

**DÍA MUNDIAL
DEL TURISMO**
2022

**REPENSAR
EL TURISMO**

SEPTIEMBRE 2022

**REPENSAR EL TURISMO MEXICANO:
HACIENDO DEL TURISMO UNA PRIORIDAD NACIONAL**

DEL DATO AL RELATO EN TURISMO

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN

2. MÉXICO EN EL TURISMO MUNDIAL. ALGUNOS DATOS A TENER EN CUENTA

3. IMPORTANCIA DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO

3.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

3.2. DIMENSIÓN SOCIAL

4. AFECTACIONES POR LA PANDEMIA AL SECTOR TURÍSTICO MEXICANO

4.1. VARIABLES MACROECONÓMICAS

4.2. OPERACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO

5. PROPUESTAS Y TEMAS PARA LA AGENDA DEL SECTOR

5.1. UNA CONVICCIÓN CENTRAL

5.2. LA PROPUESTA

5.3. LÍNEAS PARA REPENSAR EL TURISMO MEXICANO

PRESENTACIÓN

27 de septiembre de 2022

Como se viene haciendo desde 1980, en esta fecha conmemoramos el Día Mundial del Turismo y, de manera por demás acertada, en este 2022 la Organización Mundial del Turismo definió adoptar como lema de la conmemoración el de Repensar el turismo, entendiendo que si bien los impactos de la pandemia en nuestra actividad han sido devastadores –aunque es de reconocer también que nos encontramos en un camino claro de recuperación–, la reconfiguración del sector es una realidad y está en proceso, y además de los efectos coyunturales que hemos observado, es de esperar la consolidación de transformaciones de carácter estructural.

En este orden de ideas, el Consejo Nacional Empresarial Turístico y el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac, una vez más, suman sus capacidades a fin de hacer un llamado para que sea reconocido el papel trascendente que la actividad turística mexicana desempeña para beneficio de los mexicanos.

De esta forma, en el segundo capítulo de este trabajo se presenta una fotografía de la posición de México en diferentes *rankings* de interés turístico, relevantes para conocer de un vistazo en dónde estamos en el terreno global y contribuyen a sustentar las propuestas realizadas en la parte final del documento. El tercer capítulo introduce de manera sintética, algunos de los elementos que nos permiten recordar y subrayar la importancia que tienen los aportes que realiza el turismo a la vida nacional. El cuarto capítulo realiza un recuento breve, de algunos de los impactos negativos que ocasionó la pandemia de COVID-19.

Finalmente, en el quinto y último capítulo luego de articular un repaso que la sustenta, se presenta la propuesta que realizamos en la lógica del repensamiento del turismo mexicano, por lograr que el turismo sea una verdadera prioridad nacional, complementando el argumento con una revisión preliminar de algunos elementos que deberían ser incluidos en dicho ejercicio de repensamiento.

La consideración del turismo como una prioridad nacional no debe ser una concesión graciosa, sino que debiera ser el resultado del reconocimiento a la importancia que el turismo tiene para mejorar las condiciones de vida de los mexicanos. Al paso de los años hemos aprendido que no es suficiente para que esto se materialice, el invocar el carácter prioritario en el discurso oficial y ni siquiera lo ha sido el incorporar este posicionamiento, en la propia Ley General de Turismo. No obstante, la dimensión de las afectaciones de la pandemia al turismo mexicano, abre una oportunidad para retomar una discusión necesaria sobre la definición del carácter prioritario del turismo y eso es justamente nuestro propósito al hacer público este documento. La propia discusión debería sentar las bases y la ruta para seguir adelante con este propósito.

Desde la esfera de nuestras responsabilidades, nos comprometemos a hacer nuestro mejor esfuerzo para acompañar esta iniciativa.

Atentamente,

Maestro Braulio Arsuaga Losada
Presidente CNET

Dr. Francisco Madrid Flores
Director Cicotur



02.

***MÉXICO EN EL
TURISMO MUNDIAL.***

***ALGUNOS DATOS
A TENER EN CUENTA***

POSICIÓN DE MÉXICO EN RANKINGS INTERNACIONALES DESTACADOS DESDE UNA PERSPECTIVA TURÍSTICA

| | Indicador y fuente | Año | Posición |
|-----------|--|-------------|-------------------|
| 1 | Llegadas de turistas internacionales. OMT | 2019 | 7° |
| | | 2021 | 2° |
| 2 | Ingresos por visitantes internacionales. OMT | 2019 | 17° |
| | | 2021 | 9° |
| 3 | <i>Travel & Tourism Development Index -TTDI- (antes Travel & Tourism Competitiveness Index). World Economic Forum</i> | 2021 | 40 de 117 |
| 4 | Recursos naturales (en TTDI). World Economic Forum | 2021 | 2 de 117 |
| 5 | Recursos culturales (en TTDI). World Economic Forum | 2021 | 5 de 117 |
| 6 | Ambiente de negocios (en TTDI). World Economic Forum | 2021 | 97 de 117 |
| 7 | Sostenibilidad ambiental (en TTDI). World Economic Forum | 2021 | 103 de 117 |
| 8 | Seguridad (en TTDI). World Economic Forum | 2021 | 117 de 117 |
| 9 | Marca país. Anholt-Ipsos Nation Brands Index | 2021 | 35 de 60 |
| 10 | Marca país. Future Brand Index | 2020 | 72 de 75 |



03.

***IMPORTANCIA DE LA
ACTIVIDAD TURÍSTICA
EN MÉXICO***

3.1. DIMENSIÓN ECONÓMICA

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: PARTICIPACIÓN DEL PIB TURÍSTICO EN EL PIB NACIONAL

| 2019 | 2022 |
|------|------|
| 8.5% | 8.0% |

Datos a precios corrientes. 2019 Inegi y 2022 estimación Cicotur

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: CONSUMO TURÍSTICO TOTAL

| 2019 | 2022 |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 3.3 BILLONES DE PESOS | 3.3 BILLONES DE PESOS |

Datos a precios corrientes. 2019 Inegi y 2022 estimación Cicotur

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: CONSUMO INTERMEDIO (VALOR DE LA PROVEEDURÍA)

| 2019 | 2022 |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1.3 BILLONES DE PESOS | 1.3 BILLONES DE PESOS |

Datos a precios corrientes. 2019 Inegi y 2022 estimación Cicotur

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: INGRESO DE DIVISAS



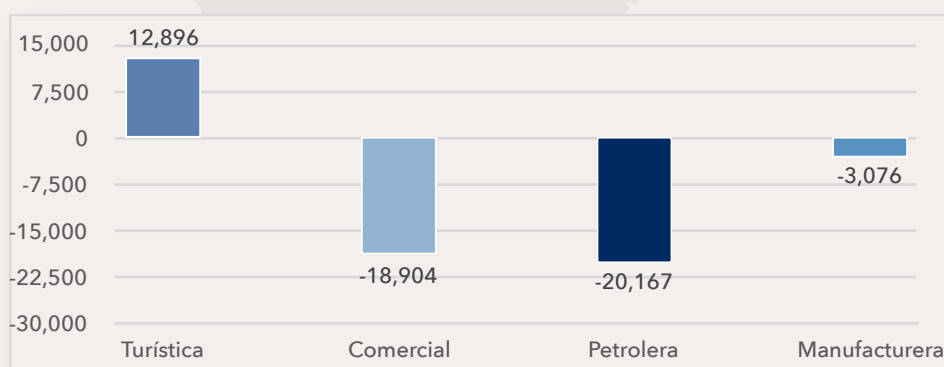
Datos a precios corrientes. 2019 Inegi y 2022 estimación Cicotur

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: SALDO EN BALANZA TURÍSTICA



Datos a precios corrientes. 2019 Inegi y 2022 estimación Cicotur

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: COMPARATIVOS DE LOS SALDOS EN BALANZA TURÍSTICA, COMERCIAL, PETROLERA Y MANUFACTURERA. ENERO-JULIO 2022. MILES DE MILLONES DE DÓLARES



Fuente: elaboración Cicotur con datos de Inegi

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: EMPLEO FORMAL
(IMSS)

| AL CIERRE DE 2019 | AL CIERRE DE 2022 |
|---|---|
| 2.2 MILLONES DE EMPLEOS FORMALES | 2.2 MILLONES DE EMPLEOS FORMALES |

Fuente: elaboración Cicotur con datos del IMSS

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA: EMPLEO TURÍSTICO
TOTAL

| 2019 | 2021 |
|---|---|
| 4.1 MILLONES DE EMPLEOS FORMALES | 3.8 MILLONES DE EMPLEOS FORMALES |

Fuente: elaboración Cicotur con datos de Styps

3.2. DIMENSIÓN SOCIAL

CONTRIBUCIÓN SOCIAL: OPORTUNIDADES PARA JÓVENES Y MUJERES

PRIMERA ACTIVIDAD EN DAR EMPLEO A LOS JÓVENES:

20.7%

DEL TOTAL DE EMPLEADOS EN TURISMO TIENEN MENOS DE 24 AÑOS

SEGUNDA ACTIVIDAD EN DAR EMPLEO A LAS MUJERES:

58.2%

DE QUIENES TRABAJAN EN TURISMO SON MUJERES

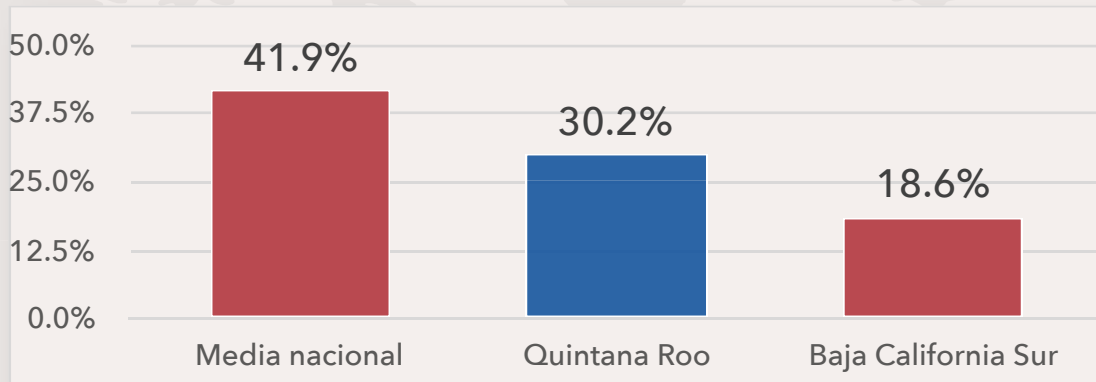
Fuente: elaboración Cicotur con datos de Styps

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

REDUCCIÓN DE LA POBREZA.

Hay una menor proporción de pobreza en las entidades de alta vocación turística que en el conjunto del país.

COMPARATIVO DE POBLACIÓN EN CONDICIONES DE POBREZA: MEDIA NACIONAL ENTIDADES CON VOCACIÓN TURÍSTICA. 2018



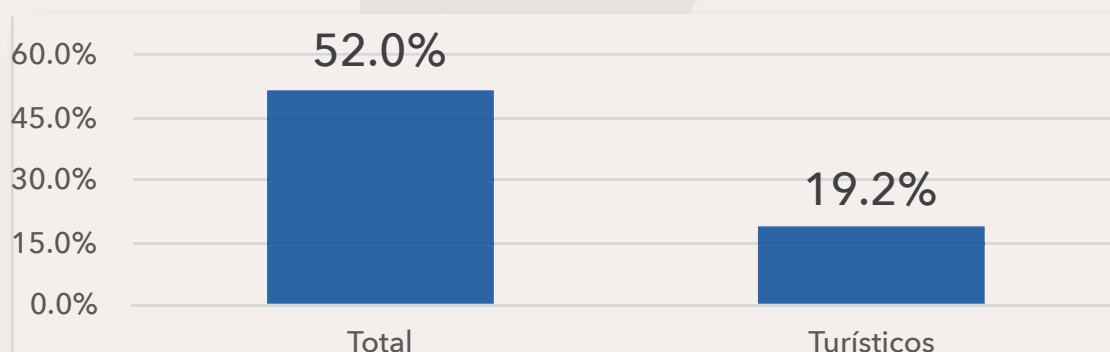
Fuente: elaboración Cicotur con datos de Coneval

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

MARGINACIÓN.

Los mayores grados de marginación se presentan 2.7 veces más en el total de municipios del país que en municipios turísticos.

COMPARATIVO DE MUNICIPIOS EN GRADO DE MARGINACIÓN MUY ALTO, ALTO Y MEDIO. TOTAL MUNICIPIOS VS. MUNICIPIOS TURÍSTICOS. 2015



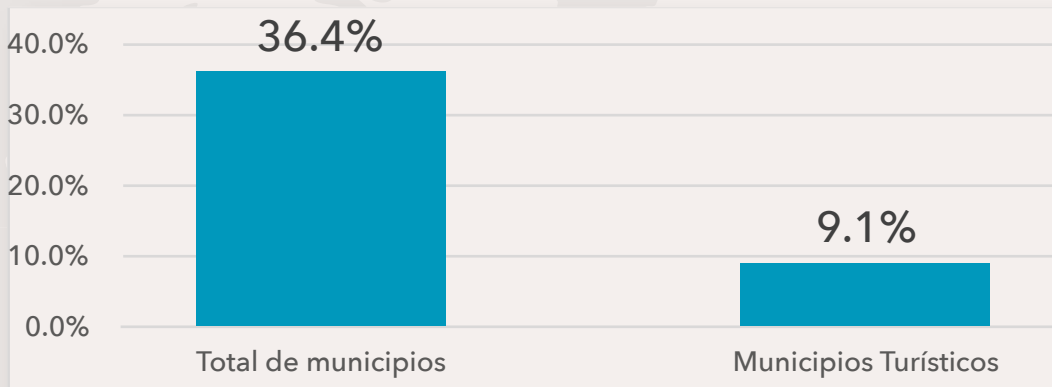
Fuente: elaboración Cicotur con datos de Conapo

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

REZAGO SOCIAL.

Los mayores grados de rezago social se presentan 4 veces más en el total de municipios del país que en municipios turísticos.

COMPARATIVO DE MUNICIPIOS EN GRADO DE REZAGO SOCIAL MUY ALTO, ALTO Y MEDIO. TOTAL MUNICIPIOS VS. MUNICIPIOS TURÍSTICOS. 2015

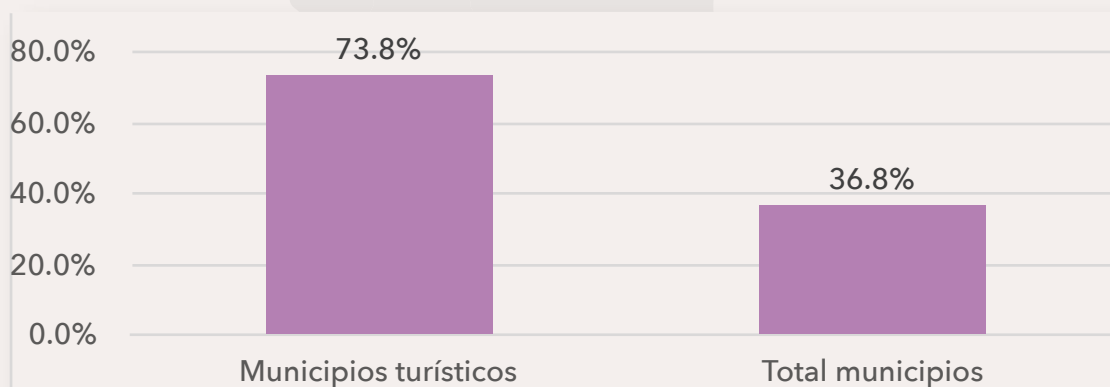


Fuente: elaboración Cicotur con datos de Coneval

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO

LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS CON ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO ALTO Y MUY ALTO AVENTAJAN EN UNA PROPORCIÓN DE 2 A 1, AL TOTAL DE MUNICIPIOS DEL PAÍS. 2015

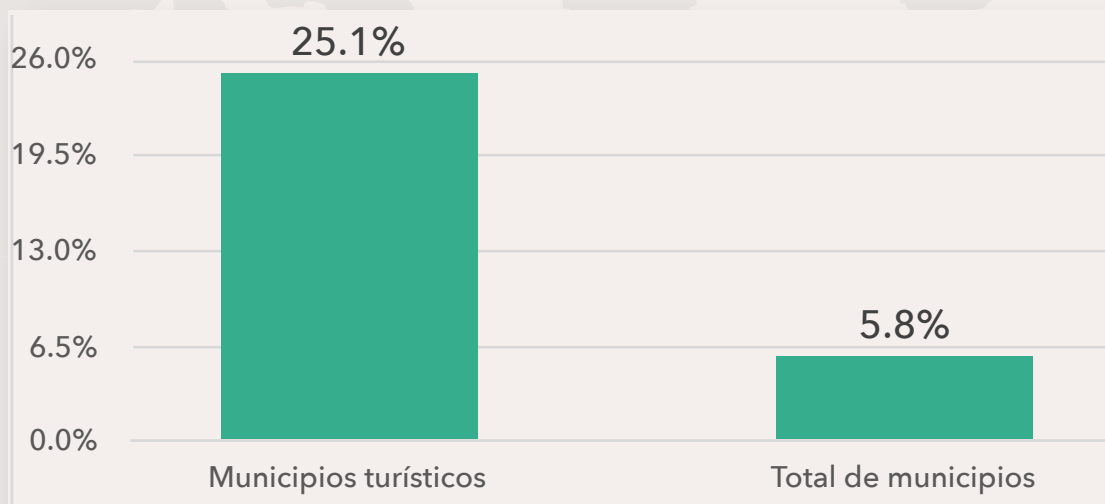


Fuente: elaboración Cicotur con datos de PNUD

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO

LOS MUNICIPIOS TURÍSTICOS CON ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO MUY ALTO AVENTAJAN EN UNA PROPORCIÓN DE 4.3 A 1, AL TOTAL DE MUNICIPIOS DEL PAÍS. 2015



Fuente: elaboración Cicotur con datos de PNUD

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

REMUNERACIONES

REMUNERACIONES PAGADAS EN 2018 EN ACTIVIDADES TURÍSTICAS

9.8%

DEL TOTAL

200 MIL

MILLONES DE PESOS

Fuente: elaboración Cicotur con datos del Inegi

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

PAPEL DE LAS MICROEMPRESAS

**IMPORTANCIA DE LAS MICROEMPRESAS
(- DE 10 EMPLEADOS) EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.
2018**

93.0%

DEL TOTAL

786,540

UNIDADES ECONÓMICAS

Fuente: elaboración Cicotur con datos del Inegi

CONTRIBUCIÓN SOCIAL:

CONVIVENCIA FAMILIAR

**EL TURISMO ES UN IMPORTANTE FACTOR PARA
PROPICIAR LA CONVIVENCIA FAMILIAR**

65%

**DE LOS VIAJES SE HACEN
EN FAMILIA**

14.5%

**DE LOS VIAJES SE HACEN
CON LA PAREJA**

Fuente: elaboración Cicotur con datos del Inegi

04.

***AFECTACIONES POR
LA PANDEMIA AL SECTOR
TURÍSTICO MEXICANO***



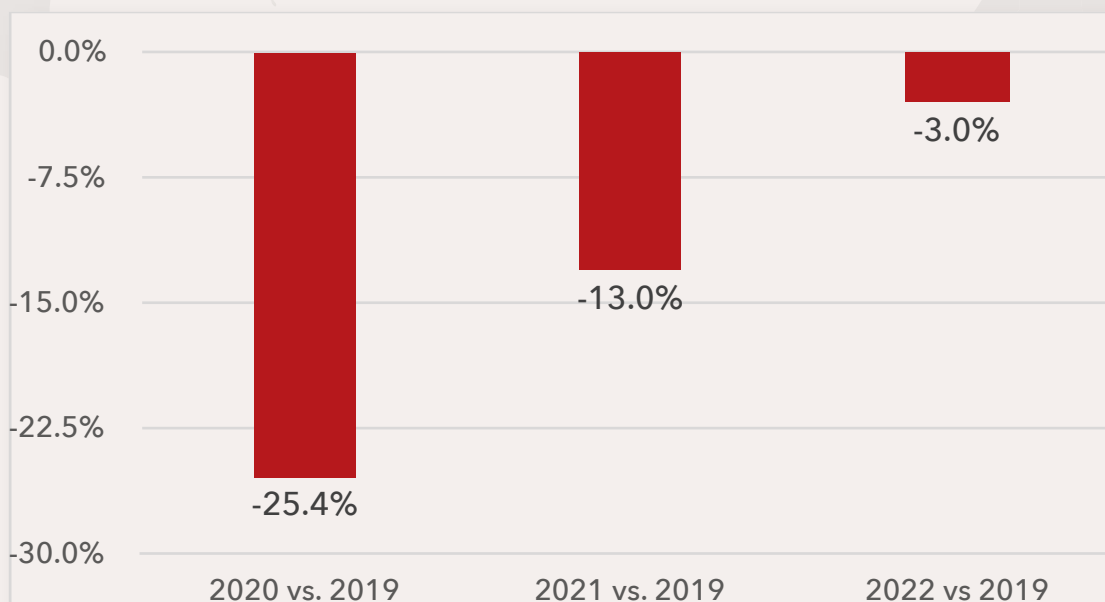
Los impactos derivados de la pandemia golpearon fuertemente al turismo mexicano. Ciertamente, de manera paulatina se ha venido consolidando una recuperación, aunque no será hasta después de 2023 que se alcancen los niveles previos a la pandemia en la mayor parte de las variables turísticas.

Es importante señalar que esto, de ninguna manera, quiere decir que para entonces las pérdidas serán resarcidas.

En esta sección se da cuenta de algunos de los impactos experimentados en los últimos meses.

4.1. VARIABLES MACROECONÓMICAS

REDUCCIÓN DEL PIB TURÍSTICO EN COMPARACIÓN CON 2019



Fuente: elaboración Cicotur con datos del Inegi

REDUCCIÓN EN EL GASTO EN CONSUMO TURÍSTICO
TOTAL EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en miles de millones de pesos |
|--------------|---|
| 2020 | -952.6 |
| 2021 | -530.1 |
| 2022 | -100.0 |
| Total | -1,582.7 |

Datos a precios corrientes. 2020 Inegi y 2021 y 2022 estimación Cicotur

REDUCCIÓN EN EL GASTO EN CONSUMO TURÍSTICO
INTERMEDIO (PROVEEDURÍA DEL SECTOR)
EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en miles de millones de pesos |
|--------------|---|
| 2020 | -426.8 |
| 2021 | -206.6 |
| 2022 | -35.0 |
| Total | -668.4 |

Datos a precios corrientes. 2020 Inegi y 2021 y 2022 estimación Cicotur

REDUCCIÓN EN LOS INGRESOS POR VISITANTES
INTERNACIONALES CON RELACIÓN A 2019

| Año | Reducción en miles de millones de dólares |
|--------------|---|
| 2020 | -13.6 |
| 2021 | -4.8 |
| Total | -18.4 |

Datos a precios corrientes. 2020 Inegi y 2021 y 2022 estimación Cicotur

EMPLEO: TRABAJADORES DEL SECTOR TURÍSTICO
ASEGURADOS EN EL IMSS EN COMPARACIÓN CON
ENERO 2022

| Año | Reducción en asegurados |
|----------------------|-------------------------|
| Enero de 2021 | -315,031 |
| Junio de 2022 | -47,500 |

Fuente: elaboración propia con datos del IMSS

4.2. OPERACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES
EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en llegadas de turistas internacionales (miles) |
|----------------------|---|
| 2020 | -20,740.9 |
| 2021 | -13,164.1 |
| Primer semestre 2022 | -4,069.6 |
| Total | 37,974.6 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Inegi

LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES AÉREOS
EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Variación en llegadas de turistas internacionales aéreos (miles) |
|----------------------|--|
| 2020 | -11,287.2 |
| 2021 | -5,032.8 |
| Primer semestre 2022 | 111.5 |
| Total | -16,208.5 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Inegi

LLEGADAS DE TURISTAS FRONTERIZOS
EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en llegadas de turistas fronterizos (miles) |
|-----------------------------|--|
| 2020 | -7,798.1 |
| 2021 | -7,450.7 |
| Primer semestre 2022 | -4,048.6 |
| Total | -19,207.4 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Inegi

LLEGADAS DE CRUCERISTAS
EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en llegadas de cruceristas (miles) |
|-----------------------------|---|
| 2020 | -6,514.3 |
| 2021 | -7,340.9 |
| Primer semestre 2022 | -1,588.6 |
| Total | -15,443.8 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Inegi

LLEGADAS DE TURISTAS NACIONALES A CUARTOS DE HOTEL EN COMPARACIÓN CON 2019

| Año | Reducción en llegadas de turistas nacionales (miles) |
|-----------------------------|---|
| 2020 | -32,651.1 |
| 2021 | -16,008.4 |
| Primer semestre 2022 | -2,831.0 |
| Total | -51,400.6 |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de Datatur. Destinos con más de 2,000 habitaciones



05.

**PROPUESTAS
Y TEMAS PARA LA
AGENDA DEL SECTOR**

5.1. UNA CONVICCIÓN CENTRAL

Nunca, como ahora ha quedado más claro que el entorno que habitamos es de una gran fragilidad y, en consecuencia, los diferentes actores públicos y privados debemos de hacer mejor lo que nos corresponde según el papel que desempeñamos en nuestras sociedades a fin de impulsar un desarrollo sostenible, subrayando que esta condición tiene un componente fundamental en la dimensión medioambiental –con acciones urgentes para afrontar los enormes desafíos del cambio climático–, pero también en lo social, garantizado, como medio para impulsar los dos anteriores puntos el que las empresas puedan desempeñarse en condiciones plenas de vigencia del Estado de derecho y alcanzando su legítima rentabilidad económica.

En este sentido, tanto el CNET, como el Cicotur Anáhuac seguimos creyendo en la necesidad de impulsar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas hacia el 2030, sin dejar de reconocer las dificultades adicionales que han sido provocadas por la pandemia de COVID-19.

No parece una consideración menor recordar la urgente recomendación del Foro Económico Mundial en su reciente reporte del Índice de desarrollo turístico, en el que se señala que la necesidad por el desarrollo turístico nunca había sido mayor, reconocimiento explícito a la capacidad que posee el turismo para coadyuvar en el alcance de los ODS.

México sigue siendo un maravilloso país que dispone de todas las condiciones para alcanzar una mejor calidad de vida de sus habitantes, y, en esta lógica, el papel del turismo es de fundamental trascendencia, pues la riqueza de atractivos turísticos naturales y culturales; la sobrada calidad y hospitalidad de los trabajadores y trabajadoras del sector; el compromiso, inventiva y capacidad de adaptación del empresariado turístico; así como su posición geográfica que lo constituyen como un verdadero cruce de caminos, son ventajas competitivas que sustentan su formidable vocación turística.

Dígalo, si no, los extraordinarios aportes económicos y sociales que se documentan en la primera parte de este documento, en los que además de destacarse su enorme contribución al PIB; su capacidad de operar como una locomotora de la economía estimulando las cadenas productivas; su aporte al desarrollo regional; el estratégico papel desempeñado en la Balanza de Pagos; y los alrededor de cuatro millones de posiciones laborales que ofrece, son complementados con su fehaciente capacidad para revertir la pobreza; para propiciar menores condiciones de marginación y rezago social en las localidades que son escenario de la práctica turística; así como sus singulares aportaciones para ofrecer mejores oportunidades de desempeño laboral a las mujeres y a los jóvenes, grupos poblacionales que demandan mucho mayor atención que el que hasta ahora han tenido.

Sin duda, es de aplaudir el reconocimiento hecho en meses pasados por el Presidente de la República, en el sentido de que el turismo es una actividad económica con dimensión social.



El turismo es, repito, fundamental, tenemos un gran potencial; además, es una actividad económica con dimensión social, porque no sólo se genera riqueza, se distribuye riqueza, se generan muchos empleos para hoteleros, restauranteros, para todos los que prestan servicios turísticos, muchos trabajadores viven de esta actividad...



Fragmento del mensaje del Lic. Andrés Manuel López Obrador, Presidente de México, en la inauguración del Tianguis Turístico. 16 de noviembre 2021.

Como consecuencia de todo lo anterior es pertinente recordar el viejo anhelo de los empresarios turísticos porque el turismo sea reconocido, en los hechos, como una prioridad nacional; no solo una prioridad de los Gobiernos en turno, sino logrando que su impronta trasmite al conjunto de la sociedad, es decir convertir a esta noble actividad en una verdadera prioridad del Estado mexicano con una relevante y sistemática presencia en la agenda nacional.

Al paso del tiempo hemos podido ver como los gobiernos –con independencia de sus filiaciones políticas– son capaces de replicar esta idea, pero, con muy contadas excepciones, esta consideración se queda en el mundo de las palabras y no alcanza a aterrizar en el terreno de los hechos. Prueba de ello es que a pesar de que la Ley General de Turismo en la parte final del artículo primero establece que «Los procesos que se generan por la materia turística son una actividad prioritaria nacional», los apoyos recibidos por el sector turístico durante la pandemia fueron más bien limitados.

5.2. LA PROPUESTA

El tema seleccionado por la Organización Mundial del Turismo para vehicular la comunicación en torno al Día Mundial del Turismo en 2022 es el de repensar el turismo. Esta convocatoria es por demás pertinente, en virtud de la furia con la que la pandemia golpeó al sector turístico. Es tiempo para revisar con profundidad qué cambios se experimentarán en el mercado desde la perspectiva de la demanda turística y cómo es que los competidores (pues hay que recordar que el turismo es una actividad sujeta a una alta rivalidad y una competencia global) estarán atendiendo los nuevos requerimientos y formularán nuevas propuestas de valor para sacar el mayor provecho posible, de unos consumidores que tienen al alcance de un click decenas de miles de atractivas ofertas. De igual forma se debe examinar las externalidades negativas que se derivan del turismo a fin de marcar el rumbo para la construcción de las soluciones para impulsar una práctica turística apegada a los principios de la sostenibilidad.

Dicho esto vale la pena recordar que no se pueden esperar resultados diferentes si las cosas se siguen haciendo la misma manera por lo cual, si en verdad se aspira a que la actividad turística mexicana sea más sostenible y más competitiva deberían producirse cambios de paradigma y el primero de ellos presentado en esta publicación es precisamente el de...

LOGRAR QUE EL TURISMO SEA UNA VERDADERA PRIORIDAD NACIONAL

5.3. LÍNEAS PARA REPENSAR EL TURISMO MEXICANO

- Sin el propósito de hacer una enumeración exhaustiva, se exponen brevemente a continuación algunas de las temáticas en donde es urgente y de la mayor importancia impulsar un repensamiento del turismo en nuestro país:
- Cualquier esfuerzo por lograr que el turismo mexicano sea capaz de alcanzar nuevos estadios, debe incluir la atención de dos de las mayores debilidades que se desprenden de la ubicación de México en algunos de los rankings mencionados en el primer capítulo de estos textos y que son:
 - Estado de derecho y certeza jurídica.
 - Seguridad
- **Sostenibilidad.** No hay espacio de duda para reconocer que el turismo mexicano tiene un largo camino por recorrer en esta asignatura, camino que no tiene ni atajos ni alternativas y que debe convertirse en una parte relevante del ADN de los jugadores en la industria turística nacional. Es necesario acelerar la transición energética que coadyuve a la reducción y la generación de gases efecto invernadero; de igual forma, es deseable la implementación de soluciones financieras para acompañar a las empresas en estos procesos.

- **Digitalización.** Como es sabido, el producto turístico es ideal para ser comercializado en la esfera digital toda vez que su distribución no conlleva una entrega física. El poder de algunos de los actores participantes en la industria que cuentan con las capacidades tecnológicas del más alto nivel implica la necesidad de dotar de herramientas para quienes tienen pocas capacidades y un limitado acceso a ellas. La experiencia los turistas en las diferentes etapas de sus viajes, pasa por un acceso y uso relevante, confiable y sencillo de las soluciones tecnológicas digitales.
- **Inteligencia de mercado.** Tomando ventaja de las posibilidades que ofrece el anterior apartado es indispensable fortalecer el conocimiento del comportamiento de la demanda, así como de la sistemática mejora de las capacidades de medición de la incidencia económica del turismo.
- **Condiciones de competencia equitativa.** Sin dejar de reconocer que la innovación es parte de la normalidad de la industria y que como antes se ha señalado, las posibilidades que ofrece la tecnología para la distribución de los servicios turísticos son formidables, no puede dejar de reconocerse que la proliferación de la informalidad –como es el caso de las rentas vacacionales en casas particulares– tiene un enorme poder destructivo sobre las empresas formales que hoy está afectando el bien común.
- **Fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas.** Como sucede en la mayoría de los países turísticos, las micro y pequeñas empresas son un componente sustancial de la industria. No obstante, su presencia en la arena competitiva requiere de apoyos públicos para fortalecer su competitividad y en consecuencia la competitividad de la cadena de valor del sector.
- **Ordenamiento territorial y ordenamiento del crecimiento.** El espacio local que es en donde finalmente se concretan los intercambios turísticos es un entorno de alta vulnerabilidad por lo que es necesario avanzar en el aprovechamiento de las posibilidades que parece ofrecer la figura de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable establecida en la Ley General de turismo.

- Canalización íntegra de los recursos captados por el Derecho de No Inmigrantes y por el Impuesto de Hospedaje para la promoción turística, con total transparencia, rendición de cuentas y participación de los empresarios (que son quienes con su esfuerzo generan estos recursos) en la toma de las decisiones sobre su uso.
- **Talento humano.** una de las vetas que parecen aflorar como resultado de la pandemia parece ser el de posibles alteraciones significativas en el mercado laboral. es necesario en consecuencia impulsar la reflexión a fin de entender lo que está pasando, así como los posibles escenarios que se irán presentando en el futuro próximo. En este ejercicio es necesario incorporar punto de vista y la experiencia reciente de las instituciones educativas que ofertan carreras relacionadas con la industria turística y la gastronomía.
- **Conectividad e infraestructura.** Sin dejar de tener en cuenta algunos temas coyunturales en este rubro, como la necesidad urgente de recuperar la categoría uno de la autoridad aeronáutica nacional, a fin de impulsar la conectividad de los destinos turísticos con Estados Unidos, así como la mejora de los accesos viales el aeropuerto Felipe Ángeles, el sector turístico debe ser capaz de tener un mayor peso en la definición de las prioridades en la materia.
- **Fines de semana largos.** Pocas medidas de política pública pueden tener mayor impacto positivo y mayor rapidez de ejecución con costos relativamente limitados, que la de la ampliación de los beneficios de los Fines de semana largos que en su momento el CNET y Cictour, de manera conjunta, propusieron al poder legislativo.



Anáhuac
México

COMITÉ RECTORAL

Dr. Cipriano Sánchez García, L.C. - Rector

Dra. Lorena Martínez Verduzco - Vicerrectora Académica

Mtro. Jorge Miguel Fabre Mendoza - Vicerrector Académico

P. César Hernández Rendón, L.C. - Vicerrectores de Formación Integral

Mtro. Fernando Rincón Gallardo Elguero - Vicerrectores de Formación Integral

P. Eduardo Robles-Gil Orvañanos, L. C. - Vicerrector de Finanzas y Administración

Dra. Oliva Sánchez García - Directora de Efectividad y Servicios Institucionales

Mtro. Alfredo Nava Govela - Director de la Facultad de Economía y Negocios

Dra. Sonia Barnetche Frías - Directora de Desarrollo y Gestión Académica

Dra. Luz del Carmen Dávalos Murillo - Miembro del Comité Rectoral

DIRECCIÓN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Dr. Germán Octavio Campos Valle- Director de la Fundación Anáhuac



CICOTUR
Centro de Investigación y
Competitividad Turística Anáhuac

El Centro de Investigación y Competitividad Turística Anáhuac (Cicotur) es el instrumento académico constituido para generar información relevante, oportuna y confiable sobre la industria turística, comunicándola de manera atractiva y eficaz para alcanzar una amplia divulgación de la importancia del turismo en el país.

Equipo de trabajo:

Dr. Francisco Madrid Flores, Director

Mtro. José I. Casar, Investigador Invitado, Programa de Estudios del Desarrollo UNAM.

Mtro. Nabucodonosor Roffe, Investigador Invitado

Mtra. Bertha Pérez Camargo, Investigadora Asociada

Mtra. Gloria Godínez Guerrero, Asistente de investigación

Sra. Silvia Rangel González, Coordinadora Administrativa

CAMPUS NORTE

Av. Universidad Anáhuac núm. 46,
col. Lomas Anáhuac, Huixquilucan,
Estado de México, C.P. 52786
Tel.: (55) 56 27 02 10 ext. 7833
cicotur@anahuac.mx
www.anahuac.mx/mexico/cicotur/