

DIRECTORIO

Gloria Guevara Manzo

Secretaria de Turismo

Jorge Mezher Rage

Subsecretario de Planeación Turística

Luis Alfonso Lugo Platt

Subsecretario de Operación Turística

Luis Juan Vives López

Subsecretario de Innovación y Calidad

CONSEJO EDITORIAL

Rosa Virginia Icedo Ojeda

Directora General de Información y Análisis

ricedo@sectur.gob.mx

Gerardo Vázquez Madrigal

Director de Estadística

gvazquez@sectur.gob.mx

Liliana Charles Cruz

Directora de Análisis Prospectivo

lcharles@sectur.gob.mx

Dirección de Información

Marco Antonio Guzmán Guerrero

Subdirector de Análisis Económico

mguerrero@sectur.gob.mx

Boletín Cuatrimestral de Turismo

Número 33, Septiembre - Diciembre 2011, primera edición

Tiraje 1000 ejemplares

40 páginas ©2012

Contacto:

Secretaría de Turismo

Av. Presidente Masarik No. 172 piso 2

Col. Bosques de Chapultepec, Del. Miguel Hidalgo

México, D.F. 11580

t.+52 (55) 3002 6300 ext.1600

Para consultar este documento, visite la página:

<http://datatur.sectur.gob.mx>

La reproducción parcial o total de la información
contenida en esta publicación es permitido,
citando la fuente.



Boletín Cuatrimestral de Turismo

Número 33 Septiembre- Diciembre 2011.



Boletín Cuatrimestral de Turismo

Es una publicación cuatrimestral editada por la Dirección General de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo, con el objetivo de integrar y difundir información estadística así como análisis económico y prospectivo del turismo y sus impactos en la economía nacional.



CONTENIDO.

Presentación.....	5
Turismo en Cifras.....	9
Promoción de la cocina regional de América Latina como patrimonio cultural intangible.....	19
Los Sistemas de Información Geográfica y Estadística del Turismo: su aplicación al análisis del turismo de México.....	29
Anexo Estadístico.....	35



Presentación



PRESENTACIÓN

Con la edición No. 33 del Boletín Cuatrimestral de Turismo, correspondiente al tercer cuatrimestre de 2011, cumplimos diez años de proporcionar información detallada sobre la evolución del turismo de México y diferentes notas que abordan una variedad de temas relacionados con el turismo.

Durante estos diez años, se han presentado eventos naturales, económicos y sociales inéditos en el mundo que han repercutido en la evolución del turismo mundial; se destacan entre estos la actual crisis económica mundial y los atentados del 11 de septiembre, los tsunamis en Indonesia y Japón, los huracanes Katrina y Wilma, la influenza AH1N1 y el Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SARS), así como los cambios políticos y sociales del Oriente Medio y el Norte de África.

En esta ocasión se analizan las cifras del turismo internacional y doméstico, mismas que mostraron un comportamiento diferenciado durante el lapso señalado. Los indicios de un menor dinamismo en la economía mundial, respecto a lo esperado a principios de año, dieron como resultado el debilitamiento de los principales indicadores turísticos.

Cifras estimadas de la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que en 2011 el total de llegadas de turistas internacionales ascendió a 982 millones de llegadas, nivel 4.6% por arriba de los 939 millones de llegadas observadas en 2010, habiéndose caracterizado el 2011 por el estancamiento de la recuperación económica, los cambios políticos en Oriente Medio y el Norte de África, así como el impacto de los desastres naturales en Japón.

Contrariamente a lo ocurrido en años anteriores, el crecimiento en las llegadas de turistas internacionales en 2011 fue mayor en las economías avanzadas (4.8%) que en las emergentes (4.3%), debido en gran parte a los favorables resultados obtenidos en Europa (con un crecimiento anual del 6.1%) y a los cambios políticos y sociales experimentados por Oriente Medio y el Norte de África.

Durante el tercer cuatrimestre del 2011 la llegada de turistas internacionales a México ascendió a 7.6 millones de personas, equivalente a una reducción del 1.6% respecto al mismo periodo de 2010, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 creciera 0.7%. El número de llegadas de turistas de internación sumó 4.3 millones en el tercer cuatrimestre de 2011, equivalente a un aumento de 5.2% respecto al mismo periodo del año anterior, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 cayera 3.2%. Esta recuperación es una señal favorable sobre el mejor desempeño de este segmento relevante para la captación de divisas.

En el tercer cuatrimestre de 2011 la captación de ingresos por visitantes internacionales a México sumó 3 mil 729 millones de dólares, monto equivalente a un incremento del 3.6% respecto al mismo periodo de 2010, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 disminuyera 0.6%. Este incremento en los ingresos por visitantes internacionales observado en el último cuatrimestre de 2011, fue resultado del mayor gasto que en el mismo lapso realizaron los turistas al interior.

Se exponen diferentes marcos metodológicos para apoyar la toma de decisiones en diferentes ámbitos del turismo, destacando en particular los relativos a la promoción de la cocina regional como patrimonio cultural intangible y al uso de Sistemas de Información Geográfica para el análisis del turismo de México.

La reseña del artículo “Promoción de la cocina regional de América Latina como patrimonio cultural intangible”, expone los esfuerzos realizados por países de la región a fin de poner al alcance del turista diferentes experiencias gastronómicas que complementen su estadía en los lugares visitados.

De esta forma, se exponen varias propuestas relacionadas con los alimentos, su preparación y el proceso social y cultural que los sustenta en la región de América Latina. Para Regina G. Schlüter, autora del capítulo reseñado, el desarrollo del turismo sostenible en América Latina puede contribuir al alivio de la pobreza en las áreas rurales y aquellas que le circundan, por lo que el interés en el turismo culinario ha venido ganando terreno en el combate a la pobreza y en la incorporación de la mujer en el desarrollo local.

El patrimonio cultural intangible significa el legado de una comunidad, aunque también habría que destacar su fragilidad ante los embates de la globalización y la homogenización de la cultura que se derivan de esta última.

La Secretaría de Turismo cuenta con diferentes ejercicios de aplicación de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) a la información turística. Destaca en particular el uso de las estadísticas turísticas generadas en el marco de los Censos Económicos, donde el trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) permite potenciar el uso de las Estadísticas de Turismo.

Así, podemos considerar la integración de las estadísticas de turismo derivadas de Censos Económicos 2004 con la aplicación IRIS (Información Referenciada geoespacialmente Integrada en un Sistema), lo que permitió realizar el análisis de la información estadística contenida en tablas y en capas de información, mediante la generación de gráficos y mapas temáticos.

El caso más reciente se refiere al uso de las estadísticas turísticas derivadas de los Censos Económicos 2009, con la aplicación del Mapa Digital de México, lo que permitió disponer de una base para integrar la información turística de México organizada geográficamente en mapas digitales.

Como es ya costumbre, al final de la publicación se encontrará un anexo estadístico que expone el comportamiento de las principales variables turísticas internacionales y nacionales al tercer cuatrimestre de 2011.

Se invita a nuestros lectores a consultar www.datatur.gob.mx para mayor detalle y ampliación de la información.

Turismo en Cifras
Tercer cuatrimestre de 2011



RESUMEN

Durante 2011 el entorno internacional se fue deteriorando gradualmente como resultado de una profundización de la crisis de deuda soberana en la zona del euro y la presencia de fragilidades financieras en otras regiones, donde algunas economías emergentes y en desarrollo mostraron una desaceleración que se explica por el deterioro del entorno externo y el debilitamiento de la demanda interna. En este contexto, durante el cuarto trimestre de 2011 las perspectivas de crecimiento mundial se debilitaron y los riesgos se agudizaron, lo que permite prever que durante 2012 la economía de la zona del euro registre una ligera recesión y las economías emergentes clave se debiliten.

Para el Fondo Monetario Internacional, las perspectivas de crecimiento del PIB de Estados Unidos en 2011 se ubican en 1.8%, nivel similar al que se pronostica para 2012. A partir de cifras estimadas por el Departamento de Comercio de Estados Unidos, se tiene que el Producto Interno Bruto de ese país registró una recuperación del 3% en el cuarto trimestre del 2011, respecto al nivel observado un trimestre antes, lo que indica que el ritmo de actividad económica da señales de una ligera recuperación.

Respecto al desempeño de la economía mexicana, si bien ésta continúa expandiéndose, su tasa de crecimiento ha presentado una moderación y en perspectiva no se anticipan cambios hacia 2012 por lo que prevé en un crecimiento menor que en 2011.

Cifras estimadas de la Organización Mundial de Turismo (OMT) indican que en 2011 el total de llegadas de turistas internacionales ascendió a 982 millones de llegadas, nivel 4.6% por arriba de los 939 millones de llegadas observadas en 2010, habiéndose caracterizado el 2011 por el estancamiento de la recuperación económica, los cambios políticos en Oriente Medio y el Norte de África, así como el impacto de los desastres naturales en Japón.

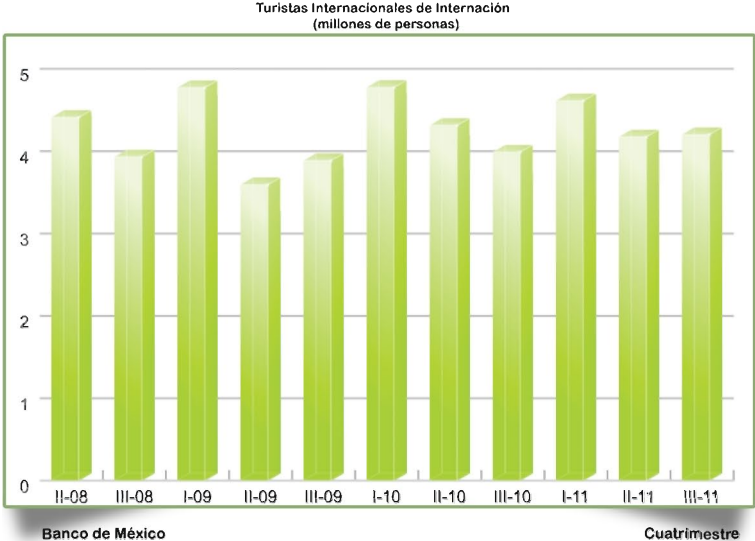
Contrariamente a lo ocurrido en años anteriores, el crecimiento en las llegadas de turistas internacionales en 2011 fue mayor en las economías avanzadas (4.8%) que en las emergentes (4.3%), debido en gran parte a los favorables resultados obtenidos en Europa (con un crecimiento anual del 6.1%) y a los cambios políticos y sociales experimentados por Oriente Medio y el Norte de África.

Durante el tercer cuatrimestre del 2011 la llegada de turistas internacionales a México ascendió a 7.6 millones de personas, equivalente a una reducción del 1.6% respecto al mismo periodo de 2010, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 creciera 0.7%. El número de llegadas de turistas de internación sumó 4.3 millones en el tercer cuatrimestre de 2011, equivalente a un aumento de 5.2% respecto al mismo periodo del año anterior, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 cayera 3.2%. Esta recuperación es una señal favorable sobre el mejor desempeño de este segmento relevante para la captación de divisas.

De esta forma, durante 2011 las llegadas de turistas internacionales sumaron un total de 23.4 millones de llegadas, equivalente a un crecimiento anual del 0.5% respecto al observado en 2010 y por arriba de las 22 millones 931 mil llegadas registradas en 2008, uno de los mejores años en este rubro.

En el tercer cuatrimestre de 2011 la captación de ingresos por visitantes internacionales a México sumó 3 mil 729 millones de dólares, monto equivalente a un incremento del 3.6% respecto al mismo periodo de 2010, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 disminuyera 0.6%.

El incremento en los ingresos por visitantes internacionales observado en el tercer cuatrimestre de 2010, fue resultado del mayor gasto que en el mismo lapso realizaron los turistas al interior. Así, los ingresos captados durante 2011 por turismo de internación sumó un monto de 9 mil 448 millones de dólares, 0.1% por arriba del observado en 2010.



Durante el cuarto trimestre de 2011 el Producto Interno Bruto de México registró su sexto incremento anual consecutivo, al aumentar ligeramente 0.42% respecto al mismo periodo de 2010, considerando cifras desestacionalizadas, con aumentos en las actividades secundarias (0.67%) y terciarias (0.46%). En su comparación anual y con datos originales, el PIB se incrementó 3.7% en el cuarto trimestre del año pasado con relación a igual trimestre de 2010, producto de los avances en dos de los tres grandes grupos de actividades que lo integran.

La llegada de vuelos nacionales a los aeropuertos del país registró un incremento de 11.8% en el tercer cuatrimestre de 2011, mientras que la llegada de pasajeros nacionales registró un repunte del 13%, en el mismo lapso.

Las cifras del turismo nacional correspondientes al tercer cuatrimestre de 2011 presentaron variaciones positivas comparadas con el mismo periodo de 2010. Así, la llegada de turistas nacionales en hoteles se ubicó en 21 millones de turistas en el periodo septiembre-diciembre de 2011, equivalente a un crecimiento anual del 6%, mientras que la llegada de turistas nacionales noche pasó de 32 millones en el tercer cuatrimestre de 2010 a 35 millones en el mismo lapso de 2011, para registrar un crecimiento anual del 9.3%.

Turismo Mundial

A partir de cifras preliminares, la OMT estima que en 2011 las llegadas de turistas internacionales ascendieron a 982 millones, monto superior en 43 millones de llegadas respecto de las registradas en el 2010 (939 millones de llegadas) y equivalente a un crecimiento anual del 4.6%.

Contrariamente a lo ocurrido en años anteriores, el crecimiento en 2011 fue mayor en las economías avanzadas (4.8%) que en las emergentes (4.3%), debido en gran parte a los favorables resultados obtenidos en Europa (con un crecimiento anual del 6.1%) y a las dificultades experimentadas por Oriente Medio y el Norte de África.

En opinión del Grupo de Expertos de la OMT, el año 2012 presenta una serie de oportunidades de crecimiento aunque ligeramente menor al observado un año antes. Así, se prevé que las llegadas de turistas internacionales se incrementarán entre un 3% y un 4% en 2012, alcanzándose el nivel histórico de las mil millones de llegadas para finales de ese año. Las economías emergentes recuperarán el liderazgo, con un crecimiento más marcado en Asia-Pacífico y en África (de 4% a 6%), seguida de las Américas y Europa (de 2% a 4%). Oriente Medio (de 0% a 5%) podría empezar a recuperar parte de sus pérdidas observadas en 2011.

Turismo Internacional de México

Durante el tercer cuatrimestre del 2011 las llegadas de turistas internacionales a México se ubicaron en 7.6 millones, monto equivalente a una reducción del 1.6% respecto al mismo periodo del año anterior, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 aumentara 0.7%.

Cabe señalar que sus principales componentes registraron un comportamiento diferenciado en relación al observado a nivel agregado en el lapso señalado: mientras que la llegada de turistas de internación se ubicó en 4.3 millones en el periodo septiembre-diciembre de 2011, esto es 5.2% por arriba del nivel observado en el mismo periodo de 2010, la llegada de turistas fronterizos ascendió a 3.3 millones, con una caída del 9.1%.

Al considerar las cifras anuales, los turistas internacionales sumaron 23.4 millones de llegadas en 2011, equivalente a un crecimiento anual del 0.5%, donde el desempeño de los dos grandes grupos fue heterogéneo: las llegadas de turistas de internación ascendieron a 13.2 millones para observar una reducción anual del 0.7% en 2011; por su parte, los turistas fronterizos sumaron 10.2 millones, monto equivalente a un incremento anual del 2%, luego de que en 2010 observara un incremento anual del 1.2%.

I. VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO

	Personas		Gasto		Gasto Medio	
	Miles de personas	Septiembre /diciembre 11/10	Millones de dólares	Septiembre /diciembre 11/10	Dólares	Septiembre /diciembre 11/10
Visitantes Internacionales a México	24,446	-7.4%	3,729	3.6%	153	11.8%
A. Turistas	7,619	-1.6%	3,145	6.5%	413	8.2%
En franjas fronterizas	3,334	-9.1%	182	2.4%	55	12.6%
Turismo al interior	4,285	5.2%	2,963	6.8%	691	1.5%
B. Excursionistas	16,827	-9.8%	584	-9.9%	35	-0.1%
En franjas fronterizas	15,172	-8.9%	436	-8.2%	29	0.8%
En cruceros	1,655	-17.0%	148	-14.7%	89	2.8%

Fuente: Banco de México.

Turismo de Internación

Las llegadas por turismo de internación sumaron 4.3 millones en el tercer cuatrimestre de 2011, equivalente a un incremento del 5.2% respecto al mismo periodo de 2010, luego de que en el segundo cuatrimestre de 2011 cayera 3.2%.

De esta forma, durante 2011 las llegadas de turistas internacionales sumaron un total de 23.4 millones de llegadas, equivalente a un crecimiento anual del 0.5% respecto al observado en 2010 y por arriba de las 22 millones 931 mil llegadas registradas en 2008, uno de los mejores años en este rubro.

Turismo Fronterizo

En el tercer cuatrimestre de 2011 la llegada de turistas fronterizos, sumó 3.3 millones de personas lo que significó una caída del 9.1% respecto al mismo periodo del año anterior, desempeño que contrasta con el incremento del segundo cuatrimestre de 2011, de 5.7%. Para 2011, las llegadas de turistas fronterizos sumaron 10.1 millones de llegadas, lo que significó un incremento anual del 2% con respecto al nivel observado en 2010.

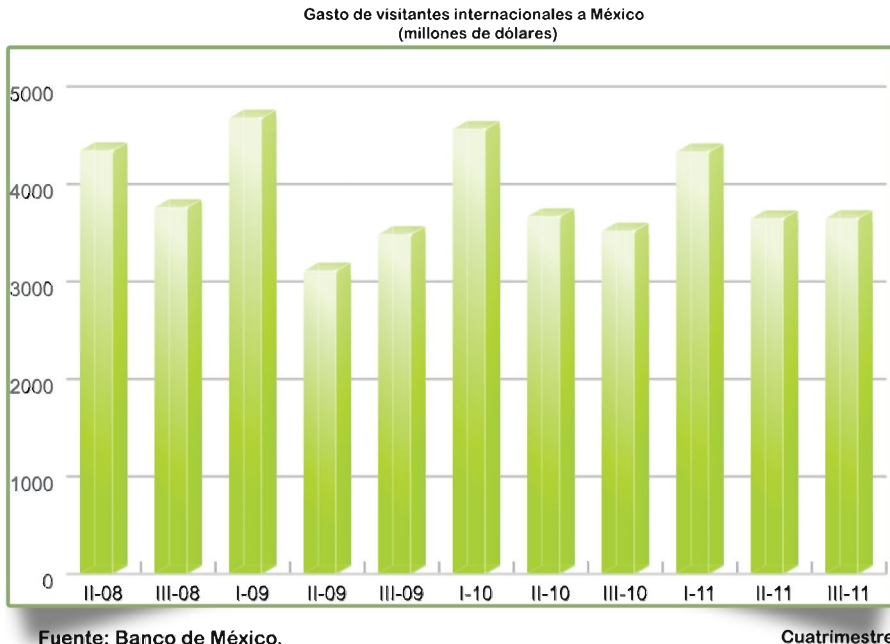
Por otra parte, la entrada a México de los excursionistas fronterizos continuó la tendencia descendente presentada en los cuatrimestres anteriores, afectada por los tiempos de espera en los cruces fronterizos que continuó desalentado la afluencia de este tipo de excursionistas; en el tercer cuatrimestre de 2011 arribaron 15.2 millones de visitantes sin pernocta, 8.9% menos que lo observado en el mismo lapso de 2010, manteniendo por décima ocasión consecutiva una caída anual que inició en el primer cuatrimestre de 2006, salvo el avance del segundo cuatrimestre de 2008.

En este mismo sentido, la entrada de excursionistas en cruceros disminuyó durante el tercer cuatrimestre de 2011, los visitantes sin pernocta que arribaron vía crucero ascendieron a 1.6 millones, equivalente a una reducción anual del 17%, después de que durante el segundo cuatrimestre de 2011 cayera 15.3%.

Ingreso de Divisas

Durante el tercer cuatrimestre de 2011 la captación de ingresos por visitantes internacionales a México sumó 3.7 mil millones de dólares, monto equivalente a un incremento del 3.6% respecto al mismo periodo de 2010, deteniendo con ello las reducciones consecutivas registradas desde el tercer cuatrimestre de 2008, con excepción del aumento observado en el segundo y tercer cuatrimestres de 2010.

El gasto medio de los visitantes internacionales ascendió a 152.5 dólares en el tercer cuatrimestre de 2011, nivel que significó un aumento del 11.8% respecto al mismo periodo de 2010. Este desempeño contrastó con el gasto medio que realizaron los turistas de internación por 691.4 dólares en el periodo septiembre-diciembre de 2011, equivalente a un aumento del 1.5%.

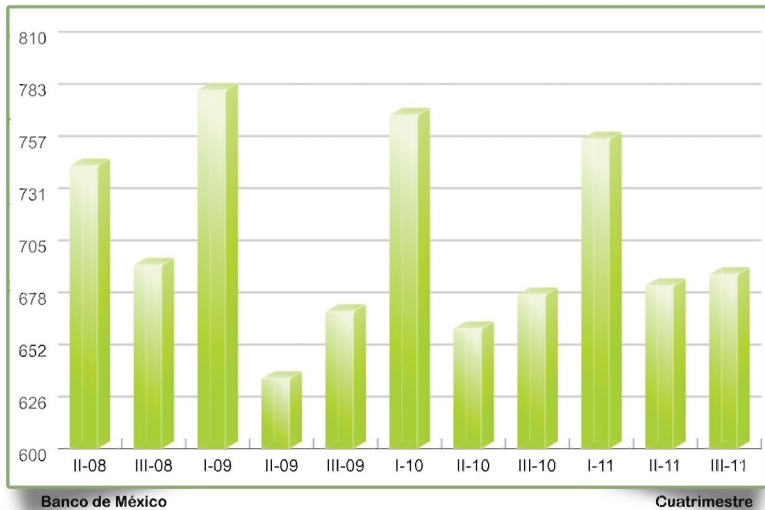


El gasto medio de los excursionistas fronterizos tuvo un aumento del 0.8% en el periodo septiembre-diciembre de 2011, luego de que el cuatrimestre previo aumentó 9.7% en relación al mismo periodo de 2010. En este mismo orden de ideas, el gasto medio de los pasajeros en cruceros se incrementó 2.8% durante el tercer cuatrimestre de 2011, continuando con el desempeño favorable observado en los cuatrimestres previos.

El gasto total de los turistas internacionales en el periodo de referencia sumó 3 mil 145 millones de dólares, equivalente a un incremento del 6.5%. Por su parte, el gasto del turismo de internación sumó un monto de 2 mil 963 millones de dólares durante el tercer cuatrimestre de 2011, esto es un aumento del 6.8% en relación al mismo lapso de 2010, desempeño que contrasta con el observado en el mismo cuatrimestre de 2010 cuando el monto registrado fue de 2 mil 774 millones de dólares. Asimismo, ingresaron 436 millones de dólares por excursionismo fronterizo durante el tercer cuatrimestre de 2011, monto inferior en 8.2% al de igual lapso de 2010.

Los ingresos captados durante 2011 por turismo internacional sumó un monto de 10 mil 6 millones de dólares, 0.2% por arriba del observado en 2010.

En el segmento de excursionistas internacionales, el gasto realizado en periodo septiembre-diciembre de 2011 ascendió a 584 millones de dólares, monto equivalente a una disminución de 9.9%, que se explica porque la caída del 14.7% en los gastos realizados durante el mismo lapso por pasajeros en cruceros estuvo acompañada por una caída del gasto realizado por los excursionistas fronterizos de 8.2%, en relación al tercer cuatrimestre de 2010.



Visitantes Internacionales de México al Exterior

La salida de residentes de México al exterior durante el tercer cuatrimestre de 2011 fue de 30 millones de personas, nivel que significó una reducción del 2.1% respecto del observado en el mismo periodo del año pasado con 30.6 millones de salidas.

El flujo de turistas internacionales se situó en 5.5 millones de salidas, equivalente a un incremento del 8% en tasa anual, desempeño que contrastó con la disminución observada de 4.1% de excursionistas internacionales.

Durante el tercer cuatrimestre de 2011, la salida de turistas fronterizos ascendió a 1.5 millones, lo que significó una reducción del 12.4% en comparación al mismo periodo de 2010.

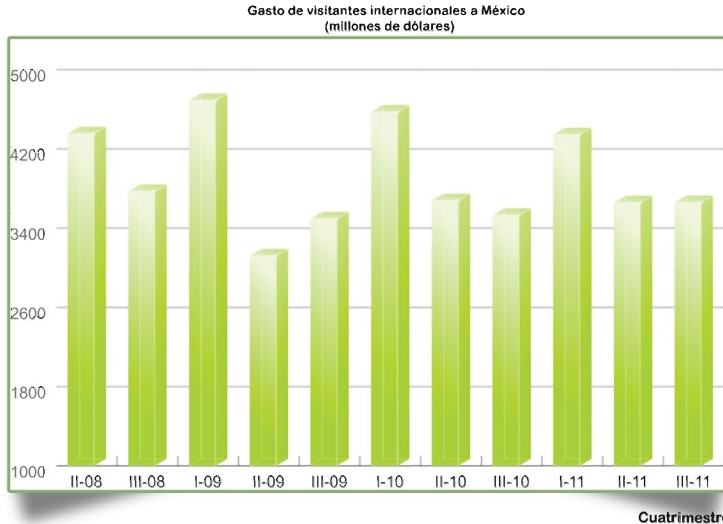
Por lo que respecta a los egresos, se reportó un gasto de los visitantes internacionales de México al exterior de 2 mil 812 millones de dólares durante el tercer cuatrimestre de 2011, 6.7% por arriba del monto observado en igual periodo del año pasado.

II. VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR

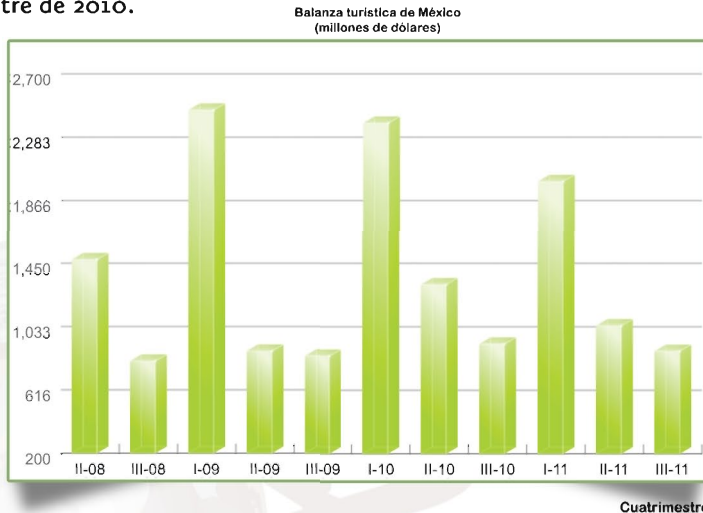
	Personas		Gasto		Gasto Medio	
	Miles de personas	Septiembre /diciembre 11/10	Millones de dólares	Septiembre /diciembre 11/10	Dólares	Septiembre /diciembre 11/10
Visitantes Internacionales de México al Exterior	30,003	-2.1%	2,812	6.7%	94	9.0%
A. Turistas	5,487	8.0%	1,822	11.5%	332	3.2%
Turismo al exterior	3,957	18.7%	1,698	13.7%	429	-4.3%
En franjas fronterizas	1,530	-12.4%	124	-11.6%	81	0.9%
B. Excursionistas	24,515	-4.1%	990	-1.2%	40	3.1%

Fuente: Banco de México.

El gasto de turistas internacionales de México al exterior (egresivos y fronterizos) ascendió a mil 822 millones de dólares durante el tercer cuatrimestre de 2011, nivel que significó un repunte del 11.5% respecto al tercer cuatrimestre de 2010.



Por su parte, el gasto de los excursionistas que salieron del país se ubicó en 990 millones de dólares para experimentar una reducción anual del 1.2%, después de haber registrado un incremento del 6.4% en el segundo cuatrimestre de 2011. Cabe señalar que en ambos casos, las diferentes variaciones estuvieron acompañadas de un aumento en el gasto medio en dicho periodo en comparación al tercer cuatrimestre de 2010.



El gasto del turismo al exterior sumó mil 698 millones de dólares en el tercer cuatrimestre de 2011, equivalente a un aumento del 13.7%, luego de que en segundo cuatrimestre de 2011 creciera 15%.

Durante el tercer cuatrimestre de 2011, el superávit de la balanza turística se ubicó en 916 millones de dólares, para registrar una caída del 4.9%, luego de que el saldo de la balanza turística cayera 19.9% en el segundo cuatrimestre de 2011.

III. BALANZA TURÍSTICA

Concepto	septiembre/diciembre		Variación
	2010	2011	11/10
Ingresos	3,600	3,729	3.6
Egresos	2,636	2,813	6.7
Saldo	964	916	-4.9

Fuente: Banco de México.

Transportación Aérea

Durante el tercer cuatrimestre de 2011 se registró el arribo de 4.3 millones de pasajeros en vuelos internacionales, 12.4% por arriba del volumen de arribos observado en el mismo periodo del año pasado, continuando la racha de cuatrimestres con variaciones positivas que se vio interrumpida en el primer cuatrimestre de 2011. Las llegadas de vuelos internacionales ascendieron a 40 mil 262 vuelos en el tercer cuatrimestre de 2011, equivalente a un incremento del 15.6%, con lo cual se interrumpió la racha de tres cuatrimestres consecutivos de variaciones negativas.

En el tercer cuatrimestre de 2011, la llegada de pasajeros nacionales en vuelos regulares se ubicó en 8.7 millones de pasajeros, lo que significó un aumento del 13% con respecto al tercer cuatrimestre de 2010. El número de vuelos nacionales regulares ascendió a 116 mil 429 vuelos durante el tercer cuatrimestre de 2011, para presentar un incremento del 11.8% en comparación con el mismo periodo de 2010.

Turismo doméstico

Las cifras del turismo nacional correspondientes al tercer cuatrimestre de 2011 presentaron variaciones positivas, con excepción del observado en las ciudades fronterizas y en los centros de playa tradicionales, comparadas con el mismo periodo de 2010.

IV. PORCENTAJE DE OCUPACION HOTELERA

	2011-III	Variación 11III-10III
Centros de Playa	47.0	2.3
A. Integralmente Planeados	50.1	4.0
B. Tradicionales	38.1	-0.1
C. Otros	53.9	2.5
Ciudades	49.0	5.7
A. Grandes ciudades	57.3	11.6
B. Ciudades del interior	43.8	1.6
C. Ciudades Fronterizas	44.6	-2.0
Total	48.1	4.2

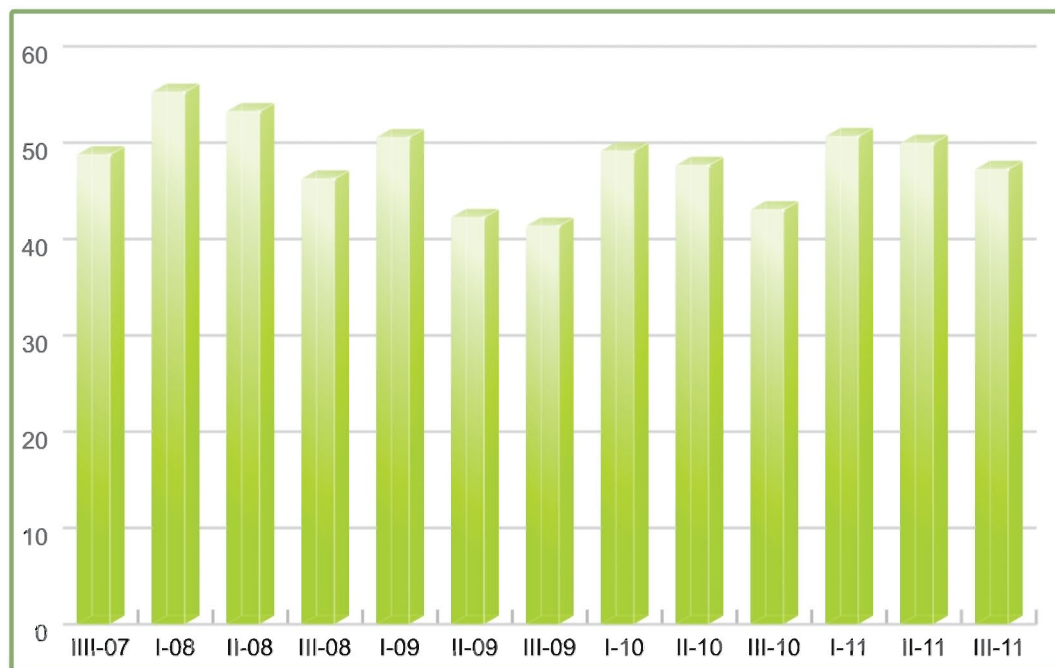
Fuente: Monitoreo DataTur, SECTUR

Preliminar

Así, la llegada de turistas nacionales en hoteles se ubicó en 20.8 millones de turistas en el periodo septiembre-diciembre de 2011, equivalente a un crecimiento anual del 5.9% respecto al mismo lapso de 2010.

El porcentaje de ocupación hotelera total fue de 48.1% en el tercer cuatrimestre de 2011, frente al 43.9% observado en el mismo periodo de 2010. Considerando los diferentes tipos de destinos, se registraron porcentajes de ocupación mixtos durante el periodo septiembre-diciembre de 2011 en relación al mismo periodo reportado un año antes. Los porcentajes de ocupación más elevados en el periodo fueron las ciudades (49%) en donde las grandes ciudades tuvieron una ocupación del 57.3%, mientras que en el caso de los destinos de playa (47%), los Centros Integralmente Planeados tuvieron una ocupación del 50.1%.

Ocupación hotelera
(porcentajes)



Cifras Preliminares

Cuatrimestre

PIB Trimestral de Servicios de Alojamiento y Preparación de Alimentos y Bebidas.

El PIB de los Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas aumentó 4.4% durante el cuarto trimestre de 2011 respecto al mismo periodo del año pasado, luego de haber aumentado ligeramente 0.5% en el primer trimestre de 2011 y observar un repunte del 3.2% en el tercer trimestre de ese año.

**Promoción de la cocina regional de América
Latina como patrimonio cultural intangible**



Promoción de la cocina regional de América Latina como patrimonio cultural intangible*

El resumen que aquí se presenta expone varias propuestas relacionadas con los alimentos, su preparación y el proceso social y cultural que los sustenta en la región de América Latina.

Para Regina G. Schlüter, autora del capítulo que aquí se reseña, el desarrollo del turismo sostenible en América Latina puede contribuir al alivio de la pobreza en las áreas rurales y aquellas que le circundan, por lo que el interés en el turismo culinario ha venido ganando terreno en el combate a la pobreza y en la incorporación de la mujer en el desarrollo local.

El patrimonio cultural intangible significa el legado de una comunidad, aunque también habría que destacar su fragilidad ante los embates de la globalización y la homogenización de la cultura que se derivan de esta última.

Las tradiciones locales como patrimonio intangible.

El patrimonio turístico tiene sus raíces en el romanticismo, manifestándose como el culto por la historia y encuentra su expresión en la atracción que tienen los turistas por las reliquias, ruinas, tradiciones y el patrimonio nacional. En su artículo “Turismo y Patrimonio Arquitectónico”, Timothy D., y G. Wall (1997), señalaron que los sitios históricos se encuentran entre los atractivos más significativos para el turismo internacional, pues sólo basta observar la gran mayoría de los turistas que visitan el Coliseo en Roma, las pirámides en Egipto, así como los castillos y catedrales de la Gran Bretaña.

Para otros autores, el patrimonio no sólo consiste de la riqueza cultural creada por las altas esferas de una sociedad, como las pirámides, los palacios y las mansiones históricas; también considera los productos de la cultura popular, como la música indígena, los escritos de trabajadores de las fábricas y del campo, los sistemas de autoconstrucción de casas, entre otros. Esta riqueza cultural cubre el culto a lo primitivo que surge del romanticismo y estimula el turismo étnico y el folclor. Toda vez que el pasado ya no existe en la sociedad urbana moderna, se tiende a buscarlo en aquellos destinos remotos donde pareciera que el tiempo se detuvo. A este tipo de turismo se le ha dado en llamar etnográfico o turismo etnológico.

Los aspectos culturales más utilizados por el turismo son los festivales, bailes y la cocina, cada uno de ellos con sus respectivos significados simbólicos y relacionados con el comportamiento, creencias y expresiones emocionales de los diferentes grupos culturales. Los principales componentes de este patrimonio se incorporaron bajo el término de “patrimonio intangible” cuando la Conferencia General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) introdujo el concepto en 1997.

El patrimonio cultural intangible representa el legado de una comunidad pero tiene una elevada fragilidad ante los cambios en la sociedad, el hábito por viajar, así como su exposición a medios masivos de comunicación que conducen a la “homogenización cultural” y tienden a destacar las bondades de los países industrializados a expensas de las tradiciones locales.

*Nota elaborada a partir de la publicación “Food and the Tourism Experience: The OECD-Korea Workshop”, OECD Studies on Tourism. © OECD 2012, pp. 89-99.

Esto es particularmente destacable entre los grupos minoritarios y en sociedades alejadas de las grandes ciudades, siendo muy notable en América Latina donde la influencia de la “comida chatarra” de Estados Unidos se observa no solo por la preferencia hacia las hamburguesas McDonald, sino también en la práctica de tomar alimentos de otras latitudes y adaptarlos a los gustos locales. Ejemplos de ello son el hot dog chileno (que recibe el nombre de ‘completo’), la pizza (que no es propiamente de Italia pero si de Estados Unidos) y el sushi boliviano, elaborado con arroz y jugo de fruta envuelto con una cubierta delicada, diferente a la utilizada en Japón.

Uno de los objetivos de la gestión del patrimonio intangible es proporcionar a la población local un sentido de identidad y continuidad, de tal suerte que la ascendencia cultural y la identidad son importantes y constituyen elementos que dan valor a un lugar, como ingredientes esenciales para su sobrevivencia en el largo plazo.

A diferencia de los monumentos y otros bienes tangibles, el patrimonio intangible es normalmente dinámico y cambia frecuentemente gracias a la estrecha relación existente entre las prácticas particulares de cada comunidad. A fin de continuar desempeñando un papel significativo en lo social, político, económico y cultural, el patrimonio intangible ha sido una parte viva de las comunidades. En el caso del patrimonio culinario, el acto de comer forma parte de un evento social complejo, consistente de la combinación de diferentes movimientos de producción y consumo en un acto simbólico y real. En este sentido, el consumo de alimentos y los procesos sociales y culturales que lo sustentan contribuyen a la creación de una identidad colectiva y su expresión en relaciones sociales y de propiedad.

En un estudio sobre la afirmación del patrimonio italiano, en el sur del estado de Santa Catarina (Brasil), se observó que en las celebraciones típicas la comida se introduce en el contexto festivo para reforzar la autenticidad de su “italianidad”. La carne asada es remplazada por pollo y la polenta (torta de maíz) se pasa de mano en mano entre los comensales, acompañada de un buen vino. La polenta acompañada de pollo, platillo que originalmente se consideró como la comida para los tiempos difíciles, se ubicó como el platillo simbólico de los italianos en Nova Veneza, Santa Catarina. Esta se prepara al viejo estilo, en grandes recipientes que permiten a los participantes ver y probar lo que gusten a fin de “curar” la carne típica, característica de las celebraciones tradicionales del sur de Brasil.

El acto de comer es un proceso voluntario consciente que tiene sus propias reglas en un contexto cultural determinado, donde cada individuo esta condicionado desde el nacimiento. Así, la idea de alimentarse involucra aspectos nutricionales, vinculados a procesos de regulación dietética y control, como el contexto cultural y social en el cual estos comportamientos y las normas dietéticas ocurren.

El patrimonio culinario de América Latina.

La amplia diversidad natural y cultural de América Latina se encuentra entre las principales fuentes para atraer turismo. Ello explica porque las muestras de su riqueza patrimonial han sido el foco de atención durante las últimas dos décadas.

La promoción de nuevos productos turísticos, ya sea que complementen a los productos de sol y arena o proporcionen la razón misma de la visita, ha sido motivo de preocupación entre los jugadores relevantes de la industria turística.

La vasta diversidad culinaria a lo largo de la región y en cada país, hace difícil referirse al patrimonio cultural con una sola característica. Sin embargo, dicho patrimonio hizo una contribución significativa a la cocina europea, permitiéndole incorporar nuevos productos que han llegado a ser indispensables. Un buen ejemplo es la papa, la cual escaseó en la primera mitad del Siglo XIX, dando lugar a una hambruna en Irlanda y forzando a una emigración masiva a los diferentes países de las Américas. Al mismo tiempo, ¿quién puede imaginarse la comida italiana sin los tomates?, y ¿donde estaría Suiza sin el cacao?, el ingrediente básico del chocolate.

Por su parte, España llevó sus tradiciones culinarias hacia los países que conquistó, así como lo hicieron los portugueses en Brasil, donde también influyeron los esclavos africanos y otros grupos de inmigrantes con una cocina arraigada, incluyendo los japoneses en Perú, los italianos en el sur de Brasil, así como los árabes en Brasil y Argentina. El arribo de los europeos a la región dio como resultado la trasplantación de flora y fauna que se combinó con otros hábitos dietéticos que, por una parte una vez que se agregaron a la cocina local, crearon una variedad dietética mucho más rica y variada, aunque por la otra, dieron lugar a un producto tradicional que aunque rico en nutrientes para el cuerpo humano, dejó de consumirse por ser propio del campo.

Muchos países están redescubriendo ahora esos productos tradicionales e incorporándolos en su dieta local. Un ejemplo es la quinua, un cereal cuya producción se está incrementando notablemente dado su precio elevado y sólo está disponible en tiendas especializadas, como un ingrediente de los platillos caseros que forman parte del menú de restaurantes orientados a turistas que buscan vivir una experiencia gastronómica.

La principal razón de este redescubrimiento es la búsqueda de políticas para combatir la pobreza e involucrar a la mujer en el desarrollo local. Con vistas a la instrumentación de estas políticas, se llevó a cabo los días 22 y 23 de noviembre de 2004, en Quito, Ecuador, el “Foro del Hambre de los Países de la Región Andina”, al cual asistieron representantes de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y del Foro Permanente sobre Cuestiones Indígenas de las Naciones Unidas; lo que derivó en la presentación del documento que promueve el desarrollo de una política dietética para superar la desnutrición, no sólo entre la población de las regiones andina y amazónica, sino entre toda la población.

La dimensión social y cultural de la gastronomía significa que ésta fue incorporada en un marco complejo de políticas patrimoniales y ahora diferentes países buscan incorporar su cocina en la lista de Patrimonio Cultural Intangible:

•México.

La cocina de México recibió un gran reconocimiento al ser declarada Patrimonio Cultural Intangible de la Humanidad por la UNESCO, en noviembre de 2010. Con este reconocimiento se celebra una megadiversidad natural y cultural que por 8 mil años ha dominado el maíz.

El propósito de la presentación ante la UNESCO fue fortalecer los hábitos de la comida mexicana y reforzar la cocina tradicional. En primera instancia la meta es redescubrir los platillos tradicionales y su forma tradicional de presentación, a fin de difundirlos y evitar la constante corrupción que produce la globalización.

El maíz no es solo característico de México, su influencia se extiende desde Canadá hasta parte de Chile y Argentina. En México existieron muchas formas de prepararlo, y este fue el trabajo de mujeres que lo molieron y lo cocinaron, existiendo fuertes vínculos entre el maíz y el mundo espiritual.

•Perú.

En el contexto de las culturas dependientes marcadamente por el maíz, Perú ocupa una posición dominante al igual que México, aunque su cocina ha sido difícil de digerir tanto por las nuevas generaciones de la población local y de los turistas. Por esta razón, una cantidad importante de diferentes iniciativas durante la década de los noventa tuvo su origen en la cocina novoandina, cuya meta es rescatar los ingredientes típicos de las antiguas tradiciones culinarias andinas al igual que los métodos de preparación y presentación utilizados en la cocina internacional. Entre estos se destacan los platillos cocinados dietéticamente, libres de grasa y suavemente sazonados. Entre los ingredientes tradicionales ésta cocina busca redescubrir la quinua, las papas y los condimentos andinos tradicionales.

La cocina novoandina se ofrece frecuentemente en hoteles cinco estrellas de Lima. En general, los hoteles de lujo ofrecen una gama de platillos en sus restaurantes, proveniente de la cocina francesa, italiana y la cocina local. La introducción de preparaciones exóticas crea también gran interés entre las élites locales, quienes pueden llegar a sensibilizarse sobre otras culturas a través de la comida, sin tener que dejar sus países respectivos.

•Brasil.

Debido a su tamaño, la variedad de sistemas naturales y el número importante de grupos étnicos que viven dentro de sus fronteras, Brasil es un país con una riqueza extrema y variedad patrimonial culinaria. La diversidad entre el norte y el sur, se distingue del resto de América Latina, ya que fue colonizado por los portugueses y los españoles, a diferencia del resto de la región. A este mosaico cultural se suman las costumbres que llegaron de África a través de los esclavos que en forma numerosa arribaron al noroeste del país.

En el estado de Bahia se sumó el patrimonio africano y la ciudad de San Salvador es el lugar para intentar localizar dos manjares de origen africano: el abará y el acarajé, mismas que se pueden adquirir en centros de venta y entre vendedores ambulantes en las calles de la ciudad, así como en lugares de preparación de comida frecuentados por turistas. Inicialmente, las vendedoras de acarajé fueron mujeres negras que caminaban vistiendo sus trajes y adornos típicos y llevando sobre su cabeza las bandejas con acarajé; aunque lo que más llamaba la atención eran los cantos con que pregonaban sus ventas, tanto en portugués como en nagô (un dialecto del oeste de África emparentada con el yoruba).

El papel de las vendedoras del acarajé se ha incorporado en el patrimonio cultural de Brasil. En tiempos lejanos del esclavismo y posteriormente, esta práctica ha servido de apoyo a una cantidad importante de familias donde la mujer es la principal proveedora.

En fechas recientes, esta es una actividad rentable aunque también uno de los trabajos que conlleva gran sacrificio por la forma de preparar los platillos.

•Argentina, Brasil y Uruguay.

Más al sur del continente americano, el patrimonio cultural toma diferentes características, donde el gaucho fue el rey indiscutible de grandes extensiones abiertas en las áreas pertenecientes al estado de Santa Catarina (en el sur de Brasil) a lo largo de Uruguay y Argentina.

En general, el nombre de gaucho se da al hombre que habita las áreas rurales sin considerar su situación económica. Así como tienen ciertas características distintivas relacionadas con su personalidad, ellos llevan una dieta basada en carne a las brasas, o asado, y una infusión conocida como mate.

El asado se acompaña siempre con el mate, la infusión por excelencia en Argentina, Paraguay, Uruguay y el sur de Brasil. En general, se bebe en privado tiene como ingrediente básico la yerba mate que crece abundantemente en Paraguay. El mate es un tipo de té verde que se sirve en una calabaza con una especie de tubo pequeño, conocido como bombilla, que se inserta en el centro.

Aunque el mate puede tomarse en cualquier lugar y en cualquier momento, hacerlo constituye una ceremonia que implica una comunión entre un grupo de personas ya que cualquiera puede hacer uso de la bombilla. En Argentina tanto el asado como el mate, junto con el vino Malbec y el dulce de leche, han sido declarados parte del patrimonio nacional, demostrando su importancia a toda la población.

Prácticas Culinarias y turismo cultural en América Latina

La cocina esta teniendo una importancia creciente en el turismo cultural. Las principales razones de esto subyacen en la búsqueda del placer por viajar y comer, pero a través de una experiencia genuina más que estandarizada. Adicionalmente, se esta ampliando la búsqueda de las raíces culinarias y la apreciación de la cultura de un lugar a través de su cocina.

El interés por el turismo culinario puede ayudar a rescatar las tradiciones antiguas que están en proceso de desaparecer. Existe la necesidad de revalorar el patrimonio culinario regional como recientemente se esta reconociendo, siendo uno de los pilares necesarios sobre el cual se debe desarrollar el turismo cultural. El autor se refiere a la lectura del Congreso sobre Turismo Regional de la UNESCO, realizada en la Habana, Cuba, donde el documento base se elaboró definiendo a las recetas como un elemento de la riqueza cultural tan valioso como un monumento.

Del mismo modo, cualquier política cultural bien concebida debería incluir la acción de comer como una tradición y al mismo tiempo como un proceso creativo, más que una simple acción nutricional.

Cocinar esta ganando terreno como un atractivo tanto para la población local como para el turismo nacional y extranjero. Esta forma parte de una cultura nacional, y nutre el alma tanto como al cuerpo. Toda sociedad tiene un cúmulo sustancial de tradiciones y costumbres y el turismo hace uso de aquellos atractivos para los visitantes interesados en las diferentes formas culturales vistas tanto en las áreas rurales como urbanas.

Sin embargo, es en el área rural donde debe hacerse los mayores esfuerzos. Con el fin de que algún aspecto de la cultura sea considerado patrimonio, primero deberá activarse, esto es, se deberá considerar como tal por algún agente social interesado en promover una versión particular de identidad y buscar los apoyos necesarios. Ciertos puntos de referencia culturales son representaciones simbólicas de estas versiones de identidad, toda vez que la identidad no es sólo algo que se lleva por dentro y se siente, sino que es algo que necesariamente se expresa públicamente.

El patrimonio puede, sin embargo, ser promovido por los mismos turistas, ya que es posible encontrar aspectos de poca importancia para una comunidad particular pero que son relevantes para el consumo turístico.

El desarrollo sostenible y el patrimonio culinario local.

El patrimonio culinario local ha sido incorporado dentro de los nuevos productos turísticos alcanzando ciertos nichos de mercado, lo que permite a los miembros de la comunidad en cuestión involucrarse en la creación de esos productos y por tanto, participar en el desarrollo sostenible de la actividad. Esto forma parte de la nueva demanda por parte de los turistas interesados en la cultura.

El interés en la gastronomía ha permitido el desarrollo de productos turísticos genuinos centrados en la comida típica de un lugar:

•Argentina.

Uno de los más grandes destinos turísticos establecidos de este tipo se encuentra en los asentamientos galeses de la Patagonia, Argentina, donde el té encapsula la totalidad de la cultura de los primeros colonos que arribaron a mediados del Siglo XIX y se dedicaron al cultivo del trigo y a la crianza del ganado. Con la excelente leche que se produce, se obtiene nata y mantequilla, a la que se suma la libre disponibilidad de harina y huevos, para la producción de pasteles. Así, la confitería elaborada fue muy distinta de la producida en su país de origen y ahora se constituye en un atractivo para muchos de los turistas visitantes de Gales y de otros turistas internacionales que visitan la región para observar la fauna costera.

El turismo culinario empezó a tomar un carácter diferente desde el año 2000, cuando se incorporó dentro del Plan Nacional de Turismo Rural de Argentina, a fin de crear rutas gastronómicas para impulsar el desarrollo de diferentes regiones del país. Adicionalmente, se crearon diferentes programas de desarrollo turístico a nivel de provincias, enfocados en aspectos gastronómicos a la vez que otros surgieron espontáneamente, como es el caso del centro gastronómico Tomás Jofré en las afueras de Buenos Aires.

•Chile.

El Instituto de Desarrollo Agrícola de Chile, tiene una serie de programas para el desarrollo rural, a la vez que para la preservación de las culturas tradicionales y la promoción de su gastronomía. Uno de ellos es el programa para los pequeños agricultores, en el que participan activamente las mujeres mapuches y cada año, desde 1998, se realiza la Expo Mundial Rural que reúne a cerca de 130 empresas vendedoras con más de 2 mil 300 productos para aproximadamente 150 visitantes. Creado en 2001, el Proyecto de Especialistas Rurales: Los Gustos por el País, es promovido por el citado Instituto, y es una marca registrada que actúa como una organización general coordinadora para todas las empresas rurales.

•Brasil.

Otro ejemplo del uso de la cocina regional como recurso para el turismo rural es el barreado, preparado y disfrutado por cientos de años en las áreas costeras del estado de Paraná, Brasil, particularmente en Antonina, Morretes y Paranaguá, ciudades que están desarrollando actualmente su oferta turística. Este platillo tiene una influencia portuguesa, particularmente de Azores, cuyo vínculo se aprecia por el uso de ollas de barro y el lento cocimiento de la carne con otros ingredientes como la carne magra, manteca de cerdo y especias como el comino, el laurel, la cebolla, el ajo, la sal y la pimienta.

La producción comercial del barreado empezó en Morretes en los cuarenta, pero empezó a crecer significativamente desde los noventa precisamente cuando inició el desarrollo del turismo de la región.

Platillos tradicionales: ¿Autenticidad o adaptación?

La expresión de la producción comercial de barreado ha significado que el plato se ha popularizado entre los visitantes, fortaleciendo con ello la oferta turística. Las adaptaciones de muchos otros alimentos tradicionales también se puede observar como resultado de los avances tecnológicos.

Con el uso extenso de los refrigeradores y los hornos de microondas se ha cambiado el proceso de producción de muchos alimentos, además de la sustitución del horno de leña por la estufa de gas y de las ollas de arcilla por las de aluminio, lo que no sólo ha acelerado el proceso de cocción, sino también ha disminuido la autenticidad del sabor del platillo.

Los hábitos culinarios son cambiantes en extremo y están influidos tanto por las constantes dinámicas de una sociedad y por los cambios tecnológicos que tienen lugar en el tiempo. El arduo trabajo agrícola, que requiere de una dieta rica en grasas, ha dado paso a un trabajo cada vez más sedentario, que favorece la comida "light". El ritmo de la vida moderna y la falta de espacio no permiten largas horas en la cocina para preparar la comida, lo que ha llevado a que la vieja estufa de leña sea sustituida por el horno de microondas, por no mencionar el destino de los utensilios tradicionales de cocina, que cada vez aparecen más en las exposiciones de un museo, que en el hogar y en las cocinas de los restaurantes.

Esto se ha visto incluso en la gastronomía local que ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, como es el caso de México, donde los libros de cocina que contienen las recetas que lo han llevado a ganar esa distinción, como el Larousse de Cocina Mexicana (de'Angeli y de'Angeli , 2007), ahora tiene en un apéndice la lista de utensilios de cocina tradicionales que ya no se utilizan.

Es interesante observar que el turista tiene menos interés en el plato auténtico en sí, que en los que parecen "exóticos", en el sentido de que se ve y sabe diferente a los platillos caseros. En el estudio realizado en la Quebrada de Humahuaca, Argentina, para identificar los cambios en la gastronomía local como consecuencia de la mayor afluencia de los turistas tras la declaración de la UNESCO de Patrimonio Mundial, Álvarez y Sammartino (2009) descubrieron que en su afán de consumir cultura, metafóricamente, los turistas comen lo que se les ofrece como "comida típica".

A su vez, la población local acepta la falta de conocimiento de los turistas sobre lo que están comiendo. Aunque la mayoría se inclina por los platillos servidos actualmente en la Argentina, un grupo de personas han comenzado a liderar un proceso de recuperación de la identidad que considera la reintroducción de los alimentos que comían cuando eran niños. Ellos regresaron al cultivo de la quinua, amaranto, variedades diferentes de maíz, papa, oca y el olluco, la manzana de tierra, y otros productos como los pimientos, cebolla, ajo, calabacín, chayote y frutas. Además, hacen charqui (carne seca o tasajo), jaleas y mermeladas.

La creación de un patrimonio culinario ha tenido una incidencia importante en la inclusión de la cocina tradicional de América Latina como un recurso del turismo cultural. A su vez, la preparación de platillos tradicionales aumenta en importancia gracias al interés que los viajeros tienen por consumir simbólicamente la cultura de los países que visitan.

Es muy importante reconocer que el patrimonio intangible, en general, y el patrimonio culinario en particular, son dinámicos, lo que significa que no se han quedado atrapados en el tiempo sino que están cambiando constantemente, tanto por razones intrínsecas a la cultura en cuestión, como también a los cambios tecnológicos que están ocurriendo en el mundo y que ayudan a simplificar muchas tareas que anteriormente se consideraban complejas y laboriosas.

Con la adopción de la gastronomía como una atracción turística y la imposibilidad de congelar la cultura en el tiempo, las políticas del turismo y la cultura no se interesan primordialmente por la preservación de los hábitos culinarios, tanto como en la reintroducción de plantas y el saber hacer original.

Con esto en mente, se están haciendo esfuerzos para lograr el desarrollo sostenible del turismo en las zonas rurales y periféricas y aliviar la pobreza a través de la ejecución de planes y programas específicos. Tal vez esta sea la razón principal por la cual actualmente se le está dando tanta importancia a los asuntos culinarios en América Latina.

**Los Sistemas de Información Geográfica y Estadística del
Turismo: su aplicación al análisis del turismo de México**



Los Sistemas de Información Geográfica y Estadística del Turismo: su aplicación al análisis del turismo de México.

La Secretaría de Turismo cuenta con diferentes ejercicios de aplicación de los Sistemas de Información Geográfica (SIG) a la información turística. Destaca en particular el uso de las estadísticas turísticas generadas en el marco de los Censos Económicos, donde el trabajo conjunto con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) ha permitido potenciar el uso de las Estadísticas de Turismo con base en los resultados de los Censos Económicos de 2004 y los de 2009.

Así, podemos considerar la integración de las estadísticas de turismo derivadas de Censos Económicos 2004 con la aplicación IRIS (Información Referenciada geoespacialmente Integrada en un Sistema), lo que permitió realizar el análisis de la información estadística contenida en tablas y en capas de información, mediante la generación de gráficos y mapas temáticos

http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/informacion_georeferenciada

El caso más reciente se refiere al uso de las estadísticas turísticas derivadas de los Censos Económicos 2009, con la aplicación del Mapa Digital de México como plataforma, lo que permitió disponer de una base para integrar la información turística de México organizada geográficamente en mapas digitales

<http://www.atlasturistico.sectur.gob.mx>

De esta forma, los diferentes actores del turismo disponen de información relevante que les permite apoyar la toma de decisiones. La presente nota tiene como objetivo exponer los principales resultados de las estadísticas turísticas derivadas de los Censos Económicos 2009, invitando a la comunidad turística a potenciar el uso de dicha información mediante la aplicación de diferentes metodologías de análisis.

Antecedentes.

La Secretaría de Turismo y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) signaron en 2006 un marco de cooperación para integrar la aplicación IRIS (Información Referenciada geoespacialmente Integrada en un Sistema) con las estadísticas de turismo generadas en el marco de los Censos Económicos 2004.

A) De esta forma y por primera vez, se utilizó en México el ejercicio de los Censos Económicos 2004 para generar estadísticas propiamente turísticas, atendiendo a las recomendaciones internacionales aplicables, con lo que las “Estadísticas de Turismo con base en los resultados de los Censos Económicos 2004”, fueron referidas sobre un total de 112 actividades económicas de las 956 que cubrieron los Censos Económicos 2004 conforme al clasificador vigente, delimitadas explícitamente como características (31 actividades) y conexas (81 actividades) del turismo.

I. De las **3 millones 5 mil 157 unidades económicas del sector privado y paraestatal** que operaron en 2003, 278 mil 439 unidades (9.3%) conformaron el universo referido al turismo; de las cuales 42 mil 612 unidades (15.3%) intervinieron en las actividades características y las otras 235 mil 827 unidades (84.7%) participaron en las actividades conexas al turismo.

◆ Por **sector económico**, la mayor concentración de unidades económicas se ubicó en el Comercio al por menor, con un total de 136 mil 9 unidades, cifra que representó el 48.8% del total turístico; destaca también el sector de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, pues agrupó a 88 mil 834 unidades, es decir, el 31.9%.

◆ Al nivel de **rama de actividad**, los Restaurantes de autoservicio y de comida para llevar agruparon al 17.5% del total de las unidades económicas del turismo; ubicándose por debajo la rama de Comercio al por menor de ropa y accesorios de vestir, con una participación de 17.4%.

◆ Por **entidad federativa**, los estados de Jalisco, Distrito Federal, Guerrero, Guanajuato y Tamaulipas concentraron el 30.5% de unidades económicas que participan en actividades características del turismo, es decir, cerca de 13 mil unidades.

◆ En 2003 el **valor agregado censal bruto** registrado por las actividades específicas de turismo ascendió a 183 mil 446 millones de pesos, equivalente al 5.7% del valor agregado censal bruto nacional, monto superior al de los sectores de Electricidad, agua y suministro de gas e Información en medios masivos (5.3 y 5.2 por ciento, respectivamente). Las actividades características del turismo participan con el 51% por ciento, en tanto que las actividades conexas lo hacen con el restante 49%.

II. El **personal ocupado** total en actividades relacionadas con el turismo asciende a un millón 536 mil 566 personas lo que representa el 9.5% del total nacional.

◆ Atendiendo a la división entre actividades características y conexas, el personal ocupado total en las primeras asciende a 481 mil 662 personas, mientras que en las conexas es de un millón 54 mil 904 personas, esto es, sólo el 31% del personal se encuentra en actividades que dependen casi en su totalidad de los visitantes, mientras que el 69% de los ocupados restantes se encuentra en actividades que pueden ofrecer sus bienes y servicios tanto a visitantes como a residentes.

◆ En cuanto a **género**, se observa que del número total de personas ocupadas en las actividades específicas del turismo, 817 mil 207 son hombres, es decir, el 53.2%, mientras que 719 mil 359 son mujeres (46.8%).

◆ Por **sector económico**, el de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas es el que mayor número de personas ocupadas concentra, con una cifra de 580 mil 906 personas, que representan el 37.8% del total turístico.

◆ En términos del **tamaño del establecimiento**, medido a través del número de personas ocupadas, la mayoría se encuentra en el estrato de establecimientos de 0 a 2 personas ocupadas, que representan el 16.8%, es decir, 257 mil 651 personas, seguido de establecimientos de 3 a 5 personas, con el 15.2%.

◆ Las entidades en las que el turismo representa un mayor porcentaje de su fuerza laboral son: Quintana Roo, con 96 mil 577 ocupados, que representan el 44.6% del total; seguido de Baja California Sur, con 32.7%; Morelos, con 21.3%; Colima, con 20.5%, y Nayarit, con 19.1%.

B) Estadísticas de Turismo con base en los resultados de los Censos Económicos 2009

La Secretaría de Turismo y el INEGI replicaron el ejercicio para generar, a partir del levantamiento de los Censos Económicos 2009, las estadísticas de turismo, complementándolo con las estadísticas sociodemográficas y económicas de los Censos de Población y Vivienda de 2010 y el Censo de Población y Vivienda 2005, cuyos principales resultados para 2008 se muestran:

- ◆ De las **3 millones 724 mil 19 unidades económicas del sector privado y paraestatal** que operaron en 2008, el 15.5% (578 mil 134 unidades económicas) conformaron el universo referido al turismo, de las cuales el 7.2% (41 mil 385) intervinieron en las actividades características y el 92.8% restante (536 mil 749) participó en las actividades conexas al turismo.
- ◆ Por **sector económico**, la mayor concentración de unidades económicas se ubicó en el Comercio al por menor, con un total de 230 mil 365 unidades, cifra que representó el 39.8% del total turístico; destaca también el sector de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, que agrupó a 218 mil 241 unidades, es decir, el 37.7%.
- ◆ Al nivel de **rama de actividad**, los Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado agruparon al 30.6% del total de las unidades económicas del turismo, ubicándose por debajo la rama de Comercio al por menor de ropa, bisutería y accesorios de vestir, con una participación de 14.6%.
- ◆ Por **entidad federativa**, los estados de Jalisco, Veracruz, Puebla, Guerrero y el Distrito Federal concentraron el 38% de unidades económicas que participan en actividades características y conexas del turismo, es decir, cerca de 220 mil unidades.
- ◆ En 2008 el **valor agregado censal bruto** registrado por las actividades específicas de turismo ascendió a 291 mil 925 millones de pesos, equivalente al 5.8% del valor agregado censal bruto nacional, correspondiendo a las actividades características del turismo una participan del 46.5% por ciento del total turístico, en tanto que las actividades conexas participaron con el restante 53.5%.
- ◆ El **personal ocupado** total en actividades relacionadas con el turismo asciende a dos millones 697 mil 518 personas, lo que representó el 13.4% del total nacional.
- ◆ Atendiendo a la división entre actividades características y conexas, el personal ocupado en las primeras asciende a 547 mil 689 personas, mientras que en las conexas es de 2 millones 149 mil 829 personas, esto es, sólo el 20.3% del personal se encuentra en actividades que dependen casi en su totalidad de los visitantes, mientras que el 79.7% de los ocupados restantes se encuentra en actividades que pueden ofrecer sus bienes y servicios tanto a visitantes como a residentes.
- ◆ En términos del **tamaño del establecimiento**, medido a través del número de personas ocupadas, la mayoría se encuentra en el estrato de establecimientos de 3 a 5 personas ocupadas, que representan el 20.7%, es decir, 557 mil 52 personas, seguido de establecimientos de 0 a 2 personas, con el 19.1%.

- ♦ Por **sector económico**, el de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas es el que mayor número de personas ocupadas concentra, con una cifra de un millón 130 mil 993 personas, que representan el 41.9% del total turístico.
- ♦ En cuanto a **género**, se observa que del número total de personas ocupadas dependientes de la razón social en las actividades específicas del turismo, un millón 12 mil 12 son hombres, es decir, el 46.1%, mientras que un millón 181 mil 469 son mujeres (53.9%).
- ♦ Las entidades en las que el turismo representa un mayor porcentaje de su fuerza laboral son: Quintana Roo, con 147 mil 679 ocupados, que representan el 47.9% del total nacional; seguido de Baja California Sur, con 36.8%; Nayarit, con 30%, Guerrero, con 27.1%, Sinaloa, con 24.4%, Morelos, con 24%; Colima, con 22.7%, Jalisco con 20.6% y Oaxaca, con 20.1%.

C) Análisis del Turismo a partir de los Sistemas de Información Geográfica y Estadística.

Un dato estadístico que frecuentemente circula en los medios gubernamentales se refiere al hecho de que cerca del 80% de toda la información requerida y utilizada por los gobiernos tiene un componente geoespacial.

En el caso de México, la existencia de estadísticas turísticas generadas en el marco de los Censos Económicos y su utilización mediante los Sistemas de Información Geográfica (SIG), permite acceder a una serie de datos cuya consistencia hace posible vislumbrar la relación entre el turismo y sus impactos económicos y sociales.

De esta forma, disponemos de información relevante a partir de la cual podemos formular diferentes hipótesis y aplicar los métodos estadísticos pertinentes para su comprobación, contribuyendo en este proceso a la generación de conocimiento.

Así por ejemplo el hecho de que Jalisco, Veracruz, Puebla, Guerrero y el Distrito Federal tuvieron juntas en 2008 el 38% de unidades económicas turísticas no quiere decir que se utilicen, cuánto y cómo. En el caso de las unidades de hospedaje habría que establecer la metodología para cruzar esta información con los resultados de la actividad hotelera proporcionados por DataTur, a fin de conocer en qué grado la infraestructura de hospedaje disponible en los estados llega a ocuparse.

Otro elemento de análisis se refiere a los estados con mayor número de establecimientos y que en paralelo generan mayores volúmenes de puestos de trabajo, siendo este el caso de Jalisco y Veracruz. En contraste, Guerrero, el Distrito Federal y Michoacán contaron en 2008 con menos del doble de establecimientos turísticos que Jalisco, pero aun así el Distrito Federal se colocó en segundo lugar de puestos de trabajo generados a nivel nacional, inmediatamente después de Jalisco que como decíamos tuvo el primero. Por su parte, Guerrero y Michoacán generaron casi tres veces menos empleos que los producidos por Jalisco.

Aún más, correspondió al Distrito Federal el mayor volumen de remuneraciones turísticas proporcionadas en 2008, 23 mil millones de pesos, monto 2.6 superior al proporcionado por Jalisco, 6.4 veces por arriba de lo ofrecido por Veracruz y dos dígitos arriba de lo otorgado por Guerrero y Michoacán (9.7 y 13.7 veces, respectivamente).

En este orden de ideas, también correspondió al Distrito Federal ocupar en 2008 el primer lugar en lo que se refiere al valor de la producción añadido durante el proceso de trabajo, esto es el valor agregado censal bruto, por un monto cercano a los 66 mil millones de pesos. Dicho monto fue 2.3 veces superior al proporcionado por Jalisco, 5.3 veces por arriba de lo ofrecido por Veracruz y 8.4 veces arriba de lo otorgado por Guerrero.

Lo anterior sugiere que no existe necesariamente una relación directa entre el número de establecimientos con el volumen de puesto de trabajo generados y el valor de la producción que se añade durante el proceso de trabajo.

Sin duda estos resultados toman en cuenta el perfil productivo de los establecimientos que prevalecen en ciertos destinos y la demanda que hacen los turistas de sus productos, así como la capacidad de respuesta que tienen las unidades económicas ante un entorno cambiante.

De esta forma surge el reto de analizar la vinculación del turismo y el desarrollo regional así como de sus impactos económicos y sociales, para lo cual existen diferentes metodologías como la econometría espacial, cuya diversidad de aplicaciones se ha extendido en los últimos años.



Anexo Estadístico



ANEXO ESTADÍSTICO

Moneda: \$ = Tasa de crecimiento con respecto al mismo cuatrimestre del año anterior.

1. Visitantes Internacionales a México

Número de personas Visitantes Internacionales a México	Año																	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuatrimestral											
	II-06	II-07	II-08	II-09	II-10	II-11	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06
32,180	30,209	30,058	30,332	27,552	29,860	28,978	26,582	26,993	26,993	26,993	24,461	24,461	97,701	93,587	95,648	88,044	81,923	75,732
-9.9%	2.7%	-0.5%	-9.3%	8.5%	8.5%	-4.7%	-12.6%	-1.6%	0.0%	0.0%	-11.6%	-6.1%	-5.8%	-4.2%	-6.8%	-5.8%	-6.9%	-7.9%
3,658	2,971	7,402	8,116	6,855	7,376	7,779	7,832	7,719	7,304	7,099	7,619	7,386	21,323	21,666	22,931	22,346	21,200	23,403
10.9%	6.1%	1.9%	14.0%	-14.0%	8.3%	4.8%	14.0%	4.9%	3.0%	2.0%	6.6%	1.5%	25.7%	1.9%	6.1%	2.3%	4.2%	6.0%
4,937	4,404	4,014	4,855	3,677	3,969	4,838	4,397	4,072	4,495	4,357	4,385	4,285	12,668	13,041	13,455	12,501	12,327	13,227
5.8%	4.0%	-1.5%	11.5%	-18.1%	7.0%	11.3%	4.0%	3.6%	3.4%	3.2%	3.2%	3.2%	10.9%	1.4%	2.9%	1.4%	1.4%	1.4%
2,641	3,477	3,388	3,401	3,178	3,407	3,971	3,474	3,667	3,114	3,169	3,134	3,134	8,745	8,395	9,395	9,445	9,662	10,166
0.5%	9.1%	2.6%	0.0%	-8.6%	8.0%	11.9%	-11.9%	7.8%	11.9%	11.9%	5.8%	5.8%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%	17.6%
24,622	22,739	22,650	22,116	20,997	22,484	21,150	18,860	18,654	18,486	17,016	16,827	16,827	76,348	71,976	70,077	66,666	58,664	54,339
-3.3%	1.6%	-0.4%	-2.3%	-5.8%	5.8%	-5.8%	-14.0%	-1.1%	-1.1%	-11.6%	-1.1%	-1.1%	60.1%	57.3%	2.7%	-4.7%	-10.7%	-10.8%
21,872	21,007	20,448	19,763	20,032	20,212	18,673	17,183	16,599	15,976	15,717	15,717	15,717	66,832	65,034	63,526	59,997	51,615	47,039
-6.6%	1.7%	-2.8%	-3.4%	1.3%	1.3%	-8.6%	-8.6%	-3.1%	-3.1%	-3.1%	-3.1%	-3.1%	61.3%	60.7%	58.7%	55.5%	42.3%	30.6%
2,751	1,532	2,268	2,453	2,272	2,477	1,577	1,895	2,259	1,335	1,335	1,656	1,656	6,516	6,943	6,491	5,701	6,048	5,169
-13.6%	-4.1%	10.8%	7.8%	-36.4%	2.9%	1.0%	61.7%	12.2%	7.2%	15.3%	17.0%	17.0%	28.4%	6.5%	5.1%	12.8%	6.1%	12.5%

Gasto

Visitantes Internacionales a México	Año																	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuatrimestral											
	II-06	II-07	II-08	II-09	II-10	II-11	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06
1,586	1,441	1,278	1,569	1,193	1,603	1,603	1,405	1,364	1,672	1,497	1,595	1,595	134.6	138.1	143.8	130.8	126.3	156.7
6.9%	-8.6%	-11.0%	11.1%	-20.4%	2.4%	2.4%	-14.0%	-2.8%	3.9%	6.6%	11.8%	11.8%	8.9%	10.7%	4.9%	9.0%	11.9%	7.1%
5,569	4,550	4,087	4,942	3,716	5,057	4,002	3,814	4,718	4,718	3,974	4,118	4,118	44,777	47,928	47,326	42,200	41,900	42,726
8.4%	2.5%	-12.8%	21.2%	-28.8%	31.5%	23.4%	7.1%	16.0%	16.0%	-21.1%	8.2%	8.2%	72.7%	71.8%	71.8%	62.0%	62.0%	62.0%
3,086	2,451	2,663	2,812	2,670	3,748	2,920	2,774	3,597	2,919	2,861	2,861	2,861	8,955	9,237	10,152	8,877	9,443	9,448
7.1%	-21.2%	8.6%	5.3%	-4.4%	24.2%	24.2%	1.9%	22.4%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	52.3%	8.2%	4.2%	13.6%	6.9%	6.9%
896	797	815	748	619	795	618	618	681	598	584	584	584	2,661	2,552	2,599	2,682	2,682	2,682
8.0%	-10.9%	12.3%	-10.9%	-21.3%	13.6%	13.6%	-1.8%	8.0%	-7.8%	-9.9%	-9.9%	-9.9%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
691	685	650	550	527	519	478	478	472	472	436	436	436	2,159	2,054	2,016	1,618	1,472	1,384
7.3%	-0.7%	-5.3%	-18.2%	-4.5%	-4.5%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
205	112	166	198	78	178	216	140	173	209	122	148	148	458	498	483	454	519	479
-12.0%	2.4%	8.2%	16.3%	-30.4%	7.1%	9.1%	79.1%	-2.7%	-3.1%	12.2%	12.2%	12.2%	1.3%	8.7%	3.1%	6.0%	16.5%	9.1%

Gasto Medio

Visitantes Internacionales a México	Año																	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Cuatrimestral											
	II-06	II-07	II-08	II-09	II-10	II-11	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06	II-11	II-10	II-09	II-08	II-07	II-06
1,586	1,441	1,278	1,569	1,193	1,603	1,603	1,405	1,364	1,672	1,497	1,595	1,595	134.6	138.1	143.8	130.8	126.3	156.7
6.9%	-8.6%	-11.0%	11.1%	-20.4%	2.4%	2.4%	-14.0%	-2.8%	3.9%	6.6%	11.8%	11.8%	8.9%	10.7%	4.9%	9.0%	11.9%	7.1%
5,569	4,550	4,087	4,942	3,716	5,057	4,002	3,814	4,718	4,718	3,974	4,118	4,118	44,777	47,928	47,326	42,200	41,900	42,726
8.4%	2.5%	-12.8%	21.2%	-28.8%	31.5%	23.4%	7.1%	16.0%	16.0%	-21.1%	8.2%	8.2%	72.7%	71.8%	71.8%	62.0%	62.0%	62.0%
3,086	2,451	2,663	2,812	2,670	3,748	2,920	2,774	3,597	2,919	2,861	2,861	2,861	8,955	9,237	10,152	8,877	9,443	9,448
7.1%	-21.2%	8.6%	5.3%	-4.4%	24.2%	24.2%	1.9%	22.4%	1.9%	1.9%	1.9%	1.9%	52.3%	8.2%	4.2%	13.6%	6.9%	6.9%
896	797	815	748	619	795	618	618	681	598	584	584	584	2,661	2,552	2,599	2,682	2,682	2,682
8.0%	-10.9%	12.3%	-10.9%	-21.3%	13.6%	13.6%	-1.8%	8.0%	-7.8%	-9.9%	-9.9%	-9.9%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%	15.0%
691	685	650	550	527	519	478	478	472	472	436	436	436	2,159	2,054	2,016	1,618	1,472	1,384
7.3%	-0.7%	-5.3%	-18.2%	-4.5%	-4.5%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	-13.2%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
205	112	166	198	78	178	216	140	173	209	122	148	148	458	498	483	454	519	479
-12.0%	2.4%	8.2%	16.3%	-30.4%	7.1%	9.1%	79.1%	-2.7%	-3.1%	12.2%	12.2%	12.2%	1.3%	8.7%	3.1%	6.0%	16.5%	9.1%

2. Visitantes Internacionales de México al Exterior *

Número de personas	Cuatrimestral												Año						
	I-08	II-08	III-08	IV-08	I-09	II-09	III-09	IV-09	I-10	II-10	III-10	IV-10	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Visitantes Internacionales de México al Exterior	36,427	35,794	35,533	31,937	31,064	34,277	31,088	30,931	30,645	30,346	30,764	30,003	132,027	109,540	107,519	98,518	91,658	88,113	
Miles	2,496	2,490	4,091	4,750	4,301	5,543	4,743	4,743	5,079	4,375	4,937	5,207	4,906	10,153	14,357	14,824	14,124	14,799	
Turistas Internacionales	4,366	-8,536	-8,606	-12,344	-12,344	11,566	5,076	10,288	-8,411	-3,044	4,096	8,644	5,734	8,606	-4,796	-9,917	-9,051	1,631	3,244
Miles	2,968	2,681	3,438	2,730	2,777	3,516	2,692	3,066	3,332	2,878	3,365	3,957	6,088	9,387	9,397	9,037	9,321	10,200	
Turismo al Exterior	5,926	-3,596	-1,296	-8,244	-7,024	2,834	9,650	8,474	-5,755	-3,826	11,931	18,724	6,076	10,626	0,118	-1,863	3,284	9,314	
Miles	1,672	1,695	1,533	1,529	1,529	2,009	1,520	1,747	1,747	1,497	1,571	1,530	5,516	5,870	5,159	5,067	5,003	4,599	
Turismo Fronterizo	1,706	-15,246	-21,656	-8,576	-20,588	31,484	-10,576	13,566	-13,076	-1,515	9,496	-12,339	3,988	6,436	-12,636	-1,216	-1,266	-8,088	
Excursionistas Internacionales	31,822	30,888	30,282	27,678	27,664	38,682	26,568	25,189	25,565	24,071	23,818	24,515	108,000	94,183	92,092	84,114	77,233	73,314	
Miles	2,233	0,296	-6,411	-13,028	-10,111	-5,197	-4,011	-9,276	-10,866	-6,031	-5,411	-4,111	10,180	12,721	-1,376	-9,541	-8,008	-5,186	
Excursionistas Fronterizos	31,822	30,888	30,282	27,678	27,664	38,682	26,568	25,189	25,565	24,071	23,818	24,515	108,000	94,183	92,092	84,114	77,233	73,314	
Miles	2,233	0,296	-6,411	-13,028	-10,111	-5,197	-4,011	-9,276	-10,866	-6,031	-5,411	-4,111	10,180	12,721	-1,376	-9,541	-8,008	-5,186	

Gasto	Cuatrimestral												Año					
	I-08	II-08	III-08	IV-08	I-09	II-09	III-09	IV-09	I-10	II-10	III-10	IV-10	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Visitantes Internacionales de México al Exterior	2,490	2,490	2,253	2,275	2,275	2,650	2,223	2,295	2,616	2,375	2,644	2,813	8,168	8,460	8,568	7,207	7,255	7,812
Millones de Dólares	3,144	2,726	-1,231	-15,636	-21,136	-10,406	-2,196	5,106	-1,636	6,866	10,376	6,686	6,686	4,394	1,246	-15,886	0,666	7,956
Turistas Internacionales	1,527	1,555	1,765	1,342	1,185	1,672	1,370	1,536	1,654	1,465	1,729	1,824	4,393	4,794	4,946	4,397	4,540	5,014
Millones de Dólares	9,836	-0,206	1,036	-12,106	-10,476	-5,206	2,086	11,606	-2,146	6,776	12,586	12,586	14,786	14,326	3,176	-11,106	3,006	10,446
Turismo al Exterior	1,411	1,528	1,647	1,153	1,173	1,533	1,283	1,408	1,495	1,375	1,619	1,699	3,805	4,373	4,566	4,058	4,107	4,693
Millones de Dólares	10,776	0,556	3,036	-11,596	-15,566	-6,956	2,616	10,596	-2,506	7,026	14,986	13,606	14,846	14,906	4,436	-11,136	3,196	12,076
Turismo Fronterizo	116	147	116	91	109	139	85	127	140	88	110	124	388	421	380	339	353	321
Millones de Dólares	-0,266	-7,286	-20,566	-21,956	-25,796	19,556	-5,606	16,536	0,696	2,906	-13,806	-11,636	14,186	8,656	-9,956	-10,726	4,126	-8,916
Excursionistas Internacionales	1,443	1,254	1,227	910	892	1,008	853	860	1,002	913	915	990	3,915	3,668	3,622	2,811	2,715	2,818
Millones de Dólares	-6,456	-5,416	-5,416	-20,336	-28,736	-27,866	-6,286	-3,456	7,016	6,416	6,416	-1,186	-0,816	-6,326	-1,256	-22,406	-3,416	3,806
Excursionistas Fronterizos	1,443	1,254	1,227	910	892	1,008	853	860	1,002	913	915	990	3,915	3,668	3,622	2,811	2,715	2,818
Millones de Dólares	-4,656	-5,416	-5,416	-20,336	-28,736	-27,866	-6,286	-3,456	7,016	6,416	6,416	-1,186	-0,816	-6,326	-1,256	-22,406	-3,416	3,806

Gasto Medio	Cuatrimestral												Año					
	I-08	II-08	III-08	IV-08	I-09	II-09	III-09	IV-09	I-10	II-10	III-10	IV-10	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Visitantes Internacionales de México al Exterior	732	812	84,2	70,9	70,9	78,3	71,5	86,0	86,0	81,0	91,9	93,7	66,4	77,2	79,7	73,4	79,2	88,9
Dólares	0,656	3,776	5,176	-3,446	-32,656	-7,146	1,436	12,806	9,876	13,176	14,856	8,696	12,226	16,356	1,606	-7,956	2,886	12,306
Turistas Internacionales	328,4	332,4	354,8	316,2	301,5	301,6	321,8	321,8	321,8	321,8	321,8	321,8	290,5	314,2	340,5	331,7	316,7	318,8
Dólares	1,596	0,106	10,566	-4,146	-4,916	-15,036	-7,666	0,916	6,916	10,116	8,166	3,206	0,976	4,036	83,306	-8,416	1,666	6,076
Turismo al Exterior	473,8	505,9	479,1	458,6	459,4	433,5	429,3	468,4	448,5	477,7	483,1	439,3	445,4	465,8	485,9	449,0	448,8	465,1
Dólares	4,596	4,206	4,376	-3,216	-9,196	-9,316	-6,386	1,566	3,156	-1,276	2,276	-4,286	8,276	3,876	4,336	-7,936	-0,006	2,536
Turismo Fronterizo	69,4	70,5	72,8	59,2	71,5	69,1	56,2	73,4	80,1	58,1	66,3	86,8	79,3	71,8	74,0	60,9	70,5	69,9
Dólares	-1,936	9,386	1,356	-14,466	-6,566	-8,846	-5,006	2,606	15,836	4,496	-4,836	0,886	9,826	-2,096	3,036	-9,646	-5,406	-0,906
Excursionistas Internacionales	35,9	40,5	40,5	31,9	35,2	32,1	32,1	34,1	39,2	36,6	38,4	40,4	36,2	38,9	38,9	33,4	35,1	38,4
Dólares	-6,726	6,546	1,056	-8,416	-20,276	-13,286	-2,176	6,226	11,506	13,856	12,506	3,066	5,686	7,336	0,126	-14,256	-5,096	9,486
Excursionistas Fronterizos	35,9	40,5	40,5	31,9	35,2	32,1	32,1	34,1	39,2	36,6	38,4	40,4	36,2	38,9	38,9	33,4	35,1	38,4
Dólares	-6,726	6,546	1,056	-8,416	-20,276	-13,286	-2,176	6,226	11,506	13,856	12,496	3,066	5,686	7,336	0,126	-14,256	-5,096	9,486

5. Llegadas de vuelos y pasajeros nacionales:

Llegada de vuelos nacionales:	Cuatrimestral												
	I-08	II-08	III-08	IV-08	I-09	II-09	III-09	IV-09	I-10	II-10	III-10	IV-10	2011
Número de vuelos	165,933	156,980	156,366	126,314	127,117	129,187	125,729	133,536	104,894	106,945	118,134	117,254	117,54
	8.03%	-8.62%	-17.59%	-23.88%	-18.50%	-5.26%	-0.46%	5.05%	-18.80%	-14.92%	-11.53%	11.78%	18.54%
- Vuelos nacionales regulares	164,087	153,562	135,261	125,342	126,817	128,153	124,861	133,353	104,146	105,789	116,378	116,429	116,429
	7.96%	-8.90%	-17.23%	-23.61%	-18.07%	-5.26%	-0.38%	5.20%	-18.72%	-12.77%	-12.07%	11.79%	18.63%
- Vuelos charter nacionales	1,846	2,418	1,105	972	1,305	1,035	878	1,183	748	1,156	1,756	825	3,125
	1.12%	1.52%	-0.66%	-47.35%	-16.03%	-6.13%	-9.67%	-9.15%	-27.71%	31.66%	48.44%	10.22%	26.98%
Llegada de pasajeros nacionales	10,363	10,363	8,993	8,510	8,636	7,993	7,805	9,136	7,794	7,685	9,172	8,801	28,715
	11.62%	-0.94%	-7.23%	-12.23%	-18.66%	-10.22%	-8.28%	8.77%	-2.49%	-1.54%	-0.04%	12.92%	20.82%
- Vuelos nacionales regulares	9,584	10,169	8,855	8,445	8,310	7,914	7,741	9,098	7,742	7,610	9,023	8,753	28,154
	11.62%	-1.16%	-6.93%	-11.88%	-18.29%	-10.33%	-8.33%	9.46%	-2.17%	-1.70%	0.23%	13.06%	20.82%
- Vuelos charter nacionales	112	194	78	65	126	79	64	78	52	75	149	48	390
	8.91%	12.38%	-32.27%	-41.98%	-34.96%	2.04%	-1.95%	-38.54%	-34.44%	17.67%	91.83%	-8.37%	33.67%

6. Porcentaje de Ocupación Hotelera

Destinos de Playas:	Cuatrimestral												
	I-08	II-08	III-08	IV-08	I-09	II-09	III-09	IV-09	I-10	II-10	III-10	IV-10	2011
Total:	56.1	54.1	47.1	51.4	43.1	42.2	50.0	48.5	43.9	51.5	50.8	48.1	53.4
Destinos de Playas:	66.1	58.7	48.1	61.6	44.5	41.8	59.1	53.8	44.6	60.1	54.1	47.0	58.7
- Integralmente Planeados	66.7	55.9	45.2	61.1	48.7	44.7	61.2	53.8	46.1	62.9	56.5	50.1	63.2
- Tradicionales	59.8	53.9	43.4	53.7	44.4	38.4	51.0	46.2	38.2	49.8	45.3	38.1	52.2
- Otros	73.8	65.8	55.0	71.2	42.8	44.8	67.7	60.1	51.4	68.8	61.9	53.9	66.4
Ciudades:	47.4	50.1	46.3	42.6	41.9	42.5	42.0	44.6	43.3	44.5	48.1	49.0	48.7
- Grandes ciudades	50.9	56.3	50.7	44.1	44.2	46.7	44.7	46.2	45.7	48.8	53.5	57.3	52.5
- Ciudades del interior	45.6	48.0	44.9	41.9	40.6	41.3	40.6	43.4	42.2	41.5	44.6	43.8	46.9
- Ciudades Fronterizas	54.7	54.0	48.2	44.6	47.3	43.3	47.9	52.0	46.6	43.4	47.1	44.6	56.3

Fuentes:

Cuadro 3 y 5: Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Cuadro 4: Estimación de SECTUR. Datos preliminares.

Cuadro 6: Reporte de Ocupación Hotelera Semanal. Datos cuatrimestrales acumulados. Datos preliminares.

Cifras Preliminares

