

Resultados de la actividad turística: una revisión del presupuesto para los programas de promoción

GUSTAVO MEIXUEIRO NÁJERA

El documento analiza los logros obtenidos por la administración federal en materia turística y su relación con el presupuesto asignado, en comparación con las mismas variables en el sexenio anterior. Describe la evolución del presupuesto original y el presupuesto ejercido por el Sector Turismo y del presupuesto para la promoción del turismo; revisa el panorama de la actividad del turismo en el mundo y los resultados de la actividad turística internacional en México; y finalmente realiza una evaluación del gasto ejercido y de los resultados obtenidos en turismo.

Introducción

En los últimos años, nuestro país se ha venido consolidando como uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial. Esta actividad ha llegado a ser la tercera actividad económica generadora de divisas más importante en México. Según el gobierno federal, en el sexenio del presidente Vicente Fox se han registrado cifras récord en comparación con el sexenio anterior: los ingresos en divisas pasaron de 8 400 millones de dólares al inicio del sexenio a 12 mil millones, cifra en la que se considera cerrará este año; 171 mil empleos más que en 2001 y una planta hotelera que cuenta con 120 mil cuartos adicionales a los que había al inicio de la administración; las llegadas de turistas nacionales a cuartos se calculan en 7 millones más que en el 2000 y el gasto promedio se incrementó de 592 dólares a 708 dólares por estadía.¹

A pesar de lo anterior, se conoce que algunas de las metas establecidas para el 2006 por el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 en gasto promedio del turismo receptivo y en participación del PIB turístico en el PIB nacional no han alcanzado los resultados esperados.

Por otro lado, una de las actividades más importantes que realiza la Cámara de Diputados y que incide directamente en los resultados de la administración pública, es la asignación del presupuesto federal a través del presupuesto de egresos de la federación. En el sector turismo, la actividad institucional que ha ejercido la mayor cantidad de recursos durante los últimos años es la promoción de los destinos turísticos tanto en México como en el extranjero; sin embargo, se desconocen los efectos de esta actividad en los resultados obtenidos en materia del turismo.

¹ Comparecencia del secretario de Turismo ante la Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados para la glosa del 6º Informe de Gobierno, 18 de octubre de 2006.

En ese sentido, este artículo analiza los logros obtenidos por la administración federal en materia turística y su relación con el presupuesto asignado, en comparación con las mismas variables en el sexenio anterior. En la primera parte se describe la evolución del presupuesto original y el presupuesto ejercido por el sector turismo y del presupuesto para la promoción del turismo; posteriormente se revisa el panorama de la actividad del turismo en el mundo y los resultados de la actividad turística internacional en México; después se realiza una evaluación del gasto ejercido y de los resultados obtenidos en turismo. Por último se presentan comentarios finales.

Es importante mencionar que aunque las actividades de promoción incluyen las de publicitar los destinos nacionales dentro y fuera de la república, para la evaluación del gasto sólo se tomaron los resultados del turismo extranjero que visita nuestro país.²

² Una evaluación exhaustiva requeriría conocer a detalle cómo se ejerció el gasto, en qué lugares de México y el extranjero se promocionaron destinos turísticos, cuáles fueron los destinos publicitados, el costo que tuvieron estas actividades y los turistas que ingresaron al país provenientes de cada uno de esos puntos en donde se realizaron actividades de mercadeo.

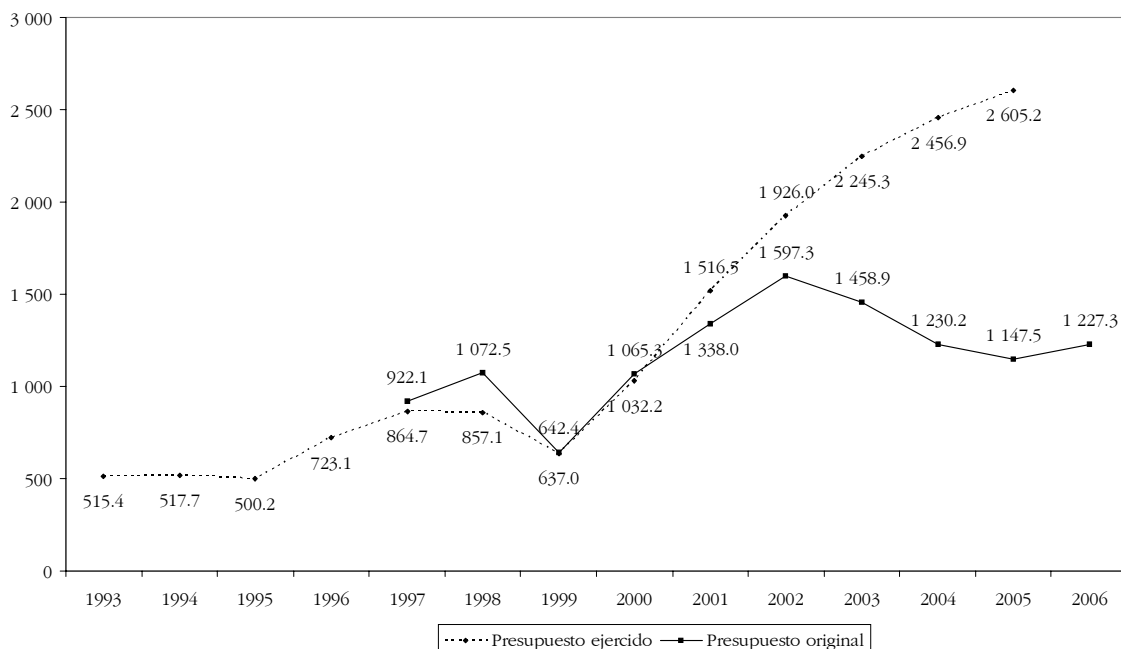
Evolución del presupuesto destinado al sector turismo, 1994-2006

Para el ejercicio 2006, al sector turismo se le asignaron 1 227.3 millones de pesos, cantidad menor al primer año de ejercicio del sexenio del presidente Vicente Fox, cuando se le asignaron 1 338 millones de pesos en el presupuesto de egresos de la federación (PEF). En 2002 se le otorgó la mayor cantidad de recursos de los últimos 12 años, 1 597.3 millones de pesos; durante los tres siguientes años el presupuesto para el turismo disminuyó hasta que en 2005 se le asignaron 1 147.5 millones de pesos, la cifra más baja de la administración actual. El gran total asignado en los presupuestos de egresos desde el 2001 hasta el 2006 sumó la cantidad de 7 999.2 millones de pesos.

Durante los últimos cuatro años de la administración del presidente Ernesto Zedillo, el presupuesto asignado al ramo "Turismo" tuvo un comportamiento irregular, ya que de 1997 a 1998 el presupuesto aumentó de 921.1 millones a 1 072.5 millones de pesos; para posteriormente en 1999 caer cerca de 26% al otorgársele 637 millones, cifra que en el 2000 se incrementó a 1 032.2 millones de pesos (véase Gráfica 1).

Sin embargo, la mayoría de las veces el presupuesto original (presupuesto aprobado por la Cámara de Diputados) difiere del presupuesto ejercido, ya que en el transcurso del año ocurren

Gráfica 1
Presupuesto original y ejercido por la Sector, 1993-2006



Fuentes: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, Gasto programable por tipo de gasto y sector institucional 1991-2000, México; CIDE, Sistema de Información Pública Presupuestal de México, 2006.

transferencias, ahorros o reasignaciones que efectúa el Ejecutivo a través de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. De esta forma, de 1997 a 2000 se ejercieron menos recursos de los originalmente presupuestados, 864.7 millones de pesos en 1997; 857.1 millones en 1998; 637 millones en 1999 y 1 032.2 millones en 2000; cifras inferiores en 57.4, 215.4, 5.4 y 33.1 millones de pesos, respectivamente.

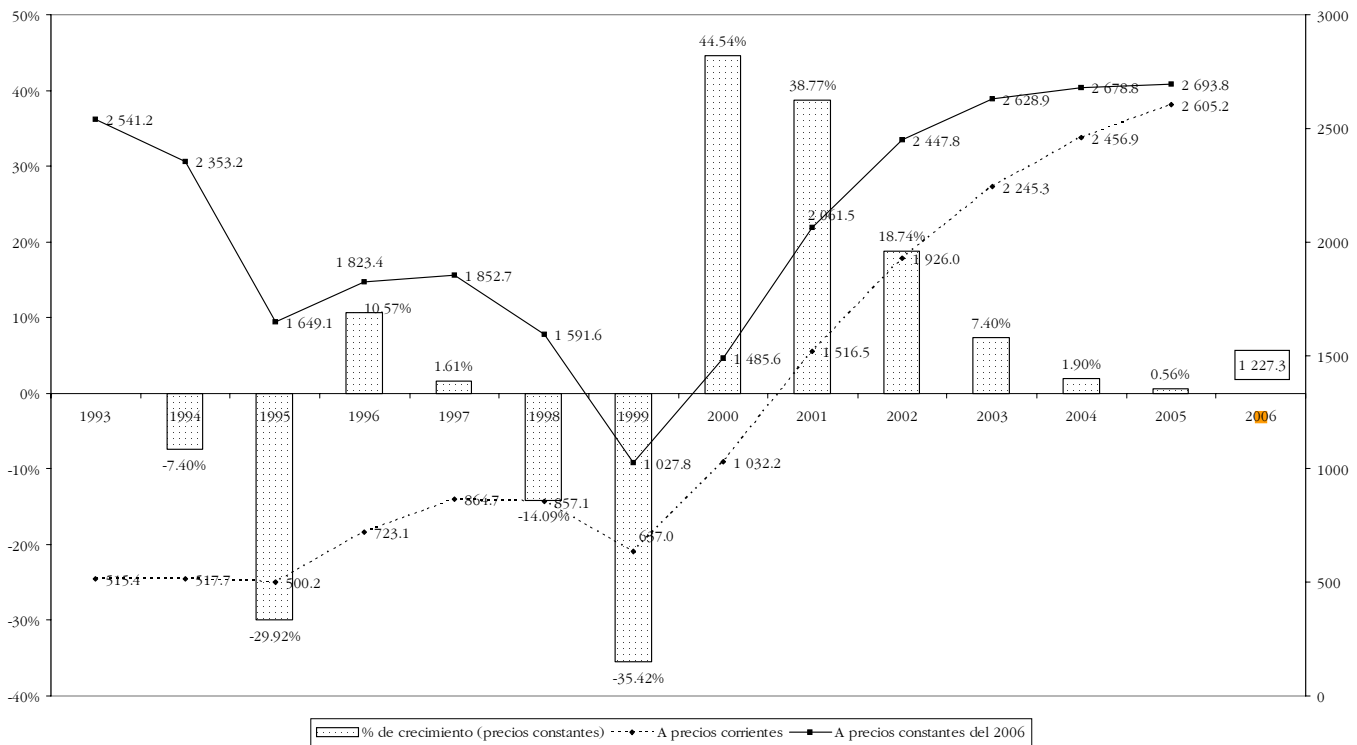
En la Gráfica 1 se puede observar que durante la administración del presidente Vicente Fox, el presupuesto ejercido por el sector turismo ha venido aumentando significativamente, al pasar de 1 516.5 millones en 2001 a 2 605.2 millones en 2005, es decir, un aumento de 71.7%. La diferencia entre el presupuesto originalmente asignado y el finalmente ejercido también ha venido aumentando: 178.5 millones de pesos más en 2001; 328.7 millones en 2002; 786.4 millones en 2003; 1 226.7 millones en 2004; y 1 457 millones en 2005. La diferencia entre el presupuesto original y el ejercido para el 2004 fue casi del monto del presupuesto aprobado por la Cámara de Diputados; para 2005 la diferencia fue mayor que el presupuesto original.

Analizando el presupuesto ejercido a precios constantes (año base 2006), 1999 ha sido el año en que el sector ejerció la menor cantidad de recursos. En la Gráfica 2 se observa que en este año se ejercieron 1 027.8 millones de pesos a precios del 2006. Durante el sexenio del presidente Ernesto Zedillo el presupuesto ejercido pasó de 1 649.1 millones de pesos en 1995 a 1 485.6 millones en el 2000. En este periodo la cifra máxima se alcanzó en 1997, cuando se ejercieron 1 852.7 millones.

De la misma forma, a precios del 2006, durante la administración del presidente Vicente Fox, el presupuesto ejercido pasó de 2 061.5 millones de pesos en 2001 a 2 693.8 millones en 2005. Aunque el presupuesto durante este periodo ha venido creciendo, el ritmo con el que lo hizo disminuyó significativamente, mientras que en el 2002 creció en 18.74%, en 2003 lo hizo en 7.40%, y para 2004 y 2005 estas cifras fueron de sólo 1.90 y 0.56%, respectivamente.

A pesar de este crecimiento, fue hasta el 2003 que se tuvo un gasto superior al registrado en 1993, cuando se ejercieron, a precios del 2006, 2 541.2 millones de pesos. En la Gráfica 2 tam-

Gráfica 2
Evolución del gasto total de la Secretaría de Turismo
(Millones de pesos)



Fuente: CIDE, Sistema de Información Pública Presupuestal de México, 2006.

bién se observa el efecto de la crisis económica de diciembre de 1994, al caer en 1995 el presupuesto ejercido en cerca de 30%, mientras que en 1994 se ejercieron 2 353.2 millones de pesos, en 1995 sólo fueron 1 649.1 millones. Sin embargo, esta disminución no fue tan fuerte como la registrada en 1999, al pasar de 1 591.6 millones a 1 027.8 millones, equivalentes a 35.42%, la más significativa en los últimos 12 años.

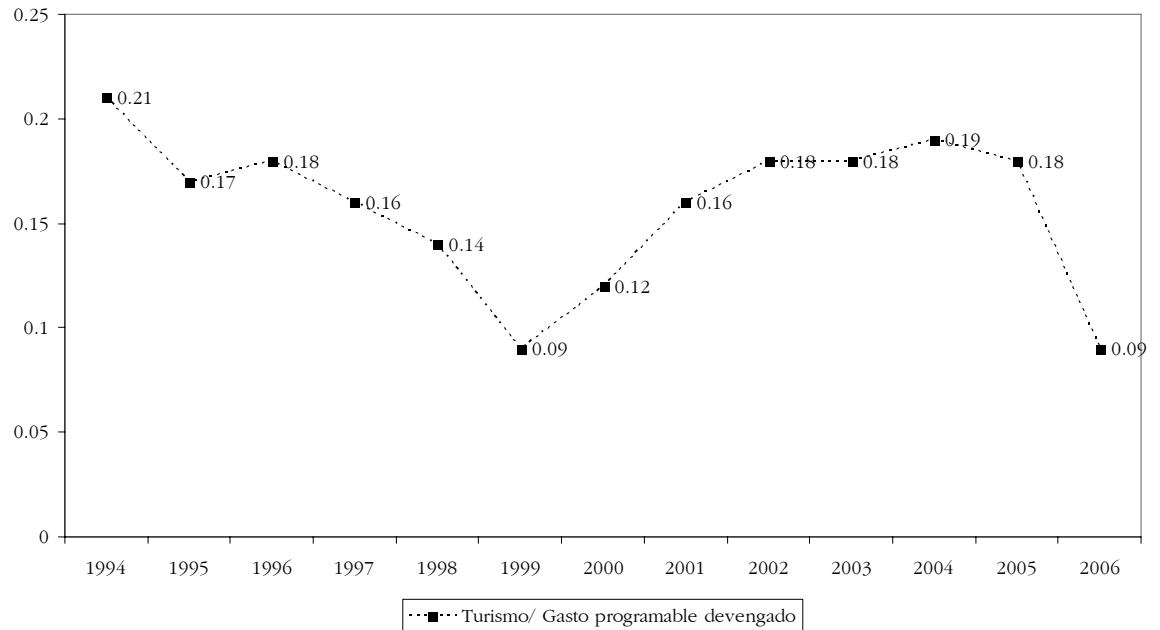
Tomando en consideración que la actividad turística es, después de las remesas y de la exportación petrolera, la principal generadora de divisas para el país, en ocasiones mayor aún que la inversión extranjera directa, el monto ejercido es pequeño, por debajo del 0.20% del gasto programable devengado. Durante el periodo 1995-2000, el promedio de este porcentaje fue del 0.14%, cifra muy similar al promedio registrado durante el periodo 2001-2006, que fue de 0.16%. En la Gráfica 3 se aprecia que en 1994 el presupuesto asignado al sector tuvo mayor peso al representar 0.21% del gasto programable para ese

año, mientras que 1999 ha sido el ejercicio más castigado al representar sólo 0.09 por ciento.

El presupuesto para la promoción turística

Según el Presupuesto de Egresos de la Federación 2006, el presupuesto asignado al sector 21, turismo, tiene siete actividades institucionales: apoyar a la función pública y buen gobierno, proporcionar servicios de apoyo administrativo, establecer y mantener la política de turismo, proporcionar servicios de orientación y asistencia turística, promover a México como destino turístico, desarrollar y mantener infraestructura para el fomento y promoción de la inversión en el sector y, establecer y conducir la política de turismo. De ellas, a establecer y mantener la política de turismo es a la que se le asignó la mayor cantidad de recursos, 471.65 millones de pesos, el 38.43% del total asignado al ramo. La promoción de México como des-

Gráfica 3
% del presupuesto asignado al sector turismo respecto
del gasto programable, 1994-2006



Fuente: CIDE, Sistema de Información Pública Presupuestal de México, 2006.

tino turístico es la segunda en importancia en cuanto al monto destinado, al recibir 246.55 millones de pesos, 20.09% del total (véase Cuadro 1).

Según la Ley Federal de Turismo, la promoción turística comprende la planeación y programación de la publicidad y difusión, por cualquier medio, de la información especializada, actividades, destinos, atractivos y servicios que el país ofrece en materia de turismo. La entidad responsable de implementar esta actividad tanto en el mercado nacional como en el internacional es el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).³

Entre los objetivos del Consejo destacan planear, diseñar y coordinar las políticas y estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, así como proporcionar información turística especializada a los turistas nacionales y extranjeros que pretendan visitar los destinos y atractivos del país.⁴ Es oportuno señalar que el CPTM nació con las reformas a la Ley publicadas en mayo de 1999, por lo que fue considerado por primera ocasión en el presupuesto de egresos de la federación del año 2000.

³ Ley Federal de Turismo, artículos 19 y 20.

⁴ Ley Federal de Turismo, artículos 21 y 25.

En ese año se le destinaron 537.7 millones de pesos, 50.10% del presupuesto total del sector turismo. Un año después, en 2001, se le destinaron 545 millones, pero en esta ocasión significó 40.73% del presupuesto total para el turismo. A partir de entonces el presupuesto asignado ha venido disminuyendo, 470 millones en 2002; 394.1 millones en 2003; 294.1 millones en 2004; 274.6 millones en 2005 y 273.9 millones en 2006. Como porcentaje del presupuesto para turismo, la actividad de promoción también disminuyó al pasar a 29.43% en 2002; 27.01% en 2003; 23.90% en 2004; 23.93% en 2005 y 22.31% en 2006 (véase Gráfica 4).

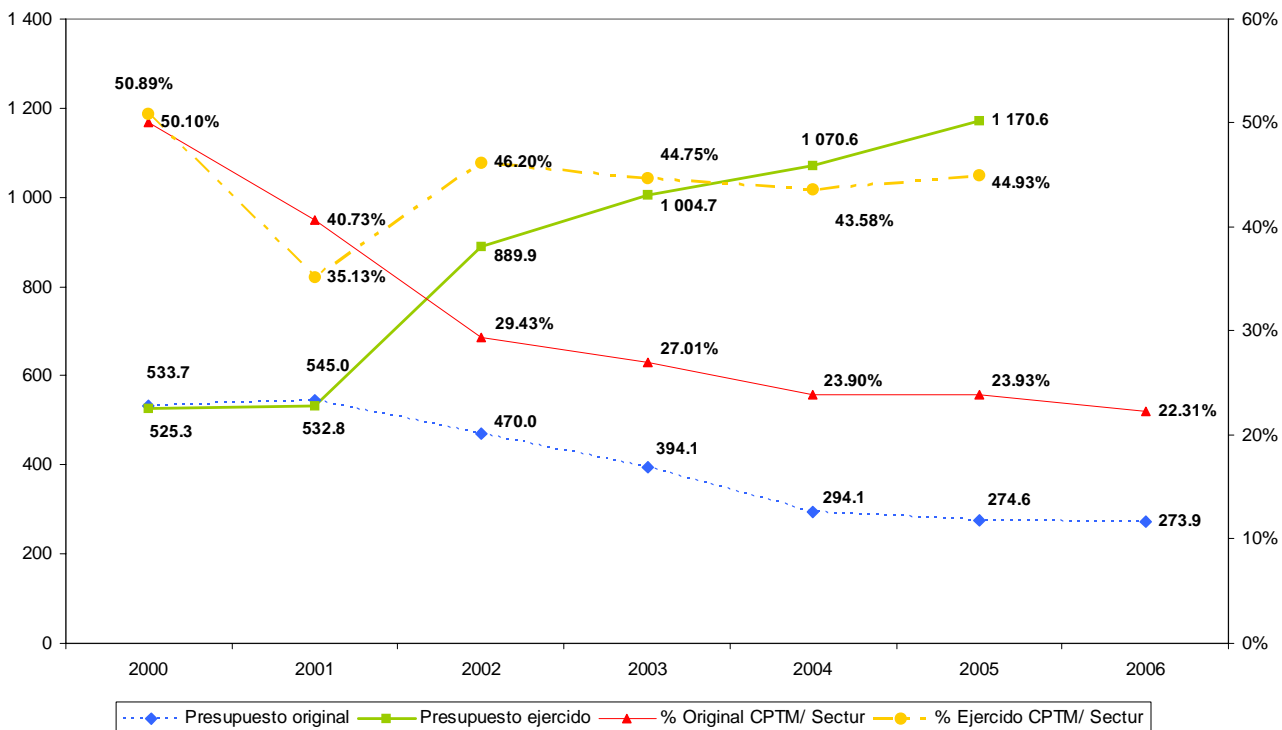
Sin embargo, el presupuesto ejercido por el CPTM ha sido muy diferente del originalmente asignado. En 2000 se ejercieron 525.3 millones de pesos, que resultó 50.89% del gasto ejercido por el sector en ese año. Año con año el presupuesto ejercido ha venido aumentando: 532.8 millones de pesos en 2001; 889.9 millones en 2002; 1 004.7 millones en 2003; 1 070.6 millones en 2004; y 1 170.6 millones en 2005. En estos años el presupuesto ejercido para la promoción del turismo ha estado en valores por arriba del 40%:

Cuadro 1
Presupuesto de la Sector 2006

<i>Actividad institucional</i>	<i>Presupuesto</i>	<i>%</i>
Apoyar a la función pública y buen gobierno	19.86	1.62%
Proporcionar servicios de apoyo administrativo	86.51	7.05%
Establecer y mantener la política de turismo	471.65	38.43%
Proporcionar servicios de orientación y asistencia turística	163.72	13.34%
Promover a México como destino turístico	246.55	20.09%
Desarrollar y mantener infraestructura para el fomento y promoción de la inversión en el sector turístico	235.22	19.17%
Establecer y conducir la política de turismo	3.81	0.31%
Total	1 227.33	100.00%

Fuente: Presupuesto de Egresos de la Federación, 2006.

Gráfica 4
Presupuesto original y ejercido por el Consejo de Promoción Turística de México 2000-2006



Fuente: CIDE, Sistema de Información Pública Presupuestal de México, 2006.

46.20% en 2002; 44.75% en 2003; 43.58% en 2004 y 44.93% en 2005.

Las diferencias entre el presupuesto original y el ejercido por el CPTM pueden ser explicados por el Derecho de No Inmigrante, que es la contribución que realizan los turistas extranjeros que visitan nuestro país y que a partir del 2002, 50% del cobro se destina a la promoción turística.⁵ El presupuesto destinado al Consejo por la mitad del cobro de este derecho también explica la diferencia entre el presupuesto original y el ejercido por el sector turismo.

Una de las interrogantes que surgen de la revisión que se realiza en el país en promoción turística es si se gasta mucho o poco en este rubro.⁶ Al respecto, en un documento que sugiere mecanismos de evaluación de las actividades de promoción de las organizaciones nacionales de turismo, la Organización Mundial de Turismo (OMT) cataloga en tres categorías a los países según el presupuesto que destinan para esta actividad: bajo, para los países que gastan hasta 1 millón de euros; medio, para aquellos que destinan entre 1 y 10 millones de euros; y alto, para aquellos que invierten más de 10 millones de euros (véase Cuadro 2).

En promedio, los países con bajo presupuesto para actividades de promoción turística destinan 0.317 millones de euros, los países con mediano presupuesto, 3.23 millones; y países con un presupuesto alto, 31.12 millones de euros.⁷ En esta última categoría se encuentran economías desarrolladas de la OCDE y las potencias turísticas. México pertenece a este grupo de países; el presupuesto ejercido por el CPTM durante el 2005 equivale a 83.17 millones de euros.⁸

⁵ Ley Federal de Derechos, artículo 8.

⁶ Al respecto, durante la glosa en materia turística del 6º Informe de Gobierno, el secretario de Turismo, Rodolfo Elizondo Torres, mencionó que para obtener mejores resultados, entre otras acciones se debían destinar mayores recursos a la promoción de los destinos turísticos, tanto en el mercado nacional como en el extranjero.

⁷ Las cifras son promedios de las categorías, en ningún momento la OMT sugiere que éstas sean las cantidades óptimas que debieran destinar los países para promoción turística.

⁸ Cálculo a razón de 14.07 pesos por euro. Tipo de cambio para el 14 de noviembre de 2006.

Panorama del turismo en el mundo

Para evaluar el desempeño de la actividad turística en México es necesario revisar los resultados en un contexto mundial, y determinar, a partir de la evolución del turismo internacional en otros países, el comportamiento del nuestro.

Dos de los principales indicadores utilizados por la OMT para medir esta actividad son el número de llegadas de turistas extranjeros y el gasto que realizan, es decir, los ingresos que recibe un país por esta actividad económica. En el Cuadro 3 se observan estos dos indicadores, comparando a México con la actividad en el continente americano y con la actividad mundial.

Mientras que en 1990 nuestro país recibió la llegada de 17.1 millones de turistas extranjeros que realizaron una derrama de 5.5 mil millones de dólares, para 2005 recibió 21.9 millones de turistas que derramaron 11.8 mil millones de dólares. En cuanto a llegadas, durante 2002 y 2003 disminuyeron al contabilizar 19.6 y 18.6 millones de personas; no así con el ingreso recibido, que registró 8.8 y 9.3 mil millones de dólares, respectivamente.

En cuanto al número de llegadas, es interesante observar que de 1990 hasta el 2003, nuestro país tenía un crecimiento menor que el registrado a nivel mundial. Entre 1990 y 1995, el número de llegadas internacionales en el mundo creció 22%, en América 17.35% y México lo hizo 18.13%. Entre 1995 y 2000, este mismo indicador creció a nivel mundial en 26.51%, en América 17.63%, y en nuestro país sólo 1.98%. Los años 2002 y 2003 registraron una desaceleración en el ritmo de crecimiento que se venía observando a nivel mundial, y durante estos años México tuvo un decremento, de 4.85 y 5.10%, respectivamente. En 2004 el número de llegadas internacionales a México creció poco más que a nivel mundial, pero menos que en América, y para 2005 en México se registró un crecimiento superior que el observado a nivel mundial y en América (véase Cuadro 3).

Respecto del crecimiento en los ingresos generados, durante el periodo 1990-1995, en México este indicador creció 10.91%, mientras que a nivel continente lo hizo en 41.99 y 50.60% a nivel mundial. En algunos periodos en el país se

Cuadro 2

<i>Categoría</i>	<i>Rango</i>	<i>Presupuesto total para marketing (millones de euros)*</i>	<i>Ingresos por turismo internacional (millones de euros)*</i>	<i>Países</i>
Bajo	Hasta 1 millón de euros	0.317	671	16 (pequeños países sudamericanos y países pequeños de Europa del Este)
Medio	De 1 a 10 millones de euros	3.23	1 167	19 (países más grandes de Europa del Este y pequeños países de las economías occidentales desarrolladas)
Alto	Más de 10 millones de euros	31.12	9 854	21 (países occidentales desarrollados de la OCDE y países importantes en el ámbito del turismo mundial)

* Promedio de los países de la categoría.

Fuente: Tony Seaton, Brian Mathews e Ian Woodward, *Evaluación de las actividades de marketing de las ONT*, Universidad de Luton-Organización Mundial de Turismo, Madrid, 2004, p. 67.

registraron crecimientos superiores a los reportados a nivel mundial (1995-2000 y 2000-2002). En 2005, el crecimiento en los ingresos generados en México fue superior a los registrados en el continente americano y en el mundo; mientras que en el país fue de 10.28%, en América fue de 9.99% y en el mundo 7.74 por ciento.

Sin embargo, es pertinente apuntar que en cuanto al número de llegadas, el turismo internacional que ingresó a nuestro país representó 3.88% del total mundial, y 18.43% del total registrado en el continente americano. Para 2005, la participación de México en el mercado mundial cayó a 2.71%, es decir, una pérdida de 9.3 millones de turistas potenciales; y la participación en el mercado americano cayó a 16.39%, una pérdida de 2.72 millones de turistas potenciales. No obstante, durante 2005 México ocupó el séptimo lugar dentro de los 10 países más visitados en el mundo.

Caso similar se encuentra cuando se revisa la participación de México a nivel mundial y en el continente americano para los ingresos generados por el turismo internacional. Respecto del total mundial, en 1990 se tenía 2.01% del mercado, y para 2005 disminuyó a 1.73%; respecto del total en América, en 1990 México tenía 7.94% del

mercado, y para 2005 aumentó la participación a 8.12 por ciento.

Resultados de la actividad turística internacional en México

Al revisar la evolución de la actividad por turismo internacional se obtuvieron resultados para el periodo de 1993 a 2005 de tres indicadores: número de turistas internacionales que visitaron el país, ingreso que generaron los turistas y visitantes extranjeros, y el gasto medio por turista. Para el primer caso se incluyeron únicamente los turistas receptivos y fronterizos (que son los que generan la mayor cantidad de ingreso); para el segundo indicador se consideró a toda la actividad turística que ingresa y gasta en el país (turistas receptivos, fronterizos, excursionistas fronterizos y pasajeros en cruceros); y para la última, solamente los turistas receptivos.⁹

Durante el sexenio del presidente Ernesto Zedillo, el número de turistas internacionales pasó de 20.241 millones en 1995 a 20.641 millones en

⁹ Contabilidad de la actividad turística sugerida por la Organización Mundial de Turismo.

Cuadro 3
Llegadas e ingreso por turismo internacional

	1990	1995	2000	2002	2003	2004	2005*
<i>Llegadas (millones)</i>							
Total mundial	441	538	680.6	700.4	689.6	763.2	808
América	92.8	108.9	128.1	116.6	113	125.7	133.6
México	17.1	20.2	20.6	19.6	18.6	20.6	21.9
<i>Ingresos (miles de millones de dólares)</i>							
Total mundial	273.1	411.3	479.2	481.5	524.2	633	682
América	69.3	98.4	130.9	113.7	114.1	132.1	145.3
México	5.5	6.1	8.2	8.8	9.3	10.7	11.8
<i>% de crecimiento</i>							
<i>Llegadas</i>							
Total mundial		22.00%	26.51%	2.91%	-1.54%	10.67%	5.87%
América		17.35%	17.63%	-8.98%	-3.09%	11.24%	6.28%
México		18.13%	1.98%	-4.85%	-5.10%	10.75%	6.31%
<i>Ingresos</i>							
Total mundial		50.60%	16.51%	0.48%	8.87%	20.76%	7.74%
América		41.99%	33.03%	-13.14%	0.35%	15.78%	9.99%
México		10.91%	34.43%	7.32%	5.68%	15.05%	10.28%
<i>% de participación en el mercado</i>							
<i>Llegadas</i>							
Respecto del total mundial	3.88%	3.75%	3.03%	2.80%	2.70%	2.70%	2.71%
Respecto de América	18.43%	18.55%	16.08%	16.81%	16.46%	16.39%	16.39%
<i>Ingresos</i>							
Respecto del total mundial	2.01%	1.48%	1.71%	1.83%	1.77%	1.69%	1.73%
Respecto de América	7.94%	6.20%	6.26%	7.74%	8.15%	8.10%	8.12%

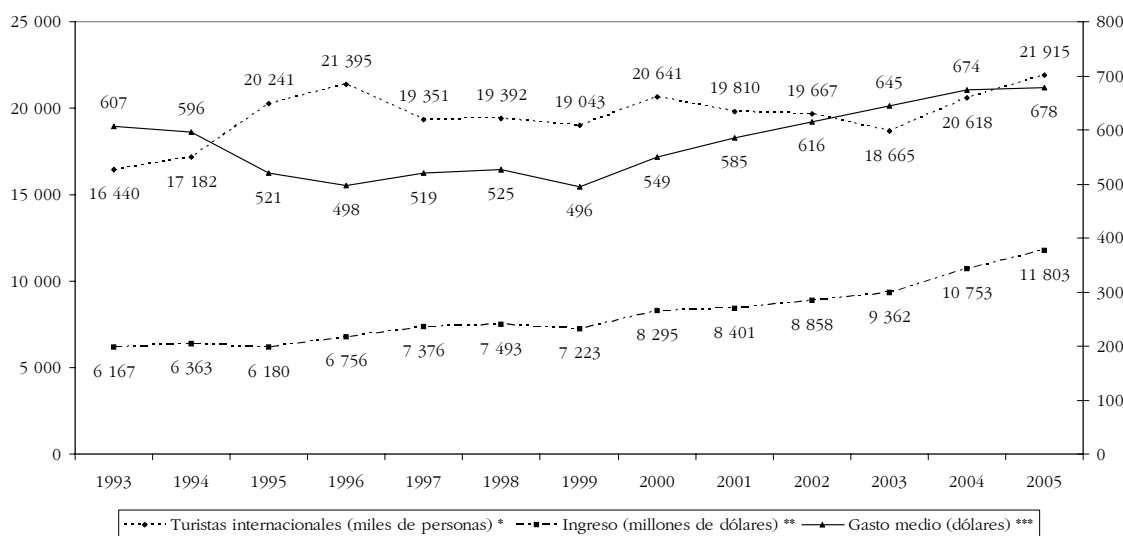
Fuente: Cálculos con datos del Barómetro OMT del turismo mundial.

2000, el ingreso pasó de 6 180 millones de dólares a 8 295 millones de dólares, y el gasto medio por turista de 521 a 549 dólares en el mismo periodo. En el primer año de administración del presidente Vicente Fox, el número de turistas internacionales cayó a 19.81 millones, pero al cierre de 2005 se registraron 21.915 millones de turistas. Entre 2001 y 2005 el ingreso creció de 8 401 a 11 803 millones de dólares, y el gasto medio por turista de 585 a 678 dólares, lo que significa que en 2005 se registraron los máximos históricos para cada uno de estos indicadores (véase Gráfica 5).

Evaluación del gasto

Para conocer los beneficios que obtiene un país al considerara el turismo como política pública e invertir recursos presupuestales en el desarrollo, promoción y administración de esta actividad, se debe realizar una evaluación del gasto y de los resultados que se obtienen. Tony Seaton menciona que los métodos que las organizaciones nacionales de turismo (ONT) aplican para evaluar la eficiencia de sus actividades encaminadas a promover el turismo están en fase de desarrollo, ya que dependen de los diferentes tipos de actividades emprendidas, los objetivos que persiguen y los presupuestos de que disponen. Explica que en algunos casos evaluar ciertas actividades

Gráfica 5
Evolución de la actividad turística internacional
Principales indicadores 1993-2006



¹ Incluye turistas receptivos y fronterizos.

² Incluye turistas receptivos, fronterizos, excursionistas fronterizos y pasajeros en cruceros.

³ Solamente turistas receptivos.

Fuente: Secretaría de Turismo, 6º Informe de Labores, México, 2006.

promocionales costaría más que las propias actividades.¹⁰

Algunos de los problemas para evaluar el retorno de la inversión y los beneficios por actividades de promoción radican en que en ocasiones no es posible desglosar los efectos de la publicidad, la distribución de folletos, las páginas web o las exposiciones profesionales; aislar la influencia de variables externas incontrolables (guerra, terrorismo, clima, etcétera); y aislar los efectos de las actividades de las ONT de las actividades de marketing directo de los operadores mayoristas, hoteles y líneas aéreas.¹¹

Como se observa en el Cuadro 4, entre los objetivos que persiguen las organizaciones nacionales de turismo, en ocasiones con la participación del sector privado son: atraer a más visitantes extranjeros, generar mayor gasto por visitante, reducir la estacionalidad y extender el turismo geográficamente.

Por ello, para la evaluación del gasto en promoción turística y el cálculo del retorno de la inversión,

se requiere principalmente llevar un seguimiento del número de viajes o visitantes, los ingresos totales por destino, y los ingresos por visitante, calculados por persona/viaje. Si estos datos se comparan con los costos de la inversión total que realizan las organizaciones nacionales de turismo, se pueden obtener indicadores de la eficiencia del gasto en determinado periodo.

Para hacer una evaluación del gasto que realiza el sector turístico y del gasto ejercido por el Consejo de Promoción Turística de México se utilizaron los modelos de causalidad simple sugeridos por Seaton y Mathews por ser los que ocupan datos que se encuentran disponibles en las fuentes consultadas y por que proporcionan indicadores de rendimiento útiles para analizar la eficiencia del gasto en la relación insumo/producto. Los indicadores que se analizaron son: el costo por viaje de turista, el ingreso por peso invertido, el retorno de la inversión, el costo promocional por viaje de turista, el ingreso por peso promocional invertido, y el retorno de la inversión promocional.¹²

¹⁰ Tony Seaton, Brian Mathews e Ian Woodward, *Evaluación de las actividades de marketing de las ONT*, Universidad de Luton-Organización Mundial de Turismo, Madrid, 2004, p. 7.

¹¹ *Ibid.*, p. 12.

¹² El costo por viaje de turista se calcula dividiendo el presupuesto total de la ONT entre el número de turistas; el ingreso por peso invertido se calcula dividiendo el

Cuadro 4
Políticas turísticas de las ONT

<i>Objetivo</i>	<i>Instrumento</i>	<i>Indicador de rendimientos</i>
Atraer a más visitantes extranjeros	Promoción del destino internacional	1. Número de turistas extranjeros 2. % de crecimiento en número de visitantes
Generar mayor gasto por visitante	Campañas dirigidas a público objetivo con alto poder adquisitivo	1. Gasto medio por turista 2. Total de divisas introducidas gracias al turismo
Reducir la estacionalidad	Promociones fuera de temporada	Seguimiento anual de turistas/visitantes
Extender el turismo geográficamente	Creación y comercialización de productos regionales	Análisis de visitantes por zona

Fuente: Seaton, Mathews y Woodward, *Evaluación de las actividades...*, op. cit., p. 13.

Como se observa en el Cuadro 5, durante la administración del presidente Ernesto Zedillo, en 1995 el costo por viaje de turista era de 24.71 pesos, por cada peso que invertía el Estado en el sector turismo ingresaron 12 dólares por la visita de turismo y visitantes extranjeros y el retorno de la inversión estaba en el orden de los 125 144 turistas; para el último año de ese sexenio, el Estado gastó 50.01 pesos por turista extranjero, por cada peso invertido se generaron 8.04 dólares y el punto de equilibrio se alcanzó en el turista número 198 620. Es decir, la eficiencia del gasto realizado por el Estado fue mejor al inicio que al cierre del sexenio. Se observa además que en este periodo el gasto ejercido en 1999 fue más eficiente que el ejercido entre 1996 y 1998.

De igual forma, en la administración del presidente Vicente Fox se observó mayor eficiencia en el gasto en turismo al inicio del sexenio. En 2001 el costo por viaje de turista fue de 76.55 pesos, por cada peso que se gastó se generaron 5.54 dólares y el retorno de la inversión estuvo

ingreso total por turismo entre el presupuesto total de la ONT, el retorno de la inversión se calcula dividiendo el presupuesto total de la ONT entre el gasto medio del turista en pesos; el costo promocional por viaje de turista se calcula dividiendo el presupuesto total de promoción turística entre el número de turistas; el ingreso por peso promocional invertido se calcula dividiendo el ingreso total por turismo entre el presupuesto total de promoción turística; y el retorno de la inversión promocional se calcula dividiendo el presupuesto total de promoción entre el gasto medio del turista en pesos. Además de los modelos de causalidad simple, también existen estudios de multiplicadores y modelos segmentados. Para mayor detalle véase Seaton, Mathews y Woodward, *Evaluación de las actividades...*, op. cit., pp. 14-19.

en el orden de los 282 858 turistas. Para 2005 el costo por viaje de turista se incrementó a 118.88 pesos, por cada peso que invirtió el Estado se obtuvieron 4.53 dólares y el equilibrio en la inversión se alcanzó con el turista número 360 799. No obstante, el indicador Ingreso por peso invertido muestra una mejoría en los últimos dos años.

Al realizar el ejercicio respecto del gasto ejercido por el Consejo de Promoción Turística de México, se obtuvo que en el 2000 el costo promocional por viaje de turista fue de 25.45 pesos; por cada peso que se invirtió en el CPTM se generaron 15.79 dólares y el retorno de la inversión se ubicó en los 101 074 turistas extranjeros. Para 2005 el Estado invirtió 53.41 pesos por viaje de turistas, cada peso que ejerció el CPTM generó 10.08 dólares y el punto de equilibrio se ubicó en el turista número 162 115. Si observamos los indicadores costo promocional por turista e ingreso por peso promocional invertido, el año en que se gastó de forma más eficiente fue 2000, y si atendemos al retorno de inversión el año en que se gastó mejor fue 2001.

Comentarios finales

El presupuesto destinado a la actividad turística en los PEF de los últimos años ha venido disminuyendo; sin embargo, el monto ejercido por el sector turismo, y en particular el etiquetado para la promoción del turismo, ha venido aumentando considerablemente de forma tal que el presupues-

Cuadro 5
Evaluación del gasto y de resultados de la actividad turística internacional

<i>Periodo</i>	<i>Costo por gasto total</i>			<i>Costo por gasto promocional*</i>		
	<i>Costo por viaje de turista (pesos)</i>	<i>Ingreso por peso invertido (dólares por peso)</i>	<i>Retorno de la inversión (número de turistas)</i>	<i>Costo por turista (pesos)</i>	<i>Ingreso por peso invertido (dólares por peso)</i>	<i>Retorno de la inversión (número de turistas)</i>
1995	24.71	12	125 144			
1996	33.80	9	184 586			
1997	44.69	9	205 133			
1998	44.20	9	164 968			
1999	33.45	11	136 190			
2000	50.01	8.04	198 620	25.45	15.79	101 074
2001	76.55	5.54	282 858	26.89	15.77	99 372
2002	97.93	4.60	305 812	45.25	9.95	141 294
2003	120.29	4.17	308 993	53.83	9.32	138 264
2004	119.16	4.38	325 077	51.93	10.04	141 655
2005	118.88	4.53	360 799	53.41	10.08	162 115

* Se refiere al gasto ejercido por el Consejo de Promoción Turística de México.

Fuente: cálculos realizados con datos de las gráficas 1, 4 y 5.

to ejercido en el 2005 resultó de poco más del doble del presupuesto original, lo anterior principalmente debido al cobro del Derecho de No Inmigrante, que desde 2002 otorga la mitad de lo recaudado por este rubro de forma directa a la promoción turística.

Aunque el presupuesto ejercido por el Consejo de Promoción Turística de México ha permitido publicitar los destinos de México dentro y fuera del país, se ha originado un desequilibrio entre el presupuesto para esta actividad y el presupuesto ejercido para el fortalecimiento o desarrollo de la infraestructura turística. Mientras que en 2005 el CPTM ejerció 1 170.6 millones de pesos, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo ejerció sólo 309 millones de pesos.

Al destinar más de 10 millones de euros al año, según la clasificación que realiza la Organización Mundial de Turismo, nuestro país se encuentra dentro de los que destinan un presupuesto alto para la promoción turística. El monto ejercido por el CPTM durante el 2005 equivale a 83.17 millones de euros. Cabe señalar que las cantidades analizadas corresponden al gasto total, es decir, no hay una distinción del porcentaje de este presupuesto que se va en gasto corriente y en el que se va directamente a la promoción.

Al revisar la evolución del turismo extranjero que visita nuestro país, se observó una mejoría

en el número de turistas internacionales, en el número de divisas que ingresaron por esta actividad y en el gasto medio de los turistas; sin embargo, al poner en perspectiva a México en el contexto mundial, se observó una disminución en la participación en el mercado respecto del total mundial y del total del continente americano.

Por último, al evaluar mediante el modelo de causalidad simple el gasto ejercido por el Sector, el gasto ejercido para la promoción del turismo en el país y los resultados internacionales obtenidos por esta actividad, se observó una mejor eficiencia del gasto en los primeros años de cada una de las últimas administraciones. Sin embargo, es importante señalar que los resultados obtenidos por la evaluación del gasto en turismo no deben interpretarse como una relación inversamente proporcional entre el gasto total que realiza el sector turismo o el gasto ejercido para promoción turística y los resultados de la actividad, sino reflejan que cada vez es más difícil que turistas extranjeros visiten nuestro país, debido a una serie de factores exógenos (economía mundial, competencia turística, sucesos que inhiben la actividad actos terroristas o guerras) y en consecuencia, es probable que el costo por traer un turista extranjero o el retorno de la inversión, sea cada vez más alto.