

JULIO 2021

EL ABC

DEL PORQUÉ EL TURISMO ES
PRIMORDIAL PARA MÉXICO

FRANCISCO MADRID

DEL DATO AL RELATO EN TURISMO

CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN

2. HALLAZGOS

3. LOS DATOS Y SU RELATO

3.1. PIB TURÍSTICO

3.2. CONSUMO TURÍSTICO

3.3. CONSUMO PRIVADO

3.4. EMPLEO

3.5. DIVISAS

3.5.1. Efecto en la Balanza de Pagos

3.5.2. Posición de las divisas turística como parte del sector externo del país

3.6. PROVEEDURÍA

3.7. INVERSIÓN

3.8. VALOR AGREGADO

3.9. IMPORTANCIA DEL MERCADO INTERNO

3.10. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

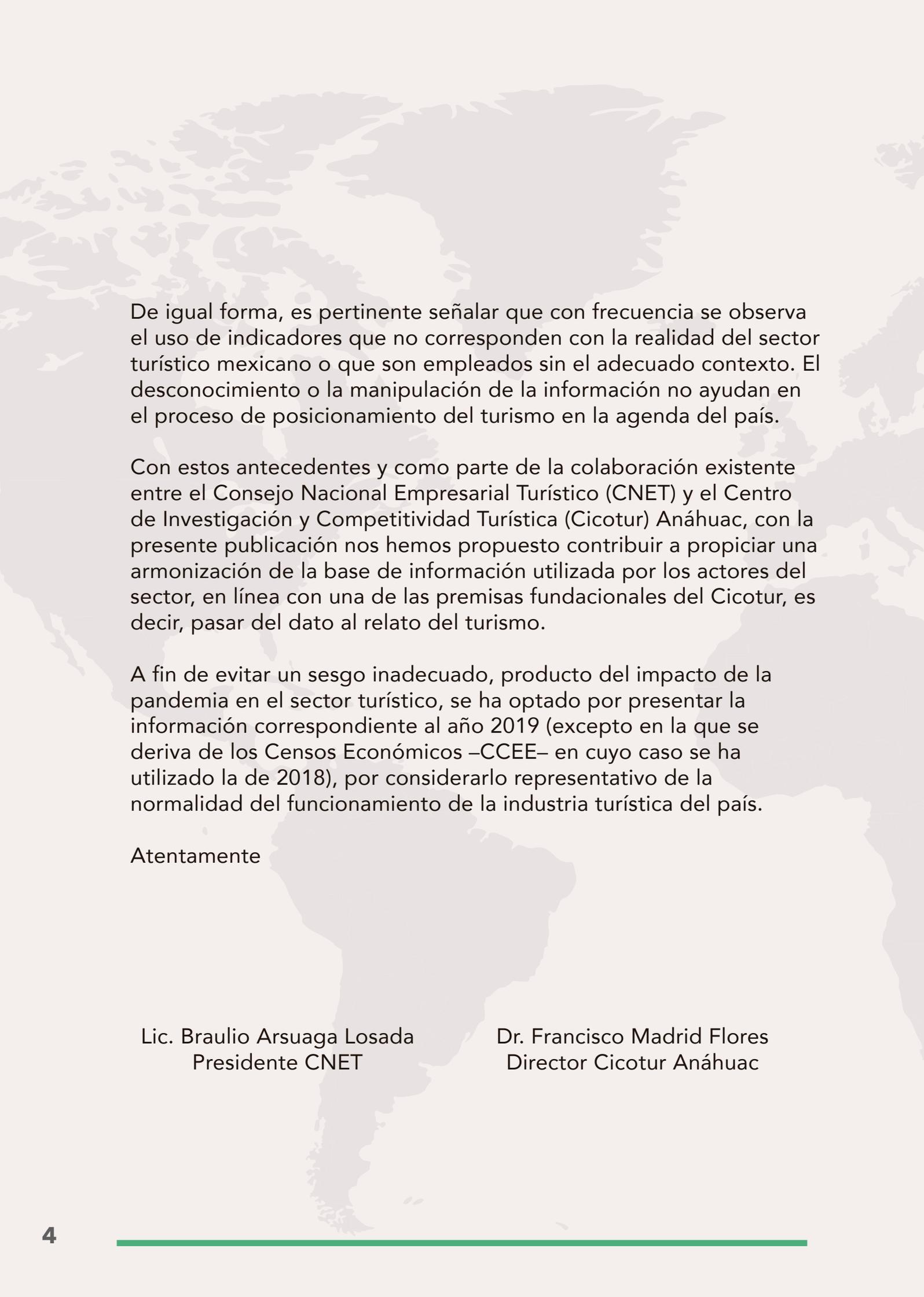
4. FUENTES Y NOTAS

PRESENTACIÓN



La evidencia sobre la importancia del turismo en nuestro país es muy abundante. El proceso de construcción de un sistema estadístico que se ocupe no solo de medir los flujos turísticos, sino también de dimensionar la incidencia económica y social de esta actividad, ha sido una tarea continua desde hace, al menos, cuarenta años. Y si bien hay espacios importantes para mejorar las capacidades de dimensionamiento del fenómeno turístico en el país, así como de los efectos que se derivan de él, es de reconocer los avances hasta ahora logrados en los que, sin duda, se destaca la construcción de la Cuenta Satélite del Turismo (CST) a cargo del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi).

No obstante lo anterior, el limitado apoyo que pareciera recibir el sector turístico sigue siendo una constante, incluso en los tiempos de la pandemia de COVID-19 en los que se viven los peores momentos del turismo mexicano, por lo que, además de fortalecer las capacidades de medición, es necesario perseverar en la construcción de una narrativa más convincente sobre el crucial papel que desempeña el turismo en beneficio de la sociedad.



De igual forma, es pertinente señalar que con frecuencia se observa el uso de indicadores que no corresponden con la realidad del sector turístico mexicano o que son empleados sin el adecuado contexto. El desconocimiento o la manipulación de la información no ayudan en el proceso de posicionamiento del turismo en la agenda del país.

Con estos antecedentes y como parte de la colaboración existente entre el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac, con la presente publicación nos hemos propuesto contribuir a propiciar una armonización de la base de información utilizada por los actores del sector, en línea con una de las premisas fundacionales del Cicotur, es decir, pasar del dato al relato del turismo.

A fin de evitar un sesgo inadecuado, producto del impacto de la pandemia en el sector turístico, se ha optado por presentar la información correspondiente al año 2019 (excepto en la que se deriva de los Censos Económicos –CCEE– en cuyo caso se ha utilizado la de 2018), por considerarlo representativo de la normalidad del funcionamiento de la industria turística del país.

Atentamente

Lic. Braulio Arsuaga Losada
Presidente CNET

Dr. Francisco Madrid Flores
Director Cicotur Anáhuac



02.

HALLAZGOS

HALLAZGOS

- ✈ 1. El turismo representa la undécima parte de la economía de México, es decir, el PIB turístico contribuye con el 8.7% del PIB nacional. Dicha participación ha sido constante e incluso creciente en años recientes.
- ✈ 2. El turismo es una industria de industrias, pues para satisfacer las necesidades de los viajeros, se articula una completa red de bienes y servicios que incluye 113 actividades económicas.
- ✈ 3. Los subsectores que más contribuyen al PIB turístico son el alojamiento (29.2%); el transporte de pasajeros (18.7%); y los restaurantes, bares y centros nocturnos (15.3%).
- ✈ 4. Una de las más claras expresiones del papel trascendente del turismo como dinamizador de la economía es el formidable volumen de consumo que propicia: 3.3 billones de pesos es el valor del consumo interior (incluye turismo receptivo y turismo interno).
- ✈ 5. En línea con lo anterior, es de destacar que un poco más de la quinta parte del consumo privado en México (20.9%) es realizado, precisamente, como parte del consumo turístico.
- ✈ 6. Según diferentes fuentes oficiales, el volumen de empleos aportados por la industria turística oscila entre 4.2 y 4.4 millones. Con lo que, en un país con urgentes necesidades por disponer de oportunidades laborales, el turismo es un gran generador de empleos. Asimismo, las remuneraciones de la industria se encuentran 8.0% por arriba de la media nacional.
- ✈ 7. Las divisas turísticas son relevantes, no solo por su importante volumen (24.6 mmdd en 2019), sino por su carácter estratégico ya que el saldo de la Balanza Turística es, sistemáticamente, superavitario (14.7 mmdd en 2019).



8. Actualmente, el ingreso de divisas por turismo constituye la tercera fuente de divisas para el país, luego de las exportaciones de productos metálicos maquinaria y equipo, así como de las remesas. De igual forma, es de destacar que el turismo es el principal rubro dentro de las exportaciones de servicios del país, contribuyendo con el 77.5% de estas.



9. En 2018, el valor del consumo intermedio del turismo reportado en los CCEE de Inegi fue de 869,410.4 millones de pesos, es decir, alrededor de 43.5 miles de millones de dólares. De manera específica, el monto de las materiales e insumos consumidos para la prestación de servicios que adquirieron las empresas turísticas (características y conexas) en 2018, fue de 325,207.1 millones de pesos, es decir, alrededor de 15.3 mil millones de dólares.



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



11. Para 2018, el monto de la inversión en el sector a valor de reposición se estimaba en 57 mil millones de dólares.



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



13. Para el año 2019 el consumo de turismo interno fue del 76.6% del consumo turístico total, confirmando su peso estratégico.



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



03.

LOS DATOS ECONÓMICOS Y SU RELATO

3.1. PIB TURÍSTICO

Sin duda, el dato que por sí solo mejor explica el papel estratégico del turismo como factor de desarrollo social y económico, es el de su contribución al Producto Interno Bruto (PIB) del país. El PIB Turístico es el 8.7% del PIB nacional¹.

8.7%

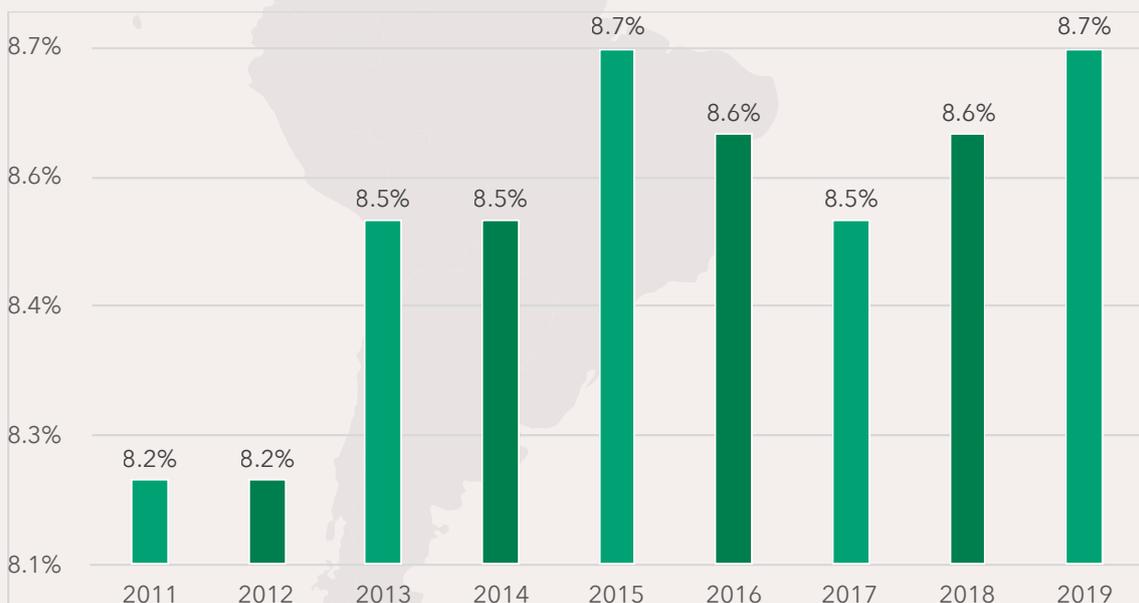
CONTRIBUCIÓN
DEL PIB TURÍSTICO
AL PIB NACIONAL

EL RELATO:

Uno de cada 11 pesos que se generan en la economía, es aportado por el turismo.

Es notable como en el tiempo este aporte se mantiene de manera sostenida²:

GRÁFICA 3.1. PARTICIPACIÓN DEL PIB TURÍSTICO EN EL PIB NACIONAL. 2011-2019



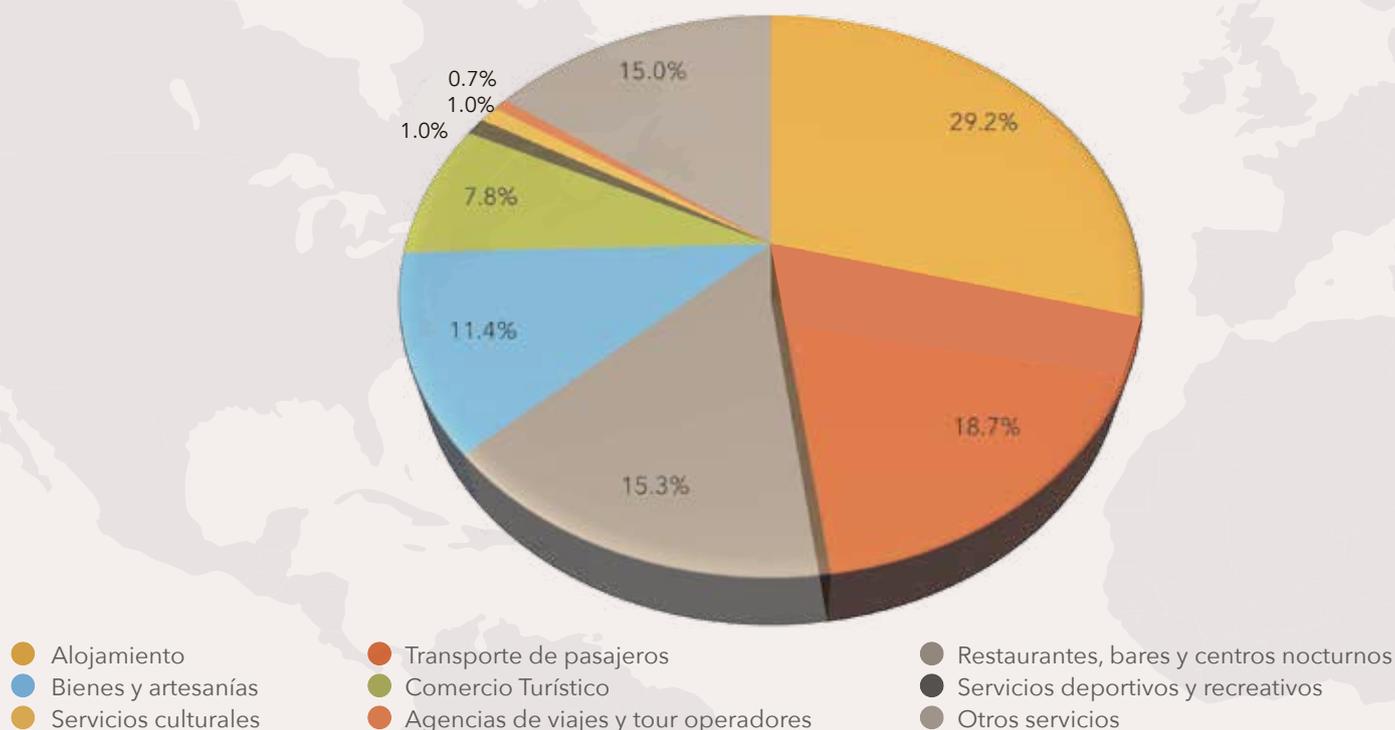
Fuente: elaboración propia con datos de Inegi. Precios corrientes

EL RELATO:

En el tiempo, el turismo mantiene un constante protagonismo como motor de la economía.

El PIB turístico está conformado de la siguiente manera³:

GRÁFICA 3.2. INTEGRACIÓN DEL PIB TURÍSTICO. 2019



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi.

EL RELATO:

El turismo es una industria de industrias, pues para satisfacer las necesidades de los viajeros, se articula una completa red de bienes y servicios que incluye 113 actividades económicas⁴.

3.2. CONSUMO TURÍSTICO

El gasto en consumo turístico se desgrega en consumo de los residentes del país en sus viajes dentro del territorio (consumo turístico interno) y el consumo de los residentes en el extranjero en sus viajes hacia México (consumo receptivo). La suma de estas cantidades conforma el consumo turístico interior.

3.3

BILLONES DE PESOS ES EL GASTO EN CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR EN MÉXICO

EL RELATO:

Una de las más claras expresiones del papel trascendente del turismo como dinamizador de la economía es el formidable volumen de consumo que propicia.

3.3. CONSUMO PRIVADO

De acuerdo con la CST, el gasto en consumo turístico es una muy importante proporción del total del consumo privado⁵.

20.09%

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

EL RELATO:

En línea con el elevado gasto en consumo turístico es de destacar que un poco más de la quinta parte del consumo privado es realizado, precisamente, como parte del consumo turístico.

3.4. EMPLEO

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

En primer lugar, se debe señalar que según la CST del Inegi para el año 2019 había **2'296,621**⁶ ocupaciones remuneradas en turismo, lo que equivale al 5.8% del total nacional. Esta magnitud creció poco, relativamente, en el periodo 2010-2019 pues solo se incrementó en 218,594 posiciones.

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

Es importante subrayar que, de acuerdo con esta misma fuente, las remuneraciones promedio de la industria turística superan las remuneraciones promedio del resto de la economía⁷.

8.0%

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

EL RELATO:

En un país con urgentes necesidades por disponer de oportunidades laborales, el turismo es un gran generador de empleos los que son mejor retribuidos que la media nacional.

Por su parte, el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social estima que hay 4.2 millones de personas ocupadas en la actividad turística⁸, a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo –ENOE– de Inegi. En virtud de algunos cortes de esta información, esta es la fuente a la que regularmente le da seguimiento el Cicotur Anáhuac.

4.2

MILLONES DE PERSONAS OCUPADAS EN TURISMO

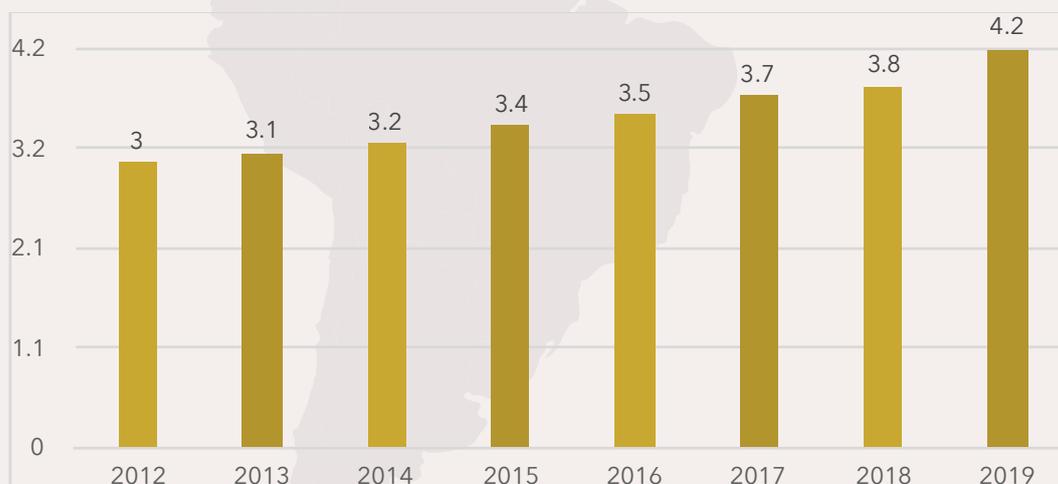
EL RELATO:

El turismo es una formidable oportunidad de empleo para las familias mexicanas.

Es de destacar, también, que el empleo turístico ha mantenido una evolución positiva en el tiempo en los años recientes⁹.

GRÁFICA 3.4. EVOLUCIÓN DE LAS PERSONAS OCUPADAS EN TURISMO 2012-2019.

Datos al cierre del periodo. Millones de personas



Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio laboral de la Styps

EL RELATO:

Aunque la industria turística es sensible a las fuerzas que actúan en su entorno, en condiciones apropiadas puede expandirse generando crecientes oportunidades laborales.

Por otro lado, se anota que la Secretaría de Turismo realiza su propia estimación del empleo turístico, también con información proveniente de la ENOE, con lo que de acuerdo con esta fuente se estimaba un total de 4'438,496 personas como población ocupada en el sector turismo.

Finalmente, no deja de ser muy relevante señalar que de acuerdo con información del IMSS y empleando una aproximación alineada con las clasificaciones de la CST, el Cicotur estima que a finales de 2019 había 2.2 millones de trabajadores asegurados¹⁰.

2.2

**MILLONES DE
TRABAJADORES
ASEGURADOS EN TURISMO**

CON INDEPENDENCIA DE LAS DIFERENTES APROXIMACIONES AL DIMENSIONAMIENTO DEL EMPLEO, LO QUE PARECE NECESARIO PRECISAR ES QUE NO HAY NINGUNA EVIDENCIA RECIENTE QUE APOYE LA IDEA DE QUE UN EMPLEO DIRECTO GENERA 2.5 EMPLEOS INDIRECTOS, COMO CON FRECUENCIA SE ASEGURA.

3.5 DIVISAS

3.5.1. EFECTO EN LA BALANZA DE PAGOS

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

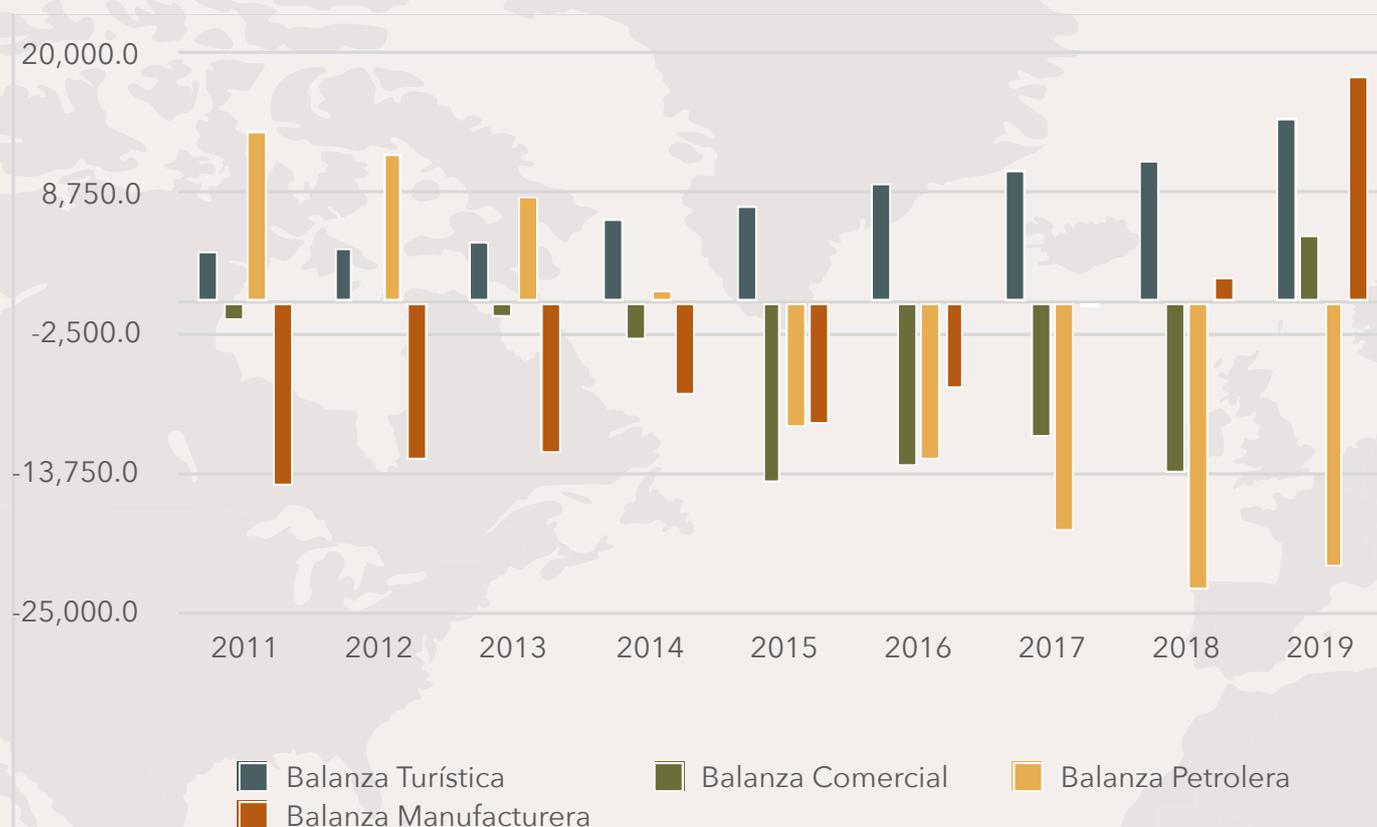
De esta forma, en 2019 los ingresos por visitantes internacionales al país, totalizaron 24.6 mil millones de dólares, con una importante tendencia de crecimiento en la última década –9.5% de Tasa media de crecimiento anual [TMCA] entre 2011 y 2019– (Gráfica 3.5.1.1). Y así como es notable el volumen de estos ingresos, es de destacar que el efecto en la Balanza de Pagos es significativo pues el saldo neto de los ingresos y egresos por razones turísticas (Balanza Turística) es sistemáticamente superavitario (14.7 miles de millones de dólares en 2019), lo que contrasta con el comportamiento de los saldos de otras actividades del comercio internacional, como se puede ver en la Gráfica 3.5.1.2.¹¹.

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



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi

GRÁFICA 3.5.1.2. EVOLUCIÓN DE LOS SALDOS DE LA BALANZA TURÍSTICA, COMERCIAL, PETROLERA Y MANUFACTURERA. 2011-2019. MILLONES DE DÓLARES



Fuente: elaboración propia con datos de Inegi

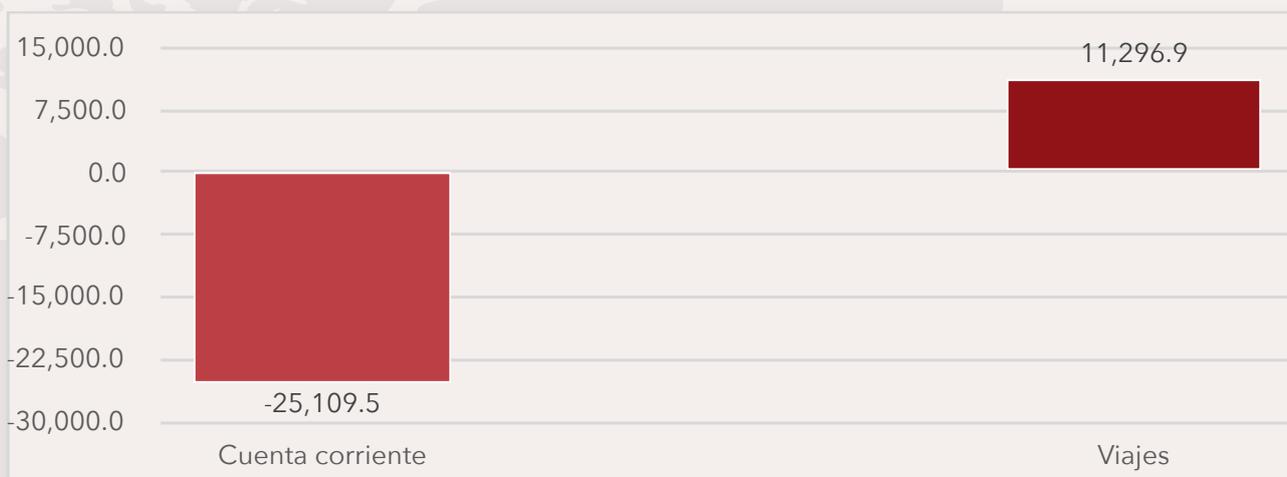
EL RELATO:

Las divisas turísticas son relevantes, no solo por su importante volumen (24.6 mmdd en 2019), sino por su carácter estratégico ya que el saldo de la Balanza Turística es, sistemáticamente, superavitario (14.7 mmdd en 2019).

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

En las Gráficas 3.5.1.3. y 3.5.1.4. puede observarse como el saldo de la Balanza Turística alivia de manera importante el déficit de la cuenta corriente¹².

GRÁFICA 3.5.1.3. SALDO DE LA CUENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS VS. BALANZA TURÍSTICA 2018



Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México

GRÁFICA 3.5.1.4. SALDO DE LA CUENTA CORRIENTE DE LA BALANZA DE PAGOS VS. BALANZA TURÍSTICA 2019



Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México

EL RELATO:

Aunque la actividad de exportación del país se ha diversificado, la cuenta corriente sigue manteniendo una tendencia deficitaria, misma que es, significativamente, reducida gracias a las divisas turísticas

3.5.2. POSICIÓN DE LAS DIVISAS TURÍSTICAS COMO PARTE DEL SECTOR EXTERNO DEL PAÍS

En las dos décadas finales del siglo pasado, se solía mencionar que el turismo era la tercera fuente de divisas para el país, solo después de las exportaciones petroleras y los ingresos por remesas; incluso, no era inusual que hubiera voces que señalarán que esta actividad era la tercera fuente de riqueza del país, equiparando dichas divisas con la capacidad del turismo de contribuir a la economía de México. Derivado de lo anterior, todavía hoy en día, pareciera subsistir dicha creencia e, inclusive, habría la posibilidad de pensar que ante la baja en los ingresos por las exportaciones petroleras, el turismo habría escalado un peldaño en un supuesto ranking de captación de divisas.

Con independencia de que dicho ranking en realidad no existe, de acuerdo con información de diferentes rubros de la Balanza de Pagos, es posible identificar que el turismo (viajes), efectivamente, es el tercer renglón en el país por lo que hace a la generación de divisas. Ciertamente, la categorización de los diferentes conceptos debe tomarse con reservas¹³.

TABLA 3.5.2. CONTRIBUCIÓN A LAS DIVISAS DE DIFERENTES RUBROS DE EXPORTACIÓN. 2019

	RUBRO	Millones de pesos
1	Productos metálicos maquinaria y equipo. (Incluye automotriz)	318,258.30
2	Remesas	36,438.8
3	Viajes	24,573.2

Fuente: elaboración propia con datos de Banco de México

EL RELATO:

Actualmente, el ingreso de divisas por turismo constituye la tercera fuente de divisas para el país, luego de las exportaciones de productos metálicos maquinaria y equipo, así como de las remesas.

Por otro lado, es muy importante destacar que las exportaciones turísticas son la más importante fuente de ingresos por exportaciones de servicios. De los 31,695.1 millones de dólares que ingresaron al país en 2019 por exportación de servicios, el turismo contribuyó con el 77.5%¹⁴.

EL RELATO:

El turismo es el principal rubro dentro de las exportaciones de servicios del país y contribuye con el 77.5% de los ingresos de divisas por este concepto

3.6. PROVEEDURÍA

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

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

En 2019, el valor del consumo intermedio del turismo reportado en la CST de Inegi fue de 1'262,414 millones de pesos, es decir, alrededor de 63.1 miles de millones de dólares¹⁵.

6.3

MIL MILLONES
DE DÓLARES

**MONTO DE LA CADENA DE
VALOR GENERADA POR EL
TURISMO (2018)**

De manera específica, y aunque las magnitudes no son comparables entre sí pues este último dato se obtuvo de los CCEE 2018, el monto de las materiales e insumos consumidos para la prestación de servicios que adquirieron las empresas turísticas (características y conexas) en 2018, fue de 325,207.1 millones de pesos, es decir, alrededor de 15.3 mil millones de dólares¹⁶.

15.3

MIL MILLONES
DE DÓLARES

**MONTO DE MATERIALES E
INSUMOS ADQUIRIDOS PARA
PRESTAR LOS SERVICIOS
TURÍSTICOS (2018)**

EL RELATO:

el turismo actúa como una locomotora de la economía propiciando el funcionamiento de una amplia cadena de proveeduría de bienes y servicios.

3.7. INVERSIÓN

Así como la actividad turística es intensiva en mano de obra, lo es también en capital. Con la información disponible, es posible tener una buena aproximación de la inversión privada en el sector, misma que a valor de reposición alcanzaría en 2018 un monto de 1'143,030 millones de pesos, es decir, alrededor de 57 mil millones de dólares¹⁷.

57

MIL MILLONES
DE DÓLARES

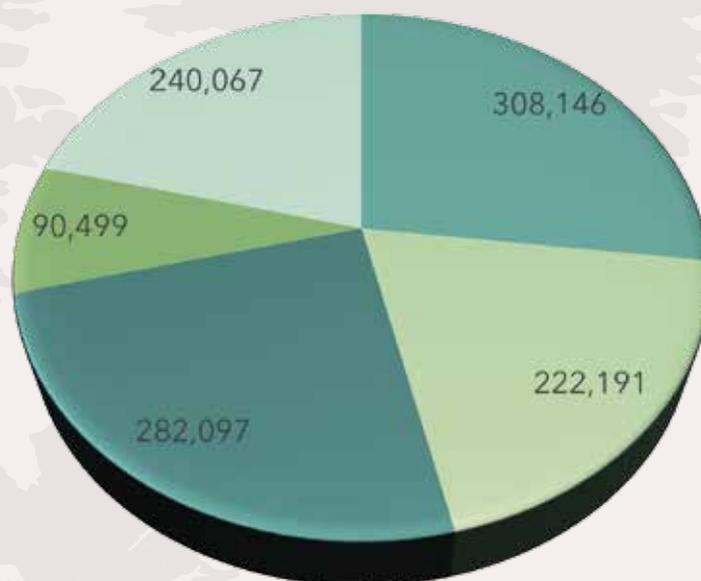
**MONTO DE LA INVERSIÓN
PRIVADA A VALOR DE
REPOSICIÓN (2018)**

EL RELATO:

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

La desagregación de esta inversión es como sigue:

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



● Comercio ● Transporte ● Alojamiento ● Alimentos y bebidas ● Otros

Fuente: elaboración propia con datos de los CCEE 2019.

Por otro lado, de acuerdo con la CST, la evolución de la formación bruta de capital en el sector ha sido la siguiente¹⁸:

TABLA 3.7. FORMACIÓN BRUTA DE CAPITAL. 2011-2019.
MILLONES DE DÓLARES

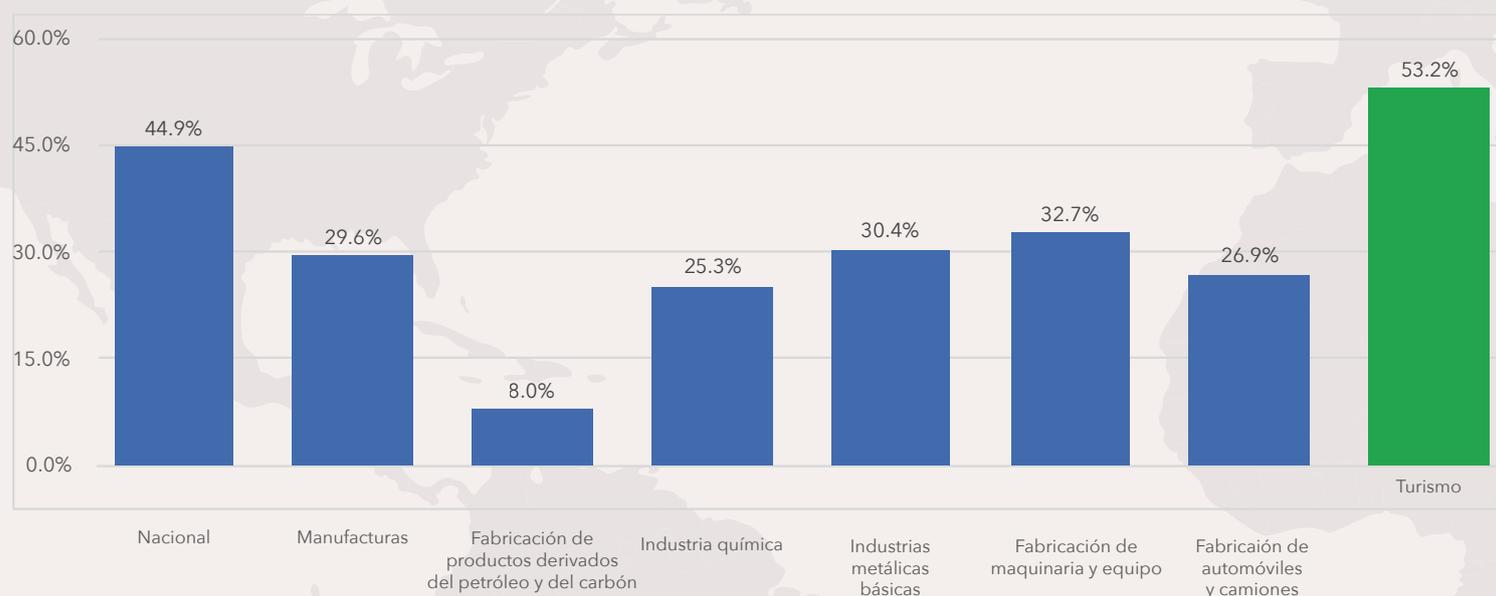
2011	7,923.1
2012	8,136.1
2013	8,346.6
2014	8,302.0
2015	7,775.9
2016	6,903.0
2017	8,091.4
2018	8,420.6
2019	8,322.4

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

3.8 VALOR AGREGADO

Uno de los argumentos que con frecuencia se repiten para subestimar el valor económico del turismo, es una presumida capacidad limitada para producir valor agregado. Sin duda, este es un supuesto que no se soporta. Al comparar la relación entre el valor agregado y la producción bruta total de diversas ramas de la actividad económica, es bastante claro como el turismo sí genera, de manera importante, valor agregado y lo hace por arriba de industrias que reciben grandes apoyos públicos y mediáticos¹⁹.

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



Elaboración propia con datos de los CCEE 2019.

EL RELATO:

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

3.9 IMPORTANCIA DEL MERCADO INTERNO

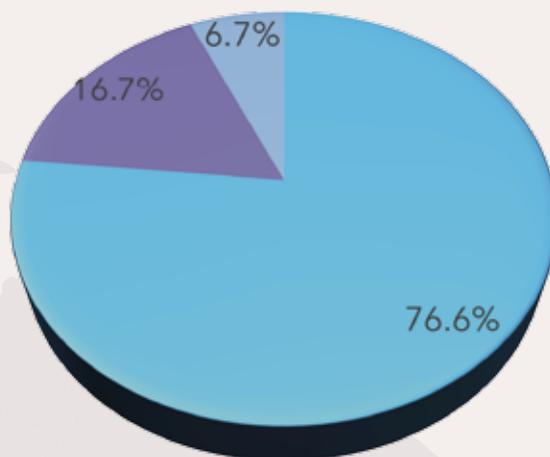
No deja de llamar la atención que aunque el turismo es una importante fuente de divisas, la mayor parte del consumo turístico lo realizan las personas que residen en el país en sus desplazamientos dentro de México.

Para el año 2019 el consumo de turismo interno fue del 76.6% del consumo turístico total, confirmando su peso estratégico²⁰.

76.6%

**PARTICIPACIÓN DEL
CONSUMO TURÍSTICO
INTERNO EN EL TOTAL
DEL CONSUMO**

GRÁFICA 3.9. DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO EN MÉXICO. 2019



● Interno ● Receptivo ● Emisor

Fuente: Elaboración propia con datos de Inegi

EL RELATO:

No obstante el papel destacado que tienen las divisas turísticas en la reducción del déficit de la cuenta corriente, el turismo interno es el más importante componente de la economía turística, pues aporta el 76.6% del consumo turístico.

3.10. COMPOSICIÓN EMPRESARIAL DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

De acuerdo con los CCEE 2019, la composición de las empresas turística de acuerdo con su tamaño fue²¹:

GRÁFICA 3.9. DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO TURÍSTICO EN MÉXICO. 2019

Tamaño de la empresas	Número de empleados	Número de empresas	Participación en el total de empresas
Microempresas	Hasta 10 personas	731,797	93.0%
Pequeñas empresas	De 11 a 50 personas	45,506	5.8%
Empresas medianas	De 51 a 250 personas	8,182	1.0%
Grandes empresas	Más de 250 personas	1,055	0.1%

EL RELATO:

El total de empresas turísticas (características y conexas es de 786,540, de las cuales el 93.0% son micrempresas, 5.8% pequeñas, 1.0% medianas y 0.1% grandes.



04.

***FUENTES
Y NOTAS***



- ¹ Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2019. Precios corrientes.
- ² Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2011-2019. Precios corrientes.
- ³ Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2019.
- ⁴ De acuerdo con el Inegi, para su integración, se consideró la lista de actividades características del turismo (Industrias turísticas) agrupadas por categorías principales según la CIIU Rev. 4, integradas en el Anexo 3 de las Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (RIET 2008), así como el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte (SCIAN 2013), a efecto de alinearse con el SCNM base 2013 y el Cuadro de Oferta y Utilización (COU) 2013.
- ⁵ *Ibídem.*
- ⁶ Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2019.
- ⁷ Inegi. Censos Económicos 2019.
- ⁸ Styps. Observatorio Laboral. Primer trimestre 2019.
- ⁹ Styps. Observatorio Laboral. Últimos trimestres 2012-2019.
- ¹⁰ Con datos del IMSS.
- ¹¹ Con datos de la Encuesta de Visitantes Internacionales de Inegi para 2019.
- ¹² Balanza de Pagos 2019. Banco de México.
- ¹³ *Ibídem.*



14 Ibídem.

15 Inegi. Cuenta Satélite del Turismo 2019.

16 Inegi. Censos Económicos 2019.

17 Ibídem.

18 Cuenta Satélite del Turismo 2019.

19 Inegi. Censos Económicos 2019.

20 Cuenta Satélite del Turismo 2019.

21 Inegi. Censos Económicos 2019.





Anáhuac
México

COMITÉ RECTORAL

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

Dra. Lorena Martínez Verduzco - Vicerrectora Académica

Mtro. Jorge Miguel Fabre Mendoza - Vicerrector Académico

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

Mtro. Fernando Rincón Gallardo Elguero - Vicerrectores de Formación Integral

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

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

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

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

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

DIRECCIÓN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Dr. Germán Octavio Campos Valle- Director de Desarrollo Institucional



**Facultad de
Turismo y Gastronomía**

Mtro. José Ángel Díaz Rebolledo, Director



CICOTUR
Centro de Investigación y
Competitividad Turística Anáhuac

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

Equipo de trabajo:

Dr. Francisco Madrid Flores, Director

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

Mtro. Nabucodonosor Roffe, Investigador Invitado

Mtra. Bertha Pérez Camargo, Investigadora Asociada

Mtra. Gloria Godínez Guerrero, Asistente de investigación

Sra. Silvia Rangel González, Coordinadora Administrativa

CAMPUS NORTE

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