



NUEVA política turística

para recuperar la competitividad del sector y detonar el desarrollo regional

the David &
Lucile Packard
FOUNDATION

IMCO

Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

www.imco.org.mx



facebook.com/imcomx



[@imcomx](https://twitter.com/imcomx)

El sector turístico se encuentra estancado



Pese a que México es conocido por...

Ser el **13°** país con más llegadas de turistas y que el sector turístico representa:

4^a

Fuente de divisas

9%

PIB

22

Millones de turistas internacionales

13%

Empleos

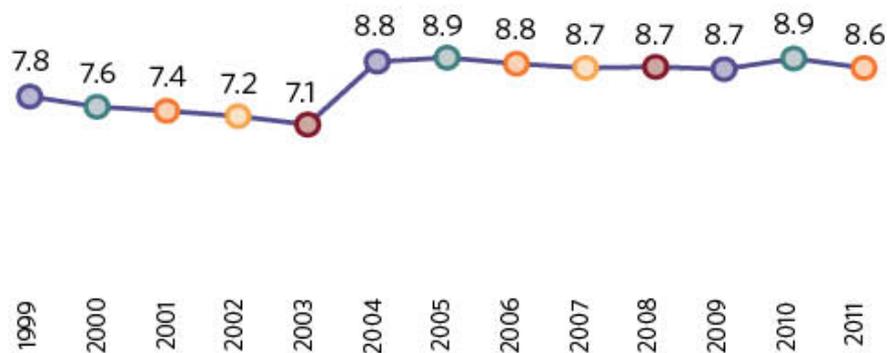
7%

Población ocupada

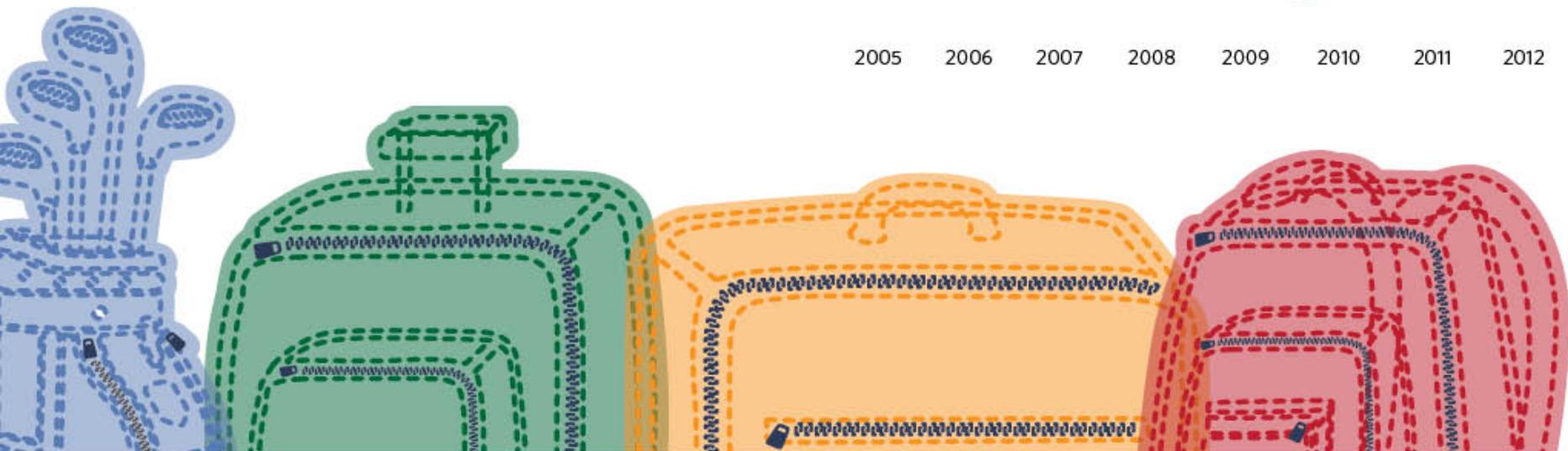
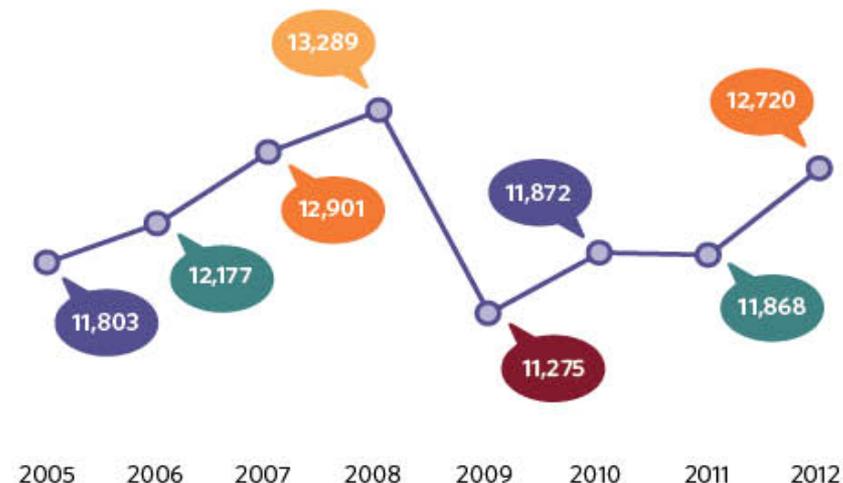


El turismo deja cada día menos a la economía

Participación del turismo en el PIB Nacional 1998-2011.

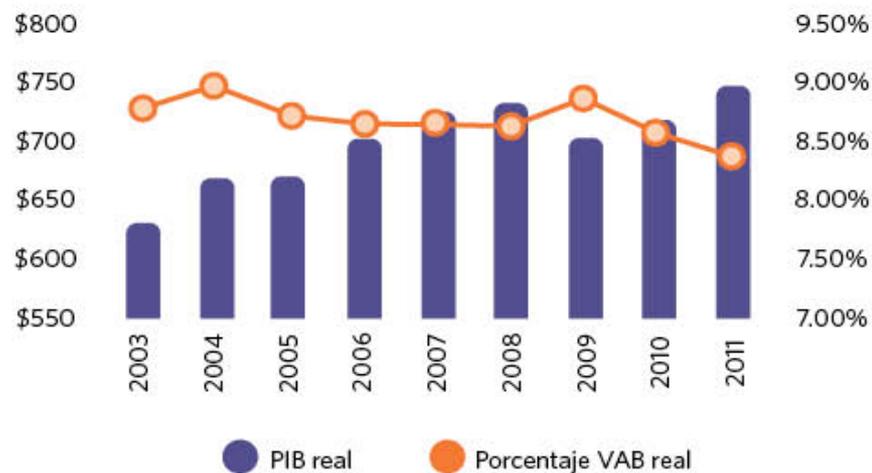


Ingreso de divisas por turistas internacionales (Millones de dólares). 2005-2012.

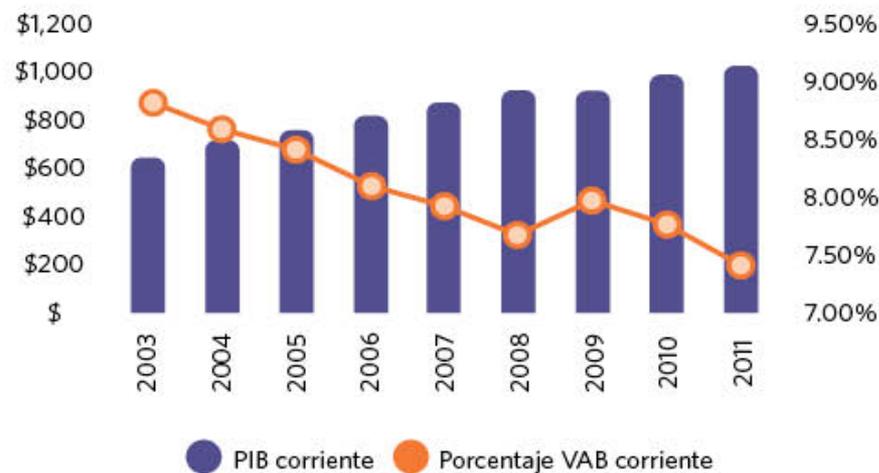


...y tanto en términos reales como nominales, cada vez agrega menos valor

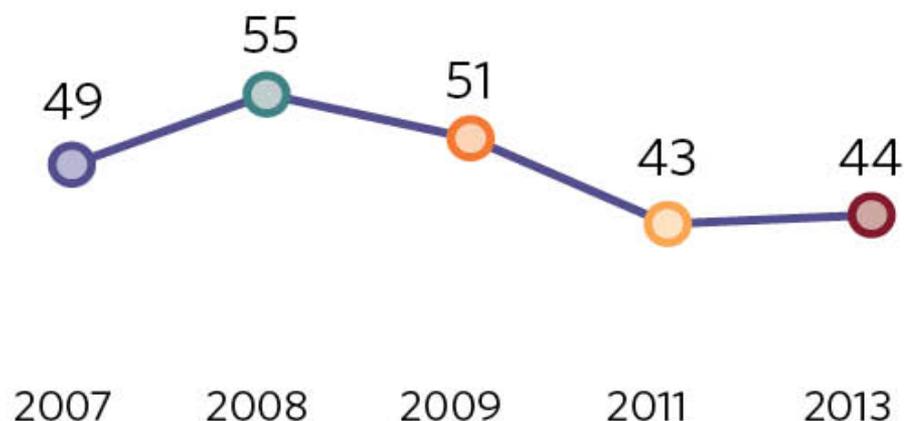
PIB Real del sector turístico y porcentaje del VAB como proporción del PIB nacional real



PIB nominal del sector turístico y porcentaje de VAB como proporción del PIB nacional nominal



...además para los expertos, México ya no figura entre los mejores destinos



Un turista que visita México gasta en promedio sólo **un tercio** de lo que gastaría en **EUA** y apenas **63%** de lo que gastaría en **Turquía**

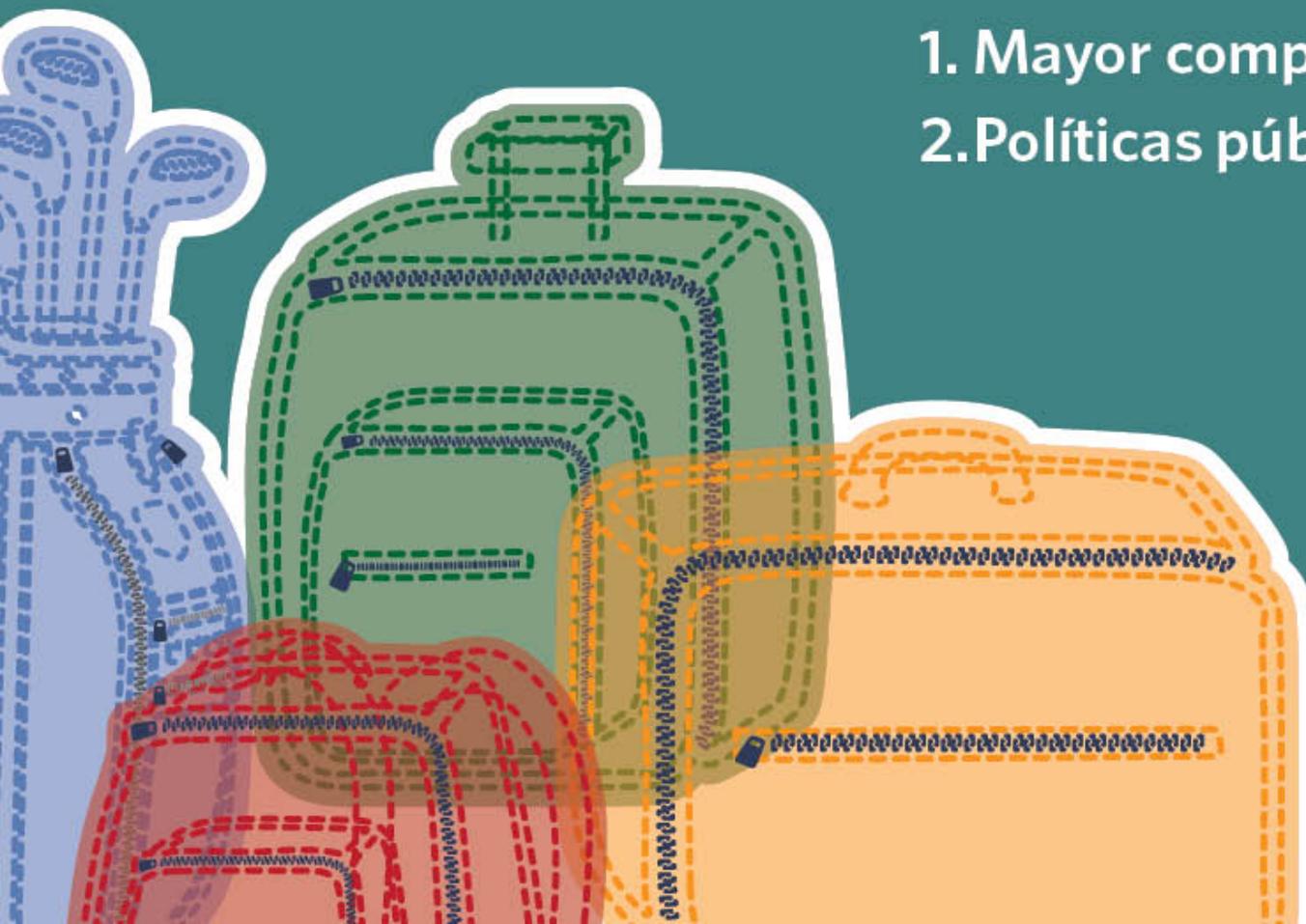
En opinión de los expertos, México ya no figura entre los mejores 10 destinos del mundo para visitar:

- **Lonely Planet** → ningún destino mexicano dentro del ranking de los mejores lugares para viajar (países ciudades y regiones) en el 2013.
- **Tripadvisor** → México no aparece dentro de los 10 mejores destinos a pesar de tener 4 playas en el top 25.
- **Travel and Leisure** → El país no figura dentro de lo "mejor del mundo" aunque algunos Spas se ubican entre los mejores.
- **Condé Nast Traveller** → lugar 15º como mejor destino.



Las razones que explican esto:

1. Mayor competencia
2. Políticas públicas inadecuadas



1. Mayor competencia

Tasa de crecimiento de llegada de turistas de Estados Unidos a distintos países (2005-2010)

País	2005-2006	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	TMCA
Cuba	-1.14%	10.09%	3.41%	25.18%	20.19%	16.68%	12.23%
República Dominicana	8.15%	-1.12%	1.09%	5.20%	6.78%	6.36%	3.00%
Perú	-0.19%	13.63%	10.62%	2.03%	-2.13%	-1.27%	3.80%
Costa Rica	-3.55%	8.08%	2.13%	-4.59%	7.90%	3.34%	2.72%
México	-0.28%	0.89%	-0.71%	-10.55%	7.60%	-0.30%	-0.66%

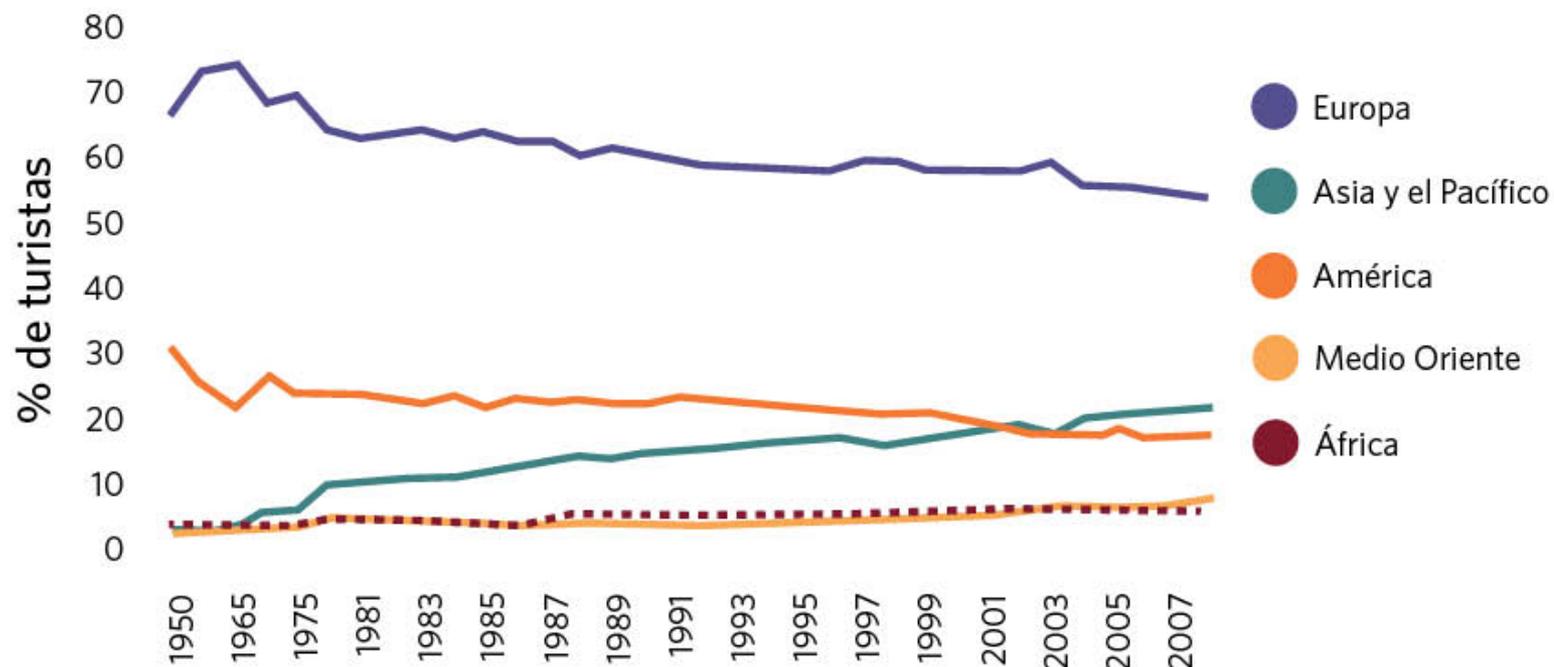


1. Más turistas pero no tan cercanos a México

América y Europa están perdiendo participación en el mercado ante Asia y el Pacífico

BRICs representan 35% del mercado aéreo y llegarán al 50% en el 2050.

Llegadas de turistas por región como porcentaje del total global



1. Lo que implica nuevas formas de competir

Países emergentes surgen como nuevos destinos:

- **Malasia:** creció **140%** en la última década (**9°** más visitado)
- **China:** creció casi **80%** (**3°** más visitado)

- **China** → se espera crezca 17% anual los próximos 10 años

(25 millones de turistas adicionales al 2021) pero buscan:

- Ciudades emblemáticas y centros de compras de clase mundial
- 22% desea viajar a destinos de Sol y playa
- **India y Brasil**
- gran competencia turística a bajos precios y menores distancias.
- **El turista brasileño busca:** ciudades de moda y “vibrantes”, visitar lugares históricos así como, galerías, museos, y realizar compras.



2. Políticas públicas inadecuadas

1. FONATUR invierte a través de Centros integralmente planeados sin mayor planeación sobre el crecimiento del destino en el mediano plazo al no considerar:

- Impactos fuera del CIP
- Planeación urbana
- Estrategias para preservar y enaltecer los activos naturales y culturales

2. El acuerdo nacional por el turismo **no incluye estándares internacionales**

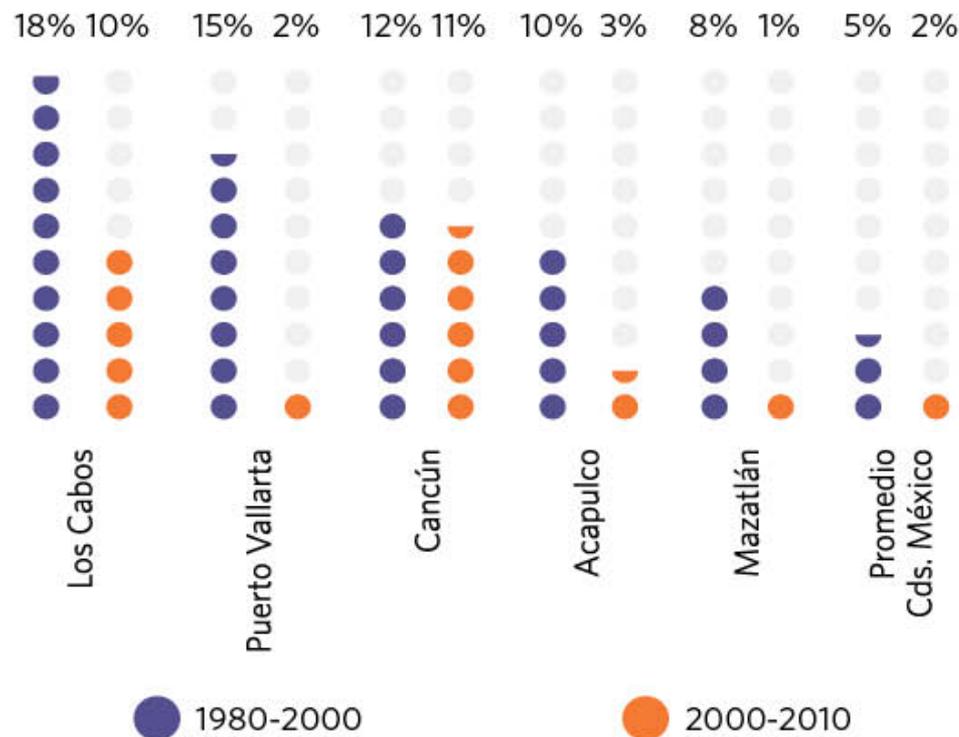
- Ninguna de sus 10 principales acciones considera la LGT dónde la sustentabilidad es la pieza clave
- FONATUR no participa en ninguna de las 9 acciones de corte ambiental, siendo la institución una de las primeras responsables en la planeación inicial de los grandes centros de desarrollo turísticos del país
- No menciona ninguna adopción de estándares y criterios internacionales para la sustentabilidad

3. Las políticas de FONATUR **no se han evaluado**

4. La políticas del sector **no responden a tendencias internacionales**

Las inversiones públicas detonan un mayor crecimiento en los destinos turísticos...

Tasas de crecimiento de la mancha urbana



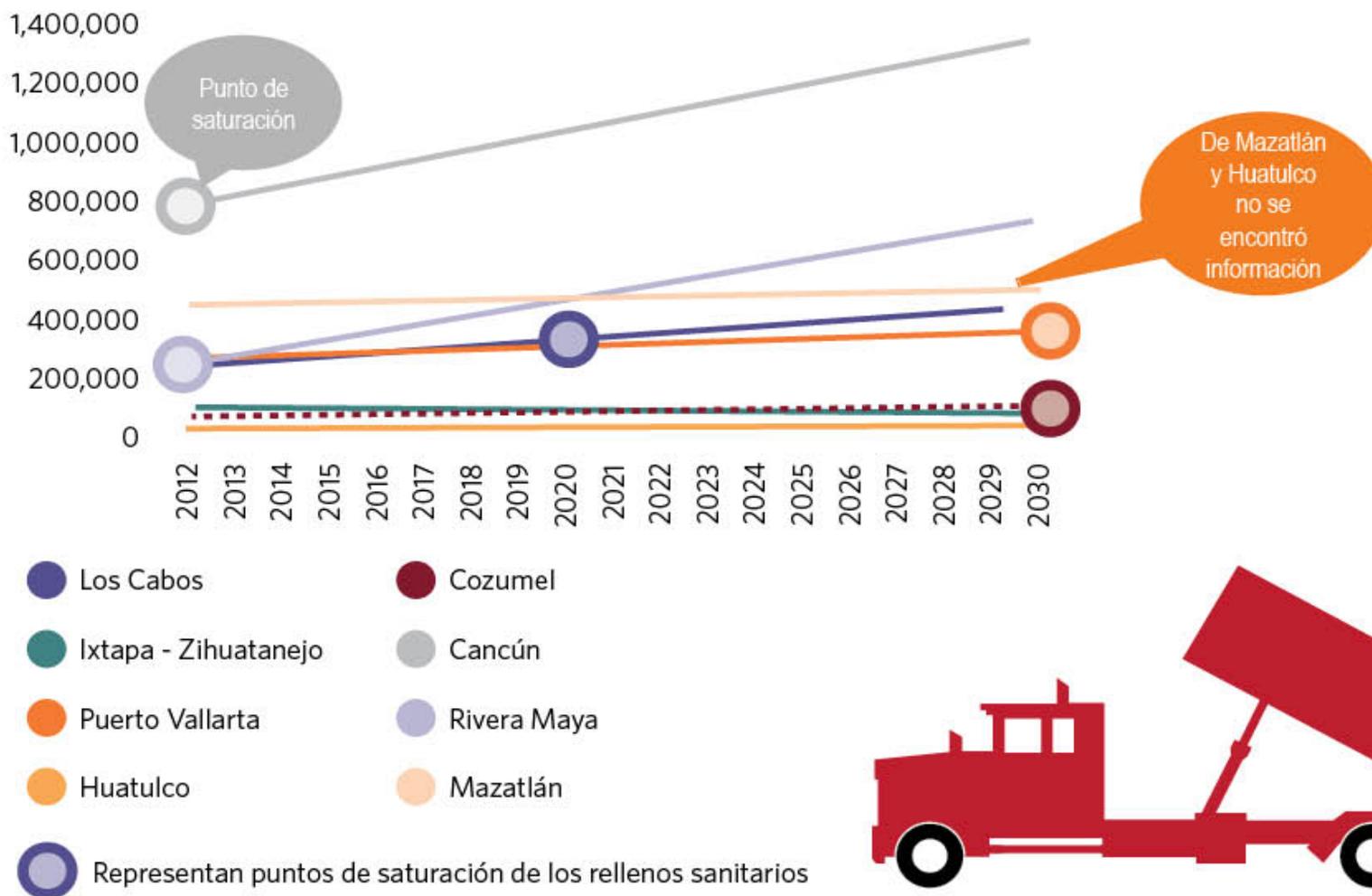
Polos turísticos crecen 2.5 veces más rápido que el promedio nacional

Pero los CIPs:

- Enfrentan problemas de abasto de agua, residuos, electricidad.
- No miden daños ambientales y sociales del crecimiento urbano

La falta de planeación tiene importantes costos en: basura...

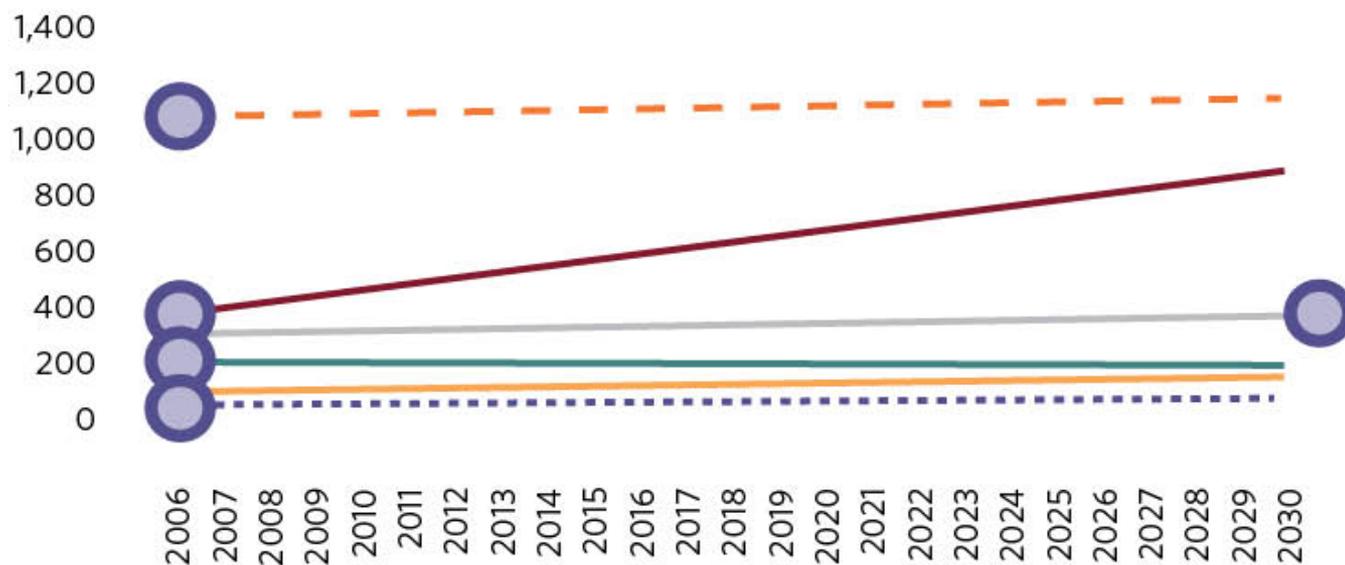
Generación residuos vs capacidad de disposición (escenario medio kg. diarios)



Fuente: Elaboración propia con datos de SEMARNAT, SEDESOL, CONAPO, INEGI y SECTUR. La generación de residuos se obtuvo a partir de proyecciones de población de CONAPO y de la generación de basura por persona con datos de SEDESOL y CONAPO.

...así como en disposición de agua....

Proyecciones de demanda de agua y punto de quiebre de la oferta hídrica sustentable (hectómetros cúbicos)



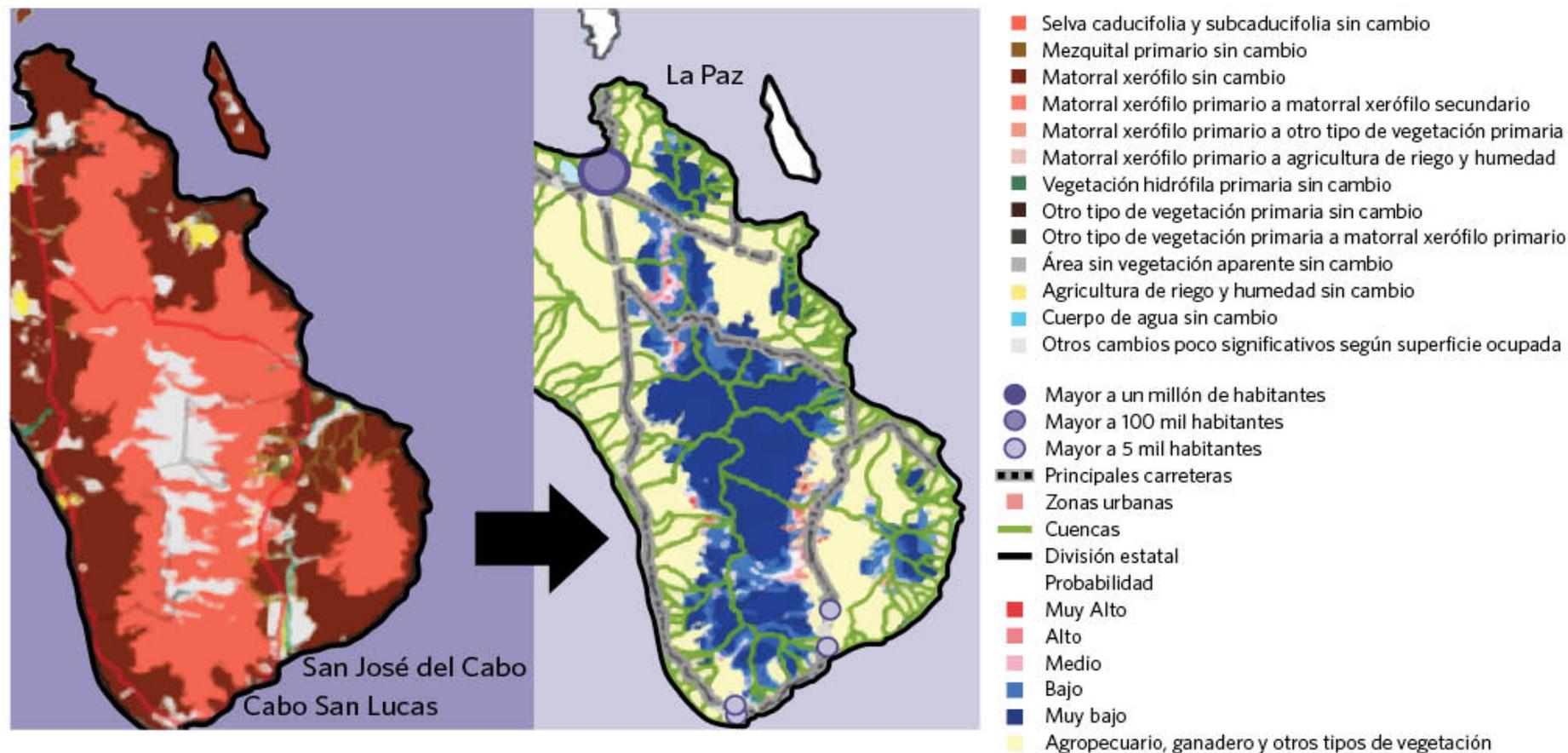
- Los Cabos
- Costa Grande de Guerrero
- Costa de Jalisco-Jalisco
- Costa de Oaxaca
- Quintana Roo Norte
- PSP Sinaloa Sur-Sinaloa
- Punto donde la demanda supera la oferta hídrica sustentable



...y en pérdida de biodiversidad

Pérdidas de vegetación por zonas agrícolas al rededor de zonas urbanas.

Cambio de uso de suelo y vegetación de 1976 a 2008 en municipio de los cabos



El escenario en el **2033** de la zona es **Inestable**

Que además no reflejan las tendencias del sector



Cuatro grandes tendencias

1. Nuevos consumidores y competidores

- Asia y el Pacífico, el Caribe y Medio Oriente.

2. Turistas más verdes

3. Más viajes pero de menor duración

4. Uso de herramientas digitales para el viaje



Turistas más verdes y uso de nuevas tecnologías

Turistas más verdes

1. El sector se mueve a ser **sustentable** por presiones externas, más que por demanda de los turistas.
2. A pesar de que el tamaño de mercado todavía es **pequeño**, presentó **mayor tasa de crecimiento** (entre 1994 y 2006)
 - Ecoturistas 20% - 34%
 - Turismo de naturaleza 10%
 - Sol y playa 3%
3. 55 millones de estadounidenses se consideran "ecoturistas"

Más viajes pero más cortos

1. Ocasionado por las **aerolíneas de bajo costo** y cambio en el **estilo de vida**
 - Más barato viajar y más difícil abandonar por mucho tiempo las actividades diarias
2. Europeos → **aumentó la frecuencia de viajes** 4%
 - **disminuyó el gasto** 5%
 - **disminuyó el número de días** 4%
 - Los viajes cortos aumentaron 10% y los largos permanecieron constantes



Nuevos turistas y nuevas formas de viajar

Internet y Redes sociales

1. 30% del mercado de viajes es por medio de **internet**
2. Aumento de las **reservaciones** en línea. EUA y Reino Unido (**40% del total**)
3. Redes sociales: nueva forma de **promoción** del destino, deja de ser la "imagen oficial" sino la **percepción de los turistas**
4. Nuevas formas de viajar: **Economía del Intercambio**
 - Airbnb, Wimdu, 9flats → experiencias locales y contacto con la comunidad



Por ello, urge cambiar



IMCO

1. Transformar FONATUR

Nueva misión: mejorar la competitividad turística a través de interconectar destinos cuyo eje de desarrollo sea la valoración, conservación y socialización de sus activos naturales y culturales

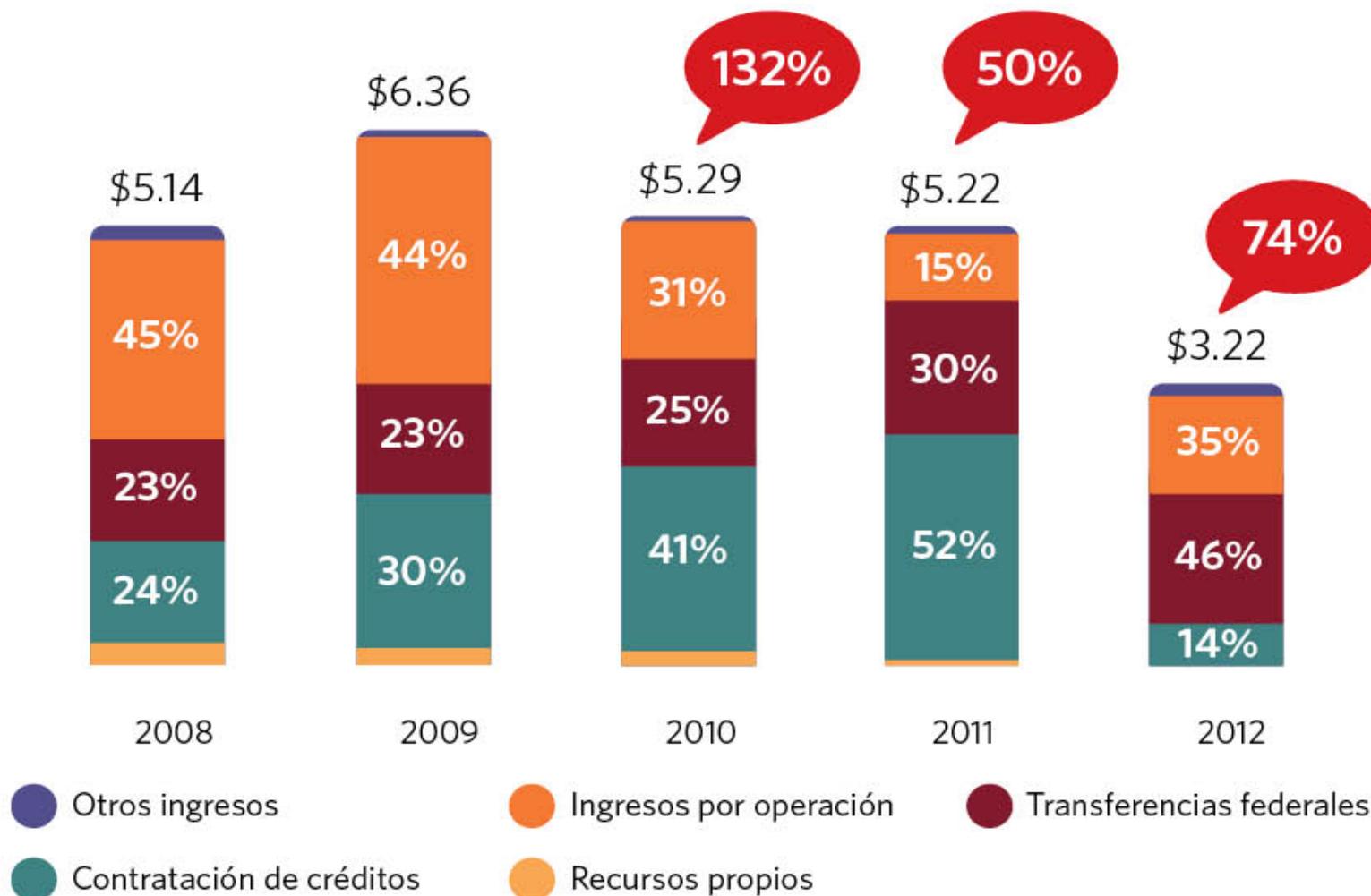
Garantizar desarrollo turístico conforme a tendencias: Aprovechar su Know-How para guiar desarrollo municipal a través de condicionar fondos para garantizar:

1. Experiencias de clase mundial. A través de que la planeación urbana vaya en razón de la conservación y socialización de los activos naturales y culturales de los destinos
2. Logra inversiones estratégicas que los privados no pueden: Infraestructura de interconexión entre destinos por ejemplo, hacer inversiones en infraestructura estratégica para interconectar destinos (ruta del vino o cultural)
3. Condicionar inversiones a municipios de acuerdo a:
 - La adopción de estándares de desarrollo urbano que consideren criterios de crecimiento compacto
 - Dar mayor autonomía a los Institutos de Planeación de Desarrollo Urbano IMPLANES
 - Asegurar el abasto de agua y recolección eficiente de basura, entre otros
4. Evaluar su política a través de un evaluador externo



1. hay que empezar por Fonatur dado a que ahí está el dinero

Presupuesto de FONATUR (miles de millones de pesos) y % del gasto en turismo del PEF



Fuente: Elaboración propia con datos del Informe de Rendición de Cuentas 2006-2012 de FONATUR.

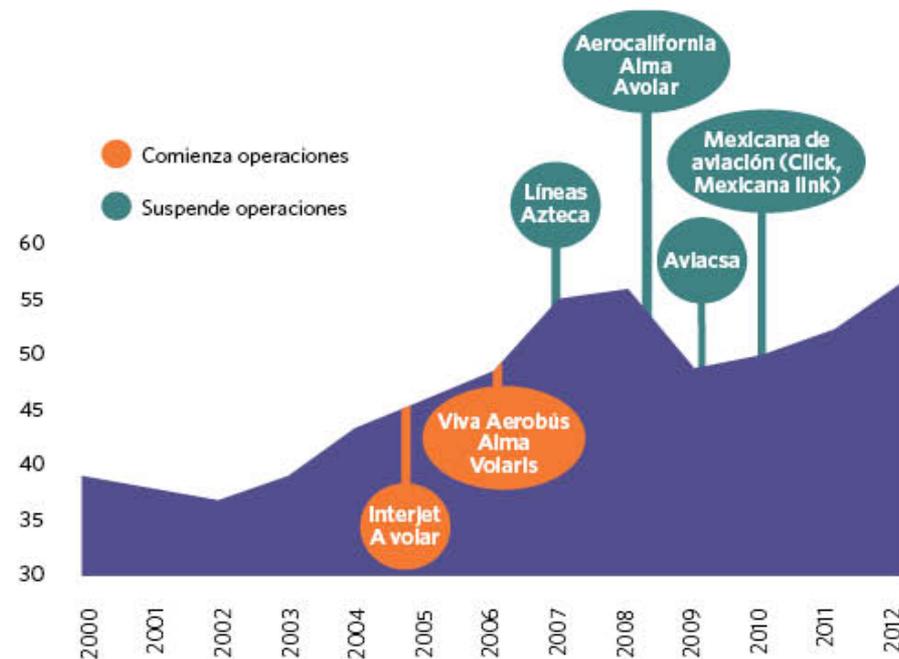
2. Más competencia, liberalizar la política aeronáutica

Permite **mayor conectividad y diversificación de turistas**, especialmente para destinos que viven enteramente del tráfico aéreo como Los Cabos.

- Más libertades del aire (en particular la 5ª y 6ª) con convenios bien establecidos cuidando equipos horarios y demás con aquellos países dispuestos a ser recíprocos

La competencia importa...

Millones de pasajeros transportados en avión en México



3. Certificar al sector

Certificar al sector: certificar trae más beneficios que el reconocimiento de la UNESCO

A través de promover:

1. Estándares internacionales
2. Incentivos fiscales
3. Reconocimientos oficiales
4. Esquemas por pasos (Costa Rica)
5. Generar información sobre ventajas de Certificación

Inversiones y ahorros generados por la cadena hotelera de lujo Six Senses.



3. Certificar si importa:

Huatulco 1er destino en América en certificarse con EarthCheck (2003)

Acciones

- Relleno sanitario bajo estándares internacionales
- Centro de reciclaje
- Capacitación de más de 1600 empleados



Logros

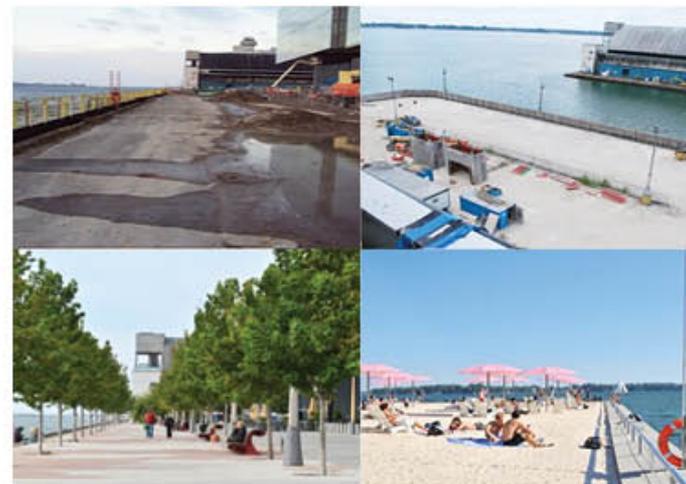
- Tasa de llegada de turistas paso de -3% a 4% (2001-03 vs 2004-08)
- Consumo de energía paso 56.7 a 43.9 gi/pp (2003 vs 2010)
- Emisiones de GEI pasaron de 3.6 a 2.4 tCo2e/pp (2003 vs 2010)

Toronto Mayor proyecto de rehabilitación de costa en el mundo

- Reconversión de 800 ha de lotes industriales, estacionamientos y terrenos baldíos en áreas verdes, playas y zonas residenciales (40,000 habitantes), comerciales y de negocios.
- 35% espacios públicos

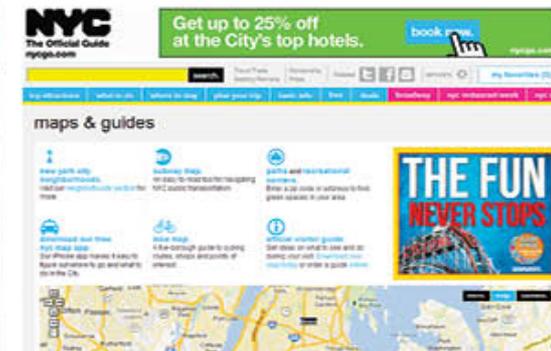


- 9,700 empleos permanentes
- 373 millones de dólares en impuestos
- 1.9 mil millones de dólares de inversión privada



4. Uso de nuevas herramientas digitales

- Promover recursos para la **contratación** de asesoría para mejorar los sitios de **internet** de los principales 20 destinos turísticos del país
- **Aprovechar las nuevas tendencias** y mejorar la promoción por internet.
 - Vender experiencias
 - Información relevante y de calidad
 - Diseño (representativo del destino)
 - Idiomas
 - Eventos, Mapas, Reservaciones
 - Redes Sociales
 - Dispositivos móviles



Rediseñar la promoción turística

- Dar mayor poder a los **gobiernos locales** para influir en cómo disponer de los **recursos** para **promoción** que se recaudan en sus localidades.



Gracias

the David &
Lucile Packard
FOUNDATION



Instituto Mexicano para la Competitividad A.C.

www.imco.org.mx



facebook.com/imcomx



[@imcomx](https://twitter.com/imcomx)