

OCTUBRE 2023



# EL **ABC** DEL POR QUÉ EL TURISMO ES PRIMORDIAL PARA MÉXICO

EDICIÓN ACTUALIZADA 2023

Dr. Francisco Madrid  
Mtra. Gloria Godínez

# CONTENIDO

## 1. PRESENTACIÓN

---

## 2. HALLAZGOS

---

## 3. LOS DATOS Y SU RELATO

---

### 3.1. PIB TURÍSTICO

### 3.2. CONSUMO TURÍSTICO

### 3.3. CONSUMO PRIVADO

### 3.4. EMPLEO

### 3.5. DIVISAS

#### 3.5.1. Efecto en la Balanza de Pagos

#### 3.5.2. Posición de las divisas turística como parte de las exportaciones de servicios

### 3.6. PROVEEDURÍA

### 3.7. INVERSIÓN

### 3.8. VALOR AGREGADO

### 3.9. IMPORTANCIA DEL MERCADO INTERNO

### 3.10. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA


---

## 4. INDICADORES FÍSICOS

---

## 5. FUENTES Y NOTAS

---



# 1. PRESENTACIÓN

9 de octubre de 2023

Sin duda, el mayor aprendizaje que ha dejado la pandemia en cuanto al reconocimiento de los rasgos distintivos de la actividad turística es que esta tiene una extraordinaria fortaleza y resiliencia inherente. Esta situación no oculta la propia vulnerabilidad de la condición de ser una actividad que depende de la movilidad de las personas y, cuando esta se ve trastocada por fuerzas de naturaleza diversa, los efectos se pueden resistir con gran virulencia, como aconteció en la crisis sanitaria mundial que, en el caso mexicano, tan solo por mencionar un ilustrativo dato de las afectaciones, supuso una contracción acumulada en el consumo turístico del periodo 2020-2022 en comparación con 2019 estimada en alrededor de 1.3 billones de pesos.

Como parte de la colaboración existente entre el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac, con la presente actualización de esta publicación reiteramos el propósito de contribuir a propiciar una armonización de la base de información estadística utilizada por los actores del sector, a efecto de evitar distorsiones en los mensajes que se transmiten desde los organismos y empresas del sector privado.

En esta, que es la segunda edición de esta publicación, se ha incorporado la reciente actualización del año base de las estadísticas del Inegi (2018), para aquellas magnitudes en que dicho proceso aplica.

Finalmente, es pertinente subrayar que esta publicación se complementará con la actualización del documento *Los otros datos del turismo* en el que se presentan las valiosas aportaciones del turismo en la arena de lo social.

### **Atentamente**

Lic. Braulio Arsuaga Losada  
Presidente CNET

Dr. Francisco Madrid Flores  
Director Cicotur

A vibrant tropical landscape featuring a thatched-roof hut on a wooden pier extending into clear turquoise water. The foreground is filled with lush green palm trees, and a sandy beach with a cannon is visible in the lower right. The background shows a dense line of green vegetation under a bright blue sky with scattered white clouds.

2.

# HALLAZGOS

1. El turismo representa la duodécima parte de la economía de México, es decir, el PIB turístico contribuye con el 8.5% del PIB nacional. Dicha participación ha sido constante y se encuentra en plena recuperación, luego de la pandemia.
2. El turismo es una industria de industrias, pues para satisfacer las necesidades de los viajeros, se articula una completa red de bienes y servicios que incluye 119 actividades económicas.
3. Los subsectores que más contribuyen al PIB turístico son el alojamiento (22.7%); el transporte de pasajeros (17.3%); y los restaurantes, bares y centros nocturnos (15.6%).
4. Una de las más claras expresiones del papel trascendente del turismo como dinamizador de la economía es el formidable volumen de consumo que propicia: 3.5 billones de pesos es el valor del consumo interior (incluye turismo receptivo y turismo interno).
5. En línea con lo anterior, es de destacar que la sexta parte del consumo privado en México (17.1%) es realizado, precisamente, como parte del consumo turístico.
6. Según diferentes fuentes oficiales, el volumen de empleos aportados por la industria turística oscila entre 4.5 y 4.7 millones. Con lo que, en un país con urgentes necesidades por disponer de oportunidades laborales, el turismo es un gran generador de empleos. Asimismo, las remuneraciones de la industria se encuentran 8.0% por arriba de la media nacional.
7. Las divisas turísticas son relevantes, no solo por su importante volumen (28.0 mmdd), sino por su carácter estratégico ya que el saldo de la Balanza Turística es, sistemáticamente, superavitario (21.0 mmdd en 2019).
8. Es de destacar que el turismo es el principal rubro dentro de las exportaciones de servicios del país, contribuyendo con el 58.3% de los ingresos por este concepto.
9. El valor del consumo intermedio del turismo –que constituye la cadena de proveeduría del sector– se estima en alrededor de 67.3 miles de millones de dólares.

10. Demostrando su confianza en el país y en el turismo, los empresarios han desplegado, al paso del tiempo, un importante esfuerzo de inversión en el sector.

11. Para 2018, el monto de la inversión en el sector a valor de reposición se estimaba en 57 mil millones de dólares. En 2021 se estima que la inversión en turismo fue de 9,180 millones de dólares.

12. El valor agregado generado por el turismo (53.2%) es superior al del conjunto de las actividades económicas del país y, como muestra de su relevancia, duplica –proporcionalmente– al de la fabricación de automóviles y camiones (26.9%).

13. Para el año 2021 el consumo de turismo interno fue del 80.5% del consumo turístico total, confirmando su peso estratégico.

14. El relato: el total de empresas turísticas (características y conexas es de 786,540, de las cuales el 93.0% son microempresas, 5.8% pequeñas, 1.0% medianas y 0.1% grandes (información al 2018).





# **3. LOS DATOS ECONÓMICOS Y SU RELATO**

### 3.1. GENERACIÓN DEL VALOR AGREGADO

Sin duda, el dato que mejor explica el papel estratégico del turismo como factor de desarrollo social y económico, es el de su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) del país. De acuerdo con las estimaciones de Cicotur a partir del Indicador Trimestral de la Actividad Turística elaborado por el Inegi, el PIB turístico en 2022 se habría situado en alrededor del 8-5% por ciento del PIB nacional<sup>i</sup>.

**8.5%**

CONTRIBUCIÓN DEL PIB  
TURÍSTICO AL PIB NACIONAL

## EL RELATO:

**UNO DE CADA 12 PESOS QUE SE GENERAN EN LA ECONOMÍA,  
ES APORTADO POR EL TURISMO**

Es notable como en el tiempo este aporte se mantiene de manera sostenida<sup>ii</sup>, incluso después de los años en los que se resintieron los peores efectos derivados de la pandemia, pues para 2022, prácticamente se ha regresado a los niveles previos a esta contingencia sanitaria:

GRÁFICA 3.1. PARTICIPACIÓN DEL PIB TURÍSTICO  
EN EL PIB NACIONAL. 2011-2022



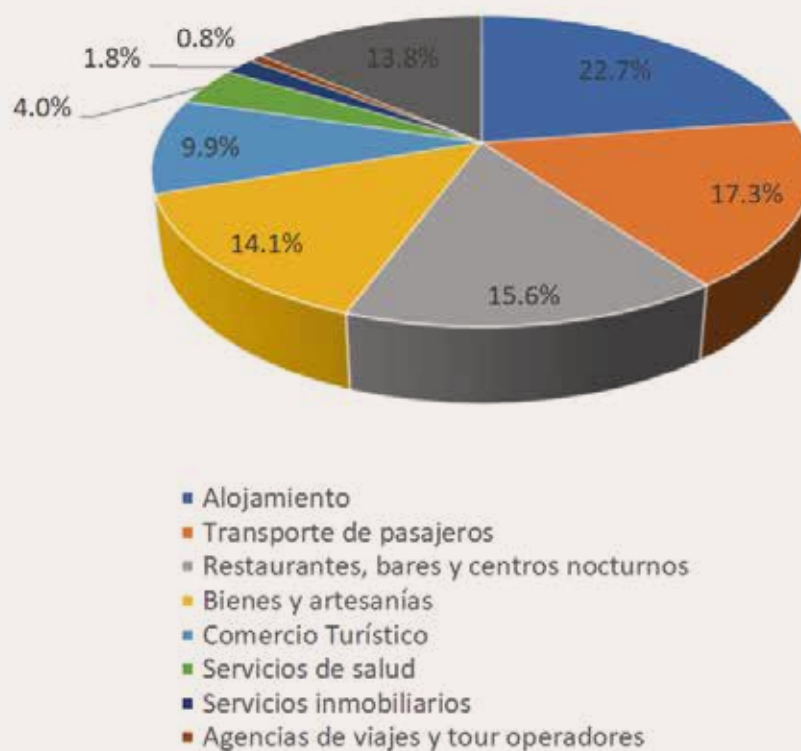
Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.  
El dato de 2022 es una estimación de Cicotur Precios corrientes

## EL RELATO:

**AL PASO DEL TIEMPO YA PESAR DE LAS AFECTACIONES DERIVADAS DE SUCESOS DE DIVERSA NATURALEZA, INCLUYENDO LAS DURÍSIMAS AFECTACIONES POR LA PANDEMIA, EL TURISMO MANTIENE UN CONSTANTE PROTAGONISMO COMO MOTOR DE LA ECONOMÍA.**

El PIB turístico está conformado de la siguiente manera<sup>iii</sup>:

GRÁFICA 3.2. INTEGRACIÓN DEL PIB TURÍSTICO. 2021



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.

## EL RELATO:

**EL TURISMO ES UNA INDUSTRIA DE INDUSTRIAS, PUES PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS VIAJEROS, SE ARTICULA UNA COMPLETA RED DE BIENES Y SERVICIOS QUE INCLUYE 119 ACTIVIDADES ECONÓMICAS<sup>iv</sup>.**

## 3.2. CONSUMO TURÍSTICO

El gasto en consumo turístico se desagrega en consumo de los residentes del país en sus viajes dentro del territorio (consumo turístico interno) y el consumo de los residentes en el extranjero en sus viajes hacia México (consumo receptivo). La suma de estas cantidades conforma el consumo turístico interior que para 2022 se estima habría alcanzado una cifra de 3.5 billones de pesos.

---

**3.5**

BILLONES DE PESOS ES EL GASTO EN CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR EN MÉXICO<sup>v</sup>

---

### EL RELATO:

**UNA DE LAS MÁS CLARAS EXPRESIONES DEL PAPEL TRASCENDENTE DEL TURISMO COMO DINAMIZADOR DE LA ECONOMÍA ES EL FORMIDABLE VOLUMEN DE CONSUMO QUE PROPICIA.**

## 3.3. CONSUMO PRIVADO

De acuerdo con la CST, el gasto en consumo turístico es una muy importante proporción del total del consumo privado<sup>vi</sup>.

---

**17.1%**

DEL CONSUMO PRIVADO EN EL PAÍS SE REALIZA EN CONSUMO TURÍSTICO.

---

### EL RELATO:

**EN LÍNEA CON EL ELEVADO GASTO EN CONSUMO TURÍSTICO ES DE DESTACAR QUE LA SEXTA PARTE DEL CONSUMO PRIVADO ES REALIZADO, PRECISAMENTE, COMO CONSUMO TURÍSTICO.**

### 3.4. EMPLEO

Existen diferentes mediciones del empleo turístico, por tanto, en esta sección se presentan las más representativas, apuntando, si es el caso, algunas de los aspectos conceptuales que las hacen distintas.

En primer lugar, se debe señalar que según la CST del Inegi para el año 2021 había **2'519,775<sup>vii</sup>** ocupaciones remuneradas en turismo, lo que equivale al 6.5% del total nacional. Esta magnitud creció poco, relativamente, en el periodo 2010-2021 pues solo se incrementó en 77,720 posiciones.

Por otro lado, el propio Inegi reporta que conforme a los Censos Económicos (CC.EE.), en 2018 el total de personas que trabajaron en actividades características y conexas del turismo fueron **4,325,946**. Vale la pena subrayar que en este número solo están incluidas las personas que trabajaron en empresas privadas y no incluye a las unidades económicas del sector agropecuario. En este caso, el total de quienes laboraron en empresas turísticas es el 12.0% del total.

Es importante subrayar que, de acuerdo con esta misma fuente, las remuneraciones promedio de la industria turística superan las remuneraciones promedio del resto de la economía<sup>viii</sup>.

---

**8.0%**

ES EL PORCENTAJE POR ARRIBA DE LA MEDIA NACIONAL QUE TIENEN LAS REMUNERACIONES EN TURISMO

---

## EL RELATO:

**EN UN PAÍS CON URGENTES NECESIDADES POR DISPONER DE OPORTUNIDADES LABORALES, EL TURISMO ES UN GRAN GENERADOR DE EMPLEOS LOS QUE SON MEJOR RETRIBUIDOS QUE LA MEDIA NACIONAL**

Por su parte, el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social estima que hay 4.3 millones de personas ocupadas en la actividad turística<sup>ix</sup>, a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo –ENOE– de Inegi. En virtud de algunos cortes de esta información, esta es la fuente a la que regularmente le da seguimiento el Cicotur Anáhuac.

## EL RELATO:

**EL TURISMO ES UNA FORMIDABLE OPORTUNIDAD DE EMPLEO PARA LAS FAMILIAS MEXICANAS.**

Por otro lado, se anota que la Secretaría de Turismo realiza su propia estimación del empleo turístico, también con información proveniente de la ENOE, con lo que de acuerdo con esta fuente se estimaba un total de 4'712,867 personas como población ocupada en el sector turismo al cierre del segundo trimestre de 2023<sup>x</sup>.

---

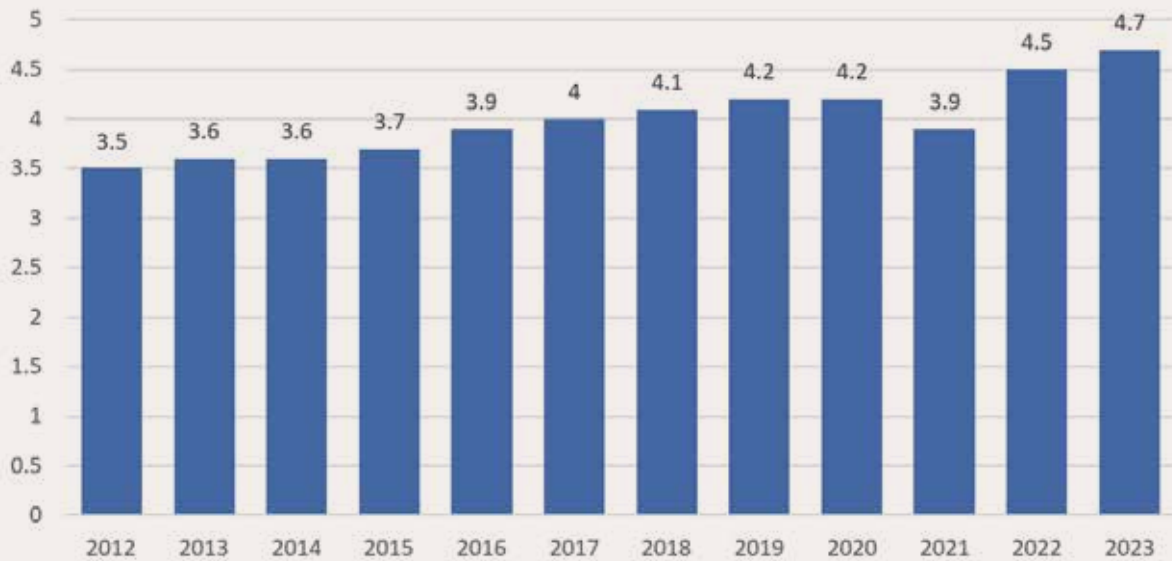
**4.7**

MILLONES DE PERSONAS  
OCUPADAS EN TURISMO

---

Es de destacar, también, que el empleo turístico ha mantenido una evolución positiva en el tiempo en los años recientes<sup>xi</sup>.

GRÁFICA 3.4. EVOLUCIÓN DEL EMPLEO TURÍSTICO 2012-2023 (CIFRAS SUAVIZADAS). DATOS AL SEGUNDO TRIMESTRE DE CADA AÑO. MILLONES DE PERSONAS



Fuente: elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo

## EL RELATO:

**AUNQUE LA INDUSTRIA TURÍSTICA ES SENSIBLE A LAS FUERZAS QUE ACTÚAN EN SU ENTORNO, EN CONDICIONES APROPIADAS PUEDE EXPANDIRSE GENERANDO CRECIENTES OPORTUNIDADES LABORABLES**

Finalmente, no deja de ser muy relevante señalar que de acuerdo con información del IMSS y empleando una aproximación alineada con las clasificaciones de la CST, el Cicotur estima que para agosto de 2023 había 2.3 millones de trabajadores asegurados<sup>xii</sup>.

# 2.3

MILLONES DE TRABAJADORES ASEGURADOS EN TURISMO

**Con independencia de las diferentes aproximaciones al dimensionamiento del empleo, lo que parece necesario precisar es que no hay ninguna evidencia reciente que apoye la idea de que un empleo directo genera 2.5 empleos indirectos, como con frecuencia se asegura.**

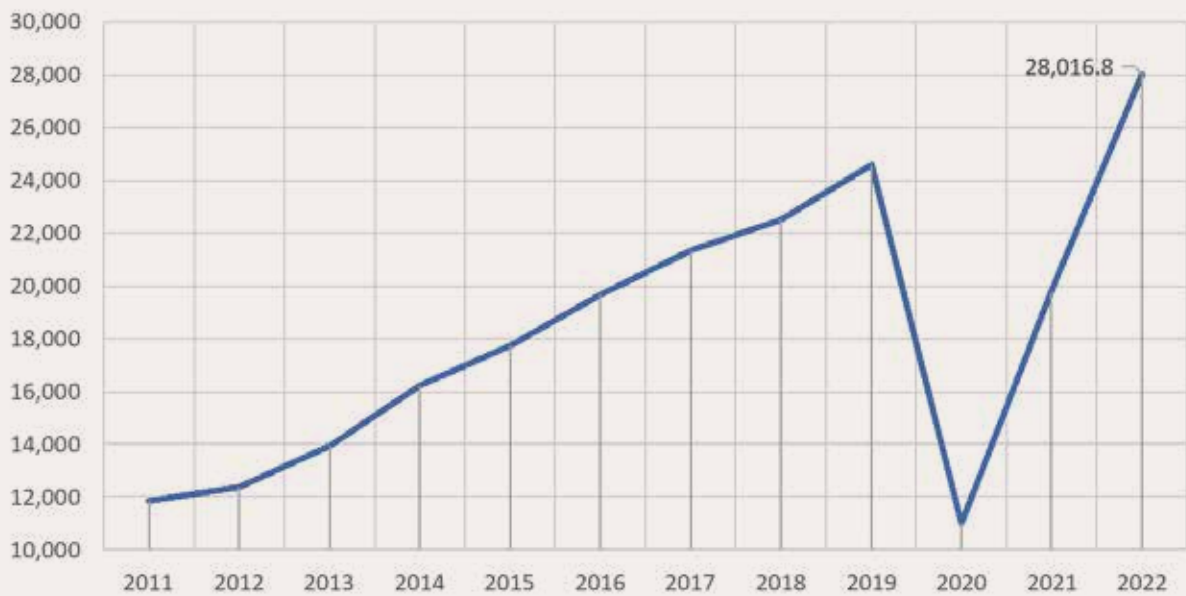
### 3.5. DIVISAS

#### 3.5.1. Efecto en la Balanza de Pagos

Tal vez el aspecto más visible para la sociedad en cuanto a los beneficios que ofrece el turismo, es el de las divisas que esta actividad genera. Al paso del tiempo, uno de los rasgos distintivos del turismo mexicano, ha sido su capacidad para generar divisas para el país.

De esta forma, en 2022 los ingresos por visitantes internacionales al país, totalizaron 28.0 mil millones de dólares, con una importante tendencia de crecimiento en la última década, con todo y pandemia (8.1% de Tasa media de crecimiento anual –TMCA– entre 2011 y 2022)<sup>xiii</sup>.

GRÁFICA 3.5.1.1. EVOLUCIÓN DEL INGRESO DE DIVISAS 2011-2019. MILLONES DE DÓLARES



Fuente: elaboración propia con datos del Banco de México

Así como es notable el volumen de estos ingresos, es de destacar que el efecto en la Balanza de Pagos es aún más significativo, pues el saldo neto de los ingresos y egresos por razones turísticas (Balanza Turística) es sistemáticamente superavitario (21.0 miles de millones de dólares en 2022), lo que contrasta con el comportamiento de los saldos de otras actividades del comercio internacional, como se puede ver en la Gráfica 3.5.1.2.<sup>xiv</sup>, si bien las balanzas Manufactureras y Comercial tuvieron saldos elevados durante los años más críticos de la pandemia.



GRÁFICA 3.5.1.2. EVOLUCIÓN DE LOS SALDOS DE LA BALANZA TURÍSTICA, COMERCIAL, PETROLERA Y MANUFACTURERA. 2011-2022. MILLONES DE DÓLARES



Fuente: elaboración propia con datos del Banco de México

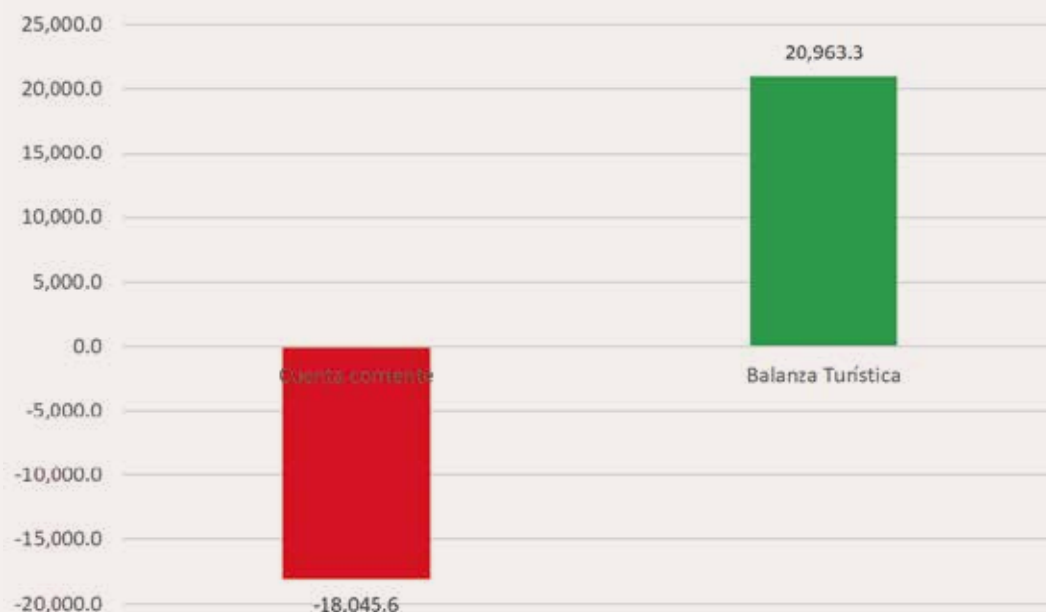
## EL RELATO:

**LAS DIVISAS TURÍSTICAS SON RELEVANTES, NO SOLO POR SU IMPORTANTE VOLUMEN (28.0 MMDD EN 202), SINO, SOBRE TODO, POR SU CARÁCTER ESTRATÉGICO YA QUE EL SALDO DE LA BALANZA TURÍSTICA ES, SISTEMÁTICAMENTE, SUPERAVITARIO (21.0 MMDD EN 2019).**

A mayor abundamiento sobre el carácter estratégico de las divisas turísticas, vale la pena destacar su efecto positivo en la Cuenta Corriente de la Balanza de Pagos.

En la Gráficas 3.5.1.3. puede observarse como el saldo de la Balanza Turística alivia de manera importante el déficit de la cuenta corriente del país<sup>xv</sup>.

### GRÁFICA 3.5.1.3. SALDO DE LA CUENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS VS. BALANZA TURÍSTICA 2022



Fuente: elaboración propia con datos del Banco de México

## EL RELATO:

**AUNQUE LA ACTIVIDAD DE EXPORTACIÓN DEL PAÍS SE HA DIVERSIFICADO, LA CUENTA CORRIENTE SIGUE MANTENIENDO UNA TENDENCIA DEFICITARIA, MISMA QUE ES, SIGNIFICATIVAMENTE, REDUCIDA GRACIAS A LAS DIVISAS TURÍSTICAS**

#### 3.5.2. Posición de las divisas turísticas como parte de las exportaciones de servicios

Por otro lado, es muy importante destacar que las exportaciones turísticas son la más importante fuente de ingresos por exportaciones de servicios. De los 48,034.7 millones de dólares que ingresaron al país en 2019 por exportación de servicios, el turismo contribuyó con el 77.5%<sup>xvi</sup>.

## EL RELATO:

**EL TURISMO ES EL PRINCIPAL RUBRO DENTRO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS DEL PAÍS Y CONTRIBUYE CON EL 58.3% DE LOS INGRESOS DE DIVISAS POR ESTE CONCEPTO**

### 3.6. PROVEEDURÍA

El turismo es una locomotora de la economía porque los turistas consumen pollos, pescados, frutas, hortalizas, cárnicos, etc. Asimismo, y solo por dar un ejemplo elemental, para prestar el servicio de alojamiento, los hoteles requieren de mobiliario, textiles y muchos otros productos, así como los restaurantes pagan rentas, materia prima y utilizan diversos servicios.

De esta manera se estimulan las economías locales y se produce un importante efecto de activación de cadenas productivas.

En 2022, el valor estimado del consumo intermedio del turismo fue de 1'354,363 millones de pesos, es decir, alrededor de 67.3 miles de millones de dólares<sup>xvii</sup>.

---

**67.3**  
**MIL MILLONES**  
**DE DÓLARES**

MONTO DE LA CADENA DE  
VALOR GENERADA POR  
EL TURISMO (2022)

---

## EL RELATO:

**EL TURISMO ACTÚA COMO UNA LOCOMOTORA DE LA ECONOMÍA  
PROPICIANDO EL FUNCIONAMIENTO DE UNA AMPLIA CADENA DE  
PROVEEDURÍA DE BIENES Y SERVICIOS.**

### 3.7. INVERSIÓN

Así como la actividad turística es intensiva en mano de obra, lo es también en capital. Con la información disponible, es posible tener una buena aproximación de la inversión privada en el sector, misma que a valor de reposición alcanzaría en 2018 un monto de 1'143,030 millones de pesos, es decir, alrededor de 57 mil millones de dólares<sup>xviii</sup>.

**57**  
**MIL MILLONES**  
**DE DÓLARES**

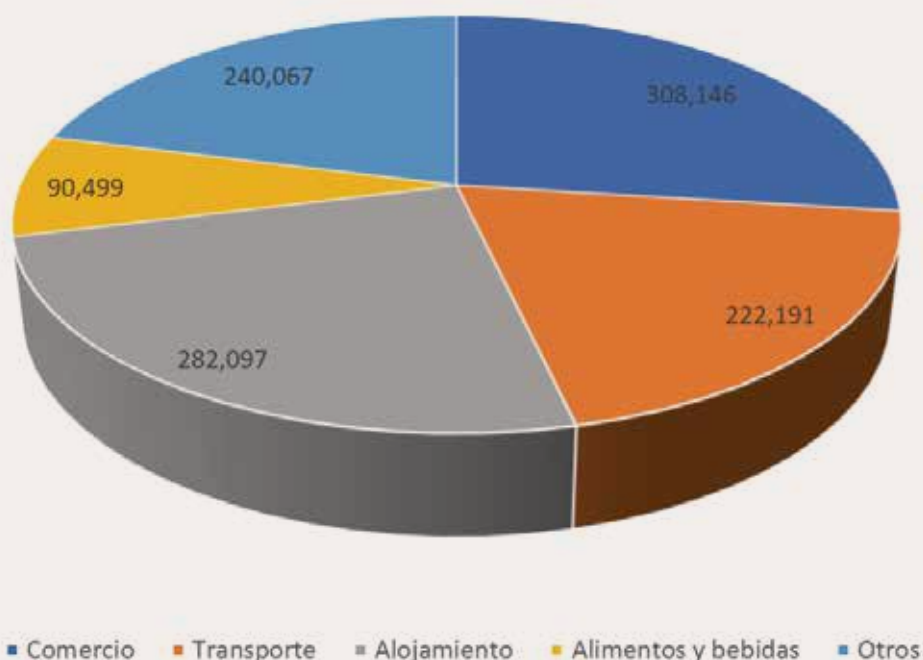
MONTO DE LA INVERSIÓN  
PRIVADA A VALOR DE  
REPOSICIÓN (2018)

## EL RELATO:

**EL RELATO: DEMOSTRANDO SU CONFIANZA EN EL PAÍS Y EN EL TURISMO, LOS EMPRESARIOS HAN DESPLEGADO, AL PASO DEL TIEMPO, UN IMPORTANTE ESFUERZO DE INVERSIÓN EN EL SECTOR.**

La desagregación de esta inversión es como sigue:

GRÁFICA 3.7. DISTRIBUCIÓN DE LA INVERSIÓN PRIVADA EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN 2018. MILLONES DE PESOS



Fuente: elaboración propia con datos de los CCEE 2019.

Por otro lado, de acuerdo con la CST, la evolución de la formación bruta de capital en el sector ha sido la siguiente<sup>xix</sup>:

TABLA 3.7. FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL. 2011-2021.  
MILLONES DE DÓLARES

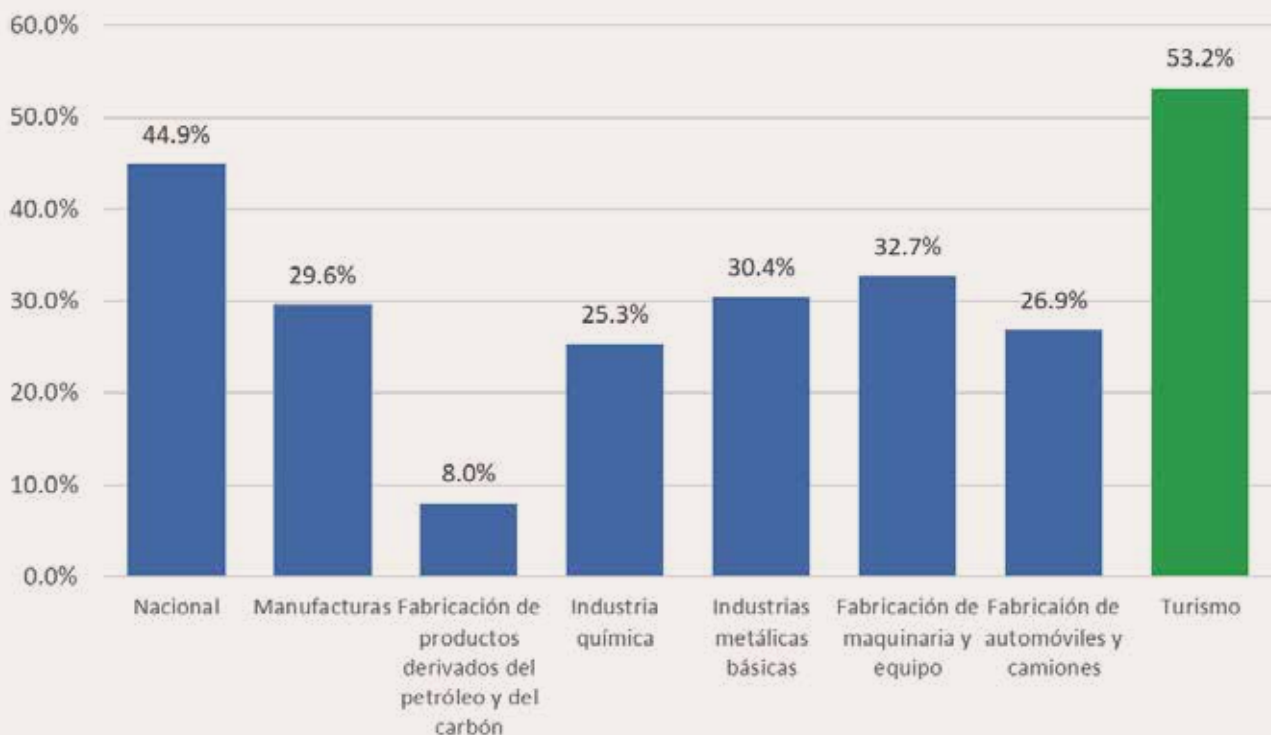
2011	6,976.3
2012	7,506.3
2013	7,906.6
2014	8,544.4
2015	7,081.0
2016	6,100.5
2017	7,226.8
2018	6,811.7
2019	6,803.6
2020	5,807.9
2021	9,179.8

Fuente: elaboración propia con datos de la CST y Banco de México

### 3.8. VALOR AGREGADO

Uno de los argumentos que con frecuencia se repiten para subestimar el valor económico del turismo, es una presumida capacidad limitada para producir valor agregado. Sin duda, este es un supuesto que no se soporta. Al comparar la relación entre el valor agregado y la producción bruta total de diversas ramas de la actividad económica, es bastante claro como el turismo sí genera, de manera importante, valor agregado y lo hace por arriba de industrias que reciben grandes apoyos públicos y mediáticos<sup>xx</sup>.

GRÁFICA 3.8. PROPORCIÓN ENTRE EL VALOR AGREGADO CENSAL BRUTO A PRODUCCIÓN BRUTA TOTAL EN DIVERSAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS 2018



Fuente: elaboración propia con datos de los CCEE 2019.

## EL RELATO:

**EL VALOR AGREGADO GENERADO POR EL TURISMO ES SUPERIOR AL DEL CONJUNTO DE LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS DEL PAÍS Y, COMO MUESTRA DE SU RELEVANCIA, DUPLICA -PROPORCIONALMENTE- AL DE LA FABRICACIÓN DE AUTOMÓVILES Y CAMIONES.**

### 3.9. IMPORTANCIA DEL MERCADO INTERNO

No deja de llamar la atención que, aunque el turismo es una importante fuente de divisas, la mayor parte del consumo turístico la realizan las personas que residen en el país en sus desplazamientos dentro de México.

Para el año 2021 el consumo de turismo interno fue del 80.5% del consumo turístico total, confirmando su peso estratégico<sup>xxi</sup>.

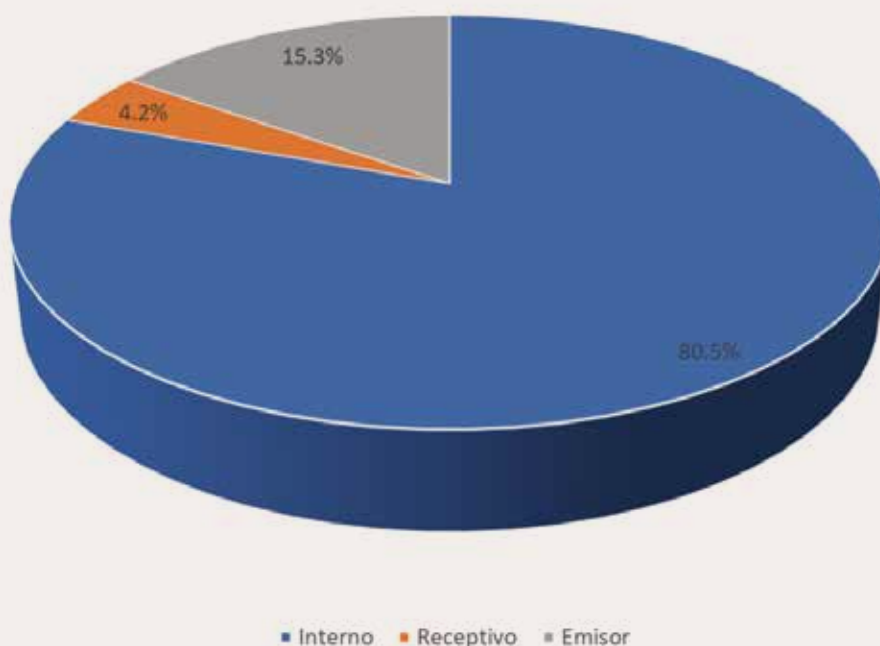
---

**80.5%**

PARTICIPACIÓN DEL CONSUMO  
TURÍSTICO INTERNO EN EL  
TOTAL DEL CONSUMO

---

GRÁFICA 3.9. DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO  
EN MÉXICO. 2021



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi

## EL RELATO:

**NO OBSTANTE EL PAPEL DESTACADO QUE TIENEN LAS DIVISAS TURÍSTICAS EN LA REDUCCIÓN DEL DÉFICIT DE LA CUENTA CORRIENTE, EL TURISMO INTERNO ES EL MÁS IMPORTANTE COMPONENTE DE LA ECONOMÍA TURÍSTICA, PUES APORTA EL 76.6% DEL CONSUMO TURÍSTICO.**

### 3.10. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

De acuerdo con los CCEE 2019, la composición de las empresas turística de acuerdo con su tamaño fue<sup>xxii</sup>:

TAMAÑO DE LA EMPRESAS	NÚMERO DE EMPLEADOS	NÚMERO DE EMPRESAS	PARTICIPACIÓN EN EL TOTAL DE EMPRESAS
MICROEMPRESAS	HASTA 10 PERSONAS	731,797	93.0%
PEQUEÑAS EMPRESAS	DE 11 A 50 PERSONAS	45,506	5.8%
EMPRESAS MEDIANAS	DE 51 A 250 PERSONAS	8,182	1.0%
GRANDES EMPRESAS	MÁS DE 250 PERSONAS	1,055	0.1%

## EL RELATO:

**EL TOTAL DE EMPRESAS TURÍSTICAS (CARACTERÍSTICAS Y CONEXAS ES DE 786,540, DE LAS CUALES EL 93.0% SON MICROEMPRESAS, 5.8% PEQUEÑAS, 1.0% MEDIANAS Y 0.1% GRANDES.**



An aerial photograph of a rugged coastline. The scene features a sandy beach in the foreground, with waves breaking onto it. The water is a vibrant turquoise color, transitioning to a deeper blue further out. Several large, golden-brown rock formations stand prominently in the sea. One large rock formation on the right has a natural archway. The sky is a clear, deep blue with a few wispy white clouds. The overall lighting suggests a bright, sunny day.

# 4. INDICADORES FÍSICOS

En esta sección se incluye la información de los principales indicadores físicos de la actividad, indicando cuando esto es posible los comparativos con el año 2019.

#### 4.1. TURISMO INTERNACIONAL (MILES DE LLEGADAS)<sup>xxiii</sup>

	2019	2022	VARIACIÓN 2022/2019
TURISTAS INTERNACIONALES	45,024.5	38,325.6	-14.9%
TURISTAS DE INTERNACIÓN	23,757.7	25,423.6	7.0%
TURISTAS FRONTERIZOS	21,266.8	12,901.9	-39.3%
EXCURSIONISTAS INTERNACIONALES	52,381.58	27,668.95	-47.2%
EXCURSIONISTAS FRONTERIZOS	43,286.9	20,593.8	-52.4%
CRUCERISTAS	9,094.7	7,075.2	-22.2%

#### 4.2. TURISTAS DE MÉXICO AL EXTERIOR (MILES DE SALIDAS)<sup>xxiv</sup>

	2019	2022	VARIACIÓN 2022/2019
TURISTAS INTERNACIONALES	19,810.5	13,750.2	-30.6%
TURISTAS DE INTERNACIÓN	12,235.6	10,037.1	-18.0%
TURISTAS DE INTERNACIÓN AÉREA	5,921.4	5268.8	-11.0%
TURISTAS FRONTERIZOS	7,574.9	3,713.1	-51.0%
EXCURSIONISTAS INTERNACIONALES	62,941.6	28,140.3	-55.3%

#### 4.3. TURISMO DOMÉSTICO<sup>xxv</sup>

	2019	2022	VARIACIÓN 2022/2019
TURISTAS ALOJADOS EN CUARTOS DE HOTEL (LLEGADAS)	58,570,185	55,258,833	-5.7%
TURISTAS NOCHE (PERNOCTAS)	109,095,548	105,682,572	-3.1

#### 4.4. TRANSPORTE AÉREO (MILES DE PASAJEROS)<sup>XXVI</sup>

	2019	2022	VARIACIÓN 2022/2019
PASAJEROS EN VUELOS INTERNACIONALES	48,792.1	50,158.0	2.8%
PASAJEROS EN VUELOS NACIONALES	53,706.4	57,227.8	6.6%

#### 4.5. ALOJAMIENTO TURÍSTICO<sup>XXVII</sup>

	2019	2022	VARIACIÓN 2022/2019
CUARTOS DE HOTEL DISPONIBLES PROMEDIO	391,620	404,087	3.2%
PORCENTAJE DE OCUPACIÓN	61.4%	57.7%	-3.7 P. P.

A tall saguaro cactus stands prominently in the center of the frame, reaching towards a blue sky with scattered white clouds. The cactus is surrounded by a field of smaller saguaros of various sizes. In the background, rugged, reddish-brown mountains rise against the horizon. The overall scene is a classic desert landscape.

# **5. FUENTES Y NOTAS**

i Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021. Precios corrientes. Estimación PIB 2022 a partir del ITAT de Inegi.

ii Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021. Precios corrientes. Estimación PIB 2022 a partir del ITAT de Inegi.

iii Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021.

iv De acuerdo con el documento del Sistema de Cuentas nacionales. Fuentes y Metodologías. Año base 2018.

v Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021. Estimación Consumo 2022 a partir del ITAT de Inegi.

vi Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021.

vii Ídem

viii Inegi. Censos Económicos 2019.

ix Styps. Observatorio Laboral. Primer trimestre de 2023.

x Sectur. Indicador trimestral del empleo turístico. Segundo trimestre de 2023.

xi Ídem.

xii Con datos del IMSS.

xiii Banco de México.

xiv Ídem.

xv Ídem.

xvi Ibídem.

xvii Estimación Cicotur a partir del ITAT de Inegi y Cuenta Satélite del Turismo 2021. Tipo de cambio 2022, \$20.1205 pesos por dólar.

- xviii Inegi. Censos Económicos 2019.
- xix Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021.
- xx Inegi. Censos Económicos 2019.
- xxi Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2021.
- xxii Inegi. Censos Económicos 2019.
- xxiii Inegi. Encuesta de Viajeros Internacionales
- xxiv Ídem.
- xxv Datatur. Actividad hotelera
- xxvi AFAC de la SCIT. Estadística de aviación comercial.
- xxvii Datatur. Actividad hotelera.

## 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

*Mtro. José Antonio Gea Guinovart - Director*



**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/](http://www.anahuac.mx/mexico/cicotur/)