

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO



Ruinas de la ciudad amurallada de Tulum, en la Riviera Maya. EE

El atractivo de México no conoce frontera

Playas, naturaleza, deporte o sanidad son algunos de los alicientes que han hecho de México el noveno país del mundo que más turistas internacionales recibe

elEconomista MADRID.

En los últimos años, la proyección exterior mexicana se ha convertido en una de las principales bazas de la economía del país: el sector supone un 8,7 por ciento del PIB. Los visitantes extranjeros son los grandes protagonistas: en 2015 sumaron más de 32 millones, y las cifras preliminares invitan a pensar que 2016 superará el récord del año precedente. EEUU sigue siendo el principal emisor, con un 59 por ciento de cuota y cada vez más turistas: 8,6 millones entre enero y noviembre de 2016.

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

Un sector que aporta hoy casi el 9% del PIB

Con una expansión del 3,6 por ciento en 2015, superior a la del total de la economía, el sector turístico ratifica su buen momento con récords de visitantes internacionales

G. Urdiales MADRID.

No es casualidad que nombres como Cancún, Puerto Vallarta o Riviera Maya se hayan convertido en referentes casi universales para aquellos que buscan descansar en playas paradisíacas, disfrutar de una luna de miel en el Caribe o surfear en aguas que bordean uno de los acervos culturales más importantes del continente.

Las posibilidades que ofrece México como destino de viajes –en modo alguno limitadas al párrafo anterior– son cada vez más apreciadas fuera de sus fronteras, y ello se refleja fielmente en los datos de los últimos años. El país volvió al *top ten* mundial de los destinos turísticos en 2014, tras escalar cinco posiciones.

La tendencia iniciada entonces se mantiene: en 2015, el país recibió 32,1 millones de turistas –un 9,5 por ciento más que el año anterior y récord histórico–, lo que sitúa a México como el noveno país con más tirón internacional. En cuanto a ingresos, ocupa el lugar 17 y sube cinco puestos respecto a 2014.

Las cifras correspondientes a los primeros ocho meses de 2016 permiten inferir que ese año las llegadas del exterior volverán a pulve-



Monumento a la Independencia, en Ciudad de México. GETTY

EN LOS OCHO PRIMEROS MESES DE 2016, VISITARON MÉXICO 23 MILLONES DE TURISTAS INTERNACIONALES, UN 8,4% MÁS

rizar los registros. Entre enero y agosto, entraron al país 23 millones de turistas internacionales; ello supone un incremento del 8,4 por ciento respecto del mismo periodo del año precedente. Aquellos que em-

plearon el avión son un 10,3 por ciento más numerosos, y totalizaron 10,5 millones de viajeros a cierre de agosto. Por otra parte, como señala el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) en su in-

forme de mayo-agosto, México podría escalar una posición más en la clasificación a cierre de 2016, dadas la fortaleza de la economía de EEUU, el tipo de cambio peso-dólar y la inestabilidad en otros destinos consolidados, como Turquía.

Generador de riqueza

En el mismo intervalo, los ingresos de divisas por la actividad turística internacional alcanzaron un nue-

vo récord, con un total de 12.850 millones de euros, mejorando en un 9,3 por ciento el registro equivalente de 2015.

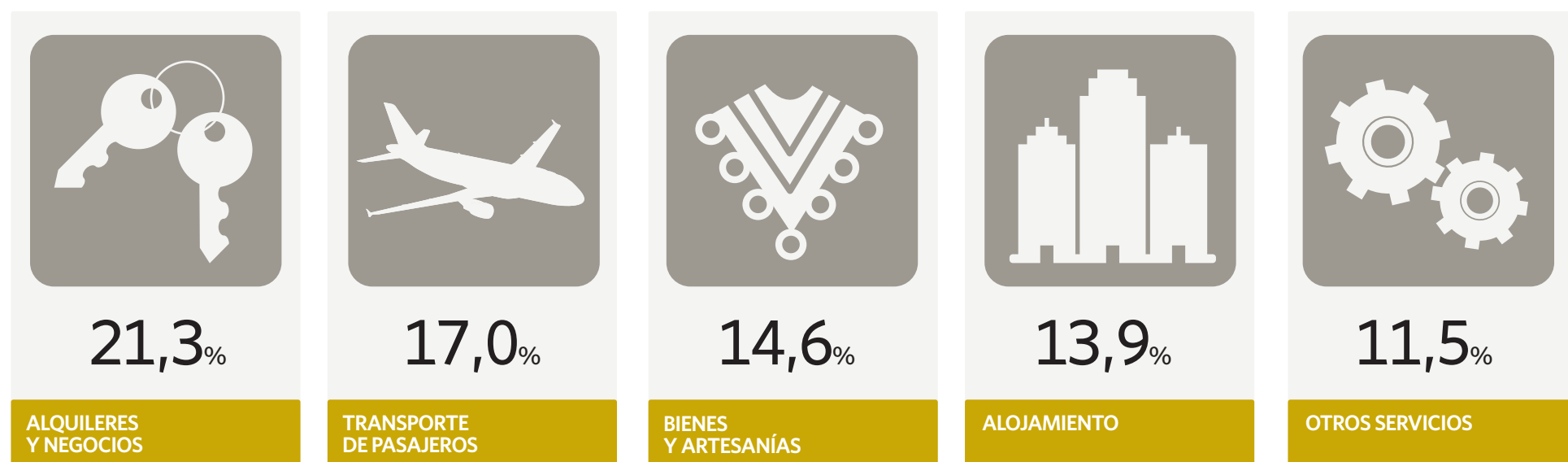
Los beneficios de esta actividad son plenamente tangibles en la ocupación hotelera: en los tres primeros trimestres de 2016, cada día hubo en promedio más de 223.000 habitaciones ocupadas. Ello supone un alza del 3 por ciento en relación con lo observado en el mismo periodo de 2015, en tanto que el porcentaje de ocupación subió a un 61,5 por ciento.

El CNET califica de “histórica racha positiva” los resultados de ocupación hotelera, y destaca los aumentos, en los ocho primeros meses de 2016, de destinos como Ciudad Juárez y Tijuana. Nuevo Vallarta, en Riviera Nayarit, presentó una ocupación promedio del 83 por ciento en el periodo citado.

El estado de Quintana Roo, localizado en la parte este de la península de Yucatán, concentra los destinos con más afluencia de turistas extranjeros. Hablamos de un territorio con clima tropical –la temperatura media de todo el año es de 26° C– que alberga zonas tan apreciadas como Cancún, Playa del Carmen, Tulum, Cozumel o Puerto Morelos. A ellos se añaden varios parques naturales, que conforman la afamada Riviera Maya, en la que se

Radiografía del PIB turístico de México

Datos correspondientes a 2015



Fuente: Barómetro OMT, 2016, Sector.

puede disfrutar de la vegetación tropical mientras se realizan actividades diversas en sus playas, cenotes (depósitos de agua manantial) o reservas ecológicas.

De hecho, Cancún recibe más turistas internacionales que toda Colombia o Perú, y casi el mismo número que Chile. Es el primer destino del país en llegada de viajeros del exterior a hoteles, con 4 millones, y el segundo en llegada de turistas totales, con 6,2 millones. Solo Ciudad de México lo supera.

Quintana Roo recibe en conjunto más visitas internacionales que países como Suiza, Egipto o India, y la misma cantidad que Brasil y Argentina juntos. 13,3 millones de llegadas a hotel lo confirman.

En cuanto al país de procedencia, las cifras preliminares para los nueve primeros meses de 2016 sitúan a Estados Unidos como primer contribuyente, con 7,7 millones de turistas por vía aérea; le siguen Canadá, Reino Unido, Colombia, Argentina y España.

El turismo interior también goza de buena salud. En el segundo trimestre, de acuerdo con datos del CNET, el consumo turístico interior aumentó un 6,2 por ciento: el gasto que realizan los turistas nacionales dentro de México se elevó un 3,9 por ciento; el gasto del turismo receptivo –el de los extranjeros que visitan México– creció un 20 por ciento.

Cada vez más importante

La contribución del turismo a la economía mexicana sigue aumentando. A fines de noviembre, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) del país publicaba los resultados definitivos del sector en 2015, que confirman el avance del turismo: el PIB sectorial se elevó un 3,6 por ciento el año pasado –a un ritmo superior a la de la economía en su conjunto–, y representó el 8,7 por ciento del PIB total, frente al 8,5 por ciento de 2015.

El secretario de Turismo de México, Enrique de la Madrid, revela-

No hay efecto Trump en las visitas desde Estados Unidos

El secretario de Turismo de México, Enrique de la Madrid, afirmó el pasado noviembre que a pesar de “dos años de campaña muy negativa” hacia México, los visitantes que llegan en avión de EEUU han crecido un 12,2 por ciento anual. En 2015, último año para el que se tienen datos cerrados, los turistas estadounidenses que viajaron a México rozaron los 8,4 millones; la cifra representa un progreso del 17,1 por ciento con relación a 2014. Este mercado aporta más del 50 por ciento del turismo internacional que recibe México, y hay que recordar que es el país más visitado por los turistas de EEUU. Su cuota de mercado ha crecido desde el 15,2 por ciento en 2012 a cerca del 18 por ciento en 2015. Por otra parte, México incrementó el año pasado su participación en el mercado de EEUU hasta el 17,7 por ciento entre enero y noviembre, lo que supone un avance de más del 16 por ciento. Todo apunta a que la interrelación es robusta y seguirá siéndolo en el futuro.

ba el pasado octubre que en los últimos diez años, la industria turística ha creado casi el mismo número de empleos (911.000) que el sector primario (936.000). El crecimiento del empleo turístico en este periodo fue del 2,7 por ciento, por contraposición al 1,6 por ciento registrado por la industria manufacturera.

Según datos de la Secretaría de Turismo (Sectur), la población ocupada en el sector turístico en el tercer trimestre de 2016 rebasó los 3,9

millones de personas. La cifra supone un máximo histórico de la serie desde 2006 (la cifra para el tercer trimestre de ese año rozaba los 3 millones), y representó el 8,4 por ciento del empleo total. El registro supone asimismo un incremento del 4,5 por ciento respecto del mismo trimestre de 2015.

Buenas perspectivas

El turismo internacional también está en boga. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), en los nueve primeros meses de 2016 un total de 956 millones de personas viajaron a destinos de todo el mundo: 34 millones más que en las mismas fechas del año pasado, un 4 por ciento más.

Siempre según la OMT, la gran mayoría de los grandes mercados emisores ha registrado un aumento en el gasto en turismo internacional en 2016. De los cinco primeros, China, el mayor del mundo, sigue impulsando la demanda, con un incremento del 19 por ciento. Estados Unidos reportó un crecimiento del 9 por ciento en este rubro; mejoran también Alemania (5 por ciento), Reino Unido (10 por ciento) y Francia (3 por ciento).

Más allá de los diez primeros, otros países registraron alzas de dos dígitos en los nueve primeros meses de 2016. Destacan, de mayor a menor crecimiento, Egipto, Argentina, España, India, Tailandia, Ucrania, Irlanda y Noruega. Los miembros del Grupo de Expertos de la OMT son optimistas para el periodo septiembre-diciembre, sobre todo para África, las Américas y Asia.

Sin duda, son buenas perspectivas para un país como México, que a su riqueza natural suma un acervo cultural que cuenta con 34 sitios patrimonio mundial de la humanidad, 10 ciudades patrimonio, 187 zonas arqueológicas abiertas al público, 111 Pueblos Mágicos, 174 santuarios religiosos, más de un millar de museos, y una cocina considerada patrimonio cultural inmaterial de la humanidad.

Principales destinos turísticos en el mundo por llegada de turistas
Millones de turistas

CLASIFICACIÓN		DESTINO	AÑO	
2014	2015		2014	2015
1	1	Francia	83,7	84,5
2	2	EEUU*	75,0	75,0
3	3	España	64,9	68,2
4	4	China	55,6	56,9
5	5	Italia	48,6	50,7
6	6	Turquía*	39,8	39,8
7	7	Alemania	33,0	35,0
8	8	Reino Unido*	32,6	32,6
10	9	México	29,3	32,1
9	10	Rusia	29,8	31,3
		Total mundial	1.134,0	1.184,0

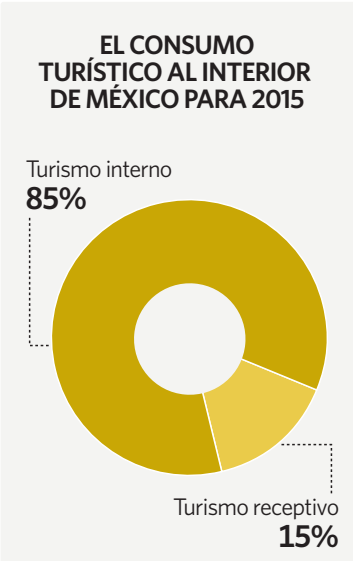
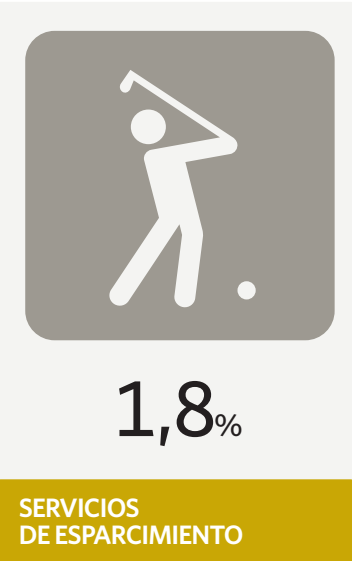
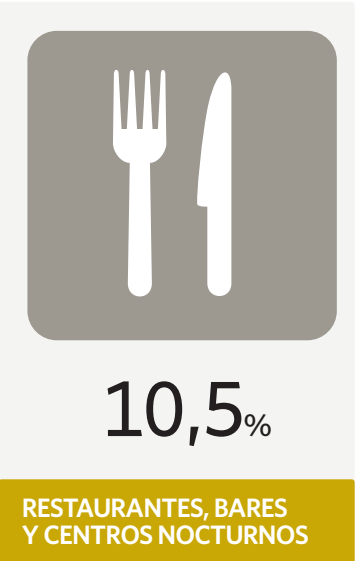
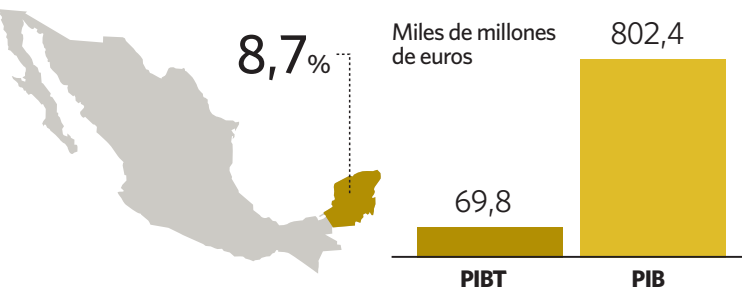
Principales destinos turísticos en el mundo por ingresos
Miles de millones de euros

CLASIFICACIÓN		DESTINO	AÑO	
2014	2015		2014	2015
1	1	Estados Unidos	170,0	171,0
2	2	China	101,1	109,4
3	3	España	62,4	54,2
4	4	Francia	55,1	44,0
9	5	Tailandia	36,8	42,8
5	6	Reino Unido	44,7	40,7
6	7	Italia	43,6	38,1
7	8	Alemania	41,5	35,4
10	9	Hong Kong (China)	36,8	34,4
8	10	Macao (China)	40,9	30,0
...	...	...	...	...
22	17	México	15,5	16,8
		Total mundial	1.242,0	1.182,0

Las cifras para México consideran la última actualización de Banco de México.
(*) Para el año 2015 se toma el dato de 2014, debido a que el país aún no reporta datos ante la OMT.

Estructura del producto interno bruto turístico (PIBT) en 2015

El PIBT en 2015 tuvo una participación estimada del 8,7% en la economía nacional, en valores corrientes para el año 2015



EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

La cocina tradicional, cultura comunitaria

Frutas, cereales como el maíz y el frijol son patrimonio cultural del país y el buque insignia en el extranjero

Noelia García MADRID.

La gastronomía mexicana cuenta con una gran variedad de productos y destaca por el abundante uso de especias. La Unesco declaró hace cinco años esta cocina como Patrimonio Cultural Inmaterial porque, según la organización, “es un modelo cultural completo que comprende actividades agrarias, prácticas rituales, conocimientos prácticos antiguos, técnicas culinarias y costumbres y modos de comportamiento comunitarios ancestrales”.

Enrique Peña Nieto, presidente del país, hace un año quiso impulsar la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, para promover el desarrollo productivo de la industria agroalimentaria y el segmento de turismo gastronómico, con la creación de nuevas rutas, circuitos y destinos que tienen una fuerte presencia en todo el país. Es tal la importancia cultural de la comida que chefs contemporáneos de prestigio están desarrollando la personalidad gastronómica de México.

Principales ingredientes

Los principales ingredientes que se utilizan en la cocina mexicana son el maíz, como base de la mayor parte de las recetas –de hecho son cultivadas al año más de 40 tipos de esta gramínea–; el arroz, con tanta presencia como variedades (seco, blanco, verde, amarillo, negro...); el frijol, que varía según la región y de ahí su diversidad de colores y tamaños, y el chile, que les da un toque mágico a los platos, sea dulce o extrapicantes.

El tomate, la cebolla, la calabaza y el nopal son incorporados a cientos de platos. Las carnes preferidas son cerdo, pollo o res, y se sirve tanto en guisos como seca. También el achiote, un condimento que da un color rojizo a los platos. El aguacate es uno de los preferidos y el mole uno de los guisos más importantes (elaborado con más de 50 ingredientes).

La cocina mexicana es la abanderada y el buque insignia a nivel internacional de la riqueza natural y cultural del país, donde cada región destaca por la producción de un bien supremo. En el noroeste se elaboran vinos y hay producción de chiles jalapeños, nueces y manzanas; por su parte, en el sureste, el cacao es el producto estrella. Tam-



Variedad de especies de chile que caracterizan a la gastronomía mexicana. EE

bién el queso es un gran aliado para los mexicanos. Existen más de 40 tipos de queso, siendo el panela uno de los más populares, que se produce en la mayoría de los estados. Además, hay ranchos que se han agrupado en la Ruta del queso, que permite conocer el proceso de elaboración y degustar sus variedades. Durante la temporada de llu-

EN EL NOROESTE SE ELABORAN VINOS Y HAY PRODUCCIÓN DE CHILES JALAPEÑOS, NUECES Y MANZANAS

vias, de mayo a octubre, la humedad propicia el crecimiento de hongos comestibles (clavitos, manitas, morillas y yemitas).

Platos típicos

Los platos –platillos, en México– más conocidos son las enchiladas, los tacos, las fajitas, los burritos, el pozole, los totopos o nachos, el hua-

rache, y salsas como el guacamole, salsa roja y verde, pico de gallo, mole, etc., que son un pilar y un signo de distinción. Asimismo, los postres son caracterizados por el “dulce”. En el apartado de bebidas, destaca el famoso tequila, acompañado de un toque de sal y limón, hasta el mezcal o el pulque.

‘Nouvelle cuisine’

Nacida de la alta cocina clásica es una tendencia cada vez más acogida en el país, donde se aprecia una mezcla sutil de sabores y gustos. Este nuevo tipo de cocina utiliza a menudo salsas ligeras, a base de jugos de carne, de fumet, de esencias y de plantas aromáticas. Otra de las características es la preferencia por sabores frescos, presentados en platos livianos. México destaca en este nuevo concepto; de hecho, cuenta con nueve restaurantes en los Latin America’s 50 Best Restaurants 2016, siendo Pujol, encabezado por el chef Enrique Olvera, el mejor del país (posición cinco en el ranking). El éxito de Pujol reside en la forma en la que su chef traslada la cocina callejera a la mesa.

Los sabores mexicanos con más tradición

PRODUCTOS ESTRELLA



Maíz

Chile

Frijol

Nopal

RECETAS CLÁSICAS



Enchiladas

Mole

Guacamole

Tacos

Tortillas con mucho picante y con abundante queso que generalmente se gratinan al horno.

Salsa elaborada con cacao, chiles de diversas variedades, tomates, almendras, pasas, perejil, canela y otras especias.

Salsa preparada principalmente en base a aguacate, y acompañada de cebolla, chiles verdes, zumo de limón y tomates.

Tortitas de maíz rellenas con pollo y/o carne, pimientos de múltiples colores, tomates y cebollas.

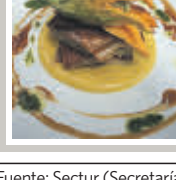
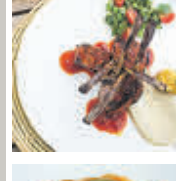
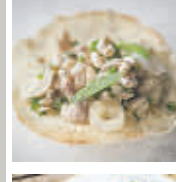
LA GASTRONOMÍA MEXICANA ES RECONOCIDA COMO...

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL DE LA HUMANIDAD

por la UNESCO

9 restaurantes mexicanos han sido premiados por su excelencia culinaria en la lista ‘Latin American 50 Best Restaurants 2016’

El tequila es la bebida más representativa de México, fue declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 2006



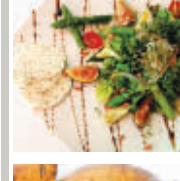
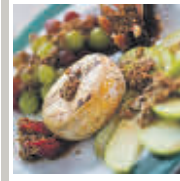
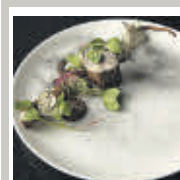
México es el primer exportador de chiles en el mundo
920.000 toneladas se exportan cada año

México es el primer productor de aguacate en el mundo

En 1995 el mezcal obtuvo la Denominación de Origen y se utilizan más de **30** especies de agaves para su producción

El chile en nogada es considerado uno de los más finos platillos de la gastronomía mexicana a nivel mundial

27% de la producción nacional de jitomate se genera en Sinaloa



¿CÓMO EXPLICAR
LO INEXPLICABLE?

GENIALIDAD CONTEMPORÁNEA
EN FORMA DE PLATILLO

Ciudad de México

VIVIRLO PARA CREERLO

ANFITRIÓN DE LA ENTREGA
DE PREMIOS A LOS 50
MEJORES RESTAURANTES
DE AMÉRICA LATINA EN
2015 Y 2016



México

visitmexico.com

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

Deporte y competición suman adeptos dentro y fuera del país

México potencia un sector que genera casi 600 millones de euros al año, espoleado por el éxito en la organización de eventos como la 'Monday Night' de la NFL o el mundial de triatlón

G. Urdiales MADRID.

La lógica es sencilla: los viajeros que se desplazan a México para participar en una competición deportiva o presenciarla suelen estar más tiempo en el país que el turista tradicional, de suerte que genera una mayor derrama económica. México quiere potenciar esta rama del turismo, y tiene buenos argumentos para ello.

El país celebró su primer Congreso del Turismo Deportivo el pasado mes de octubre, en Monterrey. En él se puso de manifiesto que la organización de eventos de alcance global en suelo mexicano confiere a las localidades anfitrionas relevancia internacional. La repercusión económica, según Alfonso Bayón, coordinador de Destinos Turísticos de la Sectur, asciende a más de 570 millones de dólares.

Uno de los mejores ejemplos de esta implicación es la *Monday Night*, celebrada el pasado mes de noviembre. La Liga Nacional de Fútbol Americano (NFL) regresó a México por primera vez en 11 años. Fue el pasado 21 de noviembre, en el Estadio Azteca, en Ciudad de México. Cerca de 76.500 personas se dieron cita allí para presenciar el partido entre los Raiders de Oakland y los Texanos de Houston. La audiencia, en EEUU, se estima en 35 millones de personas.

Más allá del enfrentamiento –que se saldó con victoria de los Raiders por 27 a 20–, la vuelta de la NFL tiene beneficios directos para toda la economía mexicana. El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) estima que el retorno de la inversión en la *Monday Night* fue de 5,4 veces. Según la Sectur, la derrama total rondará los 75 millones de euros.

La afición, clave

La proximidad de los Estados Unidos ha sido crucial a la hora de forjar las huestes del fútbol americano en México, que, según cálculos, suman 25 millones. La capital del país es la séptima con mayor número de aficionados; las seis primeras son estadounidenses. No es de extrañar que las entradas se agotaran a los 10 minutos de estar a la venta.

Los aficionados al baloncesto también están de enhorabuena. La NBA ha disputado encuentros en México desde 1992, pero en enero del año pasado por primera vez el pa-



Los pilotos Hamilton, Rosberg y Ricciardo celebran su resultado en el GP de México de 2016. CORTESÍA SUTTON IMAGES

SER SEDE DE COMPETICIONES DE LA TALLA DE LA FÓRMULA 1 IMPULSA EL TURISMO DE EVENTOS, QUE SUPONE EL 1,5% DEL PIB

is albergó dos partidos en la misma temporada.

Los éxitos no terminan ahí. Entre el 11 y el 18 de septiembre de 2016, la paradisíaca isla de Cozumel albergó el Campeonato Mundial de Triatlón ITU AT&T, al que asistieron 6.000 triatletas de 70 países de todo el mundo. En dicha semana, entre deportistas y acompañantes –entrenadores, familiares, amigos...

se registraron más de 25.000 visitantes a la isla. La aportación económica se cifró en alrededor de 23 millones de euros, con una ocupación superior al 90 por ciento.

Es la tercera vez que México organiza un mundial de esta disciplina (antes lo hizo en 1995 y 2002). La isla de Cozumel ha logrado convertirse en la única ciudad del mundo que alberga cuatro eventos de

alto nivel de estas características: el MetLife Ironman 70.3 Cozumel, la Copa Mundial ITU, el GFNY Cozumel y el México Ironman Cozumel).

En la élite de la competición

La celebración del Gran Premio de México de Fórmula 1 es quizá el evento de mayor repercusión a este respecto. El país se aseguró la vuelta a esta competición, la de mayor prestigio en el ámbito automovilístico, en 2015, tras 23 años de ausencia. El buen hacer de México le valió el reconocimiento de la FIA al mejor evento de la temporada.

No se dispone aún de los datos

del Gran Premio de 2016, pero los del año precedente no dejan dudas sobre la magnitud del aporte: 590 millones de euros de derrama total, 13.500 empleos creados y una exposición potencial de 520 millones de espectadores.

La experiencia de México en este terreno se completa con otros torneos mundiales, como la Fórmula E –en la que se estrenó en marzo del año pasado–, el Campeonato Mundial de Resistencia de la FIA (WEC) o el Campeonato Mundial de Rally (WRC), en el que ha sido sede en 12 ocasiones.

Foro global

La exitosa organización de estos eventos ha repercutido positivamente en la proyección exterior de México, y, en particular, ha hecho que el país se reivindique como una plaza atractiva para el turismo de negocios y reuniones. Así lo atestiguan las cifras que ha recopilado el CPTM en un informe de 2016.

Entre 2010 y 2014, las reuniones han aumentado un 35 por ciento, destacando las corporativas y las exposiciones, que se elevaron un 39 y un 46 por ciento respectivamente. La participación de turistas internacionales en este rubro supone al menos el 7,2 por ciento, y se ha multiplicado por más de dos en el periodo.

El impacto económico de este segmento no es menor: el CPTM lo cifra en alrededor de 24.000 millones de euros para el año 2014; casi el 60 por ciento de este monto corresponde al gasto efectuado por los participantes –los que provienen de fuera han triplicado el gasto en el intervalo de estudio–.

En México se celebraron 266.000 reuniones en 2014, que congregaron a un total de 29,3 millones de participantes; el gasto directo por participante fue de 815 euros, mientras que el gasto directo por reunión rozó los 90.000 euros. El turismo de reuniones aporta anualmente unos 890.000 empleos y supone el 1,5 por ciento del PIB total de México. El sector de la medicina –incluyendo la industria farmacéutica– son los mayores promotores de reuniones corporativas.

El potencial para crecer es grande: el país cuenta con al menos 55 centros de convenciones, 259 espacios de reuniones y seminarios, 3.100 hoteles de lujo, 495.000 habitaciones y más de 1 millón de metros cuadrados para exposiciones.

MEGADIVERSIDAD.

INCLUIDO EN TU
PAQUETE DE VIAJE.



ESO QUE BUSCAS, VIVE EN

México

VIVIRLO PARA CREERLO
visitmexico.com

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

Leyendas y magia que atraen al turista moderno

Arte, historia, arquitectura, gastronomía y tradición se aúnan en los Pueblos Mágicos, preservando la esencia de México

Noelia García MADRID.

Toda industria conlleva consecuencias para el planeta, y el turismo también tiene impacto directo sobre el entorno que se visita y sus habitantes. El acervo cultural y la riqueza natural de la región mexicana otorga una gran oportunidad para impulsar las actividades turísticas en las diferentes provincias. El país cuenta con 111 Pueblos Mágicos, un programa desarrollado por la Secretaría de Turismo (Sectur) que destaca aquellos lugares cuyos habitantes han sabido conservar su riqueza cultural e histórica.

El objetivo de este programa ha sido, desde su nacimiento en 2001, complementar una oferta turística hacia el interior del país. Asimismo, generar y promocionar las artesanías, festividades, tradiciones y gastronomía del lugar; promocionar como productos turísticos la aventura, el deporte extremo, el ecoturismo y la pesca deportiva, entre otros. Además, busca reforzar los atractivos turísticos de este conjunto de poblaciones, las cuales representan alternativas diferentes, así como dar a conocer la riqueza cultural e histórica de estas regiones.

Una inversión a la altura

Hasta el momento se han invertido cerca de 190 millones de euros (4.500 millones de pesos) en infraestructura y equipamiento de los Pueblos Mágicos, lo que ha convertido a estas localidades en lugares de éxito turístico. Por ejemplo, Tequila, en Jalisco, que recibe más de un millón de visitantes al año, o Tulum, en Quintana Roo.

Cabe destacar que en estos últimos cuatro años se han invertido alrededor de 110 millones de euros en el programa de promoción de estas localidades. El presupuesto se ha dirigido a mejorar las fachadas de los edificios institucionales y habilitar las zonas (carreteras, aceras, parques) antiguas. Asimismo,

se han renovado hoteles, restaurantes, centros de actividades culturales, y se han equipado con tecnología para hacer la vida más fácil a los turistas. No obstante, uno de los retos para 2017 es unificar el grado de avance entre los diferentes pueblos.

El presupuesto para este año es de unos 25 millones de euros, y se consolidará el programa. El subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico, Gerardo Corona González, afirma que esta iniciativa ha cambiado “la dinámica económica de la comunidad, incrementa el empleo y mejora los servicios, así como la calidad de vida de sus habitantes”.

Destinos más productivos

Big Data y turismo es el nombre del estudio que han realizado BBVA Data&Analytics y la Sectur para identificar las tendencias y productividad de los diferentes destinos del país. Los resultados sitúan a cuatro destinos como los preferi-

dos: Cancún, Isla Mujeres, Playa del Carmen y Cozumel.

EL OBJETIVO DE ESTE PROGRAMA HA SIDO COMPLEMENTAR UNA OFERTA TURÍSTICA HACIA EL INTERIOR DEL PAÍS

dos: Cancún, Isla Mujeres, Playa del Carmen y Cozumel.

Isla Mujeres, en Quintana Roo, es el tercer Pueblo Mágico con el mayor gasto promedio de los visitantes nacionales, con casi 18 euros (402 pesos), seguido por Cholula, Puebla, y Orizaba, Veracruz. Si se atiende a los visitantes extranjeros, destacan Tulum y Taxco, seguidos de Isla Mujeres, Orizaba, Comitán, Cholula, Atlixco, San Cristóbal de las Casas; Metepec y Tecate.

El fomento del turismo de interior está dando sus frutos. Los datos revelan que la llegada de turistas extranjeros a México continúa con su tendencia al alza. Este pasado año, de enero a octubre, se ha registrado la llegada de 7,86 millones de turistas estadounidenses,

Joyas culturales

Los vestigios del pasado indígena pueden aún verse en estos pueblos; otros visibilizan las raíces españolas, otros te enamoran con su naturaleza y aguas cristalinas...

Jerez, en Zacatecas, fue el primer municipio en recibir el estatus de Pueblo Mágico. Ubicado en un valle, se pueden realizar diferentes actividades: recorridos históricos, arquitectónicos, natación, deportes acuáticos, caminatas y paseos al aire libre.

Sayulita, al que se puede llegar desde Puerto Vallarta, se ha convertido en uno de los destinos más conocidos para los surfistas. Ha enamorado a miles de turistas con sus calles empedradas y edificaciones coloridas.

Tapalpa, en el Estado de Jalisco. Su nombre, derivado del náhuatl, significa “tierra de colores” o bien,

“lugar ubicado en lo alto”. Se distingue por sus casas de blancas fachadas y rojos techos de dos aguas. Todo en Tapalpa invita al disfrute: artesanías, fiestas y gastronomía integran un mosaico que invitará siempre al regreso.

En el Estado de Chiapas se encuentra el yacimiento arqueológico de Palenque, la pirámide escalonada más grande de Mesoamérica y el denominado Templo de las Inscripciones, que han servido para estudiar la civilización maya.

Los hallazgos encontrados en este sitio confirman que los mayas tenían una organización social y religiosa compleja, así como admirables conocimientos arquitectónicos, astronómicos y matemáticos. Además, los jeroglíficos de Palenque hablan de la historia militar de



Dónde están los Pueblos Mágicos de México

El programa contribuye a revalorar un conjunto de poblaciones del país que siempre han estado en el imaginario colectivo y que representan alternativas frescas y diferentes para los visitantes nacionales y extranjeros

28 localidades se incorporaron al programa nacional de Pueblos Mágicos, con lo que suman 111 destinos que recibieron un presupuesto de 17 millones de euros en 2016.

PROVINCIA

Pueblos



	CHIQUAHUA 11 Baropilas Creel Casas Grandes
	ZACATECAS 12 Jeréz de García Nochistlán Pino Sombrete Teúl de González Ortega
	GUERRERO 13 Taxco
	OAXACA 14 Capulálpam Huautla de Jiménez Mazunte San Pablo Villa de Mitla San Pedro y San Pablo de Teposcolula
	ESTADO DE MÉXICO 15 El Oro Malinalco Metepec Tepotztlán Valle de Bravo Aculco Ixtapan de la Sal Teotihuacán y San Martín de las Pirámides Valla de Carbón

	TABASCO Tapijualapa
	SAN LUIS POTOSÍ Real de Catorcer Xilitla
	MORELOS Tepoztlán Tlayacapan
	PUEBLA Atlixco Chignahuapan Choluta Cuetzalan Pahuatlán Tlantlauquitepec Xicotepec Zacatlán
	YUCATÁN Izamal Valladolid

	COAHUILA Arteaga Cuatro Ciénegas Parras de la Fuente Viesca Candela Guerrero
	CAMPECHE Palizada
	NUEVO LEÓN Santiago Linares
	TAMAULIPAS Mier Tula
	GUANAJUATO Dolores Hidalgo Jalpa Mineral de Pozos Salvatierra
	QUERÉTARO Bernal Cadereyta Jalpan de Serra Tequisquiapan San Joaquín
	TLAXCALA Huamantla Tlaxco
	HIDALGO Huasca de Ocampo Huichapan Mineral del Chico Real del Monte Tecozautla
	CHIAPAS Chiapa de Corzo Comitán San Cristobal de las Casas Palenque
	QUINTANA ROO Bacalar Isla Mujeres Tulum

la ciudad, de las hazañas de sus gobernantes, de su calendario y sus rituales, aportando información invaluable sobre la cultura maya.

Michoacán cuenta con cinco sitios Patrimonio de la Humanidad, ocho Pueblos Mágicos y, por supuesto, las mariposas monarca, que año tras año emigran desde Canadá para pasar el invierno en tierras michoacanas. Las zonas en las que se concentran son, principalmente: Zitácuaro, Ocampo y Angangueo.

El pueblo purépecha, que aún se encuentra presente en estas tierras, guarda tradiciones ancestrales como las danzas regionales, sus artesanías y su gastronomía, como las carnitas (diferentes porciones del cerdo), las corundas (a base de maíz, son una variedad de tamal pequeño de forma triangular) y los dulces de leche.

Michoacán cuenta con una abundante vegetación, grandes lagos y ríos en toda la zona. Tiene climas variados que van desde el cálido en la costa hasta el fresco y vigorizante en las zonas centrales.

El pueblo de Tepoztlán, localizado en las faldas del Tepozteco, sorprende por sus calles empedradas, con múltiples tradiciones, entre las que destacan la divertida danza de los chinelos y los rituales de purificación. Es famoso por los restos de la pirámide construida en la cima de la montaña El Tepozteco -2.300 metros-, y también por los exóticos helados preparados por la gente del pueblo, así como sus artesanías.

A menos de tres horas de DF

Famosa por su buen clima y sus balnearios, en Ixtapan de la Sal, en el Estado de México, destacan la alfarería, la madera tallada, la confitería y, por los meses de octubre y noviembre, la producción de dulces de pipián de calabaza.

Huamantla se ubica a 42 kilómetros de Tlaxcala. Ha destacado por su localización como paso entre las costas del golfo de México y el Altiplano central.

Atlixco, en el Estado de Puebla, es un gran productor agrícola por su gran variedad y calidad de árboles ornamentales y frutales, así como de plantas y flores para huerto o decoración. Pasear por el centro y conocer sus grandes exconventos, como el del Carmen o de San Francisco, y probar la famosa cecina de Atlixco es uno de los planes obligados si se visita esta ciudad.

Taxco, en Guerrero, debe su historia y su aspecto al suelo. En la plaza encontró su destino. Su gente aún vive del comercio y manufactura de objetos de este metal. También se conservan las construcciones barrocas levantadas durante el auge minero de la Colonia. Es el pueblo minero más añejo de América. El periodo del año con mayor actividad de visitantes, sobre todo nacionales, es abril, justo cuando se celebra la Feria Nacional de la Plata.

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

Lugares donde perderse: un placer y una aventura a la vez

La pluralidad de sus escenarios naturales hace de México un país único en América para practicar deportes de todo tipo, ser explorador por un día o descansar en parajes idílicos

G. U. MADRID.

Desiertos, zonas selváticas, playas, arrecifes, bosques de alta montaña, tundra y sierra... No es fácil que un mismo país albergue a un tiempo tal variedad de escenarios. En México la biodiversidad se da la mano con la arqueología y el espíritu aventurero. Sólo hace falta tiempo.

A lo largo de sus más de un millón de kilómetros cuadrados, pueden encontrarse cerca de 30.000 especies de flores, 1.000 especies de aves, 1.500 especies de reptiles, mamíferos y anfibios que habitan en zonas protegidas. Algunas especies, como la mariposa monarca, han encontrado en México su refugio.

Un buen exponente de esta oferta es, sin duda, el Pueblo Mágico de Xilitla, enclavado en una zona montañosa de la Huasteca Potosina. El atractivo que la ha hecho célebre es el Jardín Escultórico de Edward James, un excéntrico poeta británico, llegado a México en los años cuarenta.

El resultado es un jardín insólito, junto a un río que tiene varias pozas formadas por una cascada que desliza por la roca unos 70 metros, misterioso incluso cuando se cubre de neblina, y considerado el mayor y el más importante de su género en todo el continente.

Un punto de adrenalina

Cerca de Xilitla hay cuevas y sótanos –agujeros en la montaña– para los más exploradores, entre los que destacan el Sótano de las Huahuas y el de Tlamaya, las cuevas de El Sa-



Surrealismo y naturaleza se entremezclan en el jardín diseñado por Edward James, en San Luis Potosí. EE

litre, la del Agua y la del Laberinto.

Los aficionados a las emociones fuertes tienen, también en el Estado de San Luis Potosí, el parque natural Micos, en el que se puede ha-

temporada de lluvias, eso sí: de julio a octubre-. Diez kilómetros de un recorrido rodeado por vegetación exuberante y para el que no se requiere experiencia previa. Tam-

ta disciplina. Chiapas y Veracruz aportan la selva en el transcurso de los ríos Lacanjá y Filo Bobos, respectivamente.

La tradición maya permea una de las actividades de más atractivo en este rubro: el kayak. Desplazarse desde la Isla Espíritu Santo, en Baja California sur, hasta las islas Gallo, Gallina y Ballena, para después refrescarse en las playas del Candelero o Ensenada Grande, es una buena aproximación.

En Riviera Nayarit, esta actividad puede complementarse con el avistamiento de aves y paseos en paracaídas. La Riviera Maya, por otro lado, deslumbra con sus arrecifes de coral y, entre noviembre y abril,

la posibilidad de coincidir con ballenas y delfines.

Quien prefiera el alpinismo puede optar, entre otras muchas, por las cascadas de Tamul y Minas Viejas (esta última de 105 metros) para practicar el rapel, ambas en San Luis Potosí. Las peñas del Parque Nacional El Chico, en el Estado de Hidalgo, ofrecen 3.000 metros de descenso para los más atrevidos.

Montañas que humean

¿Y por qué no ascender también? México brinda alternativas interesantes para la escalada. Por ejemplo, los volcanes. Entre los Estados de Puebla y Veracruz habita el gigante Citlaltépetl, también llamado Pico de Orizaba, que es además la montaña más alta del país, con más de 5.700 metros. En el centro de México espera el Iztaccíhuatl, y entre Morelos y Puebla el Popocatepetl, literalmente “montaña que humea”.

Los paisajes más espectaculares no siempre están a la vista en la superficie... El Parque Marino Nacional Arrecifes de Cozumel, en el Estado de Quintana Roo, es uno de los lugares del mundo más indicados para observar arrecifes de coral, practicando el buceo o el esnórquel.

Los cerca de 10.000 cenotes –depósitos de agua manantial– de Yucatán son otro incentivo para explorar las profundidades, incluso en compañía de tiburones –inofensivos, eso sí– si se llega hasta la isla de Holbox.

El catálogo de aventura mexicana no se completa con muchos más destinos, como las tirolesas del Centro Turístico Las Nubes de Chiapas, las rutas ciclistas de Sierra Juárez o el surf en Tijuana...

LAS POSIBILIDADES ABARCAN EL KAYAK, 'RAFTING', CICLISMO DE MONTAÑA, LA SUBIDA A VOLCANES O LAS TIROLESAS

cer salto de cascadas en el río homónimo. En un kilómetro, siete cascadas de diferentes dimensiones e incluso aptas para niños (a partir de seis años). El rafting es otra opción para disfrutar del Micos –en

bién aquí abundan las referencias: en el Estado de Morelos, por ejemplo, destacan los 10 kilómetros de rápidos del río Amacuzac; el Usumacinta, en Tabasco, añade la proximidad a zonas arqueológicas a es-

Nuevas tecnologías para construir destinos inteligentes

Cozumel muestra el camino para mejorar la competitividad

G. U. MADRID.

El turismo es otro de los sectores en los que el análisis de macrodatos se ha revelado una herramienta clave. El pasado noviembre, el secretario de Turismo de México, En-

rique de la Madrid, presentó el informe *Big data y turismo*, realizado en colaboración con BBVA Bancomer. El estudio examina el gasto de los turistas en diversos sectores para arrojar luz sobre cómo elevar la competitividad de los destinos.

En concreto, se monitorizó la huella digital y el rastro económico de los turistas que visitaron cuatro destinos del Estado de Quintana Roo –Cancún, Isla Mujeres, Playa del

Carmen y Cozumel– así como de los que viajaron a los 111 Pueblos Mágicos. Los resultados permiten identificar áreas de oportunidad y diseñar estrategias que mejoren la competitividad de los destinos.

De hecho, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) se ha fijado como objetivo para este año el desarrollo de nuevas plataformas de investigación, digitales y tecnológicas, y el impulso del

marketing personalizado con el fin de lograr productos turísticos más diversificados y el crecimiento de la industria en todo el mundo.

Cozumel, en la vanguardia

Hoy la isla de Cozumel está en proceso de acreditarse como el primer destino inteligente de México. Ello es fruto de una estrategia de colaboración entre la Sectur y la Sociedad Estatal para la Gestión de la In-

novación y Tecnologías Turísticas (Segittur), que establece objetivos en cuatro pilares: sostenibilidad, accesibilidad, tecnología y gobernanza. Se trata, en otras palabras, de que los destinos interactúen con turistas y locales y sean más fácilmente accesibles a todos. Para ello es preciso trabajar en un amplio abanico de medidas, desde la implantación de banda ancha a la digitalización de servicios.

¿CÓMO EXPLICAR
LO INEXPLICABLE?
COMO PEDALEAR
AL PASADO

Riviera Maya
VIVIRLO PARA CREERLO



COBÁ, RIVIERA MAYA

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO



Desfile organizado con motivo del Día de Muertos. EE

El Día de Muertos da cuenta de la rica identidad mexicana

En dicha festividad los ritos religiosos de los pueblos indígenas se fusionan con la tradición católica, dando lugar a una celebración singular declarada Patrimonio de la Humanidad

V. Barahona MADRID.

La muerte se viste de colores vivos en México, adorna su rostro y camina entre flores. Quizás, entre los pétalos de la cempasúchil, esa flor de color amarillo que, según creencias aztecas, tenía propiedades espirituales y ayudaba a guiar las almas de los difuntos.

El Día de Muertos tiene un aire festivo en México, es posible que haciendo honor a una expresión popular del país que dice “el muerto al pozo y el vivo al gozo”. O, en cambio, por aquella idea maya de que la muerte no era el fin, sino el comienzo de otra aventura, otra vida... Renacer.

Sea así o no, lo cierto es que a día de hoy, acudir a México entre los días 28 de octubre y 2 de noviembre sigue suponiendo la contemplación de una explosión sensorial, donde el color, la música y los sabores de los dulces más tradicionales envuelven al visitante en una atmósfera que lo arrastra inevitablemente a la celebración. En todos los Estados, sus habitantes adornan los lugares donde yacen sus antepasados y elaboran altares para agradecer a los que

ya no están. Además, ferias de artesanía y otros eventos culturales y lúdicos sacan a flote algunas de las tradiciones más significativas de la rica identidad del país. Los ritos religiosos prehispánicos de los pueblos indígenas se fusionan con las fiestas católicas, dando lugar a una festividad singular que, en el año 2008, fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco.

Gran desfile

La cinta de James Bond, *Spectre*, inspiró el año pasado a las autoridades de Ciudad de México, que decidieron que el 29 de octubre se celebrase por primera vez el *magno desfile* del Día de Muertos, que contó con más de 1.200 voluntarios y actores.

Más de 250.000 personas disfrutaron en la metrópoli de esta celebración que recorrió el Paseo de la Re-

forma hasta llegar al Zócalo. El evento registró además una ocupación de aproximadamente 164.000 turistas hospeda-



dos en hoteles de la ciudad, de los cuales más de 32.000 fueron extranjeros. Todos ellos pudieron disfrutar de un desfile en el que, como no podía ser de otra manera, estuvieron representados personajes tan emblemáticos de la cultura mexicana como la Catrina, los artistas Frida Kahlo y Diego Rivera, Cantinflas, el Chavo del 8 y el cantante Juan Gabriel.

A casi 70 kilómetros de allí, en el municipio de Toluca (Estado de Mé-

xico) y los desfiles sirven para rendir homenaje al caricaturista José Guadalupe Posada, el creador de la Catrina. Originalmente –hace más de 100 años–, esta figura fue bautizada con el nombre de *Calavera Garbancera* y suponía una burla a aquellos indígenas que, tras enriquecerse, empezaron a despreciar sus orígenes. Posteriormente, Diego Rivera pasó a llamarla *La Catrina* y contribuyó enormemente a su popularización, representándola en mura-

MÁS DE 250.000 PERSONAS DISFRUTARON EL PASADO AÑO EN CIUDAD DE MÉXICO DEL 'MAGNO DESFILE' DEL DÍA DE MUERTOS

xico), como cada año desde 1989, tuvo lugar la tradicional Feria del Alfeñique –dulces típicos en forma de calaveras, frutas y ataúdes–.

El origen de 'La Catrina'

Otra de las festividades más destacadas en torno al Día de Muertos tiene lugar en la ciudad de Aguascalientes. Allí, donde se ubica el Museo Nacional de la Muerte, se celebra el denominado Festival de las Calaveras, donde la música, los bai-

les como *Sueño de una tarde dominical en la Alameda Central*, donde también está presente Guadalupe Posada, el propio Rivera y Frida Kahlo. A día de hoy, esta obra se puede ver en el Museo Mural Diego Rivera, en Ciudad de México.

Por otro lado, en pueblos como Tuxtepec o San Pablo de Villa de Mitla, ambos en el Estado de Oaxaca, las fiestas dedicadas a los muertos destacan por los tapetes de serrín pintado que adornan las calles.

¿CÓMO EXPLICAR
LO INEXPLICABLE?

COMO ESTAR EN UN PARQUE ACUÁTICO
CREADO POR LA NATURALEZA

Chiapas

VIVIRLO PARA CREEERLO



AGUA AZUL, CHIAPAS

México

visitmexico.com

EL TURISMO, MOTOR DE MÉXICO

Enrique de la Madrid Secretario de Turismo de México

“Los visitantes de EEUU crecen un 12,3% al año”

Viridiana Mendoza CIUDAD DE MÉXICO.

Enrique de la Madrid habla sin titubear, conoce las cifras del turismo mexicano como quien recita su dirección para enviar un paquete. Hay una idea central en la charla con *elEconomista*: “La mejor parte de este sector es que el componente más importante es México. Aun en un momento complicado, el sector turístico puede apostar por el mercado interno y no será una apuesta equivocada”.

El secretario de Turismo mexicano juega hoy un papel importante en el gabinete presidencial de Enrique Peña Nieto, pues tiene la encomienda de aprovechar el potencial de una industria que representa el 8,7 por ciento del PIB. El funcionario afirma que su labor va más allá del trabajo durante la actual Administración presidencial, pues busca establecer las bases de política pública para turismo para los próximos 20 años.

La labor es fundamental, se trata de un sector que crece más rápido que la economía mexicana en su conjunto. Mientras en 2015 la economía tuvo un crecimiento del 2,5 por ciento, el sector turístico avanzó a una tasa de 3,9 por ciento.

“A mí me preguntan si me preocupa el impacto de Trump en el turismo, y la respuesta es que, incluso en los años más álgidos, México no sólo no disminuyó el número de visitantes estadounidenses, sino que crecen un 12,3 por ciento anual, casi tres veces lo que crece el turismo internacional, no hay por qué pensar que eso vaya a cambiar”.

De acuerdo con información de la dependencia, hace 10 años, México era el destino del 15 por ciento de los viajes internacionales de los turistas estadounidenses. Sin embargo, en los últimos cuatro años la tasa alcanzó el 20 por ciento. Esto quiere decir que uno de cada cinco turistas que salen de Estados Unidos tiene a México como destino.

“Si las condiciones no fueran tan volátiles, tendríamos una participación del 25 por ciento de esos viajes. Lo que es interesante es que a pesar de que está creciendo el número de norteamericanos que viene a México, su participación con respecto al total ha bajado. Hace 10 años, los estadounidenses representaban el 70 por ciento de los visitantes que llegaban a México por avión; ahora son el 57 por ciento.



OLIVIA VIVANCO

México se ha diversificado para bien en ese sector”, afirma.

Enrique de la Madrid considera que la estrategia de turismo debe buscar que Estados Unidos no represente más del 50 por ciento de los visitantes desde el exterior. Actualmente, países como Argentina y Alemania crecen a un ritmo del

20 por ciento en el flujo de visitantes a México. “El país tiene una enorme capacidad de diversificar el origen de sus visitantes y, aún así, seguir atendiendo al mercado norteamericano”.

DESDE 2012, MÉXICO HA AVANZADO SEIS LUGARES EN EL ‘RANKING’ DE PAÍSES MÁS VISITADOS, HASTA EL NOVENO PUESTO

Desarrollo del mercado local

En la estrategia de la Secretaría de Turismo (Sectur), el mercado mexicano es el más importante. “A este sector lo podemos mover noso-

tro a diferencia de otros, como el exportador, que vive una incertidumbre por los anuncios de las posibles políticas del Gobierno estadounidense”.

En un momento de incertidumbre cambiaria, explica, los mexicanos acuden a destinos nacionales en mayor medida. En abril de 2016,

llones de cuartos noche de hotel sin ocupar, y casi 200 millones de boletos de autobús sin usar. Y repito, no es que en el turismo esté mal, estos números son simplemente indicadores de la temporada baja”.

En opinión del secretario de Turismo, hay cuatro pilares que inciden en el crecimiento del sector:

■ **1. Conectividad:** Recién entró en vigor un nuevo acuerdo de conectividad entre México y EEUU, esto implica la apertura de nuevas rutas. La conectividad resulta clave también para la relación con Asia.

“En febrero abre un nuevo vuelo de Narita a la Ciudad de México, en una frecuencia diaria por Air Nippon Airways. Una nueva ruta de Japón a México puede incrementar el número de visitantes en 80.000 viajeros cada año. Hoy en día, Japón, Corea del Sur y China representan un flujo anual de 200.000 viajeros a México”, detalla el funcionario.

2016 fue un año de avance en términos de conectividad; el avión A380 de Air France inauguró su ruta a la Ciudad de México, otras aerolíneas como Alitalia han apostado por la Ciudad de México y otros puntos turísticos.

“Yo creo que hacia adelante tenemos que buscar más mercados además de los Estados Unidos, más mercados asiáticos, europeos y latinoamericanos”.

■ **2. Financiamiento:** Enrique de la Madrid Cordero es fiel creyente del impulso que la banca de desarrollo y el sistema financiero pueden darle al sector.

“Lanzamos un programa hace siete meses, *Mejora tu hotel*. En México se construyen 12.000 habitaciones cada año, para ello se necesita crédito. Ahora queremos ir también por la hotelería más pequeña, porque el hotel promedio tiene 34 habitaciones”.

Otro de los programas, de consumo con la Secretaría de Hacienda, es *Conéctate al Turismo*. Consiste en una serie de financiamientos para la mejora de restaurantes y el desarrollo de proveedores del sector, así como el apoyo a pymes de las localidades reconocidas como Pueblos Mágicos, un distintivo que se otorga a destinos con tradición cultural y atractivos naturales.

■ **3. Mayor seguridad:** México ha luchado constantemente con las noticias sobre sucesos violentos. “Al

final del día yo sostengo que la mayoría de los destinos turísticos en México son seguros. Pero también hay que reconocer que hay retos y que en 2016, en algunos lugares del país, volvió a complicarse el tema de seguridad. Nosotros queremos coadyuvar con las autoridades correspondientes, con la Secretaría de Gobernación, con los gobiernos locales en aquellos destinos turísticos que para nosotros son clave, no podemos permitir que se descomponga la seguridad en los destinos turísticos, son esencialmente seguros y así tienen que seguir”, afirma el funcionario.

■ **4. Nuevas vías de promoción:** La Sectur busca generar estrategias en nuevos canales de comunicación. De la Madrid afirma que la dependencia buscará una publicidad más segmentada, enfocada, eficaz,



OLIVIA VIVANCO

e incluso menos costosa. “El objetivo es ir a los mercados que queremos ir. Dentro de EEUU tenemos que segmentar aquellos Estados desde los que sabemos que vienen los sectores económicos que nos interesan”.

Tendencias y realidades

Los planes para 2017 son muy claros: durante el primer semestre, el Gobierno federal lanzará políticas con temas concretos y lineamientos para una mayor efervescencia de tendencias, como el turismo de salud y de retiro para adultos mayores y el turismo sustentable.

“Son ramas que han venido creciendo bien, pero necesitan un impulso mayor. Tenemos muy buenos servicios hospitalarios y son significativamente más económicos que el costo de atenderse en EEUU. Procedimientos comunes, como ope-

raciones de rodillas o cadera tienen una ventaja competitiva en costos muy importante. Lo que ahora hemos tratado es no medirnos tanto por el número de visitantes, sino por la derrama económica”.

A nivel global, México es el noveno país más visitado en el mundo; durante la actual Administración, el país latinoamericano avanzó seis lugares desde la posición 15.

En los primeros diez meses de 2016, arribaron a México 28,2 millones de turistas internacionales, es decir, un 9,3 por ciento más con respecto al mismo periodo de 2015. Por este concepto, se capturaron 15.869 millones de dólares, un 10 por ciento más que en el mismo periodo del año previo.

“Lo relevante es el ingreso, tenemos el lugar 16 como país con más ingresos, tenemos que ir por este tipo de turismo desde mi punto de

Mercado asiático:
“Hoy en día, Japón, Corea del Sur y China representan un flujo anual de 200.000 viajeros a México”

Oportunidades:
“El turismo médico, el de retiro o las actividades de naturaleza son sectores de altísimo valor económico”

vista, el turismo médico es el antecedente o un programa más ambicioso de turismo de retiro”, detalla.

De la Madrid explica que la clave para tener más estadounidenses y canadienses viviendo en México, o incluso, mexicanos volviendo a su país para la etapa de jubilación reside en la atención médica. “Entre más grande eres, más te cuesta tener servicios médicos, y eso es en lo que tenemos que trabajar”.

Futuro sustentable

El turismo de naturaleza y aventura es un detonante económico considerable y es pieza importante de la estrategia para el futuro.

“La gente cada vez tiene más interés en actividades como avistamiento de aves o fotografía de naturaleza, son sectores en los que nosotros tenemos que enfocarnos más, porque son de altísimo valor

económico”. La Organización Mundial del Turismo (OMT) determinó que 2017 es el año del turismo sustentable, esto, como resultado de la reunión COP 13, encabezada por México.

“La proclamación, por parte de las Naciones Unidas, de 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo es una oportunidad única para ampliar la contribución del sector a los tres pilares de la sostenibilidad (económico, social y del medioambiente), así como para aumentar la concienciación sobre las verdaderas dimensiones de un sector que se suele infravalorar”, afirmó el secretario general de la OMT, Taleb Rifai.

Tres de los objetivos de la agenda global de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) para 2030 están estrechamente ligados a la cadena de servicios turísticos y la importancia de que éstos tengan la sustentabilidad como prioridad. El objetivo ocho establece la importancia de la generación de empleos con el fin de preservar al planeta y las comunidades, el objetivo 12 busca el consumo y elaboración de productos sustentables, el objetivo 14 habla de la explotación y responsable de océanos y mares.

“Al final del día, para que el medio ambiente se preserve, es necesario que nosotros incorporemos a nuestras políticas las prácticas sustentables. Desde la Secretaría de Turismo creemos en un desarrollo sustentable”.

En México existen 41 Reservas de la Biosfera, que son representaciones biogeográficas de uno o más ecosistemas que resaltan por su belleza escénica, valor científico, educativo, de recreo, su valor histórico o por la existencia de flora y fauna. Muchas de ellas representan una oportunidad importante en materia de turismo.

Enrique de la Madrid explica que existe una figura jurídica denominada Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, con la que la dependencia buscará la protección de destinos con atractivos naturales.

El impulso al turismo de naturaleza y aventura es una tarea constante por parte de la dependencia. A finales de 2015, la Sectur destinó, junto con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), 250 millones de pesos para financiar 205 proyectos de turismo de naturaleza en 17 entidades del país.

Este tipo de proyectos tiene también un impacto social, pues al promover los destinos que preservan tradiciones indígenas se impulsa también la comercialización de productos textiles, artesanías y gastronomía de las comunidades, preservando así el patrimonio cultural.

“Vamos trabajar duro en coordinación con otras entidades en la planeación de los temas de sustentabilidad y el compromiso es que dejáramos en esta Administración una visión de turismo para los próximos 20 años”, concluye.

¿CÓMO SE
PUEDE EXPLICAR
LO INEXPLICABLE ?

COMO ESTAR EN LA CIUDAD
NÚMERO UNO EN EL MUNDO

San Miguel de Allende

VIVIRLO PARA CREERLO



SAN MIGUEL ARCÁNGEL IGLESIA PARROQUIAL , GUANAJUATO

México
visitmexico.com