltiples diferencias en cómo ha evolucionado México, en la última década, en su relación económica con Estados Unidos. Existen, de entrada, algunas distinciones importantes de carácter estructural e histórico ya que, en México el proteccionismo estuvo muy arraigado como política económica de Estado hasta la década de los ochenta, y sólo recientemente se han promovido los cambios para convertir su comercio exterior en sector líder de su economía.

Otro aspecto no menos importante consiste en las debilidades estructurales de la economía mexicana al momento de la firma del TLC, especialmente en el terreno financiero, expresadas en ese entonces por una alta deuda externa y por la estrechez que presentaba ya el mercado interno. Por lo que México se incorporó con una serie de cuellos de botella estructurales: bajo nivel de ahorro, insuficiencia en obras de infraestructura, débil integración sectorial y regional, entre otros. Además, a principios de 1995 estalló una gran crisis financiera en el país, lo que agregó mayor tensión a sus frágiles estructuras económicas. Para México, el TLC era una salida a periodos recurrentes de crisis económicas, y el horizonte del nuevo tratado comercial aparecía como una carta importante para crecer y sostenerse en la dinámica internacional.³ Pero en cierta medida, lo que México ha podido hacer dentro del TLC responde tanto a estas condiciones previas como a las adecuaciones de política económica que pudieron implementar entre 1994 y 2002.

En realidad, más que competidores en el TLC o socios interdependientes entre ellos mismos, Canadá y México aparecen como economías complementarias a las necesidades del desarrollo de Estados Unidos. El comercio y la inversión extranjera han crecido en los dos países muy significativamente, pero en ambos es Estados Unidos el factor clave y determinante. En general, México y Canadá parecen surgir con una dependencia económica

³ CONCANACO, "Aspectos Generales del TLC", No. 19, Mayo 1991, México.

mayor de Estados Unidos. La conexión de estas zonas en el TLC se da más bien por conducto de la migración de mano de obra y las remesas. En México, la llegada de mucha inversión extranjera proveniente de Asia y Europa, que tiene como objetivo principal aprovechar la mano de obra barata de México para exportar productos al mercado de Estados Unidos, refuerza la dependencia de este país pero que también refuerza la dependencia del turismo nacional en la afluencia turística norteamericana y canadiense.

En conclusión, México y Canadá han reforzado su integración a la economía de Estados Unidos, y por lo tanto su dependencia se ha incrementado. Los dos países aparecen como economías complementarias y abastecedoras de la economía central y hegemónica de Estados Unidos.

Sin embargo, la globalización de las actividades económicas, a la que no escapa el turismo, tuvo un efecto indirecto positivo porque reforzó la participación y la presencia en los mercados nacionales e internacionales de las empresas que tienen una actitud modernizadora. Éstas, a su vez, han contribuido a incrementar la eficiencia del sector, pues la exposición a la competencia, preñada de criterios internacionales de calidad en el servicio, induce un efecto de imitación en las empresas nacionales.

Ese fenómeno se da no sólo en una dirección: capitales o marcas que se establecen en México, en ocasiones mediante alianzas estratégicas y con inversiones, sino también en el otro sentido: capitales mexicanos que se invierten en Centro y Sudamérica en el ramo hotelero.

2.3 Importancia del turismo nacional

En este apartado se analizarán algunos de los beneficios que el turismo trae a la actividad económica y al país, mismos que se describen a continuación:

- La generación de riqueza a través del movimiento de personas, que es lo que estimula de inmediato las inversiones, ya que hace atractivo construir hoteles, abrir restaurantes, rentar autos, operar espectáculos, etc. Se sabe que el

movimiento de inversiones activa la economía nacional y regional, con inversiones consecuentes en las áreas comerciales y agropecuarias.

- De esta forma, se tiene como resultado la generación de impuestos, aspecto importante para la actividad gubernamental, que le permite aumentar los presupuestos a favor de la población regional o nacional, pues necesariamente tienen que mejorar la infraestructura, con lo cual se beneficia no sólo a los visitantes, sino también a los residentes locales mediante una acción multiplicadora que fomenta más turismo, lo que a su vez tiende a nivelar la balanza comercial como en el apartado 2.5 se explica, esto último aumenta el ingreso nacional; crea empleos; aumenta el ingreso; estimula inversiones; vuelve a generar ingresos y así sucesivamente.
- Por otro lado, las culturas prevalecen y se conservan gracias al turismo, por ejemplo las danzas regionales que despiertan interés de los turistas. De no ser por esta razón se perderían como ha sucedido con tantas otras manifestaciones culturales. Por otro lado, de manera general, promueve las artesanías, además de que muchas zonas, particularmente las arqueológicas, son conservadas y mejoradas gracias al dinero turístico.
- El desarrollo del turismo cultural presenta grandes posibilidades en México. Si se consideran sólo los mercados de los Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, España e Inglaterra, se observa que durante 1999 estos países registraron un total de 244.7 millones de turistas que viajaron al exterior.
- De este total, “30.2 millones fueron considerados turistas motivados por manifestaciones de la cultura, y de ellos México captó sólo el 1.8% de este total”.⁴ Lo cual, deja ver que nuestro país posee grandes oportunidades para penetrar en estos mercados.
- Se contrata a una proporción importante de la población económicamente activa; es decir, se proporcionan ocupaciones remuneradas a cantidad importante de mexicanos, según información registrada en la Cuenta Satélite del

⁴ Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, SECTUR a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo.

Turismo en México en su versión 1993-2000 (CSTM) la aportación a la ocupación total del país en actividades turísticas mostró una tendencia creciente de 1993 a 1995, alcanzado en este último año su mayor contribución con 6.3%. Se estima que un promedio anual de empleo turístico ha crecido a una tasa de 1.2% entre 1993 y 2000.

El haber destacado algunos de los beneficios más importantes que acarrea el turismo actualmente a nuestro país nos permite entender la importancia que esta actividad tiene para la economía nacional, dado que posee características que le permiten atraer turistas extranjeros.

México ha tenido una tendencia de crecimiento sostenido en el tiempo. En 1992 México participó con el 3.4% del turismo mundial, con 17.1 millones de llegadas. Y en 1996 recibió más de 21 millones de llegadas siendo esta cifra la más sobresaliente de 1992 al 2002, y los ingresos generados por turismo a nivel mundial se han incrementado sistemáticamente en los últimos 11 años. De 6 mil millones de dólares en 1992, ha crecido a 9 mil millones de dólares en el 2002 . Esto representa un crecimiento de 3 mil millones de dólares equivalente al 50% en este periodo (1992-2002) lo cual se debe a una mayor sofisticación del turismo y de los servicios relacionados.

La posición que ocupa México dentro del contexto de competencia mundial en materia de turismo y concretamente hablando en el nivel de competitividad de los destinos turísticos es muy relevante, ya que ocupó el 7º lugar a nivel mundial de llegadas en el año 2000 con una participación del 3% en el mercado mundial, con una afluencia de 19.8 millones de turistas en promedio entre 1999 y 2000. Aunado a este crecimiento, el comportamiento del consumidor se ha ido transformando, observando características muy distintas a las que se tenían en décadas pasadas.

A nivel mundial, México siguió ocupando en el 2001 el 7º sitio en captación de turistas internacionales y el 11º en captación de divisas, mientras que en el 2002 ocupó el 8º sitio en captación de divisas y el 13º en captación de divisas.

La promoción turística juega un papel importante para mantener y consolidar a México como una fuerza a nivel mundial, al generar una mayor demanda para los destinos y atractivos del país.

2.4 Los efectos del turismo en la Balanza de Pagos

Para continuar, con el análisis de los beneficios que acarrea el turismo, a partir de este apartado y hasta el 2.7 se mostrará como desde el punto de vista económico, la actividad turística es importante porque es una de las principales fuentes de ingresos de divisas para el país porque se capta dinero nuevo no generado en el proceso interno de la economía, el cual constituye una fuente de financiamiento para la compra o pagos de bienes y servicios extranjeros.

Así como en la era Mercantilista, se concebía que una nación era más rica mientras realizara más actividades comerciales con el extranjero, así también la actividad turística implica no solo la generación de infraestructura que el desarrollo del turismo requiere y la consecuente generación de empleos, sino también el hecho de que individuos del extranjero consuman lo que se produce en el país, convirtiéndose así esta actividad en una importante fuente generadora de divisas.

La balanza de pagos es “el documento en que se registran sistemáticamente las transacciones económicas de un país con el exterior, representadas por compras y ventas de mercancías, movimientos de capital y transferencias de tecnología”.⁵

La balanza de pagos de nuestro país se encuentra integrada por cuatro grandes conceptos:⁶

- Balanza de cuenta corriente (saldo de la cuenta corriente).
- Balanza de capitales (cuenta de capital).
- Errores y omisiones.
- Variación de la reserva neta.

⁵ Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez Morales, Diccionario de economía, México, Océano (2a. ed.), 1985, p.13.

⁶ Con anterioridad el Banco de México mostraba cinco renglones, porque presentaba el concepto de “Derechos especiales de giro” que ahora se integra al Banco de México.

La balanza de pagos siempre se encuentra en equilibrio contable (los cargos son iguales a los abonos), aunque económicamente puede ser superavitaria si los ingresos son mayores que los egresos y deficitaria si los egresos superan a los ingresos. Esto significa que la balanza de pagos no tiene equilibrio económico.

La *balanza en cuenta corriente*, también llamada balanza de mercancías y servicios o *balanza comercial*, se encuentra integrada por todas aquellas transacciones que representan compras o ventas de mercancías y servicios al exterior; es decir, ingresos o egresos por compraventa de mercancías y servicios. La suma de todos los renglones arroja un saldo llamado saldo de la cuenta corriente (que puede ser superavitario o deficitario).

Los rubros que representan ingresos en cuenta corriente son:

- Exportación de mercancías.
- Servicios no factoriales que está integrado por: Viajeros Internacionales en el que se ubica a la actividad turística y otros servicios.
- Servicios factoriales que registra: Intereses y otras.
- Transferencias que está integrado por: Remesas a familiares y otras.

Los rubros que representan egresos en cuenta corriente son:

- Importación de mercancías.
- Servicios no factoriales que está integrado por: Viajeros al exterior (en el que se ubica a la actividad turística) y otros servicios.
- Servicios factoriales integrado por servicios: Financieros (Utilidades remitidas, Utilidades reinvertidas, Intereses y Comisiones) y No financieros.
- Transferencias.

Para nuestro país, la Balanza de Pagos en cuenta corriente se ha comportado en diez años como sigue:

Cuadro 2.1

Balanza de Pagos de México:1992-2002

Cuenta Corriente

(Millones de Dólares)

Año	Saldo	Ingresos	Egresos
1992	-24,439	61,669	86,107
1993	-23,399	67,752	91,151
1994	-29,662	78,372	108,034
1995	-1,577	97,029	98,606
1996	-2,508	115,316	117,824
1997	-7,665	131,318	138,983
998	-16,072	140,069	156,141
1999	-14,012	158,940	172,952
2000	-18,188	193,281	211,469
2001	-18,176	185,602	203,778
2002	-13,792	187,857	201,648

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Es importante destacar que el saldo de la cuenta corriente es negativo durante los diez años del periodo analizado.

Obsérvese como de tener niveles de 24 mil millones de dólares de déficit en 1994, para el 2002 se tienen 13 mil millones de dólares, evidentemente esto es el resultado de la mejoría de los ingresos que en este mismo lapso aumentaron en más de 100 millones de dólares, rubro en el que por supuesto tiene participación la actividad turística como generadora de divisas.

Podemos decir entonces, que la Balanza de Pagos en Cuenta Corriente de nuestro país durante este periodo ha sido deficitaria, sin embargo, la participación de la actividad turística en los ingresos ha sido determinante para reducir sustancialmente dicho déficit.

Obsérvese en el siguiente cuadro como los ingresos por turismo han aportado a los ingresos de la cuenta corriente en promedio 6.3% durante el periodo analizado.

Cuadro 2.2

Participación de los ingresos por turismo en la Balanza de Pagos de México:1992-2002

Cuenta Corriente

(Millones de Dólares)

Año	Ingresos totales	Ingresos turismo	Participación %
1992	61,669	6,085	10
1993	67,752	6,167	9
1994	78,372	6,363	8
1995	97,029	6,180	6
1996	115,316	6,756	6
1997	131,318	7,376	6
1998	140,069	7,493	5
1999	158,940	7,223	5
2000	193,281	8,295	4
2001	185,602	8,401	5
2002	187,857	8,858	5
Promedio			6.3%

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Como se puede observar en los cuadros 2.3.1 y 2.3.2. El rubro de servicios no factoriales aporta el 10% en promedio en los diez años analizados, de los ingresos totales de la cuenta corriente (superado por el 82% de la exportación de mercancías). En este rubro de servicios factoriales se encuentran los ingresos por actividad turística representados en el rubro de viajeros internacionales mismo que aporta el 6.2% a los ingresos totales y más del 50% de los ingresos del rubro de servicios no factoriales. Además de que supera a rubros de transferencias y de servicios factoriales pues tienen una aportación del 4 % y 5% en promedio respectivamente.

Cuadro 2.3.1
Ingresos en la Balanza de Pagos de México:1992-1997
Cuenta Corriente
(Millones de Dólares)

Concepto	1992	Part.	1993	Part.	1994	Part.	1995	Part.	1996	Part.	1997	Part.
		%		%		%		%		%		%
Ingresos	61,669	100	67,752	100	78,372	100	97,029	100	115,316	100	131,318	100
Exportaciones de mercancías	46,196	75	51,886	77	60,882	78	79,542	82	96,000	83	110,431	84
Servicios no factoriales	9,192	15	9,419	14	10,301	13	9,665	10	10,602	9	11,053	8
Viajeros internacionales	6,085	10	6,167	9	6,363	8	6,179	6	6,756	6	7,376	6
Otros servicios	3,107	5	3,252	5	3,938	5	3,486	4	3,845	3	3,677	3
Servicios factoriales	2,876	5	2,790	4	3,366	4	3,828	4	4,154	4	4,560	3
Intereses	2,160	4	2,048	3	2,700	3	3,018	3	3,307	3	3,750	3
Otros	716	1	742	1	667	1	810	1	847	1	811	1
Transferencias	3,405	6	3,657	5	3,822	5	3,995	4	4,561	4	5,273	4
Remesas familiares	3,070	5	3,333	5	3,475	4	3,673	4	4,224	4	4,865	4
Otras	335	1	324	0	347	1	322	0	337	0	408	0

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

Cuadro 2.3.2
Ingresos en la Balanza de Pagos de México:1998-2002
Cuenta Corriente
(Millones de Dólares)

Concepto	1998	Part.	1999	Part.	2000	Part.	2001	Part.	2002	Part.	Promedio
		%		%		%		%		%	1992-2002
Ingresos	140,148	100	158,911	100	192,876	100	186,166	100	188,140	100	100
Exportaciones de mercancías	117,539	84	136,362	86	166,121	86	158,780	85	161,046	86	82
Servicios no factoriales	11,523	8	11,692	7	13,712	7	12,660	7	12,692	7	10
Viajeros internacionales	7,493	5	7,223	5	8,294	4	8,401	5	8,858	5	6.2
Otros servicios	4,030	3	4,469	3	5,418	3	4,260	2	3,834	2	3.4
Servicios factoriales	5,047	4	4,517	3	6,020	3	5,366	3	4,099	2	4
Intereses	4,034	3	3,736	2	5,025	3	4,075	2	2,835	3	3
Otros	1,013	1	781	0	995	1	1,292	1	1,263	1	1
Transferencias	6,039	4	6,340	4	7,023	4	9,360	5	10,304	5	5
Remesas familiares	5,627	4	5,910	4	6,573	3	8,895	5	9,814	5	4.2
Otras	413	0	430	0	451	0	465	0	489	0	.3

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

2.5 Ingresos por turismo y la Balanza Comercial

Como se ha mencionado, el saldo de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos, se determina por los Saldos de la Balanza Comercial (SBC) y la Balanza de Servicios, ubicándose la actividad turística en esta última.

Así entonces, en este apartado se realizará un análisis comparativo de algunos de los rubros de ingresos de la Balanza Comercial contra los ingresos generados en la Balanza de Servicios por concepto del turismo, con el propósito de señalar la importancia de la magnitud de los ingresos que genera la actividad turística para la Balanza de Pagos, en el entendido de que estos ingresos no participan para determinar el saldo de la Balanza Comercial, y que las comparaciones se realizan solo para enfatizar magnitudes.

Inicialmente es importante observar que los SBC históricamente han sido deficitarios (salvo tres años del periodo analizado), como se podrá ver, estos saldos deficitarios han sido parcialmente compensados por los saldos positivos de la Balanza Turística, como se puede observar en el cuadro siguiente.

Cuadro 2.4
Participación del Saldo de la Balanza Turística en el Saldo
de la Balanza Comercial de México: 1992-2002

(Millones de Dólares)

Año	Comercial	Turística	Participación %
1992	-15,934	-23	NA
1993	-13,481	605	4
1994	-18,464	1,025	6
1995	7,089	3,009	42
1996	6,531	3,369	NA
1997	624	3,485	NA
1998	-7,834	3,284	42
1999	-5,613	2,682	48
2000	-8,337	2,796	34
2001	-9,617	2,699	28
2002	-7,633	2,798	37

NA: No aplica

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Es evidente como durante el periodo analizado, en ocho años el saldo positivo de la Balanza Turística a contribuido para compensar el saldo negativo de la Balanza Comercial incluso casi en 50% para el año 1999 y participaciones de más del 30% y 40%.

Por el lado de los ingresos generados por la actividad turística, observamos que la participación porcentual que han tenido en los Saldos de la Balanza Comercial, es como sigue:

Cuadro 2.5

Participación de los ingresos de la Balanza Turística en el Saldo de la Balanza Comercial de México: 1993-2002

(Millones de Dólares)

Año	Saldo de la Balanza Comercial	Ingresos de la Balanza Turística	Participación %
1992	-15,934	6,085	38
1993	-13,481	6,167	46
1994	-18,464	6,363	34
1995	7,089	6,180	NA
1996	6,531	6,756	NA
1997	624	7,376	NA
1998	-7,834	7,493	96
1999	-5,613	7,223	129
2000	-8,337	8,295	99
2001	-9,617	8,401	87
2002	-7,633	8,858	116

NA: No aplica

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

La importancia de las magnitudes de ingreso generadas por la actividad turística se ha visto evidente en este comparativo, los ingresos por turismo podrían cubrir en 100% o más el saldo de la balanza comercial o por lo menos en 34%, como se observa en el cuadro.

A continuación se presenta algunas comparaciones de los ingresos turísticos contra algunos ingresos obtenidos por la exportación de algunos productos.

Con el objeto de identificar los rubros que más ingresos aportan a la Balanza Comercial, sus ingresos se presentan ordenados de mayor a menor como sigue.

Cuadro 2.6.1
Ingresos de la Balanza Comercial de México:1992-2002
(Millones de Dólares)

Concepto	1992	Part.	1993	Part.	1994	Part.	1995	Part.	1996	Part.	1997	Part.
		%		%		%		%		%		%
Exportaciones totales	46,196	100	51,886	100	60,882	100	79,542	100	96,000	100	110,431	100
Manufacturas	35,420	77	41,685	80	50,402	83	66,558	84	80,305	84	94,802	86
Petróleo crudo	7,420	16	6,485	12	6,624	11	7,420	9	10,705	11	10,334	9
Agropecuarias	2,112	5	2,504	5	2,678	4	4,016	5	3,592	4	3,828	3
Otras	887	2	933	2	821	1	1,003	1	948	1	989	1
Extractivas	356	1	278	1	357	1	545	1	449	0	478	0

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Cuadro 2.6.2
Ingresos de la Balanza Comercial de México:1992-2002
(Millones de Dólares)

Concepto	1998	Part.	1999	Part.	2000	Part.	2001	Part.	2002	Part.	Promedio
		%		%		%		%		%	1992-2002
Exportaciones totales	117,539	100	136,362	100	166,121	100	158,780	100	161,046	100	100
Manufacturas	106,062	90	122,085	90	145,334	87	141,353	89	142,031	88	85
Petróleo crudo	6,448	5	8,830	6	14,553	9	11,928	8	13,392	8	10
Agropecuarias	3,797	3	3,926	3	4,217	3	3,903	2	3,866	2	4
Otras	766	1	1,069	1	1,496	1	1,208	1	1,367	1	1
Extractivas	466	0	452	0	521	0	388	0	389	0	0

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Se observa que el rubro que mas aporta a los ingresos son las exportaciones manufactureras con una participación del 85% en promedio, en segundo termino se tiene a las exportaciones de petróleo crudo con el 10% y por último a las exportaciones agropecuarias con el 4%, siendo cada una de estas las mas significativas.

Cuadro 2.7
Participación porcentual de los ingresos por turismo en las exportaciones: 1992-2002

Concepto												Promedio
	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	%
Exportaciones totales	13	12	10	8	7	7	6	5	5	5	6	8
Manufacturas	17	15	13	9	8	8	7	6	6	6	6	9
Petróleo crudo	82	95	96	83	63	71	116	82	57	70	66	80
Agropecuarias	288	246	238	154	188	193	197	184	197	215	229	212
Otras	686	661	775	616	713	746	978	676	554	695	648	704
Extractivas	1709	2218	1782	1134	1505	1543	1608	1598	1592	2165	2277	1739
Ingresos por turismo (Millones de Dólares)	6,085	6,167	6,363	6,180	6,756	7,376	7,493	7,223	8,295	8,401	8,858	

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Los ingresos por turismo llegan a representar en promedio el 9% de las exportaciones manufactureras, las cuales son la principal fuente de ingresos de la balanza comercial, y el 80% en promedio de las exportaciones de petróleo crudo, que es la segunda fuente de divisas.

En relación a las exportaciones totales, los ingresos por turismo tienen una participación del 8% en promedio como se puede observar en el cuadro siguiente:

Cuadro 2.8
Participación de los ingresos por turismo en el total de exportaciones: 1992-2002
(Millones de Dólares)

Año	Exportaciones	Ingresos de la Balanza	
		Turística	Participación %
1992	46,196	6,085	13
1993	51,886	6,167	12
1994	60,882	6,363	10
1995	79,542	6,180	8
1996	96,000	6,756	7
1997	110,431	7,376	7
1998	117,539	7,493	6
1999	136,362	7,223	5
2000	166,121	8,295	5
2001	158,780	8,401	5
2002	161,046	8,858	6
Promedio			8

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Por lo comentado en este apartado se pone de manifiesto la importancia de los ingresos que aporta la actividad turística en la balanza de pagos por lo que es necesario no solo sostener esta actividad sino desarrollarla; aspectos que representan algunos de los objetivos del presente trabajo.

2.6 Comportamiento de la Balanza Turística

Una vez señalada la importancia de los flujos de divisas que genera la actividad turística; en este apartado procederemos a analizar el comportamiento que tales flujos han tenido en la Balanza Turística.

La Balanza Turística es el documento donde se registran los ingresos y egresos que por turismo genera el país. La información que se presenta en la Balanza Turística se presenta agrupada por: visitantes internacionales, turistas internacionales, turismo receptivo o de entrada, turismo fronterizo, excursionistas internacionales y excursionistas fronterizos.⁷

Para los países emisores de turismo la balanza turística suele ser desfavorable, aunque su balanza comercial sea favorable y ejemplo de ello se tiene en los Estados Unidos, cuya balanza comercial es favorable a su economía, pero la balanza turística es desfavorable, ya que es mucho mayor el número de sus habitantes que viajan al extranjero, que los extranjeros que viajan como turistas a ese país.

⁷ **Visitantes internacionales.** Personas que viajan, por un periodo menor a un año, a un país diferente a aquél en el que tiene su residencia y cuyo motivo principal de desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

Turistas internacionales. Visitantes internacionales que permanecen al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Turismo receptivo o de entrada. En este concepto se registran las personas no residentes que viajan al país en el que se realiza el estudio.

Turismo fronterizo. Turismo internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado en la zona o franja fronteriza del país visitado.

Excursionistas internacionales. Visitantes internacionales que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Excursionistas fronterizos. Visitantes internacionales en la zona o franja fronteriza del país visitado que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

En los países receptores de turismo como México, esta balanza turística suele ser favorable aunque su balanza comercial sea desfavorable; como se comentó en el apartado anterior.

Por tal motivo, los países como el nuestro, con balanza comercial desfavorable deben proteger, en mayor o menor medida, su balanza turística, alentando los viajes del turismo extranjero y desalentando la salida de los nacionales, pues tan buena es la divisa que entra, como la que no sale; de esta manera, el turismo extranjero generador de divisas, contribuye a balancear la balanza de pagos de un país, entendiendo ésta como los ingresos y egresos, no sólo de importaciones y exportaciones (balanza comercial), sino también la salida de divisas por concepto de pago de capitales, intereses, transferencia de tecnología, mano de obra extranjera, etc., que por lo general se hace con moneda de curso internacional, muchas veces con alto costo de conversión. (El turismo internacional paga con este tipo de divisas.)

Todo ello es aplicable en la observación que hizo F.W. Ogilvie, en 1933: “El dinero gastado durante el viaje, es dinero ganado u obtenido en el lugar de residencia habitual; no es dinero ganado en el viaje”.

Todo el gasto que origina el movimiento de personas, tanto nacional como internacional, contribuye al incremento del ingreso nacional, el cual es la suma de todos los ingresos que produce la actividad económica de un país: las retribuciones, sueldos y salarios de obreros y empleados, las pensiones e indemnizaciones, los ingresos netos de comerciantes, profesionistas y agricultores, las rentas y alquileres, así como las utilidades de las empresas y los intereses de capital.

2.6.1 Ingresos y Egresos de la Balanza Turística

Por tanto, en este apartado se realizará un análisis de los ingresos y egresos de la Balanza Turística comentando los principales rubros que más aportan a sus ingresos, con el propósito de señalar la magnitud de los ingresos contra los egresos que genera la actividad turística.

Es importante observar, en el cuadro 2.9.1 y 2.9.2 como históricamente en la Balanza Turística los ingresos han superado a los egresos (salvo un año del periodo analizado), ya que en promedio los ingresos han sido de 7,200 millones de dólares, mientras que los egresos han sido de 4,861 millones de dólares en promedio, por lo cual la Balanza Turística presenta una tendencia superavitaria.

El rubro que mas aporta al total de los ingresos son los turistas internacionales con una participación del 76% en promedio, que a su vez está integrado por el turismo fronterizo y receptivo, siendo este último el que más contribución a tenido con el 68% en promedio, es decir con más de la tercera parte, en segundo termino se tiene a los excursionistas internacionales con una participación del 24% en promedio que a su vez también está integrado por pasajeros en crucero y por excursionistas fronterizos mismos que contribuyen con el 22% en promedio, siendo estos los mas significativos.

En tanto que el rubro que mas aporta al total de los egresos son los excursionistas internacionales con una participación del 55% en promedio, en segundo termino se tiene a los turistas internacionales con el 45% en promedio.

Cuadro 2.9.1
Ingresos y Egresos de la Balanza Turística: 1992-1997
(Millones de Dólares)

Concepto	1992		1993		1994		1995		1996		1997	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Ingresos												
Visitantes Internacionales a México	6,085	100	6,167	100	6,363	100	6,180	100	6,756	100	7,376	100
Turistas Internacionales	4,471	73	4,564	74	4,854	76	4,689	76	5,110	76	5,531	75
Turismo Receptivo	3,868	64	4,019	65	4,254	67	4,053	66	4,470	66	5,086	69
Turismo Fronterizo	603	10	545	9	600	9	637	10	640	9	445	6
Excursionistas Internacionales	1,614	27	1,603	26	1,509	24	1,490	24	1,646	24	1,845	25
Excursionistas Fronterizos	1,526	25	1,514	25	1,424	22	1,383	22	1,533	23	1,723	23
Pasajeros en Crucero	88	1	89	1	85	1	107	2	113	2	123	2
Egresos												
Visitantes Internacionales de México al Exterior	6,107	100	5,562	100	5,338	100	3,171	100	3,387	100	3,891	100
Turistas Internacionales	2,542	42	2,417	43	2,445	46	1,240	39	1,536	45	1,821	47
Turismo Egresivo	2,079	34	2,072	37	1,950	37	1,023	32	1,320	39	1,593	41
Turismo Fronterizo	462	8	345	6	495	9	217	7	216	6	228	6
Excursionistas Internacionales	3,566	58	3,145	57	2,893	54	1,930	61	1,851	55	2,071	53
Excursionistas Fronterizos	3,566	58	3,145	57	2,893	54	1,930	61	1,851	55	2,071	53

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Cuadro 2.9.2
Ingresos y Egresos de la Balanza Turística: 1998-2002
(Millones de Dólares)

Concepto	1998		1999		2000		2001		2002		Promedio 1992-2002	
	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%	Monto	%
Ingresos												
Visitantes Internacionales a México	7,493	100	7,223	100	8,295	100	8,401	100	8,858	100	7,200	100
Turistas Internacionales	5,633	75	5,506	76	6,436	78	6,538	78	6,725	76	5,460	76
Turismo Receptivo	5,135	69	5,062	70	5,817	70	5,941	71	6,084	69	4,890	68
Turismo Fronterizo	499	7	444	6	619	7	597	7	641	7	570	8
Excursionistas Internacionales	1,860	25	1,717	24	1,859	22	1,862	22	2,133	24	1,740	24
Excursionistas Fronterizos	1,738	23	1,552	21	1,658	20	1,647	20	1,851	21	1,595	22
Pasajeros en Crucero	122	2	165	2	201	2	215	3	282	3	145	2
Egresos												
Visitantes Internacionales de México al Exterior	4,209	100	4,541	100	5,499	100	5,702	100	6,060	100	4,861	100
Turistas Internacionales	2,002	48	1,950	43	2,445	44	2,768	49	2,778	46	2,177	45
Turismo Egresivo	1,721	41	1,691	37	2,164	39	2,399	42	2,429	40	1,858	38
Turismo Fronterizo	281	7	260	6	281	5	368	6	349	6	318	7
Excursionistas Internacionales	2,207	52	2,591	57	3,054	56	2,934	51	3,282	54	2,684	55
Excursionistas Fronterizos	2,207	52	2,591	57	3,054	56	2,934	51	3,282	54	2,684	55

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

En el 2002 la Balanza turística, tuvo un crecimiento de los ingresos del orden de 457 millones de dólares, frente a una expansión del gasto en el exterior de los residentes en México de 358 millones de dólares, el superávit en la balanza del sector se amplió en prácticamente 99 millones de dólares, lo que equivale a un aumento de 3.7% .

Como se puede observar en el cuadro 2.10, el crecimiento que ha tenido el total de los ingresos de la Balanza Turística es del 4% en promedio y el rubro que más destaca es de los pasajeros en crucero que han tenido un crecimiento del 13%, sin embargo, su aportación no es tan significativa como la del turismo receptivo que es el segundo más importante con un crecimiento del 5% en promedio.

Cuadro 2.10
Ingresos y Egresos de la Balanza Turística: 1992-2002
Tasas de Crecimiento
(Millones de Dólares)

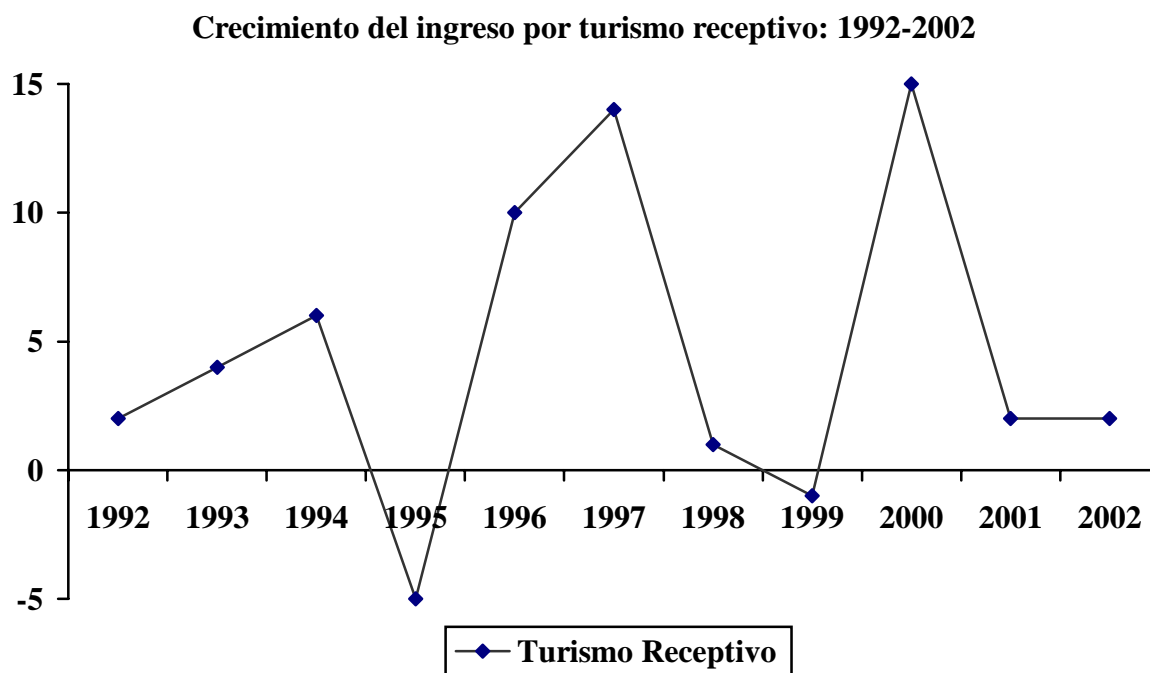
Concepto	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	Promedio %
Ingresos													
Visitantes Internacionales a México	-	2	1	3	-3	9	9	2	-4	15	1	5	4
Turistas Internacionales	-	3	2	6	-3	9	8	2	-2	17	2	3	4
Turismo Receptivo	-	2	4	6	-5	10	14	1	-1	15	2	2	5
Turismo Fronterizo	-	8	-10	10	6	0	-30	12	-11	39	-4	7	2
Excursionistas Internacionales	-	0	-1	-6	-1	10	12	1	-8	8	0	15	3
Excursionistas Fronterizos	-	-1	-1	-6	-3	11	12	1	-11	7	-1	12	2
Pasajeros en Crucero	-	16	1	-4	26	6	9	-1	35	22	7	31	13
Egresos													
Visitantes Internacionales de México al Exterior	-	5	-9	-4	-41	7	15	8	8	21	4	6	2
Turistas Internacionales	-	18	-5	1	-49	24	19	10	-3	25	13	0	5
Turismo Egresivo	-	11	0	-6	-48	29	21	8	-2	28	11	1	5
Turismo Fronterizo	-	70	-25	43	-56	0	6	23	-7	8	31	-5	8
Excursionistas Internacionales	-	-3	-12	-8	-33	-4	12	7	17	18	-4	12	0
Excursionistas Fronterizos	-	-3	-12	-8	-33	-4	12	7	17	18	-4	12	0

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

En la gráfica que a continuación se presenta se muestran los crecimientos de los ingresos por turismo receptivo, en donde resalta como hay un comportamiento cíclico a la baja cada tres años y se sostiene durante tres años consecutivos. Como se puede observar los ingresos por turismo receptivo han sido por lo regular positivos durante el periodo de estudio, salvo en el periodo 1995 y 1999.

Gráfica 2.1



2.6.2 Saldo de la Balanza Turística

Inicialmente es importante observar que los saldos de la Balanza Turística históricamente han sido superavitarios (salvo un año del periodo analizado), como se puede observar en el cuadro 2.11.

El saldo de la balanza turística registra una tendencia creciente durante el periodo analizado pasando de 605 millones de dólares en 1993 a 2,798 millones de dólares en el 2002; lo que significa un incremento total del 362% y un incremento promedio anual del 18%.

El aumento del saldo que se observa de 1994 a 1995 se debe principalmente a la devaluación ocurrida en nuestro país, sin embargo los crecimientos permanecen hasta el año 1997, año a partir del cual se observan decrecimientos y moderados crecimientos de 4% en los años 2000 y 2002.

Finalmente, el saldo de la balanza turística durante el periodo de estudio creció pues pasó 147 millones de dólares en 1991 a 2,798 millones de dólares en el 2002; lo que significa un incremento total del 287% y un incremento promedio anual del 31%.

Cuadro 2.11
Saldo de la Balanza Turística: 1992-2002
(Millones de Dólares)

Año	Saldo	Crecimiento %
1991	147	n.d
1992	-23	-116
1993	605	2,730
1994	1,025	69
1995	3,009	194
1996	3,369	12
1997	3,485	3
1998	3,284	-6
1999	2,682	-18
2000	2,796	4
2001	2,699	-3
2002	2,798	4
Promedio		31

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

De esta manera el turismo, siguió haciendo, un aporte fundamental al financiamiento del déficit comercial en la economía de México. El superávit turístico representó en 2002 el equivalente al 35% del déficit comercial, que por otra parte se redujo en casi 20% frente a 2001. El turismo sigue siendo una aportación neta significativa al financiamiento del déficit en cuenta corriente de la economía mexicana.

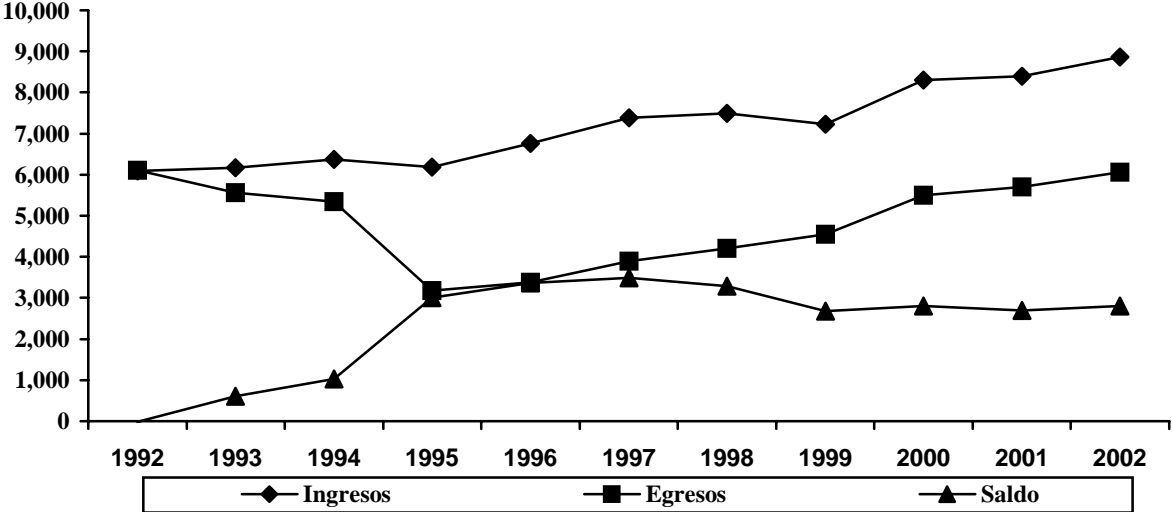
En la gráfica que a continuación se presenta se muestra la evolución de la Balanza Turística con el comportamiento y cambios anteriormente explicados.

Observando las tendencias de los rubros es evidente como los ingresos han mantenido una tendencia estable incluso ligeramente a la alza. Sin embargo, los gastos presentan una tendencia a la baja para posteriormente retomar a partir de 1995 una tendencia alcista.

El saldo observa un comportamiento inverso al de los egresos es decir a la alza y posteriormente a la baja, esto significa que el comportamiento del saldo ha estado determinado por la fluctuación de los egresos ya que como se menciona la tendencia de los ingresos es sostenida.

Gráfica 2.2

Balanza Turística 1992-2002 (Millones de Dólares)



2.7 Participación del PIB turístico en el PIB total y empleo

En este apartado, se analizará la participación porcentual que el PIB turístico tiene en el PIB total nacional y sus respectivas tasas de crecimiento.

Cuadro 2.12

El PIB Turístico y el PIB Nacional: 1992-2002

(Millones de Pesos a Precios de 1993)

Año	PIB Nacional		PIB Turístico		Participación %
	Monto	Crecimiento %	Monto	Crecimiento %	
1992	1,133,136	-	90,320	-	8.0
1993	1,155,132	2	93,318	3	8.1
1994	1,206,674	4	98,722	6	8.2
1995	1,131,560	-6	94,260	-5	8.3
1996	1,189,738	5	97,241	3	8.2
1997	1,270,430	7	101,503	4	8.0
1998	1,332,545	5	103,935	2	7.8
1999	1,384,244	4	104,966	1	7.6
2000	1,475,634	7	109,588	4	7.4
2001	1,473,153	0	106,849	-2	7.3
2002	1,485,366	1	105,656	-1	7.1
Promedio		3		2	7.8

Fuente : Cifras de acuerdo a los resultados por la Cuenta Satélite del Turismo de México. Serie 1993-2000 y 1997-2002.

Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

Elaboración Propia

Durante el periodo de 1992-2002, el PIB del turismo, representó en promedio el 7.8% del PIB nacional. De hecho, ha variado durante el periodo de estudio manteniéndose por arriba del 7%. Esto pone en evidencia la importante participación del turismo en la actividad económica nacional.

Observando las tasas de crecimiento se observa como el dinamismo de la actividad turística esta aparejado al de la actividad nacional, como lo indican los crecimientos en cada año siendo estos muy parecidos, incluso el crecimiento promedio del periodo es del 3% y 2% para cada PIB respectivamente.

En tanto, el incremento que tuvo el PIB Turístico, durante el mismo periodo ha sido muy similar al del PIB, ya que, paso de 93,318 millones en 1993 a 460,746 millones de pesos en el 2002; lo que significo un incremento total del 394% y un incremento promedio anual del 19.4 %. Esto implica que el PIB turístico ha incrementado de manera muy significativa y casi a la par que el PIB nacional.

El empleo en el sector turístico de México

Uno de los aspectos en donde la actividad turística refleja la importancia que tiene para la economía del país, es en el empleo. En relación al personal ocupado para el periodo 1993-2002 el sector turismo contribuye en promedio con el 5.7% del personal ocupado nacional.

Como se puede observar en el cuadro siguiente, es importante señalar que en el periodo mencionado la participación del sector turismo ha alcanzado hasta el 6% sin embargo, a partir de 1996 registra una tendencia a la baja llegando a ser de 5.4% para el año del 2002. En tanto que el total del personal ocupado presenta una ligera tendencia a la alza, sin que lo anterior ponga en evidencia la importante aportación que la actividad turística tiene en el personal ocupado del país.

Este importante aspecto aunado a la aportación que hace en el producto y a la generación de divisas, constituyen a la actividad turística como uno de los sectores más dinámicos y relevantes de la actividad económica nacional por lo que es trascendente fomentar su crecimiento y diversidad que es uno de los planteamientos de este trabajo.

Cuadro 2.13
Personal Ocupado:1993-2002
(Miles de personas)

Año	Personal ocupado		Participación % del turismo
	Total	Sector turismo	
1993	27,467	1,612	5.9
1994	28,166	1,684	6.0
1995	27,347	1,712	6.3
1996	28,270	1,690	6.0
1997	29,347	1,698	5.8
1998	30,635	1,751	5.7
1999	31,364	1,729	5.5
2000	32,009	1,753	5.5
2001	31,827	1,740	5.5
2002	31,552	1,713	5.4
Promedio	29,798	1,708	5.7

Fuente: Cifras de acuerdo a los resultados por la Cuenta Satélite del Turismo de México. Serie 1993-2000 y 1997-2002. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI)

Elaboración Propia

2.8 Participación de México en el turismo mundial

En este apartado se analizará la participación de México en el turismo mundial con el propósito de señalar como ha crecido sistemáticamente desde 1992 al 2002 tanto en la afluencia turística, como en los ingresos de divisas; siendo además el único país latinoamericano ubicado entre los principales países receptores de turistas internacionales. Aunque, la participación de la afluencia turística hacia nuestro país sea mayor que la participación en los ingresos de divisas por turismo. (esto significa que aún cuando ha aumentado la afluencia de turistas, los ingresos percibidos no crecen en la misma magnitud.)

Es necesario decir, que para realizar el estudio durante el periodo de 1992 al 2002, se analizaran dos cuadros titulados; *Principales Destinos en el Mundo en Función de la Llegada de Turistas* y el de *Principales Destinos en el Mundo en Función de sus Ingresos por Turismo*, dividido a su vez, en tres periodos que son de 1992 a 1995, 1996 a 1999 y por último de 2000 al 2002, con el fin de profundizar más en el tema.

En el cuadro que a continuación se presenta muestra los principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas de *1992 a 1995*, es relevante observar que los cuatro principales países receptores son Francia, Estados Unidos, España e Italia participando en promedio con el 33% de las llegadas internacionales recibiendo tan solo Francia el 11% en promedio del total mundial, durante este periodo.

Es importante observar, además, como México se mantuvo dentro de los diez principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas teniendo el 8° lugar en 1992 participando con el 3.4% de las llegadas internacionales, en 1993 ocupó el 9° lugar con el 3.2%, en 1994 el 10° lugar con el 3.2% y en 1995 ocupó el 7° lugar con el 3.7% del total mundial, teniendo en promedio el 3.4% de la llegada de turistas a nivel mundial.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México en el turismo mundial en función de llegadas creció en 3.1 millones de personas entre 1992 y 1995; lo que significa

un crecimiento total del 18%, incidiendo de esta manera positivamente en la afluencia turística a nuestro país a nivel mundial.

Cuadro 2.14.1

Principales Destinos en el Mundo en Función de la Llegada de Turistas: 1992-1995

(Millones de Turistas)

País	1992			1993			1994			1995			Promedio %	Crecimiento
	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar		
A nivel mundial	502.2	100		515.3	100		535.8	100		550.4	100		100	9.6
Francia	58.5	11.6	1	61.3	11.9	1	60.6	11.3	1	60.0	10.9	1	11.4	3
Estados Unidos	45.5	9.1	2	45.7	8.9	2	45.0	8.4	2	43.3	7.9	2	8.5	-5
España	36.1	7.2	3	40.6	7.9	3	43.2	8.1	3	34.9	6.3	3	7.4	-3
Italia	27.0	5.4	4	25.7	5.0	4	27.3	5.1	4	31.1	5.7	4	5.3	15
Hungría	22.5	4.5	5	22.8	4.4	5	21.4	4.0	5	20.7	3.8	6	4.2	-8
Austria	19.5	3.9	6	18.3	3.6	7	17.9	3.3	8	17.2	3.1	10	3.5	-12
Reino Unido	17.9	3.6	7	19.4	3.8	6	19.7	3.7	7	23.5	4.3	5	3.8	31
<i>México</i>	<i>17.1</i>	<i>3.4</i>	<i>8</i>	<i>16.4</i>	<i>3.2</i>	<i>9</i>	<i>17.2</i>	<i>3.2</i>	<i>10</i>	<i>20.2</i>	<i>3.7</i>	<i>7</i>	<i>3.4</i>	<i>18</i>
Alemania	16.0	3.2	9	15.2	2.9	10	14.5	2.7	13	14.8	2.7	12	2.9	-8
Canadá	15.4	3.1	10	15.0	2.9	11	16.0	3.0	12	16.9	3.1	11	3.0	10

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Elaboración Propia

Por otro lado, es importante señalar que para el mismo periodo de 1992 a 1995 los principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo destacan Estados Unidos, Francia, España e Italia en los primeros cuatro lugares recibiendo en promedio el 36% de los ingresos y tan sólo Estados Unidos recibió en promedio el 16% de total mundial.

Asimismo, México, ocupó el 9° lugar a nivel mundial en 1992 y 1993 participando con el 1.9% de ingresos por turismo, sin embargo, descendió al 13° lugar en 1994 con una participación del 1.8% y al 17° lugar con el 1.5% en 1995, teniendo en promedio el 1.8% de ingresos por turismo a nivel mundial.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México, en el turismo mundial en función de sus ingresos significó un incremento total del 1.6%.

Cuadro 2.15.1

Principales Destinos en el Mundo en Función de sus Ingresos por Turismo: 1992-1995

(Miles de Millones de Dólares)

País	1992			1993			1994			1995			Promedio %	Crecimiento
	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar		
A nivel mundial	317.1	100		322.9	100		356	100		404.6	100		100	28
Estados Unidos	49.0	15.5	1	56.5	17.5	1	60.0	16.9	1	63.4	15.7	1	16.4	29.4
Francia	22.2	7.0	2	23.6	7.3	2	25.0	7.0	2	27.5	6.8	3	7.0	23.9
España	21.3	6.7	3	21.0	6.5	3	21.4	6.0	4	25.4	6.3	4	6.4	19.2
Italia	20.0	6.3	4	19.6	6.1	4	23.9	6.7	3	28.7	7.1	2	6.5	43.5
Austria	14.2	4.5	5	15.2	4.7	5	13.2	3.7	6	12.9	3.2	7	4.0	-9.2
Reino Unido	13.6	4.3	6	12.3	3.8	6	14.0	3.9	5	18.6	4.6	5	4.2	36.8
Alemania	11.1	3.5	7	10.7	3.3	7	10.7	3.0	7	17.2	4.3	6	3.5	55.0
Suiza	7.6	2.4	8	7.7	2.4	8	7.8	2.2	9	9.4	2.3	9	2.3	23.7
México	6.1	1.9	9	6.2	1.9	9	6.4	1.8	13	6.2	1.5	17	1.8	1.6
Canadá	5.8	1.8	10	5.6	1.7	12	6.3	1.8	14	7.9	2.0	13	1.8	36.2

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Elaboración Propia

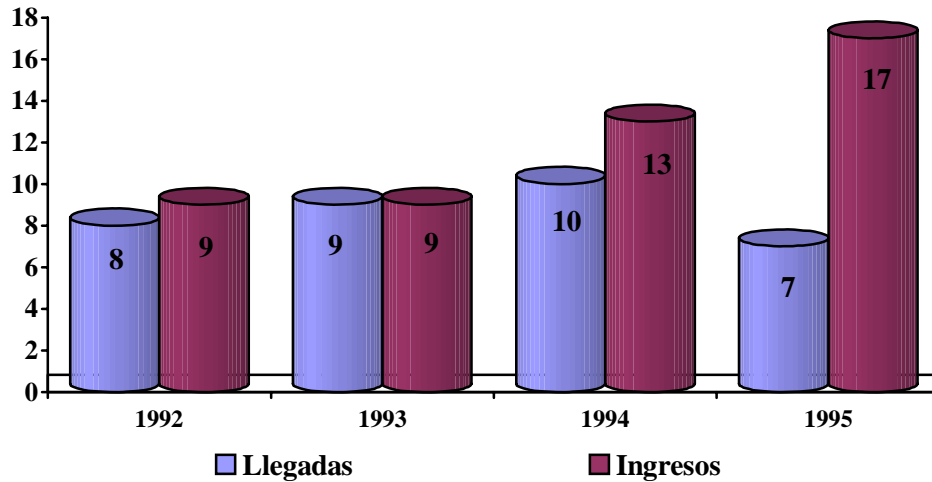
La siguiente gráfica, muestra el comportamiento de México, como destino en el mundo en función de sus llegadas e ingresos de turistas de la que se desprenden las siguientes conclusiones:

Durante este periodo, México fue el único país latinoamericano ubicado entre los principales diez países receptores de turistas internacionales. Sin embargo, el gasto promedio por turista es menor que en otros países a nivel mundial ya que, mientras ocupó el octavo lugar en promedio de llegadas totales de turismo a nivel mundial, ocupó el doceavo lugar en promedio de ingresos de divisas.

El único año durante este periodo, en el que se logró tener un equilibrio en la posición que ocupó México en las llegadas totales a nivel mundial y en los ingresos de divisas fue en 1993.

Gráfica 2.3

Posición de México como Destino en el Mundo en Función de sus Llegadas e Ingresos de Turistas: 1992-1995



En el cuadro que a continuación (2.14.2) se presenta muestra los principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas de 1996 a 1999; es relevante observar que los cuatro principales países receptores siguen siendo los mismos que en el periodo anterior, participando en promedio con el 31.8% de llegadas internacionales lo que significo un ligero descenso del 1.2% respecto al periodo anterior de 1992 a 1995.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México en el turismo mundial en función de llegadas también, tuvo un ligero descenso al igual que los cuatro principales países receptores de llegadas internacionales, sin embargo, su participación fue mayor a la de Canadá, Polonia y Austria.

Es importante observar, en el siguiente cuadro como México se mantuvo dentro de los ocho principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas teniendo el 7° lugar en 1996 participando con el 3.7% de las llegadas internacionales, en 1997 ocupó el 8° sitio con el 3.2%, en 1998 el 7° sitio con el 3.1% y en 1999 ocupó el 8° sitio con el 3% del total mundial, teniendo en promedio el 3.2% de la llegada de turistas a nivel mundial.

Cuadro 2.14.2

Principales Destinos en el Mundo en Función de la Llegada de Turistas: 1996-1999

(Millones de Turistas)

País	1996			1997			1998			1999			Promedio %	Crecimiento
	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar		
Total Mundial	580.2	100		601.5	100		621.4	100		643.3	100		100	10.9
Francia	62.4	10.8	1	67.3	11.2	1	70.0	11.3	1	73.0	11.3	1	11.1	17.0
España	46.5	8.0	2	43.3	7.2	3	47.4	7.6	2	46.8	7.3	3	7.5	0.7
Estados Unidos	40.5	7.0	3	47.8	7.9	2	46.4	7.5	3	48.5	7.5	2	7.5	19.6
Italia	32.9	5.7	4	34.7	5.8	4	34.9	5.6	4	36.5	5.7	4	5.7	10.8
Reino Unido	25.2	4.3	5	25.5	4.2	5	25.7	4.1	5	25.4	3.9	6	4.2	0.9
China	22.8	3.9	6	23.8	4.0	6	25.1	4.0	6	27.0	4.2	5	4.0	18.6
México	21.4	3.7	7	19.4	3.2	8	19.4	3.1	7	19.0	3.0	8	3.2	-11.2
Canadá	20.7	3.6	8	17.6	2.9	9	18.9	3.0	8	19.5	3.0	7	3.1	-5.7
Polonia	19.4	3.3	9	19.5	3.2	7	18.8	3.0	9	18.0	2.8	10	3.1	-7.3
Austria	17.3	3.0	10	16.6	2.8	12	17.4	2.8	10	17.5	2.7	11	2.8	1.2

Fuente: Organización Mundial de Turismo

Elaboración Propia

De igual forma, para el mismo periodo de 1996 a 1999 los principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo destacan Estados Unidos, Italia, Francia y España en los primeros cuatro lugares recibiendo en promedio el 35.9% de los ingresos y tan sólo Estados Unidos recibió en promedio el 16.2% de total mundial.

Asimismo, México, ocupó el 17º lugar a nivel mundial en 1996 participando con el 1.5% de ingresos por turismo, ascendiendo durante los siguientes años en al 15º lugar en 1997 con una participación del 1.7% y al 13º lugar en 1998 y 1999 participando con el 1.7% y 1.6%, teniendo en promedio el 1.6% de ingresos por turismo a nivel mundial.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México, en el turismo mundial en función de sus ingresos significó un incremento total del 5.9%.

Cuadro 2.15.2
Principales Destinos en el Mundo en Función de sus Ingresos por Turismo: 1996-1999
(Miles de Millones de Dólares)

País	1996			1997			1998			1999			Promedio %	Crecimiento
	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar		
A nivel mundial	438.8	100		442.9	100		445.2	100		455	100		100	4
Estados Unidos	69.8	15.9	1	73.3	16.6	1	71.3	16.0	1	74.9	16.5	1	16.2	7
Italia	30.0	6.8	2	29.7	6.7	2	29.9	6.7	2	28.4	6.2	4	6.6	-5
Francia	28.4	6.5	3	28.0	6.3	3	29.9	6.7	3	31.5	6.9	3	6.6	11
España	26.7	6.1	4	26.7	6.0	4	29.7	6.7	4	32.4	7.1	2	6.5	21
Reino Unido	19.2	4.4	5	20.0	4.5	5	21.0	4.7	5	20.2	4.4	5	4.5	5
Alemania	17.4	4.0	6	16.5	3.7	6	16.4	3.7	6	16.7	3.7	6	3.8	-4
Austria	12.8	2.9	7	11.0	2.5	8	11.2	2.5	8	12.5	2.7	8	2.7	-2
Hong Kong	10.8	2.5	8	9.2	2.1	9	7.1	1.6	15	7.2	1.6	14	1.9	-33
China	10.2	2.3	9	12.1	2.7	7	12.6	2.8	7	14.1	3.1	7	2.7	38
México	6.8	1.5	17	7.4	1.7	15	7.5	1.7	13	7.2	1.6	13	1.6	6

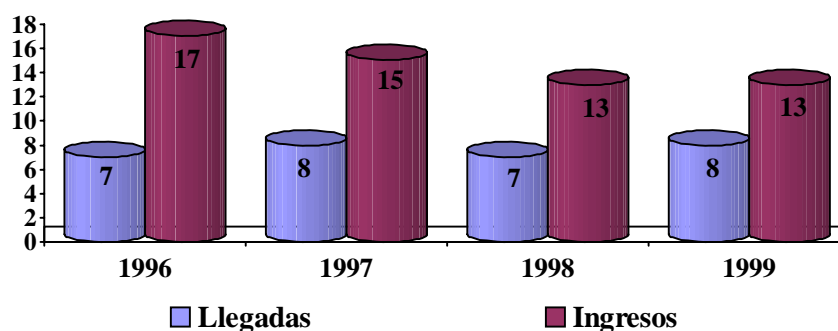
Fuente: Organización Mundial de Turismo
Elaboración Propia

La siguiente gráfica, muestra el comportamiento de México, como destino en el mundo en función de sus llegadas e ingresos de turistas de la que se desprenden las siguientes conclusiones:

Durante este periodo, México siguió siendo el único país latinoamericano ubicado entre los principales diez países receptores de turistas internacionales. Sin embargo, el gasto promedio por turista es menor que en otros países a nivel mundial ya que, mientras ocupó el 8° lugar en promedio de llegadas totales de turismo a nivel mundial, ocupó el 15° lugar en promedio en el ingreso de divisas.

Gráfica 2.4

Posición de México como Destino en el Mundo en Función de sus Llegadas e Ingresos de Turistas: 1996-1999



En el siguiente cuadro (2.14.3) se muestran los principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas de 2000 a 2002 y es relevante observar que los cuatro principales países receptores han sido los mismos que el de los periodos anteriores, participando en promedio con el 30.8% de llegadas internacionales lo que significo un ligero descenso del 1% respecto al periodo anterior de 1996 a 1999.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México en el turismo mundial en función de llegadas también, tuvo un ligero descenso al igual que los cuatro principales países receptores de llegadas internacionales, sin embargo, su participación fue igual al de Canadá y mayor que Alemania y Austria.

Es importante observar, en el siguiente cuadro como México se mantuvo dentro de los ocho principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas teniendo el 7° lugar en el 2000 y 2001 participando respectivamente con el 3% y el 2.9% y en el 2002 ocupó el 7° sitio con el 2.8% del total mundial, teniendo en promedio el 2.9% de la llegada de turistas a nivel mundial.

México, se ha mantenido dentro de los diez principales destinos en el mundo en función de llegadas.

Cuadro 2.14.3
Principales Destinos en el Mundo en Función de la Llegada de Turistas: 2000-2002
(Millones de Turistas)

País	2000			2001			2002			Promedio %	Crecimiento
	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar	Turistas	Part. %	Lugar		
A nivel mundial	687.3	100		684.1	100		702.6	100		100	2.2
Francia	77.2	11.2	1	75.2	11.0	1	77.0	11.0	1	11.1	-0.3
Estados Unidos	50.9	7.4	2	44.9	6.6	3	41.9	6.0	3	6.6	-17.7
España	47.9	7.0	3	50.1	7.3	2	52.3	7.4	2	7.2	9.2
Italia	41.2	6.0	4	39.6	5.8	4	39.8	5.7	4	5.8	-3.4
China	31.2	4.5	5	33.2	4.9	5	36.8	5.2	5	4.9	17.9
Reino Unido	25.2	3.7	6	22.8	3.3	6	24.2	3.4	6	3.5	-4.0
<i>México</i>	20.6	3.0	7	19.8	2.9	7	19.7	2.8	8	2.9	-4.4
Canadá	19.6	2.9	8	19.7	2.9	8	20.1	2.9	7	2.9	2.6
Alemania	19.0	2.8	9	17.9	2.6	10	18.0	2.6	10	2.6	-5.3
Austria	18.0	2.6	10	18.2	2.7	9	18.6	2.6	9	2.6	3.3

Fuente: Organización Mundial de Turismo
Elaboración Propia

De igual forma, para el mismo periodo del 2000 al 2002 los principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo destacan Estados Unidos, España, Francia e Italia en los primeros cuatro lugares recibiendo en promedio el 33.8% de los ingresos y tan sólo Estados Unidos recibió en promedio el 14.6% de total mundial.

Asimismo, México, ocupó el 12° lugar a nivel mundial en el 2000 participando con el 1.8% de ingresos por turismo, en el 2001 ocupó el 11° participando con el 1.8% y al 13° lugar en el 2002 participando con el 1.3%, teniendo en promedio el 1.6% de ingresos por turismo a nivel mundial.

Durante este periodo, el comportamiento que tuvo México, en el turismo mundial en función de sus ingresos significó un incremento total del 7.2%.

Cuadro 2.15.3
Principales Destinos en el Mundo en Función de sus Ingresos por Turismo: 2000-2002
(Miles de Millones de Dólares)

País	2000			2001			2002			Promedio %	Crecimiento
	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar	Monto	Part. %	Lugar		
A nivel mundial	473.4	100		459.5	100		702.6	100		100	48.4
Estados Unidos	82	17.3	1	71.9	15.6	1	77	11	1	14.6	-6.1
España	31.5	6.7	2	32.9	7.2	3	41.9	6	3	6.6	33.0
Francia	30.8	6.5	3	30	6.5	2	52.3	7.4	2	6.8	69.8
Italia	27.5	5.8	4	25.8	5.6	4	39.8	5.7	4	5.7	44.7
Reino Unido	19.5	4.1	5	16.3	3.5	7	17.6	2.5	7	3.4	-9.7
Alemania	18.5	3.9	6	18.4	4	5	19.2	2.7	6	3.5	3.8
China	16.2	3.4	7	17.8	3.9	6	20.4	2.9	5	3.4	25.9
Canadá	10.8	2.3	8	10.8	2.4	8	9.7	1.4	11	2	-10.2
Austria	9.9	2.1	9	10.1	2.2	9	11.2	1.6	8	2	13.1
<i>México</i>	<i>8.3</i>	<i>1.8</i>	<i>12</i>	<i>8.4</i>	<i>1.8</i>	<i>11</i>	<i>8.9</i>	<i>1.3</i>	<i>13</i>	1.6	7.2

Fuente: Organización Mundial de Turismo

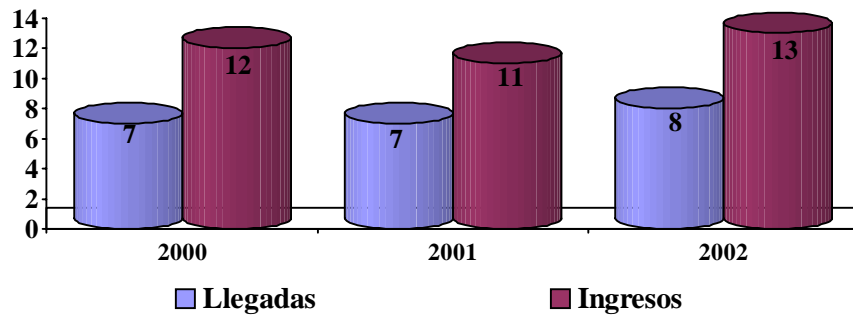
Elaboración Propia

La siguiente gráfica, muestra el comportamiento de México, como destino en el mundo en función de sus llegadas e ingresos de turistas de la que se desprenden las siguientes conclusiones:

Durante este periodo, México siguió siendo el único país latinoamericano ubicado entre los principales ocho países receptores de turistas internacionales. Sin embargo, el gasto promedio por turista es menor que en otros países a nivel mundial ya que, mientras ocupó el 7º lugar en promedio de llegadas totales de turismo a nivel mundial, ocupó el 12º lugar en promedio en el ingreso de divisas.

Gráfica 2.5

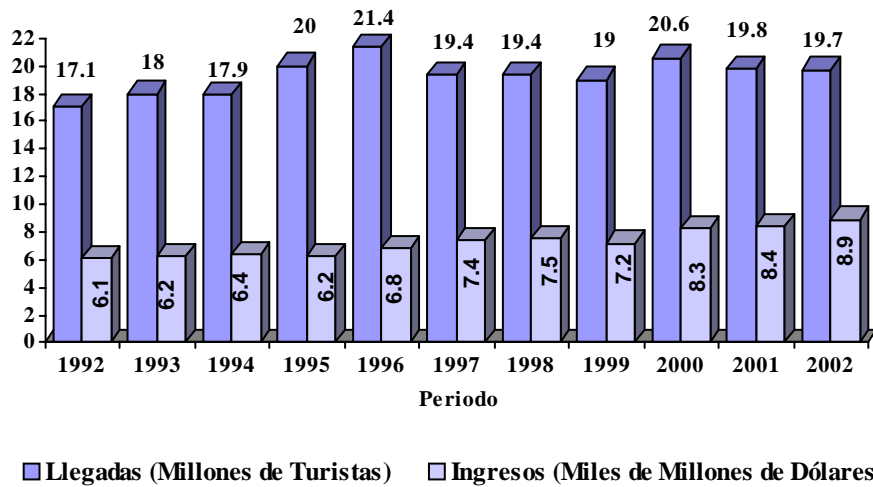
Posición de México como Destino en el Mundo en Función de sus Llegadas e Ingresos de Turistas: 2000-2002



La participación que tiene México, en función de llegadas e ingresos de turistas durante este periodo (1992-2002) a sido muy significativa a nivel mundial, sin embargo, como se ve en la siguiente gráfica, es mayor la afluencia que la participación de ingresos de divisas por turismo.

Grafica 2.6

Participación de México en Función de Llegadas e Ingresos de Turistas: 1992-2002



1/ Cifras registradas por el Banco de México

DEPENDENCIA DE MÉXICO EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA NORTEAMERICANA Y CANADIENSE

3.1 La afluencia turística a México

En el presente apartado se presentarán las razones por las cuales nuestro país es el destino de afluencia turística de los vecinos del norte.

El crecimiento y expansión del turismo mundial, se ha debido en gran medida a la evolución de la demanda turística internacional, hecho que ha contribuido a que el turismo se ubique como una de las principales actividades dentro de la economía mundial. El turismo aporta alrededor del 11% de la producción mundial y genera uno de cada once empleos. Se estima que en los próximos 20 años viajarán por el mundo 1.6 millones de turistas que dejarán una derrama económica de dos millones de millones de dólares.

En los últimos 25 años las llegadas de turistas internacionales a nuestro país crecieron un 4.7%, en tanto que el PIB mundial se incrementó en un 3.5%, es decir, que el crecimiento del turismo fue 35% arriba de lo que creció el PIB en el mundo, en el mismo período.

De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, las visitas a las grandes ciudades y el turismo de sol y playas, seguirán siendo, en números absolutos, los segmentos de mayor demanda, sin embargo, también los más competidos. Entre los segmentos con mayor crecimiento a nivel mundial, destacan los siguientes: Complejos turísticos y circuitos integrados para desplazamientos largos; vacaciones cortas como una forma de descanso, relacionadas cada día más con actividades e intereses específicos; turismo enfocado al medio ambiente y la cultura.

México confirma una señalada disposición turística determinada por su cercanía geográfica respecto del mercado más grande del mundo, por sus diversos y singulares atractivos

naturales, así como su invaluable patrimonio histórico y cultural; por lo cual el turismo se ha convertido en una poderosa palanca que impulsa una mejora en el país.

La vecindad geográfica es factor determinante en cualquier vinculación turística internacional, factor que incrementa su valor por cuanto México opera como puente entre América del Norte, de la que forma parte y América Latina. Sus dos grandes litorales enriquecen aún más las posibilidades de comunicación internacional.

El turismo Europeo a causa de la gran distancia que existe entre su continente y el nuestro, decide la mayoría de las veces visitar lugares más cercanos.

Vecino en el norte de países con climas extremos, México brinda el atractivo de temperaturas estables a lo largo de las cuatro estaciones del año y playas con agua tibia aun en invierno. A ello hay que sumar las características de su rico y variado patrimonio cultural (prehispánico, colonial y moderno), que lo vuelve excepcionalmente atractivo y del cual se hará referencia en el apartado 4.3.

En estos momentos el país cuenta con 23 destinos turísticos con gran demanda internacional. De acuerdo con los especialistas en la materia, existen cinco categorías en que se dividen las plazas de este tipo: los destinos de playas tradicionales, los centros de playa integralmente planeados, las grandes ciudades, los centros turísticos del interior (de la República y los centros fronterizos).

En cuanto a la ubicación geográfica, se privilegian los destinos de playa, acotándose las prioridades a algunos centros turísticos seleccionados dirigidos al mercado internacional. Tanto los tradicionales, Acapulco, Mazatlán, Manzanillo, Cozumel, Puerto Vallarta, etc. como los planeados por el estado: Centros Integralmente Planeados (CIP): Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco, dando como consecuencia el desarrollo de “enclaves” turísticos y marginando la posición de otros destinos.

Es central para el desarrollo nacional, que el modelo de turismo masivo de playa se vuelva cada vez más competitivo, adecuándose a nuevas orientaciones del mercado, ya que, sigue estando y seguirá con toda seguridad, siendo uno de los pilares del turismo mexicano.

3.2 Rasgos del turismo norteamericano

En el presente apartado se analizarán los rasgos del turismo norteamericano ya que, es un mercado potencial por la cercanía que éste tiene con nuestro país y sus destinos, para así mantenerlo satisfecho y acrecentarlo al mismo tiempo, mejorando por ende la captación de divisas que proporciona a este país.

La estadía de los norteamericanos en un destino turístico es muy corta, su viaje está programado en función de cinco días o noches, centrándose en gran medida en los viajes de fin de semana, debido a que cada vez le es más difícil contar con tiempo disponible para realizar sus vacaciones.

El disponer de tiempo suficiente es ahora uno de los factores más importantes dentro del proceso de planear las vacaciones, la necesidad de asegurar un ingreso en uno o varios empleos, limita el tiempo dedicado a las vacaciones. Este hecho propicia que el turista reaccione de manera impulsiva en el momento de la toma de decisiones sobre el destino de su viaje, considerando además, períodos más cortos para la realización de sus vacaciones.

La seguridad para el turista norteamericano se ha convertido en un elemento de decisión al planear su viaje, la creciente inseguridad que se vive en determinados destinos turísticos o países, por problemas sociales, políticos, económicos, naturales, etc., ha provocado que el turista, al planear su viaje, considere a aquellos destinos que sean un peligro a su seguridad como no convenientes para visitarlos.

La tendencia de sólo consumir productos de Sol y Playa ha ido cambiando; el mercado norteamericano se encuentra interesado por aprender y desarrollar una nueva actividad que aliente su espíritu de descubrimiento; independientemente del tipo de actividad que

realicen, los turistas buscan que sus vacaciones les provean un sentido de logro, además de descanso y relajamiento.

En lo que respecta al precio, el turista busca que lo que pague incluya todo, lo que le permite evaluar el costo beneficio que va obtener al seleccionar el producto turístico de una serie de alternativas.

La conciencia por preservar los recursos medio ambientales, ha originado que los turistas se identifiquen con aquellas actividades que tengan alguna relación con el medio ambiente y con destinos que observan medidas de conservación de la naturaleza en el proceso de prestación de los servicios turísticos.

3.3 Rasgos del turismo Canadiense

En el presente apartado se analizarán los rasgos del turismo canadiense ya que, lo hacen un mercado potencial por se después de los estadounidenses, los que con más frecuencia visitan nuestro país, para así mantenerlo satisfecho y acrecentarlo al mismo tiempo, mejorando por ende la captación de divisas que proporciona a nuestro país.

Canadá es el país mas grande de América con una superficie de 9 976 139 Km², sus costas continentales miden 28 735 Km². Su capital es Ottawa. Canadá comprende 10 provincias y 2 territorios. Comparte una extensa frontera con Estados Unidos (300 Km² aproximadamente).

Respecto a Canadá, su mercado turístico es de gran relevancia para México, ya que después de los estadounidenses, los canadienses son los visitantes que más frecuentan nuestro país.

Además, el gasto promedio del turista de Canadá es superior del turista que visita México y es también, superior al de los estadounidenses debido a que la estancia promedio del turista canadiense en territorio nacional es de dos semanas, mientras que la del estadounidense es de 5 días o noches.

Según es el estudio de mercado de Agentes de viajes de Estados Unidos y Canadá los 10 destinos de mayor popularidad en México para los canadienses son:

1. Cancún
2. Puerto Vallarta
3. Acapulco
4. Manzanillo
5. Ixtapa/ Zihuatanejo
6. Cozumel
7. Los Cabos
8. Ciudad de México
9. Mazatlán
10. Huatulco

En 1992 El destino que obtuvo el porcentaje más alto de ventas en México fue Cancún, mostrando un 97% a través de agentes norteamericanos y 99% entre los canadienses. El segundo lugar lo obtuvo Puerto Vallarta, con 84% y 92% respectivamente. Acapulco represento el 58% de ventas entre los agentes canadienses.

La mayoría de los canadienses puede decir dónde está Acapulco, la Ciudad de México y Cancún, sin ayuda de un mapa. Cancún y Acapulco son las áreas de interés dominante.

El conocimiento de los principales destinos en México se puede comparar al nivel de interés por visitarlos. Si bien Acapulco tiene un nivel más alto de conocimiento sin ayuda (87%), Cancún es la ciudad que despierta más interés entre los canadienses.

La ciudad de México acusa la mayor diferencia entre el conocimiento de la misma y el interés en visitarla. Aún cuando el 80% menciona a la ciudad de México, sólo un pequeño porcentaje viaja a ella (27%).

Los agentes de viajes canadienses tienen preferencia por las estadías de 5 a 7 noches, siguiendo con las de 7 a 9. También se nota mayor actividad de estancias más largas como son las de 9 a 11, de 11 a 14 y las de más de 14 noches.

El 33% de los agentes de viajes canadienses expresaron que sus clientes prefieren alojarse en hoteles pertenecientes a cadenas hoteleras. El agente canadiense paga tarifas más altas (98.20 dólares) que el norteamericano (82.81 dólares), debido a que el canadiense viaja en temporada alta. Otro dato interesante es que el 99% de los canadienses prefieren los viajes todo incluido.

Del turismo canadiense resalta que la mayoría son de edad adulta siendo empleados y jubilados con un nivel de escolaridad de preparatoria en adelante.

Los tres principales canales de difusión que determinan la selección del destino, por parte de los turistas canadienses son en primer término, la recomendación de familiares y amigos, en segundo la televisión y en tercero las agencias de viajes e Internet.

El que las recomendaciones de familiares y amigos sean la razón principal para elegir un destino obliga a dar un servicio de calidad que permita que el turista no sólo regrese sino que además recomiende favorablemente el destino.

Por lo que se refiere a tiempo de planeación del viaje son los canadienses quienes lo hacen con mayor anticipación con 3.5 meses, comparativamente; los latinos ocupan 1.8 meses en promedio, los europeos 2.8 meses y los norteamericanos 3.3. Estos datos permiten realizar las campañas de promoción turística en tiempos específicos.

Canadá es el séptimo país con mayor gastos por turismo en el mundo.¹

Tradicionalmente Europa ha sido la región internacional de mayor aceptación para los viajeros canadienses, con 6 países europeos en la lista de los 10 destinos preferidos de

¹ Organización Mundial de Turismo, publicación "Travel Industry Publishing Company, 2001".

Canadá , y dentro de estos Gran Bretaña ocupa el primer lugar. Suiza es el país cuyas visitas han disminuido de manera significativa.

Aunque muchos países han mantenido el mismo nivel de aceptación, en este mismo periodo el Caribe denota un marcado aumento en popularidad, especialmente Cuba y República Dominicana. Cabe destacar la posición de México (como un destino no europeo) al mantenerse con perseverancia en el segundo y tercer lugar de los destinos que gozan de mayor aceptación en general para los canadienses que realizan viajes internacionales.²

Cuadro 3.1
Diez países más visitados por los canadienses
(Viajeros con pernoctaciones)

Año	1986	1991	1996	1999
1	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido
2	Francia	México	México	México
3	México	Francia	Francia	Francia
4	Alemania Occidental	Alemania	Alemania	Cuba
5	Países Bajos	Países Bajos	Cuba	Alemania
6	Suiza	Cuba	Italia	Italia
7	Italia	Rep. Dominicana	Países Bajos	Países Bajos
8	Australia	Italia	Hong Kong	Rep. Dominicana
9	Jamaica	Suiza	Suiza	Hong Kong
10	Rep. Dominicana	Hong Kong	Rep. Dominicana	Suiza

Fuente: Statistics Canada y Canadian Tourism Comisión, 1999.

Elaboración Propia

Obsérvese que México pasa del tercer sitio al segundo manteniéndose en esta posición durante nueve años.

Muchos canadienses que salen de su país alejándose del intenso invierno, buscan destinos de clima templado como son Hawai, México, el Caribe o las Bermudas. Seis de cada diez viajeros 60.8% visitaron algunos de estos cuatro destinos en los 3 años anteriores a 1995. Cuatro de cada diez canadienses (37.1%) visito el Caribe, 25.0% visito México, 11.0% Hawai y 3.9% Las Bermudas.

² Turismo de Placer Canadiense/ Estudio de mercado: Hechos relevantes sobre México; Sectur, Angus Reid. Group, Inc. Mayo 1992.

3.4 Dependencia del Turismo Norteamericano y Canadiense

En este apartado se realizará un análisis de la afluencia turística norteamericana y canadiense, misma que representa los principales mercados turísticos internacionales para México.

Los indicadores que se usarán para realizar dicho análisis son las llegadas internacionales y el gasto realizado por extranjeros en nuestro país, ya que estos son los indicadores que nos permiten identificar las magnitudes de la afluencia turística.

En los cuadros 3.2 y 3.3 que a continuación se presentan se puede observar el comportamiento de las llegadas por turismo receptivo para México en número de personas y montos en dólares.

Como se puede observar, Estados Unidos durante el periodo analizado ha sido el principal mercado emisor de turistas extranjeros para México ya que, en términos de llegadas por turismo receptivo en número de personas para México, Estados Unidos represento en promedio el 86%. En tanto que Canadá, representa en promedio el 4%, Europa el 5% y América Latina 4%. Es evidente como la gran mayoría de turistas internacionales que recibe nuestro país provienen de Estados Unidos y Canadá. Además es importante destacar que tan solo Canadá representa la misma participación (4%) que el grupo de países de América Latina y casi la misma participación del grupo de los países europeos (5%), lo que pone de manifiesto una vez más la centralizada dependencia del turismo Mexicano respecto de los países del norte de América. Sin embargo, también se visualiza la necesidad de diversificar la actividad turística nacional hacia los mercados de Europa, ya que como se comentó anteriormente el gasto realizado en turismo por los países europeos representa el 31% del total del gasto mundial.

Cuadro 3.2**Participación porcentual de los Principales Mercados Internacionales para México: 1992-2002**
(Millones de Personas)

Lugar de Procedencia	1992	93	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	Promedio %
Estados Unidos	84	83	84	87	88	88	83	85	87	88	88	86
Canadá	4	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4
Europa	6	7	6	4	4	4	5	5	4	4	5	5
América Latina	6	6	6	6	5	4	3	2	2	2	3	4
Otros	0	1	1	1	0	1	4	3	3	3	1	1
Saldo de Turismo Receptivo	6.4	6.6	7.1	7.8	9	9.8	9.8	10.2	10.6	10.2	9.9	8.8

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

En términos de ingresos por turismo receptivo durante el periodo de 1992 al 2002, Estados Unidos represento en promedio el 80% de los ingresos para México (véase cuadro 3.3), poniendo de manifiesto al igual que en la afluencia turística la dependencia que se tiene con este país. En segundo lugar aparece Europa representando en promedio el 8%, sin embargo, Canadá y América Latina representaron en promedio el 5%. Sin embargo, al igual que en el cuadro anterior la participación de Canadá destaca con su 5%, considerando que se trata de un solo país y no de un bloque de países como es el caso de América Latina y Europa.

Cuadro 3.3**Participación porcentual de los Principales Mercados Internacionales para México: 1992-2002**
(Miles de Millones de Dólares)

Lugar de Procedencia	1992	93	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	Promedio %
Estados Unidos	77	74	77	81	81	80	75	79	83	86	85	80
Canadá	5	4	4	4	4	5	6	6	5	4	4	5
Europa	10	13	11	7	8	7	9	9	6	5	7	8
América Latina	7	8	7	7	6	6	3	2	2	1	3	5
Otros	1	1	1	1	1	1	6	4	4	3	1	2
Gasto del Turismo Receptivo	3.9	4	4.3	4	4.6	5.3	5.1	5.1	5.8	5.9	6.1	5

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

Estas cifras confirman nuevamente, por un lado la fuerte dependencia del turismo nacional respecto a los países de Norteamérica, y por el otro la necesidad de diversificar nuestros mercados turísticos hacia Europa, que como se menciona participa con un 8% en promedio en el gasto realizado por turistas extranjeros en nuestro país.

Las condiciones de vecindad con los Estados Unidos, así como su tamaño relativo, determinan la importancia de este mercado para el turismo en México, algunas de las razones que han determinado esta situación destacan las siguientes:

Los Estados Unidos representaron el mercado emisor de turistas más importante en la posguerra, dado que Europa se encontraba en etapa de reconstrucción y su importancia como mercado emisor extrarregional no fue significativo.

Los avances tecnológicos y el desarrollo de la aviación comercial se dieron desde los Estados Unidos.

En el marco de la expansión económica de Estados Unidos se buscaron opciones para la inversión de capitales. El turismo se concebía como un área de oportunidad que vinculaba la posibilidad de negocio a la vez de exportación del American Way of Life.

En este contexto, México adoptó el modelo turístico estadounidense caracterizado por el turismo de verano; hoteles en la playa con todos los servicios: alimentos, diversión, compras, etc. La oferta turística del país ha sido de acuerdo al perfil del mercado estadounidense: modelo sol y playa.

Como ya fue visto, actualmente, casi el 86% de los visitantes al país y el 80% del ingreso por turismo internacional vienen de Estados Unidos, siendo sus principales estados emisores Texas, California, Illinois, Arizona, New York, Florida, Pennsylvania, New Mexico, New Jersey, Ohio, Louisiana y Michigan, como se puede observar en el cuadro 3.4 y gráfica 3.1.

Entre los que se distinguen Texas y California ya que aportan el 39%, siendo los dos estados con la mayoría de inmigración mexicana, esto podría llevarnos a concluir que buena parte de la afluencia de Estados Unidos es originada por los mismos mexicanos, y que la afluencia de extranjeros norteamericanos en realidad no sea tan significativa, por lo que esto podría ser una razón más para diversificar el turismo nacional hacia Europa.

Cuadro 3.4

Participación porcentual de los Principales Estados Emisores de Estados Unidos para México: 1992-2002

(Personas)

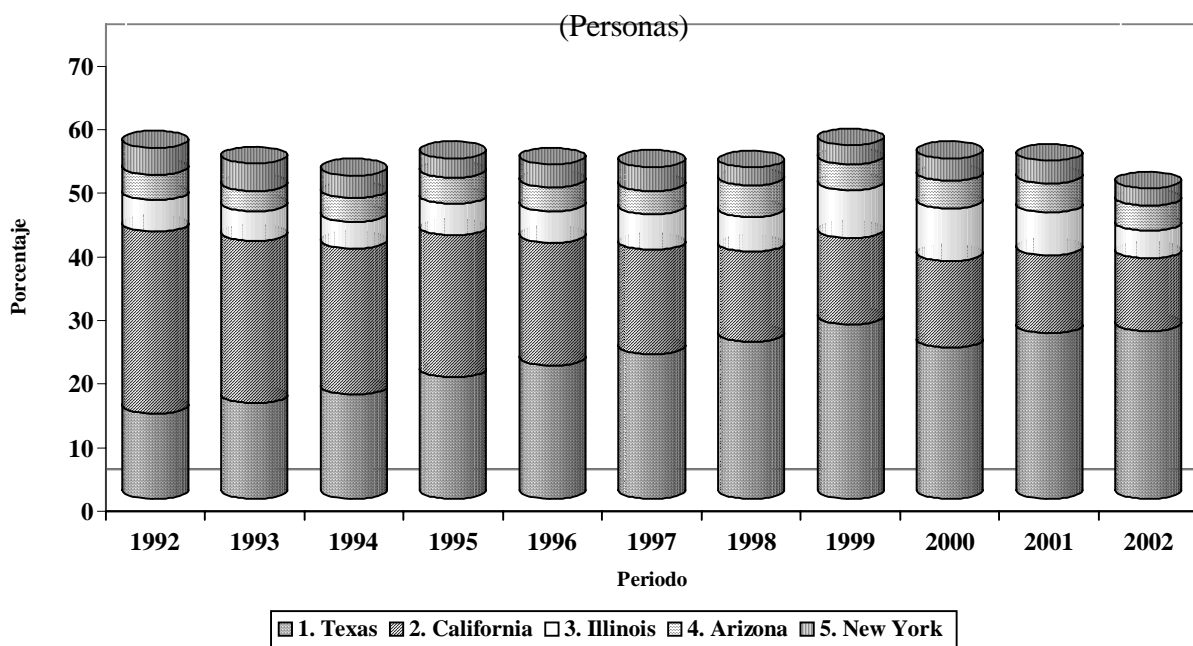
Lugar de Procedencia	1992	93	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	Promedio %
Estados Unidos	84	83	84	87	88	88	83	85	87	88	88	86
1. Texas	13	15	16	19	21	23	25	27	24	26	26	21
2. California	29	26	23	22	19	16	14	14	14	12	11	18
3. Illinois	5	5	4	5	5	6	6	8	8	7	4	6
4. Arizona	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
5. New York	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
6. Florida	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3
7. New México	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
8. Pennsylvania	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1
9. New Jersey	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1
10. Ohio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11. Louisiana	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
12. Michigan	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1
13. Otros	18	19	22	23	24	25	21	21	25	26	32	23

Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

Gráfica 3.1

Cinco Principales Estados Emisores de Estados Unidos para México 1992-2002



Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

Tanto en el cuadro 3.5 como en la gráfica 3.2, que se presentan a continuación, se observa que durante el periodo de 1992 al 2002 el 80% del ingreso al país por turismo internacional viene de Estados Unidos y los principales estados emisores de ese país son Texas, California, Illinois, Florida, New York, Arizona, Pennsylvania, New Jersey, Ohio, Louisiana, Michigan y New México, participado los primeros cinco en promedio con el 45%.

Cuadro 3.5
Participación porcentual de los Principales Estados Emisores de Estados Unidos
para México: 1992-2002

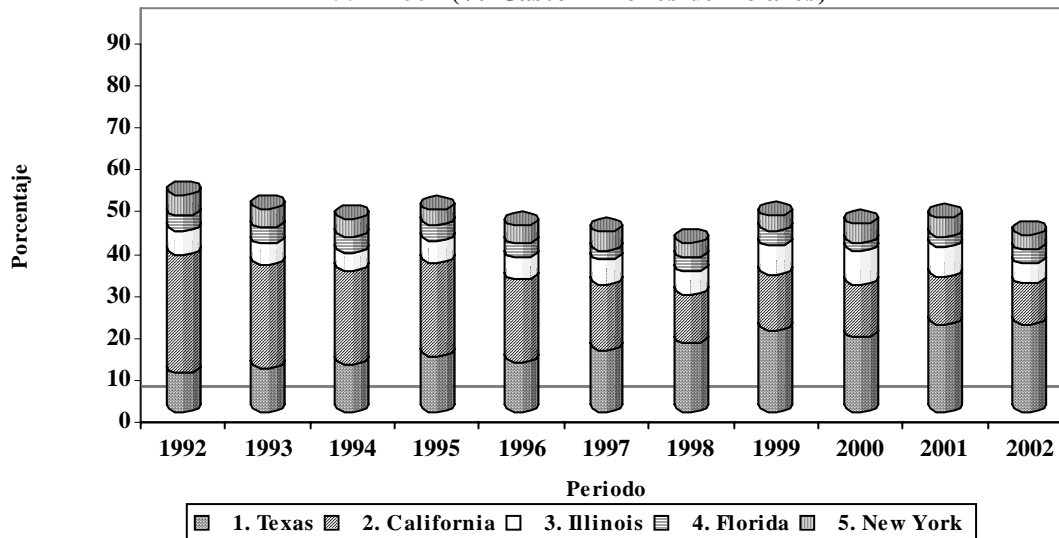
(Gasto)

Lugar de Procedencia	1992	93	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	Promedio %
Estados Unidos	77	74	77	81	81	80	75	79	84	86	85	80
1. Texas	9	10	11	13	12	15	16	19	18	21	21	15
2. California	28	25	22	22	20	16	12	13	12	11	10	17
3. Illinois	5	5	4	5	5	6	5	7	8	7	5	6
4. Florida	4	4	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3
5. New York	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	3	4
6. Arizona	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2
7. Pennsylvania	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2
8. New Jersey	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2
9. Ohio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10. Louisiana	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
11. Michigan	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2
12. New México	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1
13. Otros	17	18	21	24	25	27	24	24	28	30	36	25

Fuente: Banco de México
 Elaboración Propia

Grafica 3.2

Cinco Principales Estados Emisores de Estados Unidos para México
1992-2002 (% Gasto Millones de Dólares)



Fuente: Banco de México

Elaboración Propia

De acuerdo a los datos del Banco de México, Estados Unidos en el 2002 se mantuvo como principal emisor de turistas de internación a México con el 88.2 %. Esto es el resultado de una participación de 85% en los turistas de internación por vía aérea, como se puede apreciar en el cuadro 3.6 y gráfica 3.3.

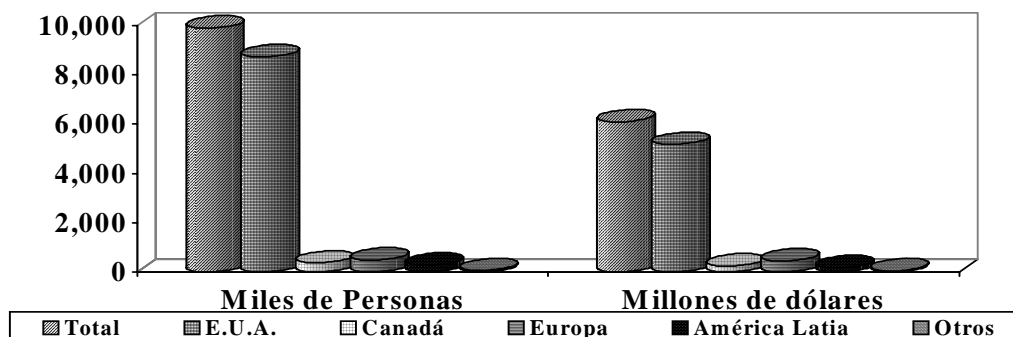
Cuadro 3.6
Turistas de internación vía aérea por origen 2002

País	Internación (Miles de personas)	Part. %	Internación (Millones de dólares)	Part. %
E.U.A	8,717	88.2	5,172.4	85
Canadá	360.9	3.7	244.1	4
Europa	479.2	4.8	447.2	7.4
América Latina	271.5	2.7	175.8	2.9
Otros	54.1	0.5	44	0.7
Total	9,882.7	100	6,083.5	100

Fuente: Banco de México
Elaboración Propia

Gráfica 3.3

Turistas de internación vía aérea por origen 2002



Europa es el segundo mercado de origen de turistas de internación con 4.8% de las llegadas (6.5% de las llegadas por vía aérea) y 7.4% de ingreso de divisas por turismo de internación, lo que equivale a 447.2 millones de dólares.

Algunas condiciones que determinan la dependencia del turismo norteamericano y canadiense en México y que no habían sido consideradas son las siguientes:

La dependencia de la demanda turística es también consecuencia del poder que tienen los países desarrollados en su relación con los países subdesarrollados (América Latina) receptores de turismo, ya que el control del turismo internacional se encuentra, cada vez en mayor medida, en manos de grandes compañías internacionales que controlan el desarrollo y el destino de los viajes, así como la expansión de sus cadenas hoteleras y las rutas aéreas. De esta forma, la dependencia será mayor en la medida en que los países receptores continúen registrando bajos niveles de desarrollo.

Hoy, mientras los países subdesarrollados se esfuerzan por ingresar a la era de la información, las naciones más desarrolladas se han dado cuenta ya de que lo importante es la capacidad para procesarla y generar nuevos conocimientos con ella. La vieja era de la información ha muerto, y está en expansión la nueva era de los conocimientos. Con ella volverá a subrayarse la enorme importancia de la educación y la capacitación (acumulación y transmisión de conocimientos) y de la investigación y desarrollo (creación de nuevos conocimientos). Como parte integral de esta tendencia, los operadores del sector turismo probablemente dejarán de ser meras fuentes de información y de servicios, para convertirse en agentes capaces de proporcionar experiencias únicas que les interesen personalmente a sus consumidores; así, seguramente el número de turistas que buscarán ampliar sus conocimientos (no sólo como experiencias meramente culturales, sino en el sentido más amplio del término) a través de todas sus actividades recreativas, incluidas las de turismo, crecerá.

Por otro lado, actualmente la comercialización y distribución para las ventas de paquetes turísticos a nuestro país se realizan preferentemente a través de grandes agencias de viajes estadounidenses en algunos mercados de gran afluencia de los Estados Unidos, ofreciendo paquetes –avión y hotel– hacia los destinos que se consideran como atractivos y novedosos (prioritarios); el fomento de la integración de paquetes y su distribución a través de estas grandes cadenas que a su vez, son distribuidos por agencias minoristas, provoca una larga cadena de intermediación que incrementa el costo final de los servicios y concentra el beneficio generado en un número limitado de empresarios por lo que se deben buscar canales alternativos como los sistemas de reservaciones y el uso de Internet y estrategias de

mercadeo directo que permitan llegar de forma más directa a los consumidores finales, para generar una mayor cantidad de divisas que sea gastada en el viaje turístico en los países destino.

Los mayoristas distribuyen los paquetes con sus clientes directamente o mediante agencias de viajes que desean ofrecer a los consumidores finales ventajas reales de reducción de precios que caracteriza a nuestro país por la devaluación que este tiene. De esta manera, los proveedores de servicios se entusiasman con la propuesta del mayorista, ya que con la previsible caída del mercado nacional no tiene muchas opciones y más que nunca sigue dependiendo del turismo norteamericano y canadiense para mantener a flote sus negocios. En pocas palabras, el mayorista aprovecha la coyuntura para hacer valer su poder de oligopsonio³ (pocos compradores de un producto).

La concentración de oferta de productos y servicios turísticos reduce la diversidad de opciones para los consumidores y puede terminar por traducirse en mayores precios para estos. Por el lado de la oferta de productos y servicios, en el mercado turístico la conformación y la expansión de las grandes empresas multinacionales esta siguiendo tres caminos paralelos: una integración horizontal (con los operadores más poderosos adquiriendo a los medianos y pequeños, formando sociedades con ellos, o sacándolos del mercado aprovechando sus economías de escala); una integración vertical (mediante compra o alianzas estratégicas, con frecuencia a través de los sistemas de reservaciones); y una ampliación de sus operaciones en todo el mundo (con sucursales propias, comprando empresas locales o estableciendo vínculos con ellas).

La amenaza de mayor competencia que tiene México entre destinos, provoca una disminución de precios y una mayor exigencia de calidad, seguridad y certidumbre por parte de los turistas, en particular los de mayor gasto.

³ **Oligopsonio:** de las palabras griegas *oligos* (poco) y *psonio* (compra), es una situación que surge en el mercado donde no existen varios consumidores, sino un número pequeño en los cuales se deposita el control y el poder sobre los precios y las cantidades de un producto en el mercado. Por lo tanto, los beneficios se concentrarían en los consumidores, pero no en los productores, los cuales ven empeorar su situación al no recibir un precio razonable por los productos que elaboran.

Una de las debilidades de México es que se tiene una percepción como país barato e inseguro y con alta concentración en pocos mercados emisores de Estados Unidos además, de un alto costo de oportunidad para los viajes de Europa y Latinoamérica a México. Es cierto también que la “estrategia” de abaratamiento del mercado mexicano lo único que ha ocasionado es que se reciban menos divisas como resultado de las devaluaciones. Así, cuando el precio en dólares cae, la demanda aumenta pero las ventas totales se reducen más que proporcionalmente.

Por otro lado, existe el peligro de que una vez que el turista residente en el extranjero se dé cuenta de que México ya no es tan barato –cuando los precios internos hayan reaccionado a la devaluación—decida no retornar en un buen tiempo. Es preciso, así, emprender una intensa campaña de promoción que privilegie la calidad de los servicios turísticos en lugar de la baratura, de tal manera que el incremento de turistas que visiten México se reflejen en el aumento de los ingresos (divisas) que capta por ese concepto.

De esta forma, podemos concluir que entre los principales problemas estructurales del turismo nacional se encuentran: la dependencia de un solo mercado internacional, que es Estados Unidos, especialmente para el segmento de sol y playa; el desarrollo turístico limitado a centros de sol y playa y concentrado en enclaves turísticos y políticas que restringen otras modalidades de viaje dentro del país sin ofrecer o hacer más competitivos otros lugares culturales o con grandes atractivos naturales; el esquema de crecimiento centrado en la hotelería, líneas aéreas y grandes agencias de viajes (mayoristas) que han provocado una dependencia de sus formas de operación y comercialización; la planeación que privilegia el desarrollo de las zonas turísticas en determinadas localidades, que ha evolucionado hacia patrones que privilegian el negocio inmobiliario-hotelero sobre el de la atención al turismo, con consecuencias de sobreoferta de cuartos e impactos sociales y ambientales negativos así como, la falta de planeación urbana en los sitios turísticos que ha generado fuentes de conflicto que limitan su desarrollo y provocan problemas ambientales sociales, de inseguridad y políticos.

Y con la devaluación de nuestra moneda frente al dólar (que durante algunos periodos ha sido más del 100%) el viaje le resulta “regalado”. En estricto sentido, los descuentos que se hacen sólo debieran reflejarse en los gastos de alimentos, diversiones y compras, ya que el pasaje de avión y hospedaje en un hotel de una cadena internacional se cotizan en dólares. El asunto es que un mayorista comercializa el producto “México” y al hacer grandes compras recibe importantes descuentos de los hoteleros y de las líneas aéreas; es decir, vende la idea a sus proveedores de que al reducir el precio del producto, aumentará el volumen de personas.

Cabe, señalar que los países más ricos seguirán siendo las principales fuentes de turistas y los países menos desarrollados capaces de mantener estabilidad social y política seguirán siendo principalmente destinos turísticos.

Sin embargo, es importante para nuestro país diversificar su captación turística hacia los mercados europeos, razón por la cual es importante tener en cuenta las preferencias del turismo europeo, mismas que se analizarán en el capítulo siguiente.

SUGERENCIA PARA ROMPER CON LA DEPENDENCIA TURÍSTICA NORTEAMERICANA Y CANADIENSE

4.1 Poder adquisitivo del Euro

Como resultado del estudio que se realizó en el apartado anterior, es importante tomar ciertas medidas sobre la dependencia que se tiene en la afluencia turística norteamericana y canadiense, diversificando el turismo por aquel que pueda proporcionar mayores ingresos como es el caso del turismo europeo, que fue visto en el apartado 3.4.

Es por eso, necesario destacar ahora en este apartado el poder adquisitivo que tiene su moneda, es decir, el *euro* para poder entender la importancia que tiene el atraer más este tipo de turismo a nuestro país y así romper con la dependencia que se tiene con el turismo proveniente de Estados Unidos y Canadá.

Haciendo una pequeña reseña; el euro es la moneda de la Unión Europea (UE), conformada por España, Portugal, Francia, Alemania, Luxemburgo, Italia, Bélgica, Reino Unido, Italia, etc. que empezó a operar sustituyendo a las monedas nacionales en julio del 2002, con la finalidad de eliminar los elevados costes de transacción generados por la conversión de monedas y la incertidumbre relacionada con la inestabilidad de los tipos de cambio.

Asimismo, para Estados Unidos es preocupante el poderío que está teniendo Europa, ya que a raíz de la creación del euro la atención de la Unión Americana aumento porque la tendencia es que el euro seguirá ganándole terreno al dólar como lo ha hecho hasta ahora.

La relación entre el euro con el dólar y viceversa, está reflejada en cifras. De valer ochenta centavos de euro un dólar (el 22 de enero del 2003), esa paridad se revirtió, pues se debió pagar un dólar con veinte centavos por euro.

Por tanto, esta debilidad del dólar frente al euro se traduce en flaqueza del peso frente al dólar, como consecuencia de la fuerte dependencia que tiene la economía mexicana con relación a la estadounidense.

Por lo que es importante señalar, que México tiene que buscar un equilibrio en la afluencia de turistas de Estados Unidos, Canadá y Europa para romper con la dependencia que se tiene y acrecentar por tanto la captación de divisas, que le permita atraer una mayor cantidad de euros.

4.2 Rasgos del turismo Europeo

Actualmente los visitantes a México por turismo internacional europeo no es muy relevante pero, es importante mejorarlo para que los emisores de este sector sean cada vez mayores, por lo que será necesario estudiar los rasgos que estos tengan ya que, deben considerarse para competir a nivel internacional para ofrecer lo que ellos demandan, por lo que a continuación se mostrarán los rasgos de los países europeos que tienden a viajar más.

4.2.1 Turismo del Reino Unido¹

La incidencia de viajes de Reino Unido a destinos lejanos está representado por 13.5 millones de viajeros, que constituyen el 29.4% de la población adulta, la cual considera a turistas con deseos de viajar a Estados Unidos con 77%, a Canadá con 67% y a México con 34%, lo que representa un mercado potencial de 10.4 millones de viajeros a Estados Unidos, 9.1 millones de visitantes a Canadá y 4.6 millones de visitantes a México.

El turismo del Reino Unido, se considera a sí mismo como un viajero mundial y como tal, observador de las costumbres, tradiciones y prácticas. La mayoría de los hombres han servido en las fuerzas armadas de su país probablemente en alguna época de su vida fueron enviados al extranjero, particularmente las generaciones más antiguas. Esto es reflejado en

¹ Seminario de Divulgación. Mercados Potenciales de Viajes de Alemania y el Reino Unido a México. Secretaría de Turismo – Coopers & Lybrand Consulting. Junio 24, 1997.

sus costumbres e ideosincracia. Por lo que es considerado como maduro y sofisticado, con conocimiento de los destinos a los que viaja. Aún cuando sigue viajando a destinos de playa, busca alternativas que le permitan obtener conocimientos sobre la cultura local del destino. Se aventuran a conocer nuevos lugares, pero solo los que no representen algún peligro en su seguridad. El mercado del Reino Unido se ve motivado por el trato que le pudieran ofrecer en el destino, apoyado de un buen precio ofertado. De acuerdo a la Organización Mundial de Turismo, el Mercado del Reino Unido se sitúa en el cuarto lugar en términos de gasto total.

La estructuración del viaje del turista del Reino Unido esta conformada por la visita a diferentes destinos, motivo por el cual su estancia es larga considerando 25 noches promedio. Los principales factores de motivación que influyen para elegir los destinos, son el conocer nuevos lugares, la seguridad, el clima agradable, el trato, la cultura y el folclore de la región.

Los turistas del Reino Unido disfrutan de la diversión nocturna y son aventureros en todos los aspectos.

Este mercado se ha mostrado conservador en cuanto a viajes a México, pero existe un potencial a desarrollar por ello se necesita de estímulos adecuados para iniciar la demanda.

México tiende a atraer viajeros maduros, con alto grado de estudios, animados por la obtención de conocimientos sobre la historia y cultura del destino, siendo éste el factor de diferenciación que se puede utilizar al estructurar los productos turísticos.

4.2.2 Turismo Alemán²

El turismo potencial de viajes de Alemania está compuesto por 18.1 millones de viajeros, de los cuales el 27.6% corresponde a la población adulta, cifra que considera a aquellos posibles consumidores que se encuentran interesados en realizar viajes largos de placer a

² Joseph Francesc Valls, "Claves del mercado turístico, Desuto, 1996.

los Estados Unidos (48%), Canadá (30%) y México (25%), por lo que el mercado potencial para cada país estaría traducido en 8.7 millones para Estados Unidos, 5.4 millones para Canadá, y 4.5 millones para México.

El turista alemán es considerado como un viajero maduro y sofisticado, que aun cuando busca el relax en sus vacaciones, acostumbra mezclar también actividades dinámicas. Uno de los motivos relevantes para definir el destino, es el entrar en contacto con la naturaleza, cuidar la salud y la ecología. Una parte del mercado muestra tener interés en observar animales en su hábitat natural, además de abrir nuevos horizontes, visitar ciudades y realizar viajes de estudio/culturales.

El turismo exige ofertas de viajes cada vez más flexibles, segmentadas e individualizadas, considerando en ello la flexibilidad en la duración, día de partida, las actividades a realizar, etc. Por ello se debe estructurar la oferta en función de las vacaciones modulares o el todo incluido.

Al igual que el turismo de viajes del Reino Unido, el turista alemán estructura las vacaciones considerando la visita a varios destinos, disponiendo para ello de 23 noches como promedio de estadía.

4.2.3 Turismo Español

Este mercado es muy especial, no sólo por la afinidad entre españoles y mexicanos y por que no existen barreras de lenguaje, sino también por que constituye la competencia más fuerte dentro del mercado europeo.

Los españoles se consideran pioneros del turismo mundial y han disfrutado de excelentes resultados en la última década. Son tan expertos en el manejo de turistas alemanes, suizos y escandinavos como los mexicanos con los estadounidenses. De hecho, su industria turística depende mucho de estas fuentes, especialmente en el invierno. Han aprendido a negociar y sacar provecho de su experiencia.

Los tour operadores españoles tienden a regatear los precios y a subestimar la capacidad competitiva de los mexicanos. No obstante, se logra establecer buena relación con ellos ya que aunque se sobrestimen, son justos y honestos siempre que tengan la impresión, como sucede en muchos países mediterráneos, de llevar la delantera. Lo interesante de esta característica es que coincide con la de los mexicanos.

El turista español, se muestra muy curioso en cuanto a saber qué tanto de ellos hay en nosotros. Tienen un auténtico interés en la cultura y el folclore.

Viajan generalmente en parejas o grupos pequeños de jóvenes profesionistas, amigos, compañeros o familiares.

Son muy ahorrativos y cuidan sus gastos. Sienten satisfacción por el buen trato y niveles aceptables de confort.

4.2.4 Turismo Francés

Los franceses se enorgullecen de tener una gran personalidad y sentirse diferentes al resto del mundo. En cierto modo esto es verdad, basta hablar de un mismo tema con diferentes personas para que cada una exprese una idea propia y original. Son muy exigentes y en Francia las leyes a favor del consumidor son muy estrictas, por lo tanto, muestran cautela.

A los franceses les gusta viajar por Italia, España y Grecia y también el turismo hacia México, aunque no masivo, es constante.

Los tour operadores franceses manejan muy bien los tratos, las negociaciones se realizan con apego a las normas y son astutos: sus características son similares a las de los tour operadores canadienses de Quebec.

La cultura y folclore son los principales motivadores del turismo francés y cuando viajan se hospedan en hoteles que tengan fácil acceso a la comunidad local. La comodidad para ellos es importante pero no exigen grandes lujos.

Francia y México tienen una relación duradera que ha despertado curiosidad y admiración mutua. Lo que México ofrezca deberá hacer énfasis en la arqueología, la cultura y el folclore. Aunque les gusta el sol, su principal interés en México no son los destinos de playa.

El turismo francés hace hincapié en hablar su idioma. Se siente cómodo cuando se le habla en francés y no trata de comunicarse en otra lengua. Los hoteleros que quieran captar turismo francés deberán tener personas que hablen esta lengua y sus señalamientos deben también incluir el francés.

Es muy común que un turista francés hable con los empleados del hotel, pero se sentirá frustrado cuando vea que su charla se convirtió en monólogo. Esto deteriora la imagen de servicio y calidad del hotel.

La empresa que desee recibir turismo francés deberá decorar los cuartos con objetos artesanales, ya que los franceses aman la arqueología, el arte, la gente y las costumbres de México; saben apreciar el color y el estilo.

El comportamiento de estos turistas es normalmente silencioso y observador; no son pretenciosos ni extravagantes. Difícilmente asisten a discotecas o centros nocturnos, a menos que se esté presentando un ballet folclórico.

4.2.5 Turismo Italiano y Mediterráneo

Los italianos y otros pueblos mediterráneos son pioneros en el turismo; han aprendido a moverse muy bien por todo el mundo. Con España y Grecia tienen un intercambio turístico tan importante como los países germánicos y nórdicos. Son países hospitalarios y se

enorgullecen de ello. Hay mucho que aprenderles pues tienen un eficaz manejo del turismo europeo.

Los tour operadores y agentes de viaje de estos países están considerados entre los de mayor nivel de profesionalismo de Europa. Han aprendido a cumplir con los niveles de exigencia de los países nórdicos y germánicos, lo que los ha hecho sumamente hábiles en la práctica.

La industria de viajes italiana está muy reglamentada. Italianos y mediterráneos en general son cautos y precavidos cuando se trata de países latinoamericanos, pues sus experiencias no han sido buenas en el pasado. Sus aspiraciones no son distintas a las del resto de los tour operadores europeos.

En general son los turistas más jóvenes que llegan a México. Al igual que los españoles, en su mayoría son profesionistas, con un gran interés en la cultura y folclore. Viajan en grupo y les encanta el sol, pero un gran atractivo para ellos son los sitios arqueológicos, la cultura y el folclore.

Sus exigencias en cuanto a hospedaje son moderadas, pero siempre esperan “vista al mar”. Es usual que organicen sus propias reuniones colectivas según la costumbre italiana. Raramente viajan solos. La similitud del idioma y del carácter los hacen turistas interesantes y, definitivamente se les encontrará en discotecas y en otros centros de entretenimiento.

En el cuadro 4.1 que se presenta a continuación se engloban los rasgos más importantes que tiene el turismo Europeo, con la finalidad de ofrecer los servicios turísticos que ellos demandan con calidad y poder competir a nivel internacional.

Cuadro 4.1
Rasgos del turismo Europeo

País	Rasgos
Reino Unido	Maduro, sofisticado, organizado y puntual en extremo, con conocimiento de los destinos a los que viaja. Los principales factores de motivación que influyen para que elijan los destinos, son el conocer nuevos lugares el clima agradable, el trato, la cultura y el folclore de la región. Por otro lado, también disfrutan de la diversión nocturna y son aventureros en todos los aspectos.
Alemania	Maduro y sofisticado, que aun cuando busca relajarse en sus vacaciones, acostumbra mezclar también actividades dinámicas. Uno de los motivos relevantes para definir el destino, es el entrar en contacto con la naturaleza, cuidar la salud y la ecología. Una parte del turismo Alemán muestra tener interés en observar animales en su hábitat natural, además de abrir nuevos horizontes, visitar ciudades y realizar viajes de estudio-culturales.
España	Se muestra muy curioso en cuanto a saber qué tanto de ellos hay en nosotros. Tienen un auténtico interés en la cultura y el folclore. Viajan generalmente en parejas o grupos pequeños de jóvenes profesionistas, amigos, compañeros o familiares. Son muy ahorrativos y cuidan sus gastos. Sienten satisfacción por el buen trato y niveles aceptables de confort.
Francia	Son muy exigentes y hacen hincapié en hablar su idioma, ya que se sienten más cómodos cuando se les habla en francés y no tratan de comunicarse en otra lengua. La arqueología, cultura y folclore son los principales motivadores del turismo francés y cuando viajan se hospedan en hoteles que tengan fácil acceso a la comunidad local. La comodidad para ellos es importante pero no exigen grandes lujos. Aunque les gusta el sol, su principal interés en México no son los destinos de playa.
Italia y Mediterráneo	En general son los turistas más jóvenes que llegan a México y en su mayoría son profesionistas, con un gran interés en la arqueología, cultura y folclore. Viajan en grupo y les encanta el sol. Sus exigencias en cuanto a hospedaje son moderadas, pero siempre esperan “vista al mar”. Es usual que organicen sus propias reuniones colectivas según la costumbre italiana. La similitud del idioma y del carácter los hacen turistas interesantes y, definitivamente se les encontrará en discotecas y en otros centros de entretenimiento.

Elaboración Propia

4.3 Sugerencia para incrementar la afluencia de turismo europeo

De acuerdo, a los rasgos del turismo europeo que ya fueron estudiados en el apartado anterior, nuestro país debe de ofrecer los servicios y atractivos necesarios para cumplir con las preferencias de este tipo de mercado turístico, aprovechando las ventajas específicas que nuestro país tiene tanto en atractivos naturales como en los culturales, y considerando la infraestructura con la que se cuenta, en este apartado se hará una reseña de estos aspectos que fundamentan la posibilidad de incrementar la afluencia turística europea, y de esta manera romper con la dependencia que se tiene con Estados Unidos y Canadá.

Una vez identificadas las ventajas específicas que tiene nuestro país, será posible atraer turismo de mayor calidad, integrando rutas que obedezcan a los intereses de los turistas que se desea captar y de esa manera fomentar la implementación de estas rutas cuidando de llegar al singular público que se busca.

4.3.1 Ventajas en Atractivos Naturales

México se localiza en la porción norte del continente americano; colinda al norte con Estados Unidos de América, y con Guatemala y Belice al sureste; con el Golfo de México y el Mar Caribe al este, y el Océano Pacífico al oeste, lo que influye en su variedad de escenarios naturales, presentando desiertos, selvas, valles, zonas montañosas, costas tropicales, entre otros.

El territorio mexicano abarca 1,953,162 Km² y está distribuido, casi por partes iguales, a ambos lados del Trópico de Cáncer. El perímetro del país es de 15,518 kilómetros, de los cuales 11,208 Km. son litorales y 4,310 Km. fronteras. El territorio insular está formado por 371 islas, arrecifes y cayos. La superficie del mar territorial mexicano adyacente al continente es de 209 mil Km².

La variación del clima en el territorio mexicano es tan grande, que contiene prácticamente todos los grupos y subgrupos climáticos posibles, existiendo variaciones de climas secos a húmedos en una distancia de pocos kilómetros.

El 37% del territorio es cálido (temperatura media anual mayor de 22°C), el 39% semicálido (media anual entre 18° y 22°C), 23% templado (media anual entre 12° y 18°C) y el 1% restante semifrío y frío (media anual menor de 12°C).³

Los recursos de agua en México están constituidos por ríos, arroyos, lagos y lagunas, así como por almacenamientos subterráneos y grandes masas de agua oceánica. Existe una gran cantidad de cuencas de agua de la tierra, sobre todo en las zonas donde las sierras están en contacto directo con el mar.

En México existen cerca de 42 ríos principales que transcurren en tres vertientes: Océano Pacífico, Océano Atlántico (Golfo de México y Mar Caribe), y la interior cuyos ríos desembocan en lagunas interiores⁴. En la vertiente del Pacífico destacan las cuencas de los ríos Yaqui, Fuerte, Mezquital, Lerma-Santiago y Balsas; en la costa del Golfo de México destacan las cuencas de los ríos Bravo, Pánuco, Papaloapan, Grijalva y Usumacinta.

La región más rica en lagos interiores es la que abarca el norte de Michoacán y el centro de Jalisco, donde existe gran cantidad de cuerpos de agua de tamaños, profundidades y estados evolutivos diversos.

Debido a la compleja historia geológica de la superficie terrestre que ahora ocupa México, a la relación entre todos los factores ambientales, fisiográficos, climáticos y biológicos, y al material parental que proviene de la roca madre, el país presenta una gran diversidad de suelos, ya que 25 de las 28 categorías de suelos reconocidas en el mundo están presentes en nuestro país y 10 de ellas conforman 74% de la superficie nacional.

El resultado de una intensa actividad volcánica y del choque de las placas tectónicas, es lo que ha originado que el 70% del territorio del país sea montañoso. La Sierra Madre es la principal cadena montañosa y está dividida en tres sectores.

³ UNAM, 1990. *Atlas nacional de México*. Instituto de Geografía. México.

⁴ INEGI, 1995. *Estadísticas del Medio Ambiente*. México. 1994. INEGI. México.

México cuenta con aproximadamente 371 islas, arrecifes y cayos. Las islas localizadas en la zona del Pacífico, que abarcan los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora y Sinaloa son de origen volcánico, playas rocosas por otro lado, las que se localizan en el Golfo de California presentan vegetación de plantas o flores frecuentemente muy coloreadas y matorrales, algunas con playa arenosa-rocosa. El resto de las islas de la costa del Pacífico que abarca desde Colima hasta Oaxaca presentan playa rocoso-arenosa, con manchones de coral, y la vegetación se vuelve matorral. Las islas del Golfo de México presentan sustrato arenoso. Tamaulipas y Veracruz tienen vegetación boscosa, a diferencia de Tabasco y Campeche, en cuyas islas predomina la vegetación de manglar. Los estados de Yucatán y Quintana Roo presentan islas de origen de rocas compuestas básicamente por carbonatos con sustrato arenoso y vegetación exuberante.

Debido a sus variados escenarios geográficos, México cuenta con áreas de reproducción de las especies silvestres más importantes del continente. Por su clima y vegetación el país es, además, un santuario de múltiples especies migratorias como la tortuga marina, la ballena gris, la mariposa monarca, el flamenco rosa, el ganso y la grulla gris, entre otras.

En esta tierra de contrastes crece el 10% de la flora mundial, con 30,000 especies de flores y más de mil variedades de orquídeas. En medio de esta espesura, habitan 2,896 especies de vertebrados (520 mamíferos, 1,424 aves, 685 reptiles y 267 anfibios), de las cuales 16 especies de mamíferos, 13 aves y 9 reptiles, están en peligro de extinción.

México también muestra una importante variedad de aves (1,424 especies de las 9,000 que hay en el planeta). En la zona norte y centro del país hay 35 especies de cisnes, gansos y patos. La mayoría procedentes de Estados Unidos y Canadá.

Por otro lado, todos los años en noviembre la parte central de México es el escenario de uno de los espectáculos más bellos de la naturaleza. Millones de mariposas monarca arriban a la reserva de El Rosario, estado de Michoacán, en un kilométrico viaje desde Canadá y Estados Unidos, para depositar sus huevos en los bosques de oyamel.

Uno de los santuarios más grandes es la Reserva de la Biosfera de Sian Ka'an en Quintana Roo, que tiene selvas tropicales, humedales, lagunas costeras, manglares, sumideros y hasta una parte del arrecife más largo del mundo (con 60 especies distintas de coral). Un paraíso donde viven tortugas, monos aulladores, cocodrilos, pumas ocelotes, jaguares y cientos de especies de peces y aves.

Rodeado por cuatro mares, México cuenta con hermosos destinos playeros, como Acapulco, Cancún, la puerta de entrada al Mundo Maya, el corredor turístico Los Cabos en Baja California, donde hay maravillosos arrecifes habitados por miles de peces multicolores y Huatulco, cerca de Oaxaca, con espléndidos bancos de coral.

Las áreas naturales reservadas son, indiscutiblemente, una de las ventajas comparativas que requieren difusión adecuada; cuidarlas y darles un manejo que privilegie su conservación, a través de estudios que garanticen el desarrollo sustentable de los recursos involucrados.

4.3.2 Ventajas en atractivos Culturales

A continuación, se presentarán los atractivos culturales que tiene el país para ofrecer al turismo europeo, que permitirá distinguir nuestras ventajas particulares, es decir, las expresiones más destacadas de la cultura mexicana, ya sea en: gastronomía, textiles, artesanía o aquellas que se expresan en la arquitectura, pintura, literatura. Por lo que resulta fundamental contar con un inventario de espacios culturales (museos, teatros, centros culturales, galerías, auditorios y casas de artesanía), zonas arqueológicas y el patrimonio cultural con que se cuenta (monumentos históricos y patrimonio de la humanidad), que será presentado y que nos permitirá conocer nuestra riqueza y, a partir de allí, poder planear estrategias, en este caso, de desarrollo turístico.

Gastronomía

La gastronomía de México es muy variada, pero puede unificarse en torno a dos elementos muy presentes: el chile y el maíz.

En el centro y sur del país, la gastronomía prehispánica ha sido desplazada por una peculiar gastronomía mexicana mestiza, que incorpora ingredientes del viejo y del nuevo mundo, mezclas en ocasiones muy heterogéneas. Ejemplos muy claros de esta heterogeneidad son el mole, los chiles en nogada, el pozole y los tamales. En el norte del país, zona de praderas, predomina la carne en la alimentación y es frecuente la utilización de las tortillas de trigo. En la costa la gastronomía es rica en mariscos y pescado.

Muy comunes en México son los antojitos; en esta denominación entran platos generalmente preparados de manera rápida, en su mayoría preparados a base de maíz, muchas veces fritos en aceite y siempre acompañados de una salsa picante, entre los que se encuentran los populares tacos, las quesadillas, los sopes, las tostadas, las enchiladas, los tamales y las tortas.

Existe toda una cultura en torno al dulce. Los dulces generalmente lo son en exceso, entre ellos se pueden encontrar algunos hechos casi exclusivamente de azúcar, como las calaveras típicos del Día de Muertos y los algodones de azúcar; otros incorporan leche, como los jamoncillos, las cocadas y los chongos, y algunos más son fruta con azúcar, es el caso de la conserva de higo, calabaza o chilacayote, o los ates.

Otros dulces típicos son los dulces de tamarindo, los acitrones (cuyo ingrediente principal es el tejido de un cactus), las alegrías hechas de amaranto, la fruta curada en alcohol o cristalizada, la colación (caramelos con almendra). Muy recurridos son también los helados, las nieves y los raspados, con una inmensa lista de sabores. Toda una variedad de pan dulce refleja el gusto de los mexicanos hacia lo azucarado.

Las aguas frescas son básicas en la gastronomía mexicana, generalmente para acompañar la comida, o como golosina, y las hay de infinidad de sabores. México es la cuna del chocolate (producido del cacao) y del atole (a base de maíz), bebidas consumidas desde tiempos prehispánicos y con una gran tradición en los hogares contemporáneos. Antes preparados con agua, hoy generalmente se sirven con leche.

En las bebidas alcohólicas destacan el pulque, bebida indígena elaborada a partir del aguamiel del maguey pulquero que fue de gran consumo hasta la mitad del siglo XX; el

tequila de Jalisco y el mezcal de Oaxaca son bebidas destiladas de agave azul con orígenes coloniales y son muy conocidos en buena parte del mundo. El rompopo de los conventos de Puebla es empleado como digestivo y golosina. La sidra, el vino, el ron y sobre todo la cerveza tienen también una importante producción en el país.

Textiles

Mediante los textiles, convertidos en prendas de vestir, de ornato y en otros objetos utilitarios, se revelan diferencias y similitudes geográficas, culturales, de clases sociales, de vida cotidiana y ritual, y de periodos históricos. También a través de la indumentaria se muestra la raíz y continuidad cultural en México por más de 2000 años, aunque también es a través del vestido, de sus materiales y técnicas de elaboración, que hemos visto cambios y mezclas en nuestras tradiciones y costumbres.

Pues bien, a 475 años de la llegada de los castellanos a lo que hoy es el territorio nacional, las técnicas de tejido siguen siendo las mismas que vieron los conquistadores, al igual que, en su mayor parte, las materias primas que se utilizan. En algunos casos, pocos por cierto, los diseños que todavía decoran algunas prendas son idénticos a los de la ya lejana época prehispánica.

De importante valor cultural son los tejidos realizados con algodón coyuchi (que en náhuatl se dice coyoíhcatl) , clasificado botánicamente con el nombre de *Gossypium mexicanum*, indicando así su origen.

Muchas prendas de vistosos colores deben su espectacularidad a los tintes empleados en su teñido: los hay provenientes de una gran variedad de plantas y otros que deben su origen a insectos y moluscos.

Existen en algunos textiles indígenas verdaderos "textos" contenidos en su ornamentación, perfectamente comprensibles para los miembros de la comunidad que los realiza y usa. Los diseños no son simplemente adornos, como solemos suponer, son mensajes que " hablan " de la cultura que los produce.

La fiesta y el colorido, plasmados en la indumentaria indígena y mestiza, reflejan las tradiciones, el origen y la naturaleza de nuestra cultura, convirtiéndose en un elemento de identidad nacional.

Artesanía

Tanto tejedores, alfareros y joyeros, los artesanos mexicanos producen una gran variedad de productos hermosos y representativos, los cuales atraen a conocedores de todo el mundo. Estos artesanos están también valorados por su trabajo en madera, vidrio y piel.

Cultura

La cultura mexicana es una mezcla rica y compleja de las tradiciones indígenas, españolas y norteamericanas. Las áreas rurales están pobladas por indígenas, descendientes de las sociedades altamente desarrolladas de los mayas, aztecas y toltecas, y por agricultores y trabajadores descendientes de españoles y mestizos; cada una de estas herencias ha enriquecido la cultura regional. En las ciudades es patente la influencia tanto europea, particularmente española y francesa, como norteamericana. La mayoría de los artistas mexicanos contemporáneos están esforzándose por producir un trabajo característicamente mexicano que fusione los estilos españoles, indígenas y europeos modernos.

Parte de esta riqueza cultural que se ve expresada en la gastronomía, textiles, artesanías, historia, arte, pintura y música, puede encontrarse en los diferentes espacios culturales con que cuenta México, para ofrecer al turismo europeo ya que, se tienen registrados 1,095 museos, 555 teatros, 1,628 centros culturales, 489 galerías, 822 auditorios y 75 registros de casas de artesanía distribuidos en los 32 estados de la república mexicana, que se presentan en el siguiente cuadro.

Cuadro 4.1
Espacios Culturales de México, por Estado

Estados	Museos	Teatros	Centros Culturales	Galerías	Auditorios	Casas de artesanía
Baja California	20	21	11	19	11	0
Baja California Sur	9	8	17	5	10	0
Sonora	29	21	44	20	87	0
Chihuahua	33	13	26	4	7	3
Coahuila	30	18	34	6	17	1
Nuevo León	38	23	51	23	28	1
Tamaulipas	17	24	43	4	14	2
Sinaloa	26	12	26	12	17	0
Durango	36	10	19	3	10	1
Zacatecas	34	8	49	4	1	1
San Luis Potosí	19	10	32	12	84	32
Nayarit	26	2	10	3	24	0
Jalisco	67	21	90	50	106	5
Aguascalientes	12	11	17	9	6	1
Guanajuato	32	22	53	32	21	2
Querétaro	20	13	38	15	20	2
Hidalgo	25	9	42	3	11	1
Veracruz	41	15	90	14	19	2
Colima	20	21	9	7	14	1
Michoacán	35	19	66	4	16	2
Estado de México	74	15	139	7	93	2
Tlaxcala	16	3	13	14	11	1
Puebla	48	10	178	9	24	1
Guerrero	43	23	26	12	24	1
Morelos	40	16	34	14	29	1
Distrito Federal	130	131	149	110	26	5
Oaxaca	33	8	115	19	13	1
Chiapas	49	7	90	11	23	4
Tabasco	22	11	27	12	18	0
Campeche	5	9	14	4	7	1
Quintana Roo	12	7	18	11	16	0
Yucatán	54	14	58	17	15	1
Total	1,095	555	1,628	489	822	75

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.

Elaboración Propia

A continuación se describirán los numerosos pueblos y tribus que se establecieron en este país, en el que se destacan varias culturas por su importancia y grado de desarrollo, teniendo como referencia una gran variedad de zonas arqueológicas.

Los olmecas, anteriores a la era cristiana y localizados principalmente en la zona del golfo, alcanzaron un gran desarrollo en el arte. Tuvieron escultura y arquitectura monumentales y dejaron estatuas de pequeño formato que representan principalmente a mujeres y niños.

Los toltecas que se establecieron en el valle de México –Teotihuacan y Azcapotzalco, eran un pueblo pacífico que alcanzó importantes avances en astronomía, medicina, matemáticas y en el arte. Tollan (hoy tula, hidalgo) es una de las principales ciudades en la que sobresale la escultura monumental que se integra a la arquitectura.

La civilización de los teotihuacanos deja las pirámides más grandes que se conocen como pirámides del sol y de la luna en la ciudad sagrada de Teotihuacan.

Los mayas, localizados al sur de México y en Centroamérica, produjeron una arquitectura monumental que se conserva en las ruinas de Palenque, Uxmal, Mayapan, Tikal, Copán y Chichén Itzá, entre otras. Desarrollaron un método de escritura jeroglífica con el que registraron su mitología, historia y rituales. En el siglo XVI se escribieron textos en lengua maya, en alfabeto latino, como el Popol Vuh –sobre el origen mítico del mundo– y los libros de Chilam Balam crónicas de chamanes y sacerdotes.

Los aztecas –o mexicas– formaron uno de los imperios más grandes de América. Después de someter a los pueblos que habitaban el valle de México e incorporar sus conocimientos, esta cultura se distinguió por tener escritura pictográfica, un sistema educativo avanzado y escrito, y desarrollos científicos y en ingeniería hidráulica. La ciudad de Tenochtitlán se distingue por su arquitectura monumental y por las chinampas, especie de pilotes, que permitían habitar las zonas lacustres.

Nuestro país cuenta con 176 registros de zonas arqueológicas, que están distribuidas en casi toda la República mexicana, como se pueden apreciar en los cuadros 4.2.1, 4.2.2 y 4.2.3 por estado y municipio.

Cuadro 4.2.1
Zonas Arqueológicas de México, por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Baja California	Tecate	El Vallecito	1
Baja California Sur	Mulegé	Batequí; Boca de San Julio; Clarita; Cuesta de Palmario; Cuevona; El Ratón; Gregorio I ; Gregorio II; La Música; La Palma; La Pintada; Las flechas; La Soledad; Mono Alto; Natividad ; San Casimiro; Sauzalito y Serpiente.	18
Chihuahua	Casas Grandes Madera	Paquimé Las cuarenta casas	2
Nuevo León	Mina	Boca de Potrerillos	1
Tamaulipas	Victoria Soto la Marina Tampico	Balcón de Montezuma El Sabinito Las Flores	3
Durango	Durango	La Ferrería	1
Zacatecas	Chalchihuites Villanueva	Altavista o Chalchihuites La Quemada	2
Nayarit	Ixtlán del Río	Ixtlán del Río	1
Jalisco	Teuchitlán Zapopan	Teuchitlán El Grillo y Ixtepete	3
Guanajuato	Pénjamo	Plazuelas	1
Querétaro	Corregidora, Cadereyta de Montes San Joaquín	El Cerrito Toluquilla Ranas	3
Hidalgo	Tula de Allende Tulancingo de Bravo Tepeapulco	Tula Huapalcalco Tepeapulco	3
Veracruz	Castillo de Teayo Papantla Atzalan Vega de Alatorre Actopan Úrsulo Galván Carrillo Puerto Ignacio de la Llave Santiago Tuxtla Texistepec	El Castillo de Teayo Cuyuxquihui y El Tajin Cuajilote y Vega de la Peña (Filobobos) Las Higueras Quiahuiztlán Cempoala Cuauhtochco El Zapotal Tres Zapotes San Lorenzo Tenochtitlan	12
Colima	Villa de Álvarez Colima	La Campana El Chanal	2

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.

Elaboración Propia

Cuadro 4.2.2

Zonas Arqueológicas de México por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Michoacán	Tingambato	Tingambato	6
	Tzintzuntzan	Ihuatzio y Tzintzuntzan	
	Huandacareo	Huandacareo	
	Cuitzeo	Tres Cerritos	
	Zitácuaro	San Felipe Los Alzati	
Estado de México	Acambay	Huamango	18
	Toluca	Calixtlahuaca	
	Tenango del Valle	Teotenango	
	Malinalco	Malinalco	
	Tejupilco	San Miguel Ixtapan	
	Naucalpan de Juárez	El Conde	
	Tlalnepantla de Baz	Santa Cecilia Acatitlán; Tenayuca y Tenayuca II	
	Teotihuacán	Teotihuacan	
	Texcoco	Huexotla; Los Melones; Texcutzingo y Tocuila	
	Chimalhuacán	Chimalhuacán	
	La Paz	Los Reyes La Paz	
	Ixtapaluca	Acozac y Tlapacoya	
Tlaxcala	Calpulalpan,	Sultepec (Tecoaque)	4
	Nativitas,	Cacaxtla y Xochitécatl	
	Apizaco,	Tizatlán	
Puebla	Cuetzalan del Progreso	Yohualichan	6
	Cuyoaco	Cantona	
	San Martín Texmelucan	San Cristóbal Tepatlaxco	
	San Pedro Cholula	Cholula	
	Tlapanalá	Tepapayeca	
	Tepexi de Rodríguez	Tepexi el Viejo	
Guerrero	Ixcateopan de Cuauhtémoc	Ixcateopan	9
	Huitzuc de los Figueroa	Los Querendes	
	Copalillo	Teopantecuanitlán	
	Huamuxtitlán	Huamuxtitlán	
	Eduardo Neri	La Organero	
	Tixtla de Guerrero	Los Tepolzis	
	Chilpancingo de los Bravo	Pezoapa	
	Acapulco de Juárez	5 de Mayo, La Sabana y Palma Sola	
Morelos	Miacatlán	Coatetelco y Xochicalco	8
	Cuernavaca	Teopanzolco	
	Tepoztlán	Tepozteco	
	Yautepec	Yautepec	
	Ayala	Olintepepec	
	Jonacatepec	Las Pilas	
	Jantetelco	Chalcatzingo	
Distrito Federal	Cuauhtémoc	Templo Mayor y Tlatelolco	5
	Iztapalapa	Cerro de la Estrella	
	Tlalpan	Cuicuilco y Villa Olímpica	

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.
Elaboración Propia

Cuadro 4.2.3

Zonas Arqueológicas de México, por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Oaxaca	Santa María Guelacé Santiago Suchilquitongo Tlacolula de Matamoros San Pablo Villa de Mitla Santiago Astata Santo Domingo Tehuantepec Santa María Atzompa	Dainzú Guijazo Lambityeco y Yagul Mitla Zaachila Guiengola Monte Albán	8
Chiapas	Ocosingo La Trinitaria Palenque Tuxtla Chico Comitán de Domínguez	Bonampak; Toniná y Yaxchilán Chinkultic Palenque Rosario Izapa Tenam Puente	7
Tabasco	Comalcalco Huimanguillo Tenosique Balancán	Comalcalco La Venta y Malpasito Ponomá y San Claudio Reforma	6
Campeche	Calakmul Escárcega Hopelchén Campeche Candelaria Tenabo Hecelchakán	Balamkú; Becán; Calakmul; Hormiguero; Nadzca'an y Xpuhil Chicanná Chunhuhub; Dzibilnocac; Hochob; Santa Rosa Xtampak; Tabasqueño y Tohcok Edzná El Tigre Kanki Xcalumkín	17
Quintana Roo	Solidaridad Otón P. Blanco Isla Mujeres Benito Juárez Felipe Carrillo Puerto Cozumel	Calica; Chacchoben; Cobá; Tulum; Xcaret y Xel Há Dzibanché-Kínichná; Kohunlich y Oxtankah El Meco El Rey Muyil San Gervasio	13
Yucatán	Acanceh Tixkokob Tinum Tekax Mérida Temozón Santa Elena Oxkutzcab Hoctún Tecoah Maxcanú	Acanceh Aké Balankanché y Chichén Itzá Chacmultún Dzibilchaltún Ek Balam Kabah y Uxmal Labná; Loltún; Sayil y Xlapac Izamal Mazapán Oxkintok	16
Total			176

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.
Elaboración Propia

Por otro lado, México, cuenta con 80 registros de monumentos históricos distribuidos en 27 estados de la República mexicana, los cuales son de interés para visitar por los turistas europeos y que se pueden apreciar en los cuadros 4.3.1 y 4.3.2.

Cuadro 4.3.1 Monumentos Históricos de México, por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Baja California Sur	Loreto	Misión de San Francisco Javier y Museo de las Misiones Jesuíticas	2
Sonora	Hermosillo	Museo Regional de Sonora	1
Chihuahua	Juárez	Museo Histórico Ex Aduana de Ciudad Juárez	1
Nuevo León	Monterrey	Museo Regional de Nuevo León Ex Obispado	1
Zacatecas	Guadalupe	Museo Regional de Guadalupe	1
San Luis Potosí	San Luis Potosí	Museo Regional Potosino	1
Nayarit	Compostela Tepic	Museo Local de Antropología e Historia de Compostela Museo Regional de Nayarit	2
Jalisco	Lagos de Moreno Guadalajara	Casa Museo Agustín Rivera Museo Regional de Guadalajara	2
Aguascalientes	Aguascalientes	Museo Regional de Historia de Aguascalientes	1
Guanajuato	Salamanca San Felipe Dolores Hidalgo Comonfort Valle de Santiago Yuriria Allende Guanajuato	Ex Convento Agustino de Fray Juan de Sahagún Museo Casa de Hidalgo La Francia Chiquita Museo de Sitio Casa de Hidalgo Museo Local Casa del Dr. Mora Museo Local de Valle de Santiago Museo Local Ex Convento Agustino de San Pablo Museo Local Histórico de San Miguel de Allende Museo Regional de Guanajuato Alhóndiga de Granaditas	8
Hidalgo	Epazoyucan Tepeapulco Ixmiquilpan Actopan Pachuca de Soto	Ex Convento de San Andrés Epazoyucan Ex Convento de San Francisco Tepeapulco Ex Convento de San Miguel Arcángel Museo Colonial del Ex Convento de San Nicolás Tolentino Museo Nacional de la Fotografía y Museo Regional de Hidalgo	6
Veracruz	Veracruz Santiago Tuxtla	Museo Local Baluarte de Santiago y Museo Local Fuerte de San Juan de Ulúa Museo Local Tuxteco	3
Colima	Colima	Museo Regional de Historia de Colima	1
Michoacán	Pátzcuaro Morelia Cuitzeo Huiramba	Museo de Artes e Industrias Populares de Pátzcuaro Museo de Sitio Casa de Morelos y Museo Regional Michoacano Dr. Nicolás León Calderón Museo Local de la Estampa Ex Convento de Santa María Magdalena Templo de Tupátaro	5
Estado de México	Calimaya Tlalmanalco Ecatepec de Morelos	Capilla Abierta del Templo de Calimaya Capilla Abierta de Tlalmanalco Centro Comunitario Ecatepec, Casa de Morelos	

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.

Elaboración Propia

Cuadro 4.3.2

Monumentos Históricos de México, por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Estado de México	Otumba	Ex Convento de Oxtotipac	6
	Acolman	Museo Colonial de Acolman	
	Tepotzotlán	Museo Nacional del Virreinato	
Tlaxcala	Tlaxcala	Museo Regional de Tlaxcala	1
Puebla	Huaquechula	Casa de la Palestina y Museo de Arte Religioso Ex Convento de San Martín Huaquechula	11
	Tecamachalco	Ex Convento de San Francisco Tecamachalco	
	Tlapanalá	Ex Convento de Tepapayeca	
	Tecali de Herrera	Ex-convento Franciscano de Tecalli	
	Puebla	Fuerte de Guadalupe; Museo de la No Intervención Fuerte de Loreto; Museo de Sitio Casa del Deán y Museo Local de Arte Religioso de Santa Mónica	
	Huejotzingo Tehuacan	Museo Local de la Evangelización Museo Local del Valle de Tehuacan	
Guerrero	Acapulco de Juárez	Museo Local Histórico de Acapulco Fuerte de San Diego	3
	Chilpancingo de los Bravo	Museo Regional de Guerrero y Unidad de Servicios Educativos	
Morelos	Cuautla	Museo Histórico del Oriente de Morelos Casa de Morelos	3
	Cuernavaca	Museo Regional Cuauhnáhuac (Palacio de Cortés)	
	Tepoztlán	Museo y Centro de Documentación Histórica Ex Convento de Tepoztlán	
Distrito Federal	Coyoacán	Castillo de Chapultepec	5
	Iztapalapa	Centro Comunitario Culhuacán Ex Convento de San Juan Evangelista	
	Álvaro Obregón	Museo de el Carmen	
	Cuauhtémoc	Museo Nacional de las Culturas	
	Coyoacán	Museo Nacional de las Intervenciones	
Oaxaca	San Juan Bautista Coixtlahuaca	Ex Convento de Coixtlahuaca	6
	Cuilapam de Guerrero	Ex Convento de Cuilapam	
	Santo Domingo Yanhuitlán	Ex Convento de Santo Domingo Yanhuitlán	
	San Pedro y San Pablo		
	Teposcolula	Ex Convento de Teposcolula	
	Oaxaca de Juárez	Museo de Sitio Casa Juárez; Museo Regional de las Culturas de Oaxaca	
Chiapas	Comitán de Domínguez	Museo Local Arqueológico de Comitán	2
	San Cristóbal de las Casas	Museo Local de los Altos de Chiapas	
Tabasco	Tacotalpa	Museo Local de la Sierra Ex Convento de Oxotlán	1
Campeche	Campeche	Baluartes de la Soledad Museo de las Estelas; Museo Local Arqueológico de Campeche Fuerte de San Miguel; Museo Local Histórico Fuerte de San José el Alto Armas y Marinería	4
	Hecelchakán	Museo Local Arqueológico Camino Real de Hecelchakán	
Quintana Roo	Otón P. Blanco	Capilla del siglo XVI, Zona Arqueológica de Oxtankah	2
	Solidaridad	Capilla del siglo XVI, Zona Arqueológica de Xcaret	
Yucatán	Mérida	Museo Regional de Antropología Palacio Cantón	1
Total			80

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.
Elaboración Propia

Hay lugares que son muy importantes por su valor histórico por lo que se consideran Patrimonio de la Humanidad, que estarían dentro de las principales opciones a visitar por los turistas europeos, contando con 26 registros distribuidos en 17 estados de la República mexicana que se encuentran registrados en el Sistema de Información Cultural de CONACULTA.

Cuadro 4.4
Patrimonio de la Humanidad de México, por Estado

Ubicación		Nombre	Cantidad
Estado	Municipio		
Baja California Sur	Mulegé	o Pinturas Rupestres de la Sierra de San Francisco o Santuario de Ballenas del Vizcaíno	3
	Los Cabos	o Islas y Áreas protegidas del Golfo de California	
Chihuahua	Casas Grandes	o Zona de Monumentos Arqueológicos de Paquimé	1
Zacatecas	Zacatecas	o Centro Histórico de Zacatecas	1
Jalisco	Tequila	o Paisaje Agavero y las Antiguas Instalaciones Industriales	2
	Guadalajara	o Hospicio Cabañas	
Guanajuato	Guanajuato	o Ciudad Histórica de Guanajuato y sus Minas Adyacentes	1
Querétaro	Querétaro, Landa de Matamoros	o Zona de Monumentos Históricos de Querétaro o Misiones Franciscanas de la Sierra Gorda	2
Veracruz	Papantla	o Ciudad Prehispánica de El Tajín	2
	Tlacotalpan	o Zona de Monumentos Históricos de Tlacotalpan	
Michoacán	Morelia	o Centro Histórico de Morelia	1
Estado de México	Teotihuacan	o Ciudad Prehispánica de Teotihuacan	1
Puebla	Puebla	o Centro Histórico de Puebla	1
Morelos	Cuernavaca	o Monasterios del siglo XVI en las faldas del Volcán Popocatepetl (Morelos y Puebla)	2
	Miacatlán	o Zona de Monumentos Arqueológicos de Xochicalco	
Distrito Federal	Miguel Hidalgo Cuauhtémoc	o Casa y Estudio de Luis Barragán o Centro Histórico de la Ciudad de México y Xochimilco	2
Oaxaca	Oaxaca de Juárez	o Centro Histórico de Oaxaca y Zona Arqueológica de Monte Albán	1
Chiapas	Palenque	o Ciudad Prehispánica y Parque Nacional de Palenque	1
Campeche	Campeche	o Zonas de Monumentos Históricos, Ciudad Fortificada de Campeche	2
	Calakmul	o Antigua Ciudad Maya de Calakmul	
Quintana Roo	Felipe Carrillo Puerto	o Reserva Ecológica de Sian Ka'an	1
Yucatán	Santa Elena	o Ciudad Prehispánica de Uxmal	2
	Tinum	o Ciudad Prehispánica de Chichén Itzá	
Total			26

Fuente: CONACULTA. Sistema de Información Cultural.

Elaboración Propia

El reto que se presenta, entonces, es coordinar los esfuerzos entre el sector turístico tradicional –que representa no sólo una fuente de información valiosa, sino un lugar a partir del cual se puede conquistar el turismo específico que buscamos–, la comunidad cultural y la sociedad en general ya que, indudablemente, existe una riquísima simbiosis entre turismo y cultura, cultura y turismo, detonantes ambos de sustentabilidad, y de un afortunado aporte al desarrollo socioeconómico sobre todo para las comunidades locales.

4.3.3 Infraestructura

De acuerdo, a lo ya analizado, podemos afirmar que nuestro país posee grandes ventajas en atractivos naturales y culturales por la gran variedad que se tiene, ahora bien, en este apartado, se analizará la infraestructura, que es imprescindible para lograr un mejor posicionamiento de México para el turismo europeo, en la atracción de un turismo superior que si bien es más demandante, es el que genera una mayor derrama de divisas.

En el cuadro 4.5 podemos observar, que en la actividad hotelera, las categorías de mayor preferencia son las consideradas como: Gran turismo con el 65% de ocupación y las de 5 estrellas con el 63% de ocupación, siendo las más indicadas para ofrecer al turismo Europeo ya que se tiene un amplio margen de disponibilidad.

En lo que se refiere a cuartos disponibles en hoteles, México cuenta con 57,977 de los cuales 7,475 corresponden a la categoría de Gran Turismo para ofrecer a los turistas que deseamos captar y que por su puesto son los más exigentes. La ocupación de cuartos en la actividad hotelera es del 51% lo que quiere decir que se cuenta con la disponibilidad suficiente de infraestructura en este rubro para que sean ocupados por el turismo Europeo.

Cuadro 4.5
Actividad Hotelera por Categoría 1993
(Miles)

Categorías	Cuartos		% Ocupación
	Disponibles	Ocupados	
Gran Turismo	7,475	4,865	65
5 estrellas	10,703	6,697	63
4 estrellas	13,156	6,887	52
3 estrellas	10,291	4,889	48
2 estrellas	8,162	3,184	39
1 estrella	8,190	3,237	40
Total	57,977	29,759	51

Fuente: Compendio de Estadísticas de Turismo, SECTUR.
Elaboración Propia

En el cuadro 4.6 se puede apreciar la oferta de los principales establecimientos turísticos en alimentos y bebidas contando con 126,674 restaurantes, 2,383 bares, 160 centros nocturnos, 767 discotecas y 210 salones de bailes, registrados por la Secretaría de Turismo, los cuales por las preferencias que caracterizan al turismo del Reino Unido, Italia y Mediterráneo les resultan atractivos, pues prefirieren la diversión nocturna en centros de entretenimiento como discotecas, que fueron descritos en el apartado 4.2.

Cuadro 4.6
Oferta de los Principales Establecimientos Turísticos de Alimentos y Bebidas 2001

Estado	Restaurantes	Bares	Otros Establecimientos de Alimentos y Bebidas		
			Centros Nocturnos	Discotecas	Salones de Bailes
Total	12,674	2,383	160	767	210
Distrito Federal	1,190	72	4	16	5
México	1,397	19	14	19	2
Nayarit	1,032	111		70	
Jalisco	931	281	14	65	4
Veracruz	889	367	15	93	11
Oaxaca	889	116	3	40	4
Nuevo León	783	29	8	11	12
Zacatecas	444	78	15	28	6
Morelos	356	46	14	25	6
Chiapas	355	77	3	23	24

Fuente: Secretaría de Turismo
Elaboración Propia

Por otro lado, el último registro con que cuenta la Secretaría de Turismo de agencias de viajes es el recabado en 1996 con 662 operadoras mayoristas, las cuales tendrían altas posibilidades de tener un trato directo con el turismo europeo para planificar sus viajes. Asimismo, también para este mismo año se tienen registrados 1,149 guías de turistas que tienen un papel importante para el enriquecimiento cultural que es primordial para el turismo europeo.

Cuadro 4.7
Oferta de Agencias de Viajes y Guías de Turistas 1996

Estados	Agencias de Viajes				Guías de Turistas
	Operadoras Mayoristas	Operadoras Minoristas	Subagencias	Total	
Total	662	2,498	296	3,456	1,149
Aguascalientes	0	32	6	38	6
Baja California	9	166	12	187	49
Baja California Sur	1	61	5	67	13
Campeche	0	23	0	23	15
Coahuila	3	53	2	58	1
Colima	0	22	6	28	21
Chiapas	8	57	9	74	50
Chihuahua	10	96	3	109	42
Distrito Federal	289	653	8	950	4
Durango	0	25	5	30	0
Guanajuato	14	82	8	104	6
Guerrero	21	40	10	71	351
Hidalgo	3	17	1	21	3
Jalisco	70	377	54	501	153
México	2	13	1	16	17
Michoacán	3	104	23	130	12
Morelos	4	51	11	66	17
Nayarit	12	18	2	32	3
Nuevo León	13	37	4	54	0
Oaxaca	25	38	14	77	111
Puebla	8	112	0	120	7
Querétaro	1	27	7	35	3
Quintana Roo	29	22	20	71	4
San Luis Potosí	5	37	4	46	29
Sinaloa	11	76	14	101	77
Sonora	3	40	1	44	23
Tabasco	13	21	6	40	0
Tamaulipas	68	8	8	84	1
Tlaxcala	1	7	3	11	19
Veracruz	10	90	4	104	17
Yucatán	26	57	13	96	73
Zacatecas	0	36	32	68	22

Fuente: Compendio de Estadística de Turismo, SECTUR
Elaboración Propia

En materia de transporte, específicamente hablando de los aeropuertos internacionales existen 53 que se encuentran distribuidos en 29 estados de la República mexicana, con excepción de Hidalgo, Morelos y Nayarit de acuerdo al último registro que se tiene, por parte del Compendio de Estadística de Turismo en 1997. (Véase cuadro 4.9), lo que significa tener cubiertos mas del 90% de los arribos al territorio nacional.

Cuadro 4.9
Aeropuertos Nacionales e Internacionales: 1997

Estados	Nacionales	Internacionales	Total
Total	31	53	84
Aguascalientes	0	1	1
Baja California	1	4	5
Baja California Sur	2	3	5
Campeche	0	2	2
Coahuila	1	4	5
Colima	1	1	2
Chiapas	2	1	3
Chihuahua	0	2	2
Distrito Federal	0	1	1
Durango	0	1	1
Guanajuato	1	1	2
Guerrero	0	2	2
Hidalgo	1	0	1
Jalisco	2	2	4
México	2	1	3
Michoacán	3	1	4
Morelos	1	0	1
Nayarit	1	0	1
Nuevo León	1	2	3
Oaxaca	3	2	5
Puebla	1	1	2
Querétaro	0	1	1
Quintana Roo	1	3	4
San Luis Potosí	1	1	2
Sinaloa	1	3	4
Sonora	0	5	5
Tabasco	0	1	1
Tamaulipas	1	4	5
Veracruz	4	1	5
Yucatán	0	1	1
Zacatecas	0	1	1

Fuente: Compendio de Estadística de Turismo, SECTUR
Elaboración Propia

De tal forma, podemos decir que el sistema aeroportuario del país tiene una capacidad importante por la presencia que hay en casi toda la República mexicana, aunque algunos aeropuertos, en particular el de la ciudad de México, muestran importantes síntomas de sobresaturación. La situación no es sostenible, por lo cual se precisó construir otra Terminal aérea en la capital del país.

Por ello, a partir del 2002 se inició el proyecto de “**Ampliación del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México**” con la construcción de otra terminal de 214 mil metros cuadrados, que constará de un nuevo edificio terminal, un hotel y dos estacionamientos, entre otras áreas, lo cual permitirá aumentar su capacidad en 50%, ya que se planea que tenga 26 posiciones de contacto y 12 posiciones más remotas.

Por otro lado, los cruceros, se han estado impulsando como otra nueva forma de viajar actualmente, para los turistas a nivel internacional.

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, la infraestructura portuaria para el desarrollo del transporte marítimo del país muestra rezagos, lo que podría limitar el crecimiento del turismo en cruceros, uno de los más dinámicos a nivel mundial, sin embargo, hay varios espacios para la marina turística en proyecto y construcción que serían muy valiosos para fomentar esta alternativa de viajar a nivel internacional.

Cuadro 4.8
Marinas y Muelles de Atraque: 1996

Estados	Marinas y Muelles de Atraque					
	Marinas en Operación	Marinas en Proyecto	Marinas en Construcción	Espacios en Marina Turística		
				Operando	Proyecto	Construcción
Total	37	26	7	4,197	8,451	910
Baja California	2	6	1	423	1,349	450
Baja California Sur	5	1	1	613	41	0
Colima	1	1	1	72	180	300
Guerrero	4	4	0	394	1,739	0
Jalisco	2	0	0	501	174	0
Nayarit	1	2	0	270	590	0
Oaxaca	1	2	1	70	220	160
Quintana Roo	10	0	0	660	350	0
Sinaloa	2	2	0	240	1,760	0
Sonora	3	2	1	722	2,048	0
Tabasco	0	1	0	0	0	0
Tamaulipas	0	4	0	0	0	0
Veracruz	2	1	2	87	0	0
Yucatán	4	0	0	145	0	0

Fuente: Compendio de Estadística de Turismo, SECTUR
Elaboración Propia

Otro de los retos, también relacionados con la sostenibilidad del turismo de cruceros, tiene que ver con los *beneficios económicos* que éste genera pues, numerosos lugares son visitados por más pasajeros de cruceros que por turistas que se alojan en las zonas de destino, por lo que los beneficios no revierten en el desarrollo de los lugares visitados, ya que los turistas gastan en el barco y sólo pasan unas horas en cada uno de los puertos que visitan.

Además, el turismo de cruceros debe superar la incidencia medioambiental. El turismo de cruceros genera abundantes residuos sólidos y líquidos que, si no son adecuadamente tratados, pueden comprometer el equilibrio ambiental de los mares por los que transita.

Finalmente, podemos concluir que una vez señaladas nuestras ventajas específicas a lo largo de este apartado, será más fácil crear sistemas de difusión para el turismo europeo que se quiere atraer, con rutas y programas que, alejándose del turismo masivo, ofrezcan productos de calidad. En este sentido, resultará fundamental la creación de amplios

programas de información y de divulgación, que contengan este tipo de características. Una de las condiciones para atraer a más y mejor turismo, es destacar lo que hace a este país diferente, porque son precisamente nuestras diferencias lo que proporcionará las ventajas comparativas que atraerán un turista más selecto.

Conclusiones

- 1.- El turismo es un factor importante en el desarrollo económico y social de México, ya que contribuye a la generación de divisas, participando favorablemente en la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos, en la Balanza Comercial, en el PIB y la generación de empleos.
- 2.- La participación del turismo en el PIB ha sido significativa ya que, durante el periodo que se estudió, representó en promedio el 7.8% del PIB nacional, lo que significa una importante aportación de este sector en la economía nacional.
- 3.- La participación del turismo en los ingresos de la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos ha sido muy favorable, superando en gran medida a la de los egresos, por lo que se puede decir que el turismo ha sido un gran generador de divisas.
- 4.- El turismo por la evolución que presenta en nuestro país, ha conservado una tendencia de crecimiento muy similar al de la actividad nacional, pues en promedio el crecimiento del PIB nacional ha sido del 3% y el del PIB turístico ha sido del 2%, a pesar de los problemas políticos, económicos y sociales.
- 5.- México ha sido el único país latinoamericano ubicado entre los principales países receptores de turistas internacionales, dado que en el 2002 ocupó el 8° lugar a nivel mundial como captador de turistas. Sin embargo, el gasto promedio por turistas es menor ya que, ocupó el 13° lugar en el ingreso de divisas.
- 6.- La relación que México tiene con Estados Unidos en afluencia turística es acentuada ya que, durante el periodo de estudio las llegadas por turismo receptivo norteamericano representaron en promedio el 86% y en ingresos por turismo internacional el 80%.

- 7.- De este 86% de afluencia turística proveniente de Estados Unidos, es relevante destacar que Texas y California aportan casi la mitad de estas llegadas por turismo receptivo registrando el 39%, siendo los dos estados con enorme inmigración mexicana, lo que nos lleva a decir que buena parte de la afluencia de Estados Unidos es originada por los mismos mexicanos, y que la afluencia de extranjeros norteamericanos en realidad no es tan significativa, por lo que esto podría ser una razón importante para diversificar el turismo nacional hacia Europa.
- 8.- Canadá, representa para México en promedio el 4% de la afluencia turística y el 5% en ingresos, por lo que se puede inferir que los turistas canadienses gastan más cuando visitan nuestro país que los estadounidenses.
- 9.- Por tales razones, es importante que México busque tener un equilibrio tanto en la afluencia de turistas como en la captación de divisas provenientes de Estados Unidos y Canadá para mejorar la derrama económica del turismo además, de lograr romper con la dependencia que se tiene, teniendo como alternativa al turismo Europeo.
- 10.- Dado que el turismo procedente de Europa gasta más cuando visita México que los norteamericanos ya que aportan un 8% de ingresos en comparación a su afluencia turística que es del 5%, es esta una valiosa razón para incrementar la afluencia turística de estos países pues redundará en una mayor captación de divisas.
- 11.- Para atraer más turismo europeo es necesario considerar sus rasgos ya que, se debe de ofrecer los servicios y atractivos que estos demanden para cumplir con sus preferencias, acentuando todas las ventajas específicas que nuestro país tiene tanto en atractivos naturales como culturales, ya que una de las condiciones para atraer a más y mejor turismo, es destacar lo que hace a este país diferente, porque son precisamente nuestras diferencias lo que proporcionará las ventajas comparativas que atraerán un turista más selecto, que es el que mayores aportaciones realiza.

- 12.- Una vez que ya se haya cumplido con lo dicho anteriormente, será necesario crear sistemas de difusión para el turismo más especializado, con rutas y programas que, alejándose del turismo masivo, ofrezcan productos de calidad. En este sentido, resultará fundamental la creación de amplios programas de información y de divulgación, que contengan este tipo de investigaciones.
- 13.- La capacidad del país en las principales categorías de hoteles que existen es favorable, siendo estas las más indicadas para ofrecer al turismo Europeo ya que se cuenta con un amplio margen de disponibilidad y sus características satisfacen las preferencias de este tipo de turistas.
- 14.- El país tiene transporte marítimo con rezagos, lo que limitaría el crecimiento de este tipo de turismo, uno de los más dinámicos a nivel mundial, por lo que sería necesario acelerar a ejecución de los proyectos que se tienen para la marina turística. Asimismo, es importante decir que es necesario desarrollar este tipo de servicios con capitales nacionales para que los beneficios de los altos consumos que se realizan en los barcos representen un importante flujo de divisas para el país, sin descuidar la incidencia medioambiental que el turismo en cruceros produce.
- 15.- La capacidad que tiene el país en aeropuertos internacionales es importante por la presencia que se tiene en casi toda la República mexicana, (aunque algunos aeropuertos, en particular el de la ciudad de México, muestran importantes síntomas de sobresaturación), por lo que es necesario la terminación de la “Ampliación del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México” para que no se vea limitado el turismo internacional receptivo.
- 16.- La participación de los ingresos por turismo en la estructura de la Balanza Turística y del Personal Ocupado no se ha alterado significativamente a partir de la fecha que abarca este trabajo (año 2004), conforme se puede observar en el apéndice 2, por lo que las conclusiones derivadas de los periodos de los datos estadísticos considerados para este trabajo tienen validez a la fecha.

APÉNDICES

Para el capítulo 1

Cuadro 1.4

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) 2004 ^{p/}
(Millones de pesos a precios de 1993)

Concepto	Trimestres				Acumulados		
	I	II	III	IV	6 meses	9 meses	Anual
<i>Valor agregado bruto en valores básicos</i>	1,532,279	1,580,784	1,538,472	1,636,473	1,556,532	1,550,512	1,572,002
GD 1 Agropecuario, silvicultura y pesca	85,828	92,334	76,336	104,938	89,081	84,833	89,859
Sector industrial	411,886	428,973	432,481	427,079	420,429	424,446	425,104
GD 2 Minería	20,605	20,975	20,749	20,522	20,790	20 776 627	20,713
GD 3 Industria manufacturera	301,620	315,805	312,664	311,291	308,712	310,030	310,345
Divisiones:							
I Alimentos, bebidas y tabaco	81,432	82,413	80,227	84,045	81,923	81,358	82,029
II Textiles, vestido y cuero	20,839	21,426	22,229	21,292	21,133	21,498	21,447
III Madera y sus productos	6,486	7,250	7,638	7,773	6,868	7,125	7,287
IV Imprenta y editoriales	12,190	14,177	13,287	13,567	13,183	13,218	13,305
V Químicos, derivados del petróleo, caucho y plástico	45,170	46,277	47,788	46,164	45,723	46,412	46,350
VI Minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo y carbón	21,799	22,331	22,410	22,318	22,065	22,180	22,215
VII Industrias metálicas básicas	15,755	15,895	16,147	15,415	15,825	15,932	15,803
VIII Productos metálicos, maquinaria y equipo	89,615	95,775	93,908	92,427	92,695	93,100	92,931
IX Otras industrias manufactureras	8,334	10,261	9,030	8,289	9,297	9,208	8,978
GD 4 Construcción	63,469	64,155	68,811	67,145	63,812	65,478	65,895
GD 5 Electricidad, gas y agua	26,192	28,037	30,256	28,121	27,115	28,162	28,152
<i>Sector servicios</i>	1,088,336	1,114,651	1,085,060	1,161,243	1,101,493	1,096,015	1,112,322
GD 6 Comercio, restaurantes y hoteles	314,336	336,126	343,338	362,262	325,231	331,266	339,015
GD 7 Transporte, almacenaje y comunicaciones	197,213	199,285	200,981	208,488	198,249	199,160	201,492
GD 8 Financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler	266,574	271,315	274,702	276,376	268,944	270,864	272,242
GD 9 Servicios comunales sociales y personales	310,213	307,925	266,039	314,117	309,069	294,726	299,573
Servicios bancarios imputados	-53,771	-55,173	-55,405	-56,787	-54,472	-54,783	-55,284

FUENTE: Elaboración propia con información del INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México

p/ =Cifras preliminares

Cuadro 1.5

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) 2003

(Millones de pesos a precios de 1993)

Concepto	Trimestres				Acumulados		
	I	II	III	IV	6 meses	9 meses	Anual
<i>Valor agregado bruto en valores básicos</i>	1,474,564	1,518,848	1,471,397	1,560,302	1,496,706	1,488,270	1,506,278
GD 1 Agropecuario, silvicultura y pesca	80,158	86,346	77,211	101,982	83,252	81,238	86,424
Sector industrial	399,256	413,487	412,710	412,179	406,371	408,484	409,408
GD 2 Minería	19,450	20,443	20,423	20,514	19,947	20,106	20,208
GD 3 Industria manufacturera	294,004	304,304	297,801	300,401	299,154	298,703	299,127
Divisiones:							
I Alimentos, bebidas y tabaco	79,254	80,581	78,463	81,247	79,918	79,433	79,886
II Textiles, vestido y cuero	20,857	20,979	21,552	21,068	20,918	21,129	21,114
III Madera y sus productos	6,485	7,133	7,353	7,996	6,809	6,990	7,242
IV Imprenta y editoriales	12,056	13,830	12,798	13,540	12,943	12,895	13,056
V Químicos, derivados del petróleo, caucho y plástico	43,762	44,771	45,616	44,522	44,266	44,716	44,668
VI Minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo y carbón	21,044	21,329	20,990	21,115	21,186	21,121	21,119
VII Industrias metálicas básicas	14,847	15,155	14,689	14,940	15,001	14,897	14,908
VIII Productos metálicos, maquinaria y equipo	87,044	92,036	87,409	87,033	89,540	88,830	88,381
IX Otras industrias manufactureras	8,656	8,490	8,932	8,938	8,573	8,692	8,754
GD 4 Construcción	60,488	61,399	64,992	63,368	60,943	62,293	62,561
GD 5 Electricidad, gas y agua	25,314	27,341	29,493	27,896	26,327	27,383	27,511
<i>Sector servicios</i>	1,045,061	1,069,917	1,033,321	1,099,192	1,057,489	1,049,433	1,061,873
GD 6 Comercio, restaurantes y hoteles	303,869	323,502	327,165	338,594	313,686	318,179	323,282
GD 7 Transporte, almacenaje y comunicaciones	178,842	183,072	182,905	189,742	180,957	181,606	183,640
GD 8 Financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler	255,287	258,544	263,114	264,055	256,915	258,981	260,250
GD 9 Servicios comunales sociales y personales	307,063	304,800	260,137	306,802	305,932	290,667	294,701
Servicios bancarios imputados	-49,911	-50,901	-51,845	-53,052	-50,406	-50,886	-51,427

FUENTE: Elaboración propia con información del INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México

Cuadro 1.6

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB) 2002

(Millones de pesos a precios de 1993)

Concepto	Trimestres				Acumulados		
	I	II	III	IV	6 meses	9 meses	Anual
<i>Valor agregado bruto en valores básicos</i>	1,438,842	1,517,486	1,457,526	1,527,612	1,478,164	1,471,284	1,485,366
GD 1 Agropecuario, silvicultura y pesca	79,231	83,193	74,621	96,983	81,212	79,015	83,507
Sector industrial	389,230	424,233	418,259	408,843	406,731	410,574	410,141
GD 2 Minería	18,845	19,782	19,753	19,597	19,314	19,460	19,494
GD 3 Industria manufacturera	288,588	316,366	306,103	300,959	302,477	303,686	303,004
Divisiones:							
I Alimentos, bebidas y tabaco	77,998	79,966	76,994	79,206	78,982	78,320	78,541
II Textiles, vestido y cuero	21,346	23,921	23,493	21,797	22,633	22,920	22,639
III Madera y sus productos	6,265	7,528	7,781	8,039	6,896	7,191	7,403
IV Imprenta y editoriales	11,541	14,123	13,170	13,938	12,832	12,945	13,193
V Químicos, derivados del petróleo, caucho y plástico	41,479	45,425	45,385	43,668	43,452	44,096	43,989
VI Minerales no metálicos, excepto derivados del petróleo y carbón	19,694	21,648	21,448	21,608	20,671	20,930	21,099
VII Industrias metálicas básicas	13,357	14,649	14,964	14,300	14,003	14,323	14,318
VIII Productos metálicos, maquinaria y equipo	88,312	99,208	93,842	90,408	93,760	93,787	92,942
IX Otras industrias manufactureras	8,597	9,898	9,026	7,994	9,247	9,174	8,879
GD 4 Construcción	57,247	60,717	63,069	61,229	58,982	60,344	60,566
GD 5 Electricidad, gas y agua	24,549	27,368	29,334	27,058	25,959	27,084	27,077
Sector servicios	1,017,313	1,057,889	1,013,043	1,070,634	1,037,601	1,029,415	1,039,720
GD 6 Comercio, restaurantes y hoteles	297,582	323,391	322,827	328,517	310,487	314,600	318,079
GD 7 Transporte, almacenaje y comunicaciones	169,486	177,904	173,800	178,407	173,695	173,730	174,899
GD 8 Financieros, seguros, actividades inmobiliarias y de alquiler	245,608	249,608	253,463	252,864	247,608	249,560	250,386
GD 9 Servicios comunales sociales y personales	304,637	306,986	262,953	310,846	305,811	291,525	296,355
Servicios bancarios imputados	-46,932	-47,830	-48,397	-48,848	-47,381	-47,719	-48,001

FUENTE: Elaboración propia con información del INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México

Para el capítulo 2

Cuadro 2.16
Balanza Turística y Personal Ocupado:1992-2004

CONCEPTO	TOTAL	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
INGRESOS (millones de dólares)														
Visitantes Internacionales A México	99,354	6,085	6,167	6,363	6,180	6,756	7,376	7,493	7,223	8,295	8,401	8,858	9,362	10,796
Turistas Internacionales	75,692	4,471	4,564	4,854	4,689	5,110	5,531	5,633	5,506	6,436	6,538	6,725	7,252	8,382
Turismo Receptivo	68,251	3,868	4,019	4,254	4,053	4,470	5,086	5,135	5,062	5,817	5,941	6,084	6,680	7,783
Turismo Fronterizo	7,440	603	545	600	637	640	445	499	444	619	597	641	572	599
Excursionistas Internacionales	23,620	1,614	1,603	1,509	1,490	1,646	1,845	1,860	1,717	1,859	1,862	2,133	2,110	2,371
Excursionistas Fronterizos	21,361	1,526	1,514	1,424	1,383	1,533	1,723	1,738	1,552	1,658	1,647	1,851	1,822	1,993
Pasajeros En Crucero	2,258	88	89	85	107	113	123	122	165	201	215	282	289	378
EGRESOS (millones de dólares)														
Visitantes Internacionales De México Al Exterior	66,680	6,107	5,562	5,338	3,171	3,387	3,891	4,209	4,541	5,499	5,702	6,060	6,253	6,959
Turistas Internacionales	30,006	2,542	2,417	2,445	1,240	1,536	1,821	2,002	1,950	2,445	2,768	2,778	2,835	3,227
Turismo Egresivo	25,917	2,079	2,072	1,950	1,023	1,320	1,593	1,721	1,691	2,164	2,399	2,429	2,565	2,911
Turismo Fronterizo	4,089	462	345	495	217	216	228	281	260	281	368	349	270	316
Excursionistas Internacionales	36,675	3,566	3,145	2,893	1,930	1,851	2,071	2,207	2,591	3,054	2,934	3,282	3,418	3,732
Excursionistas Fronterizos	36,675	3,566	3,145	2,893	1,930	1,851	2,071	2,207	2,591	3,054	2,934	3,282	3,418	3,732
SALDO (millones de dólares)														
Visitantes Internacionales	32,673	-23	605	1,025	3,009	3,369	3,485	3,284	2,682	2,796	2,699	2,798	3,108	3,837
Turistas Internacionales	45,686	1,929	2,148	2,409	3,449	3,574	3,710	3,631	3,555	3,991	3,771	3,947	4,417	5,155
Turismo Receptivo - Egresivo	42,334	1,788	1,947	2,304	3,030	3,150	3,493	3,414	3,371	3,653	3,542	3,655	4,115	4,873
Turismo Fronterizo	3,352	141	200	105	419	424	217	217	184	338	229	292	302	282
Excursionistas Internacionales	-13,055	-1,952	-1,542	-1,384	-440	-205	-226	-347	-874	-1,195	-1,072	-1,149	-1,308	-1,361
Excursionistas Fronterizos	-15,314	-2,040	-1,631	-1,469	-548	-318	-348	-469	-1,039	-1,397	-1,287	-1,431	-1,597	-1,739
Pasajeros En Crucero	2,258	88	89	85	107	113	123	122	165	201	215	282	289	378
Personal Ocupado (miles de personas)														
Personal Ocupado Del País	NA	ND	27,467	28,166	27,347	28,270	29,347	30,635	31,364	32,009	31,827	31,552	31,681 /p	ND /p
Personal Ocupado En El Sector Turismo	NA	ND	1,612	1,684	1,712	1,690	1,698	1,751	1,729	1,753	1,740	1,713	1,732 /p	1,759 /p
Participación Del Sector Turismo (%)	NA	ND	5.87	5.98	6.26	5.98	5.79	5.72	5.51	5.48	5.47	5.43	5.47 /p	0.00 /p

ND = No disponible

NA = No aplicable

FUENTE: Banco De México; Instituto Nacional De Estadística, Geografía E Informática.

Cuadro 2.17
Balanza de pagos de México
Cuenta corriente
Unidad de Medida: Millones de dólares.

Periodo	Saldo	Ingresos Totales	Exportación de mercancías	Servicios no factoriales			Servicios factoriales			Transferencias	Egresos Totales
				Total	Viajeros	Otros	Total	Intereses	Otros		
1992	-24,438	61,669	46,196	9,192	6,085	3,107	2,876	2,160	716	3,406	86,107
1993	-23,399	67,752	51,886	9,419	6,167	3,252	2,790	2,048	742	3,657	91,151
1994	-29,662	78,372	60,882	10,301	6,364	3,938	3,367	2,700	667	3,822	108,034
1995	-1,577	97,029	79,542	9,665	6,179	3,486	3,828	3,018	810	3,995	98,606
1996	-2,508	115,316	96,000	10,602	6,756	3,846	4,154	3,307	847	4,561	117,824
1997	-7,665	131,318	110,431	11,054	7,376	3,677	4,560	3,750	811	5,273	138,983
1998	-15,993	140,149	117,539	11,523	7,493	4,030	5,047	4,034	1,013	6,040	156,141
1999	-13,929	158,911	136,362	11,692	7,223	4,469	4,517	3,736	781	6,340	172,839
2000	-18,684	192,876	166,121	13,712	8,294	5,418	6,020	5,025	995	7,023	211,559
2001 ^{p/}	-17,678	186,167	158,780	12,660	8,401	4,260	5,367	4,075	1,292	9,360	203,844
2002	-14,107	188,140	161,046	12,692	8,858	3,834	4,099	2,835	1,263	10,304	202,247
2003	-8,835	195,136	164,766	12,533	9,362	3,171	3,942	2,343	1,599	13,895	203,972
2004	-6,682	224,786	187,999	13,955	10,796	3,160	5,708	2,211	3,497	17,124	231,468
2005	-4,647	256,634	214,233	16,066	11,803	4,263	5,794	3,011	2,783	20,541	261,281

p/ Cifras preliminares a partir de la fecha que se indica.

Fuente: Banco de México. Indicadores económicos.

Cuadro 2.18
Balanza Comercial de México : 1992-2005
(Millones de dólares)

Periodo	Saldo	Exportaciones	Importaciones
1992	-15,934	46,196	62,129
1993	-13,481	51,886	65,367
1994	-18,464	60,882	79,346
1995	7,089	79,542	72,453
1996	6,531	96,000	89,469
1997	624	110,432	109,808
1998	-7,834	117,539	125,373
1999	-5,613	136,362	141,975
2000	-8,337	166,121	174,458
2001	-9,617	158,780	168,397
2002	-7,633	161,046	168,679
2003	-5,780	164,766	170,546
2004	-8,811	187,999	196,810
2005^{p/}	-7,587	214,233	221,820

Nota: p/ Cifras preliminares a partir de la fecha que se indica.

Fuente: Grupo de trabajo integrado por BANXICO-INEGI-Servicio de Administración Tributaria y la Secretaría de Economía.

Bibliografía

- 1) Banco de México. *Informe Anual*, 2001.
- 2) Banco Interamericano de Desarrollo. *Desarrollo del Turismo en México*, Ed. México: FONATUR.
- 3) Bravo Anguiano, Ricardo. *Metodología de la investigación económica*; Editorial Alhambra Mexicana, 1ª edición 1994.
- 4) Bull, Adrián. *La economía del sector turístico*, Alianza Económica, Madrid 1994.
- 5) Centro de Estudios Superiores de Turismo. *Desarrollo Turístico de América Latina*, Ed. México: SECTUR.
- 6) CONCANACO. *Aspectos Generales de TLC*, No. 19, Mayo 1991, México.
- 7) El ABC del TLC. *Tratado de Libre Comercio entre México, Canadá y Estados Unidos*, Carlos Salinas de Gortari, SECOFI, México.
- 8) Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México, SECTUR a través del Centro de Estudios Superiores en Turismo.
- 9) Fernández Álvarez, Nilsa Yolanda. *Tesis: Tratado de Libre Comercio entre México, Estados Unidos y sus posibles efectos en el sector Turismo en México "Fundamentalmente en la Hoteleria"*; Ed. México: I.P.N.
- 10) Figueroa, Manuel. *Teoría Económica del Turismo*, Editorial Alianza, Madrid España 1985.
- 11) INEGI, 1995. *Estadísticas del Medio Ambiente. México. 1994*. INEGI. México.
- 12) Jiménez Martínez, Alfonso de Jesús. *Turismo: Estructura y Desarrollo: La estructura funcional del turismo internacional y la política turística de México. Desarrollo histórico. 1945-1990*, México, 1993, Mc-Graw-Hill.
- 13) Joseph, Francesc Valls. *Claves del mercado turístico*, Desuto, 1996.
- 14) Lavaur, Luis. *El Turismo en su historia*, Barcelona: Editur, 1974.
- 15) Ley Federal del Turismo. 10ª edición, México, Editorial Porrúa, 1997.
- 16) Rodríguez Woog, Manuel. *Una aproximación al conocimiento científico del turismo, en Turismo y Territorio*, Daniel Hiernaux Coodinador, UNAM Xochimilco, 1994, México.
- 17) Organización Mundial de Turismo, *OMT: Contribuciones del Turismo Nacional e Internacional a los Ingresos de los Estados*.

- 18) Organización Mundial de Turismo, publicación “Travel Industry Publishing Company, 2001”.
- 19) Poder Ejecutivo Federal. *Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006*, Talleres Gráficos de México, 2002.
- 20) Rey, Romay Benito et. al. *La integración comercial de México a Estados Unidos y Canadá*, siglo XXI Editores, México, 1992.
- 21) SECOFI, Tratado de Libre Comercio en América del Norte. Monografía 9, Servicios. p.3, octubre, 1991.
- 22) Secretaría de Turismo. *Compendio Estadístico del Turismo en México*, La Secretaría, abril 2002.
- 23) Secretaría de Turismo. *Plan Nacional de Turismo 2001-2006*, Primera edición 2001.
- 24) Seminario de Divulgación. Mercados Potenciales de Viajes de Alemania y el Reino Unido a México. Secretaría de Turismo – Coopers & Lybrand Consulting. Junio 24, 1997.
- 25) Turismo de Placer Canadiense/ Estudio de mercado: Hechos relevantes sobre México; Sectur, Angus Reid. Group, Inc. Mayo 1992.
- 26) UNAM, 1990. *Atlas nacional de México*. Instituto de Geografía. México.
- 27) Zorrilla Arena, Santiago y José Silvestre Méndez Morales, *Diccionario de Economía*, México, Limusa-Noriega (2ª. Ed.), 1994.