



## Mercados emisores y pandemia

**L**uego de que se ha hecho pública la información sobre las llegadas de turistas por mercados emisores a cargo de la Unidad de Política Migratoria de la Secretaría de Gobernación, es posible y pertinente realizar un análisis de su evolución reciente, tanto para valorar el impacto de la pandemia en ellos, como para delinear las estrategias necesarias para su consolidación o recuperación.

De acuerdo con los criterios estadísticos mundiales, hay dos tipos de turistas internacionales: aquellos que pernoctan en la zona fronteriza y los que no lo hacen; a su vez, estos últimos se clasifican en función de su medio de transporte, es decir terrestres o aéreos. Para efectos de la balanza de pagos, adicionalmente se da seguimiento al movimiento de otros visitantes internacionales —los que no pernoctan el país—, que pueden ser también de dos tipos: los que permanecen en las fronteras, y los que ingresan por unas horas a los destinos turísticos del país, viajando en cruceros. Finalmente, se debe mencionar que, desde una perspectiva de su contribución en los ingresos turísticos del país, el grupo más relevante es el de los turistas aéreos.

Así, en el año previo a la pandemia, México recibió 45 millones de turistas internacionales; un poco más de la mitad (52.7%) fueron viajeros que, efectivamente, se internaron en el país y, de ellos, 82.6% lo hizo por vía aérea, es decir, 19.6 millones.

Ahora bien, en este grupo de visitantes es posible identificar una importante concentración de mercados, pues Estados Unidos representa alrededor de 60% de las llegadas. Por su parte, Canadá significa alrededor de 15%, y Europa y Latinoamérica 10%,

respectivamente.

Evidentemente, los efectos de la pandemia han representado un impacto brutal en el turismo, muy particularmente en lo que tiene que ver con los viajeros internacionales; en 2020, la caída en el turismo aéreo hacia el país superó 68% y, también en comparación con 2019, los resultados de 2021 significaron una contracción de 25.7%, es decir, 4.7 millones de turistas menos. Nunca se habían producido niveles tan elevados en la reducción de los flujos turísticos. Las caídas en los mismos periodos en el mundo fueron de 73% y 72%, respectivamente.

Tal vez la mejor noticia en este complejo escenario es la casi total recuperación del mercado norteamericano, que al cierre del año pasado se encuentra sólo 3% por debajo de los niveles de 2019. La combinación de este buen desempeño y la debilidad de otros mercados ha conducido a un incremento en la participación de Estados Unidos, que representó tres cuartas partes del total; Canadá se recupera con rapidez, pero el millón de turistas perdidos en los primeros meses del año hace que su participación se haya reducido, prácticamente, a la mitad.

Al paso del tiempo se ha demostrado que la diversificación de mercados no sucede por discurso y que las condiciones geográficas de México suponen que los mercados mantendrán un patrón de viajes de relativo corto alcance. Con ello, el primer reto parece ser si perseveran en la diversificación, pero no necesariamente con criterios geográficos en lo que se refiere a Norteamérica, sino más con otras características mercadológicas. Por otra

parte, se deben recuperar otros mercados tradicionales y apuntar hacia mercados emergentes, pero con un trabajo mucho más estratégico que el que hasta ahora se ha desplegado.

Claro que con condiciones de inseguridad como las que se presentan en múltiples destinos turísticos, y sin Consejo de Promoción Turística de México, el reto no parece fácil. ●

*Director del Centro de Investigación y Competitividad (Cicotur) Anáhuac  
Twitter: @fcomadrid*

**La mejor noticia es la casi recuperación del mercado norteamericano, que está sólo 3% por debajo de los niveles de 2019**

