

Análisis económico del turismo en México, 1993-2020

HUENTLI YOLOTLI SUÁREZ ESPINOSA¹

Resumen

El presente documento contribuye a la literatura de la economía del turismo, retomando las bases teóricas de las dos principales ramas de la economía: la microeconomía y la macroeconomía, para explicar los mercados turísticos complementariamente. El documento inicia con un análisis teórico de un mercado de alojamiento en un destino determinado, así como el efecto de la contingencia sanitaria por covid-19 en dicho mercado. Posteriormente se complementa este análisis teórico contextualizando ese mercado como parte del total de la economía y se analizan las series históricas macroeconómicas tanto para el sector turismo como para la economía mexicana, apoyándonos para dicho análisis en figuras, cuadros, gráficas, ecuaciones y estadística descriptiva.

Palabras clave: producto interno bruto turístico, economía del turismo, mercados turísticos, crecimiento económico, covid-19.

Código JEL: D01.

ECONOMIC ANALYSIS OF TOURISM IN MEXICO, 1993-2020

Abstract

This document contributes to the literature on the economy of tourism, taking up the theoretical bases of the two main branches of the economy: microeconomics and macroeconomics, to explain tourism markets in a complementary way. Initially, the document theoretically analyzes an accommodation market in a given destination, as well as the effect of the Covid-19 health contingency on said market. Subsequently, this theoretical analysis is complemented by contextualizing that market as part of

Fecha de recepción: 2 de agosto de 2022. Fecha de aceptación: 30 de octubre de 2022.

Doi del artículo: <https://doi.org/10.32870/eera.vi50.1082>.

1 Profesora docente titular A en el Departamento de Turismo, Recreación y Servicios, y profesora de asignatura en el Departamento de Economía, ambos del CUCEA, Universidad de Guadalajara. ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4774-8732>. Correo electrónico: huentli.suarez@ucea.udg.mx

the total economy and the macroeconomic historical series are analyzed for both the tourism sector and the Mexican economy, supporting us for said analysis in figures, tables, graphs, equations and descriptive statistics.

Keywords: Tourism Gross Domestic Product, tourism economy, tourism markets, economic growth, Covid-19.

1. Introducción

La ciencia económica puede estudiar al turismo desde sus dos grandes ramas: la microeconomía y la macroeconomía.

La microeconomía es el estudio de cómo toman decisiones los hogares y las empresas, y cómo interactúan en mercados específicos. La macroeconomía estudia los fenómenos de toda la economía [...] La macroeconomía y la microeconomía están estrechamente relacionadas. Dado que los cambios en la economía en general son resultado de las decisiones de millones de personas, es imposible entender los fenómenos macroeconómicos sin tomar en cuenta las decisiones microeconómicas que se relacionan con estos cambios (Mankiw, 2020: 24).

Desde la microeconomía podemos analizar los mercados turísticos, cómo interactúan los agentes económicos dentro de estos mercados, así como se pueden analizar los impactos de políticas gubernamentales (incluyendo el comercio internacional o la restricción del mismo) en los mercados turísticos. Desde la macroeconomía se puede estudiar al turismo como un sector de la economía y analizar su desempeño a través del tiempo como parte del ciclo económico. Ambos enfoques se complementan para explicar de manera más completa, desde la ciencia económica, al turismo.

El turismo es, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI),² un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, normalmente por motivos de ocio. El turismo en México se puede estudiar a través de las estadísticas generadas en el INEGI, como los *Censos Económicos* (incluido el censo de los corredores y zonas turísticas del país), el *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas* (DENUE) y la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM). En la CSTM podemos observar el resultado del producto interno bruto turístico (PIBT), mismo que según el INEGI presenta el valor económico del sector turismo y su participación en la economía nacional.

Si bien este trabajo se desarrolla bajo la óptica económica, se reconoce que el turismo tiene implicaciones más allá del campo de la economía. La Organización Mundial del Turismo (OMT) aporta la siguiente definición: “El turismo se entiende como una actividad esencial de la vida de las naciones, por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales

2 <https://www.inegi.org.mx/temas/turismo/>

y para sus relaciones internacionales en todo el mundo” (OMT, 2016: 6). Una revisión conceptual introductoria del turismo, antecedentes y cuestiones de política pública turística puede ser consultada en el trabajo desarrollado por el Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública (CESOP, 2006).

Las políticas públicas turísticas

[...] son acciones en las que el gobierno puede influir de alguna manera o cambiar las circunstancias de la actividad turística. Por ejemplo, diseñar una estrategia integral de comunicación activa entre las actividades que presentan un crecimiento sostenido para fortalecer las cadenas productivas en el sector de bienes turísticos; o también dirigir los esfuerzos de inversión e innovación para alguna clase de actividad en específico (Sectur, 2014: 33).

Volviendo al campo que en este documento nos ocupa, la economía nos brinda herramientas analíticas que, además de facilitarnos la comprensión de cómo están interrelacionadas ciertas variables de interés, nos permite el análisis de impacto de políticas públicas. El presente documento tiene por objetivo principal contribuir a la literatura de la economía del turismo, retomando las bases teóricas de las dos principales ramas de la economía: la microeconomía y la macroeconomía, para explicar los mercados turísticos complementariamente.

2. Metodología

Inicialmente el documento analiza en forma teórica, con base en el modelo de oferta y demanda, un mercado de alojamiento en un destino determinado, así como el efecto de la contingencia sanitaria por covid-19 en dicho mercado. Posteriormente se complementa este análisis teórico contextualizando ese mercado como parte del total de la economía, se analiza el turismo dentro del modelo básico del flujo circular de la renta para explicar la intuición de medir la actividad económica con el PIB y el PIBT. En orden lógico se procede a observar las series históricas macroeconómicas tanto para el sector turismo como para la economía mexicana, apoyándonos para dicho análisis en figuras, cuadros, gráficas, ecuaciones y estadística descriptiva, lo anterior con los datos disponibles en la CSTM publicada por el INEGI, datos disponibles del año 1993 al año 2020 (último dato disponible).

3. El turismo desde el enfoque microeconómico

Tanto la oferta como la demanda determinan la cantidad del bien o servicio que se produce y consume; asimismo, determinan el precio al que dicho bien o servicio se vende. Además, los precios asignan los recursos escasos de la economía. Frecuentemente el modelo de oferta y demanda es utilizado en la ciencia económica para explicar el comportamiento tanto de los consumidores como vendedores de un bien o servicio y para explicar cómo se interrelacionan en el mercado. Por lo que el modelo de oferta y demanda es un instrumento de análisis indispensable para comprender

y explicar el funcionamiento de los mercados turísticos; mercados de alojamiento; mercados de alimentos y bebidas en destinos; mercados de cultura, recreación, entretenimiento; mercados de agencias de viajes; mercados de boletos de avión; mercados de artesanías, etcétera.

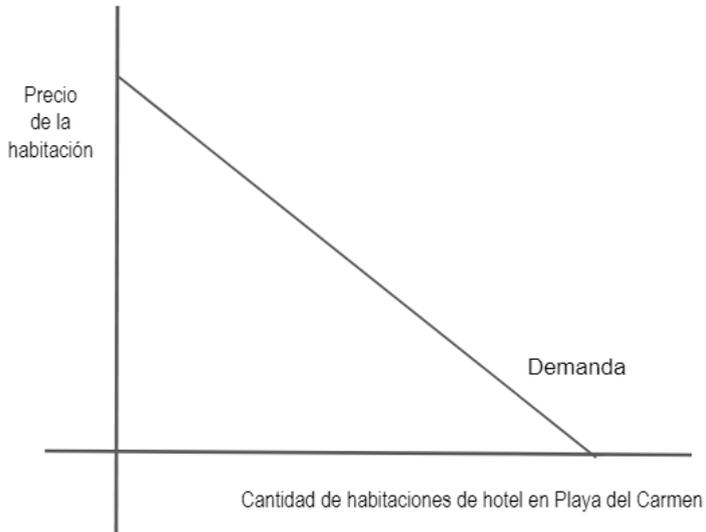
Asimismo este modelo de oferta y demanda nos ayuda a explicar el impacto de políticas gubernamentales, como lo son controles de precios, impuestos (impuesto al hospedaje, impuesto al valor agregado [IVA], impuesto sobre la renta [ISR]), subsidios, comercio internacional (turismo internacional). Detrás del modelo de oferta y demanda tenemos a la teoría de elección del consumidor y la teoría del productor, ambas indispensables para comprender la actividad turística. En la sección 2 del documento se analiza el mercado de alojamiento de un destino turístico mexicano de manera básica con el modelo teórico de oferta y demanda, análisis que puede ser proyectado a diversos mercados turísticos.

3.1. Demanda

Para realizar nuestro análisis, pensemos en un bien determinado: las habitaciones de hotel en la Riviera maya, en el Caribe mexicano, uno de los principales corredores mundiales del turismo de playa, en específico las habitaciones de hotel todo incluido en Playa del Carmen.

La cantidad demandada de habitaciones en Playa del Carmen es la cantidad de habitaciones que los compradores están dispuestos a adquirir a determinado precio. Existen muchos factores que explican la cantidad demandada de habitaciones en Playa del Carmen; sin embargo, uno de los determinantes más destacados es el precio de la habitación. Si el precio de la habitación aumenta, las personas quizá elijan arrendar menos noches e incluso podrían elegir acudir a un destino sustituto, por ejemplo, Cuba. Si el precio de la habitación baja, quizá elijan quedarse más noches en el destino. Esta relación negativa entre precio y cantidad es tan generalizada que en la ciencia económica se le llama ley de demanda. Es decir, si todos los otros factores que afectan la cantidad demandada de habitaciones permanecen constantes, un aumento en el precio de la habitación aumenta la cantidad demandada de la misma, mientras que si disminuye el precio de la habitación, aumenta la cantidad de habitaciones demandada. Esta relación la podemos ver reflejada en la siguiente gráfica:

Figura 1
Demanda de habitaciones de hotel en Playa del Carmen



Asimismo, la demanda de habitaciones de hotel en Playa del Carmen está compuesta por la suma horizontal de las demandas individuales a un precio determinado.

3.1.1. Desplazamientos de la curva de demanda

Existen diferentes factores que pueden desplazar la curva de demanda de alojamiento en el lugar especificado; entre los más relevantes podemos mencionar: ingreso de los consumidores, precios de bienes relacionados, preferencias, expectativas, número de compradores.

Ingreso. El aumento en el ingreso de los consumidores de habitaciones de hotel puede conducir al consumidor a demandar más noches de hotel, mientras que un menor ingreso significa menos dinero disponible para vacaciones, lo que puede significar menos noches de hotel demandadas.

Precios de bienes relacionados. Las noches de habitación en Playa del Carmen en la Riviera maya están relacionadas con el precio de otros bienes, éstos pueden ser sustitutos o complementarios. Por ejemplo, precio del boleto de avión está relacionado con la demanda de habitaciones de hotel, ya que son complementarios, por lo que un aumento en el precio del boleto de avión afecta negativamente la demanda de habitaciones de hotel y viceversa, una disminución en el precio del boleto de avión de ese destino afecta positivamente la demanda de habitaciones de hotel.

Por el contrario, hay bienes que son sustitutos, por ejemplo, las habitaciones de hotel en Cuba, por lo que un aumento en el precio de las habitaciones en Cuba afecta negativamente la demanda de habitaciones en la Riviera maya y una disminución en el precio de las habitaciones de hotel en Cuba afecta positivamente la demanda de las habitaciones de hotel en la Riviera maya.

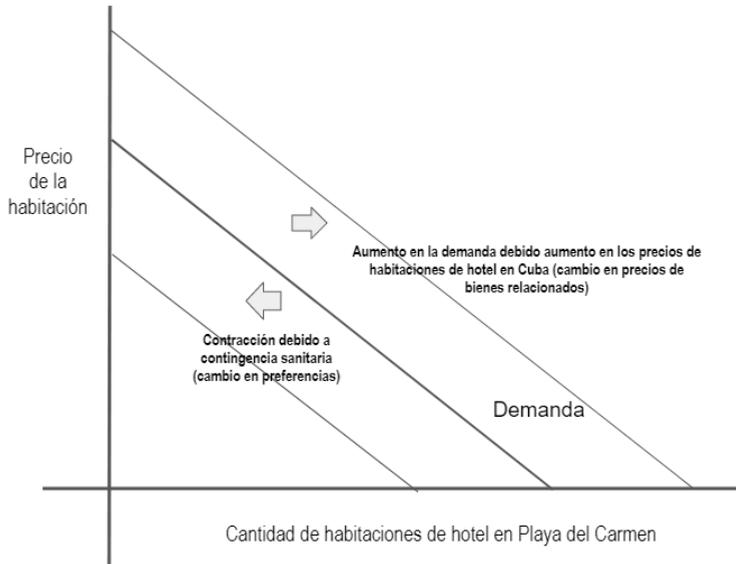
Preferencias. Un cambio en las preferencias puede ser influido por modas provocadas por trabajo de mercadotecnia turística, o bien por la difusión de noticias que afectan las preferencias de los consumidores. Por ejemplo, la difusión de la noticia entre los consumidores, que afecta negativamente la percepción de seguridad pública de México o de algún destino en particular como nuestro ejemplo, cambia las preferencias del consumidor de manera que disminuye la demanda de habitaciones de hotel en la Riviera maya, mientras que la difusión de una noticia positiva o que cambia la percepción de las personas respecto de la seguridad pública en el destino, afecta positivamente la demanda de habitaciones de hotel en el destino analizado.

Un cambio en las preferencias debido a la contingencia sanitaria debido a la covid-19, y años atrás, debido a la influenza H1N1, afectó negativamente la demanda de habitaciones de hotel, con gravedad para los destinos turísticos; este cambio en las preferencias fue en parte por voluntad propia ante el riesgo de contagio y otras tantas de manera obligatoria por determinación legal. Pues bien, estos acontecimientos extraordinarios los reflejamos en el modelo de oferta y demanda como una contracción de la demanda de habitaciones de hotel, en la contracción de la demanda de platillos en restaurantes, contracción de demanda de atractivos y actividades culturales, deportivas, etcétera.

Expectativas. El cambio en las expectativas sobre el futuro afecta la conducta de las personas; por ejemplo, si los consumidores tienen la expectativa de que para el siguiente periodo recibirán mayor ingreso, entonces esta expectativa puede conducirlos a aumentar la demanda de habitaciones de hotel hoy. Por el contrario, si se tiene la expectativa de que para el siguiente mes bajarán los precios, entonces puede conducir a esperar (si tiene la disponibilidad de tiempo) hasta el siguiente mes para demandar las habitaciones de hotel.

Número de consumidores. La demanda de hotel en la Riviera maya se ve afectada por el número de consumidores, por lo que cada año, por ejemplo, la incorporación de los jóvenes al mercado laboral aumenta la demanda de habitaciones de hotel, ya que hay más personas con poder adquisitivo demandando el servicio. Asimismo las personas que logran una jubilación-pensión, representan un aumento en la demanda del bien analizado (personas con recursos económicos y tiempo para el ocio). Por el contrario, si los acontecimientos macroeconómicos (vemos aquí un ejemplo de cómo el análisis microeconómico y macroeconómico se interrelacionan y complementan) afectan a la economía negativamente de manera que más personas se incorporan a las filas de desempleo, significan menos consumidores potenciales, lo que se ve reflejado en una disminución de la demanda de habitaciones de hotel.

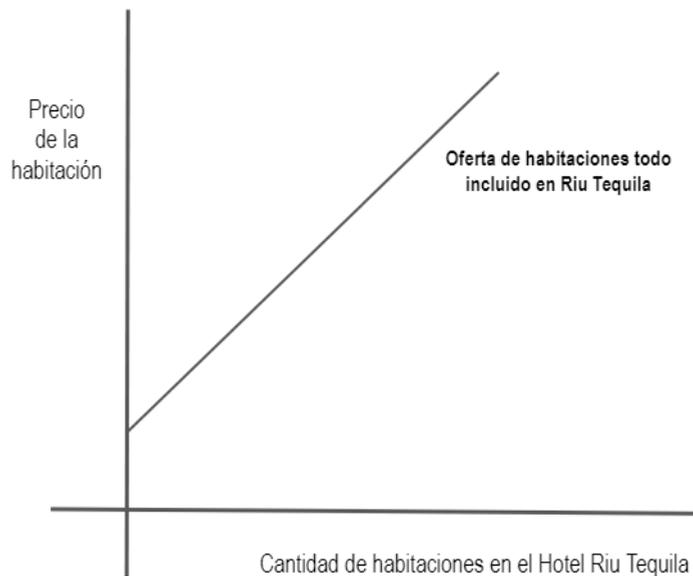
Figura 2
Cambio en la demanda de habitaciones de hotel en Playa del Carmen



3.2. Oferta

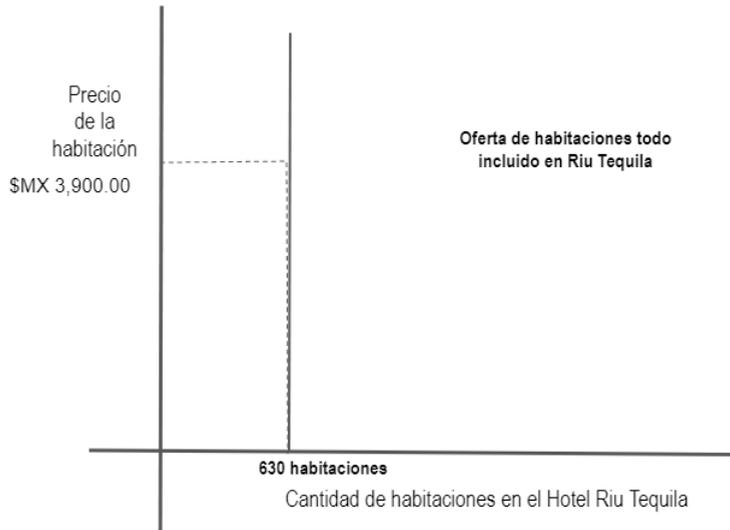
La oferta, definida por Goolsbee (2015) como la cantidad combinada de un bien que todos los productores en un mercado están dispuestos a vender. Múltiples factores afectan la oferta; principalmente el precio del bien o servicio, precios de los *inputs* (costos de producción), cambios tecnológicos, expectativas sobre el futuro, número de oferentes, etcétera) (Goolsbee, 2015: 15).

Figura 3
Oferta de habitaciones en Riu Tequila



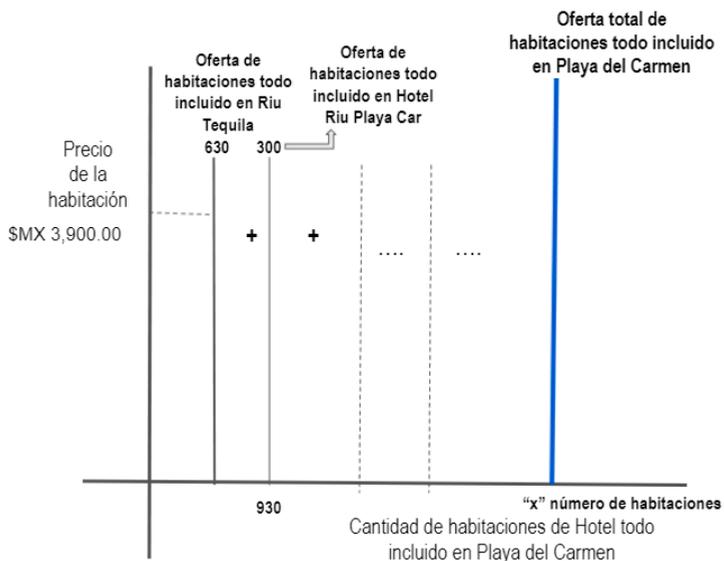
Siendo realistas, en el corto plazo la oferta de alojamientos en hotel todo incluido en la Riviera maya es casi inelástica, ya que no tan fácilmente se construyen y destruyen habitaciones, por lo que el precio de las habitaciones se ve afectado más por cambios en la demanda que de la oferta. Nuestra oferta inelástica podría verse como sigue:

Figura 4
Oferta de corto plazo



La oferta de mercado es la suma horizontal de las ofertas individuales, es decir que si en Playa del Carmen existen 300 hoteles todo incluido, se debe sumar el total de las habitaciones para obtener la oferta total del mercado de las habitaciones todo incluido de Playa del Carmen en un momento determinado. Se ilustra la oferta total de mercado como sigue:

Figura 5
Oferta de mercado de habitaciones de hotel en Playa del Carmen



Como antes se mencionó, la oferta es afectada por múltiples factores, principalmente por el precio del bien o servicio; un aumento en el precio del bien (servicio), permite al oferente incurrir en mayores costos y ofrecer más habitaciones de hotel (a mediano o largo plazo se pueden construir nuevas habitaciones, o incluso, el precio mayor atrae inversión y, por ende, la construcción de nuevos hoteles). Por el contrario, si el precio de la habitación baja, a mediano y largo plazo desincentiva la inversión en el mercado y genera la no entrada de nuevos hoteles e incluso puede provocar la salida de hoteles existentes.

3.2.1. Desplazamientos de la oferta

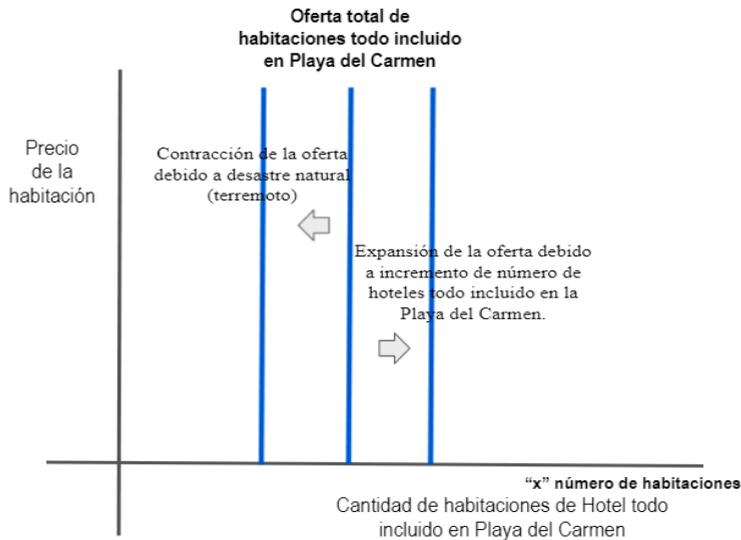
Precios de los inputs (costos de producción). Los costos de producción cambian cuando cambia el precio de los insumos (precios de los factores de la producción). Para llevar al mercado alojamiento y servicios de alimentos y bebidas se requiere de capital (edificios, maquinaria, infraestructura), trabajo (mano de obra, servicios), etc. Por lo que si aumenta, por ejemplo, el salario de los empleados de alojamiento y de establecimientos de alimentos y bebidas, encarece la producción y contraería la oferta; si bajan los sueldos, expande la oferta. Igualmente, si aumenta por ejemplo el precio de las construcciones (hoteles y restaurantes), contrae la oferta; si baja el precio de construir (al menos de manera relativa), expande la oferta. Asimismo, los cambios en la *tecnología de producción*, que según Goolsbee (2015: 22) es entendida como los procesos para

fabricar, distribuir y poner a la venta bienes, lo que cambia los costos de producción. Si bajan los costos de producción, en el modelo de oferta y demanda se ve reflejado como una expansión de la oferta; si los costos de producción aumentan, este hecho se ve representado por una contracción de la oferta.

Número de oferentes. Si más hoteles son construidos en Playa del Carmen, aumenta la oferta de alojamiento, si llegan al mercado mayor número de establecimientos de alimentos y bebidas en un lugar determinado, aumenta la oferta del mercado de alimentos y bebidas.

Desastres naturales. Huracanes, maremotos, terremotos causan la destrucción de capacidad instalada del mercado en análisis, lo que se ve reflejado en una contracción de la oferta.

Figura 6
Oferta total de alojamiento en Playa del Carmen



Goolsbee señala que el precio es el elemento crítico que une los dos lados del mercado. El papel del precio en los lados de la oferta y la demanda implica que los precios se pueden ajustar libremente para que la cantidad demandada por los consumidores se iguale con la cantidad ofertada por los productores (Goolsbee, 2015: 25).

3.3. Equilibrio de mercado

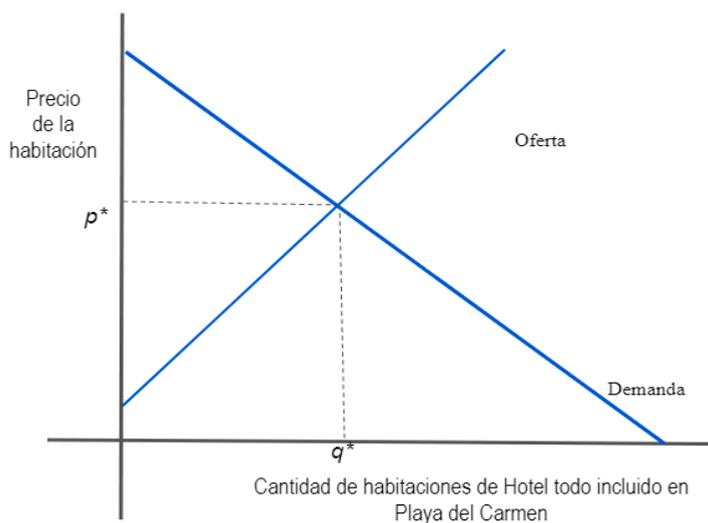
El modelo de oferta y demanda es una herramienta analítica poderosa que une dos teorías: la teoría del comportamiento del consumidor y la teoría del comportamiento del productor.

- (1) $Q_d = Q_o$
- (2) $Q_d = f(p, p', \text{ingresos, expectativas del futuro, número de consumidores, etc.})$
- (3) $Q_d = f(p, \text{precio de los inputs, núm. de oferentes, expectativas del futuro, desastres naturales, etcétera}).$

De acuerdo con Varian (2010), la economía se basa en la construcción de modelos de los fenómenos sociales, entendiendo por modelo una representación simplificada de la realidad. El mismo autor argumenta que el término importante de esta definición es la palabra “simplificada”, invitándonos a pensar en lo inútil que sería un mapa hecho a escala 1:1. Arguye que lo mismo sucede con un modelo económico que intente describir todos los aspectos de la realidad, ya que el poder de un modelo se deriva de la supresión de los detalles irrelevantes, que permite al economista fijarse en los rasgos esenciales de la realidad económica que intenta comprender (Varian, 2010: 1).

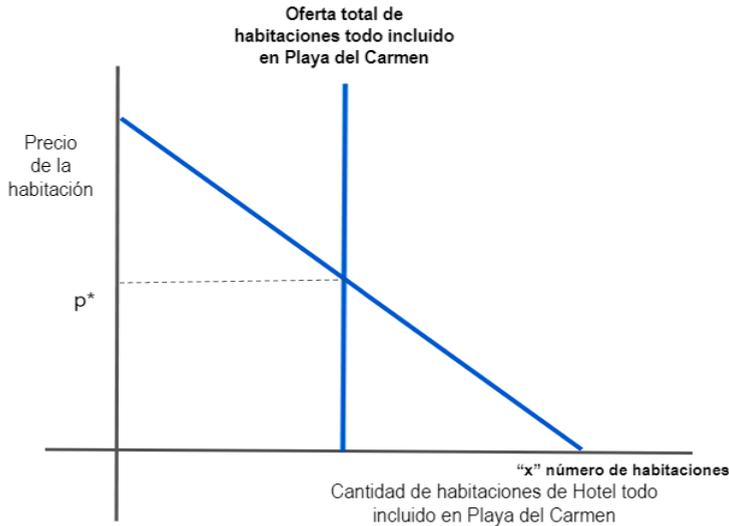
En el ejemplo que seguimos se desea determinar el precio del alojamiento en hotel todo incluido en Playa del Carmen de la Riviera maya, para lo cual nos apoyamos en el modelo de oferta y demanda marshalliana como sigue:

Figura 7
Equilibrio de mercado de alojamiento en Playa del Carmen



Observando, como antes, la oferta de los alojamientos de hotel todo incluido en el lugar mencionado, tiende a ser inelástica, por lo que nuestro modelo se vería de la siguiente manera:

Figura 8
Equilibrio de mercado de alojamiento en Playa del Carmen con oferta de corto plazo (inelástica)



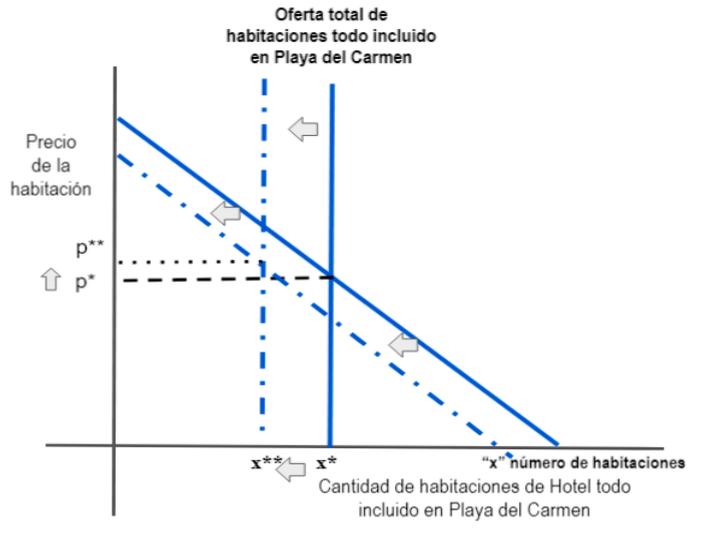
En palabras de Marshall (1920), cuando la oferta y la demanda están en equilibrio estable, si algún accidente desplaza la escala de producción de su posición de equilibrio se pondrán instantáneamente en juego fuerzas que tenderán a empujarla hacia esa posición; al igual que, si una piedra que cuelga de una cuerda se desplaza de su posición de equilibrio, la fuerza de la gravedad tenderá de inmediato a devolverla a su posición de equilibrio. Para probar lo anterior basta suponer situaciones en las que el precio está por abajo o por arriba del equilibrio; si está por arriba del equilibrio, la cantidad ofertada será mayor que la cantidad demandada; si está por abajo del equilibrio, la cantidad ofertada será menor que la demandada, por lo que en ambas situaciones empujan el precio hasta igualar la oferta y la demanda (Marshall, 1920).

3.3.1. Análisis del efecto de la contingencia sanitaria debida a la covid-19 en el mercado de alojamiento todo incluido en Playa del Carmen

Para analizar el efecto de la contingencia sanitaria debida a la contingencia por covid-19 en el mercado de alojamiento en hoteles todo incluido en Playa del Carmen, primeramente debemos identificar si este acontecimiento afectó a la oferta o a la demanda de nuestro mercado; además de ello, identificar si el efecto fue negativo

(contracción) o positivo (expansión). Por una parte afectó las preferencias de los individuos (contracción de la demanda), y por otra afectó la oferta, ya que los hoteles, durante la contingencia y cuando se les permitió normativamente operar, fue con la condición de no recabar 30% de la capacidad instalada, siempre y cuando el semáforo no estuviera en rojo. Por lo que con nuestro modelo básico de oferta y demanda podemos analizar la situación planteada:

Figura 9
Aumento en el precio de las habitaciones de hotel debido a la contracción de la demanda y la oferta

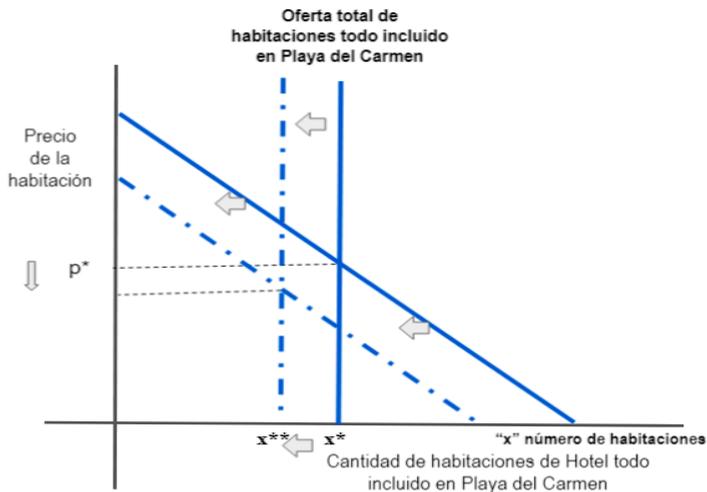


El efecto definitivamente latente es que la cantidad de equilibrio de habitaciones de hotel todo incluido es menor debido tanto a la contracción de la demanda (cambio en preferencias debido a riesgo de contagio), como por la contracción de la oferta (en cierto periodo se marcó como ocupación máxima 30% por medidas precautorias y obligatorias impuestas por la autoridad). El 02 de abril de 2020, en el punto más crítico, la Secretaría de Turismo emitió un comunicado en el que indicaba que la industria de hospedaje dejaría de recibir reservaciones y reprogramarían todas las que ya tenían durante el periodo de la política de “sana distancia”. Para el caso de huéspedes por actividades económicas esenciales, como los viajes de negocios, podrían recibirlos con un máximo de ocupación del 15% de su capacidad (Sectur, 2020).

Lo que no es tan claro a simple vista con el análisis teórico es el efecto sobre el precio de mercado, ya que depende de qué efecto sea mayor; si el efecto en la contracción de la demanda es mayor que la contracción de la oferta, el efecto final será una

disminución el precio de las habitaciones. Por el contrario, si el efecto en la contracción de la oferta es mayor que la contracción en la demanda, el efecto final sobre el precio será una disminución del mismo. Hay una tercera opción: si las contracciones en ambas curvas son equivalentes, no habrá cambio significativo en el precio de las habitaciones de hotel todo incluido en Playa del Carmen en la Riviera maya.

Figura 10
Disminución en el precio de las habitaciones de hotel debido a la contracción de la demanda y la oferta



Goolsbee (2015) puntualiza que en el mundo real un equilibrio puede ser misterioso. Los mercados reales deben apoyarse en lo que el economista escocés Adam Smith llamó la “mano invisible”. Los oferentes toman decisiones independientemente con base en el precio que esperan recibir y los consumidores acuden a los establecimientos (en nuestro caso, hoteles todo incluido) para adquirir el bien y/o servicio. En el corto plazo pueden, tanto consumidores como productores, no tomar las mejores decisiones, mas esos errores tienden a corregirse con el tiempo.

Este mismo proceso de análisis teórico microeconómico lo podemos realizar para todo el mercado de alojamiento en la Riviera maya, e incluso a nivel nacional, ya que si bien el mercado nacional es más extenso, se trata igualmente de un mercado, por lo que el análisis teórico debe ser desde la microeconomía; posteriormente podemos corroborar los resultados analizando algunos datos sobre el mercado en cuestión.

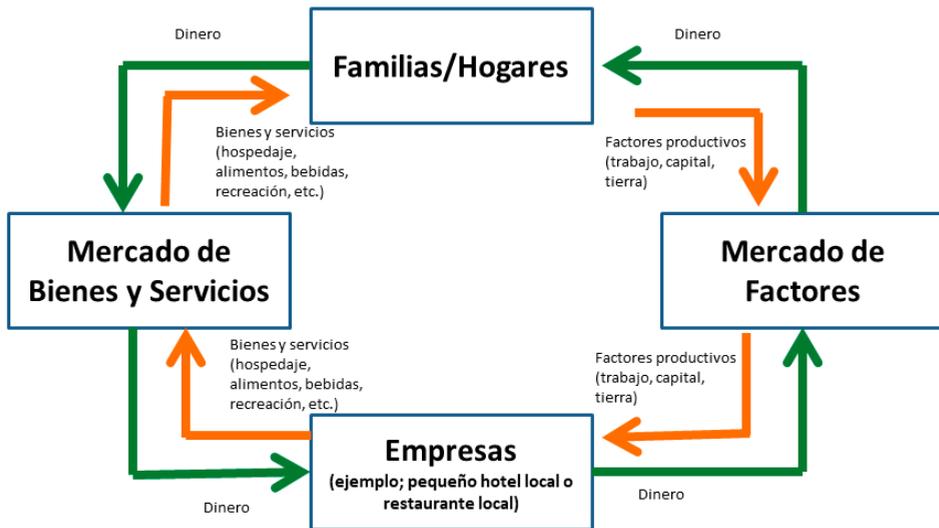
4. El turismo desde el enfoque macroeconómico

Para darnos una idea general del desempeño económico, generalmente lo primero es observar el producto interno bruto a través del tiempo, considerando el nivel de inflación con el fin de aislar el impacto del nivel de precios y estudiar si, en términos reales, ha crecido el nivel de ingreso o gasto en una determinada economía a través del tiempo. Algunas series macroeconómicas son: PIB real *per cápita*, desempleo, inflación, por lo que algunas series económicas turísticas son el PIB real turístico, desempleo en el sector turístico, así como la inflación de bienes turísticos (aumento generalizado en el nivel de precios de bienes y servicios del sector turismo).

Aun cuando la economía y la actividad turística son complejas, el sencillo modelo de flujo circular representado en la figura 11 nos ayuda a comprender el funcionamiento de la economía. En dicho modelo suponemos dos agentes económicos (familias y empresas) y dos mercados (mercado de bienes y servicios y mercado de factores de producción). Nuestro modelo también refleja dos flujos diferentes representados por las flechas color naranja y las flechas color verde, las naranja representan unidades físicas ya sea de factores de producción o bienes y servicios, mientras que la flecha verde representa el flujo de dinero.

En el mercado de factores de producción las familias componen la oferta, por ejemplo la mano de obra que se emplea en los establecimientos de alimentos y bebidas o en los establecimientos de hospedaje; las empresas representan la demanda, ya que emplean la mano de obra requerida. En el mercado de bienes y servicios las familias representan la demanda, quienes consumen bienes y servicios, en nuestro ejemplo, turísticos, mientras que las empresas representan la oferta, quienes con la combinación de factores de producción ofertan bienes y servicios, como alimentos, bebidas, hospedaje, entretenimiento, etcétera.

Figura 11
Modelo de flujo circular



Fuente: elaboración con base en el modelo explicado en Krugman (2007: 31).

Este sencillo modelo, entre otras cosas, nos ayuda a comprender por qué el producto interno bruto representa el total del ingreso o el total del gasto de la economía, ya que una transacción para un agente representa un ingreso y para otro agente económico representa un gasto. Por ejemplo, una familia gasta en el mercado de bienes y servicios y adquiere platillos en un restaurante local, ese gasto a su vez representa el ingreso para el empresario dueño del restaurante. Si bien, aritméticamente podemos plantear la relación evidentemente positiva entre el PIB real y el PIBT de la siguiente manera:

$$\text{PIB real} = \text{PIBT} + \text{PIB (del resto de los sectores económicos)}$$

Donde contablemente es claro ver que el PIBT es un componente aritmético del PIB real, y que claro que para un periodo en el que el PIBT sea mayor, empujará a que el valor para el PIB real de ese específico año sea mayor. Sin embargo, el modelo de flujo circular, aun con su sencillez y abstracción (por ejemplo no vemos la incidencia fiscal por parte del Estado, quien extrae flujo de dinero a través de los impuestos e inyecta flujo de dinero a través del gasto de gobierno), nos indica que la relación entre el PIB real y el PIBT va más allá, ya que como el mismo nombre del modelo lo indica, existen componentes y agentes que interactúan y afectan la economía en ambos sentidos; una mayor actividad económica general en la que existe menos desempleo, más producción, más ingreso para las familias (a través de sueldos y salarios) conduce a un mayor consumo (gasto) en, por ejemplo, comidas en restaurantes, noches de hotel, consumo de servicios culturales y de entretenimiento, lo que a la vez representa mayores

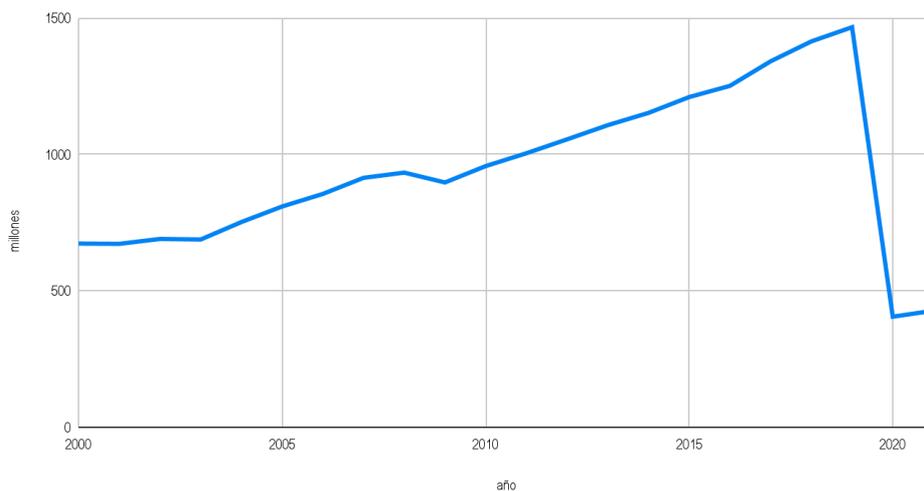
ingresos para restaurantes, hoteles y demás, que conduce a contratar más factores de producción, etc. Es decir, el modelo de flujo circular no sólo indica que a mayor PIBT, mayor PIB real, sino que también a mayor PIB real, mayor PIBT. Igual en sentido contrario: a menor PIBT, menor PIB real y a menor PIB real, menor PIBT.

Con el fin de analizar el desempeño de ambas variables: PIB real, PIBT, se procede en la sección 4 a analizar las llegadas internacionales de turistas a nivel mundial y su tasa de crecimiento anual, ambas como indicador de la actividad turística mundial. Luego, en la sección 5 vemos la evolución del PIB real de México, la evolución del PIBT y finalmente se analiza la relación de las variables.

5. Evolución del turismo en el mundo

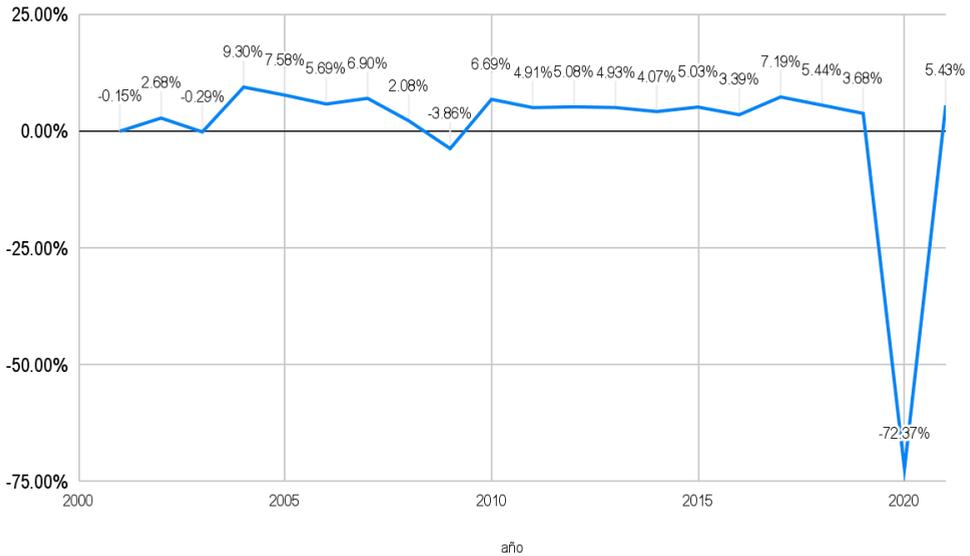
Antes de analizar la evolución económica del turismo en México, observaremos la evolución de las llegadas internacionales de turistas en el tiempo, lo anterior como indicador de la evolución del turismo en el mundo, con el objetivo de tener un panorama general. Se analizan las llegadas de turistas internacionales en el mundo, medidas en millones durante el periodo 2000-2020 con datos encontrados en la página de Internet de la Organización Mundial del Turismo. En dicho análisis gráfico es posible ver el efecto de la crisis financiera de 2008-2010, y con mucha más claridad y profundidad se visualiza el impacto de la pandemia por covid-19 sobre las llegadas internacionales de turistas a nivel mundial.

Gráfica 1
Llegadas internacionales de turistas a nivel mundial



Fuente: elaboración propia con datos de la Organización Mundial del Turismo, consultados el 17 de julio del 2022 en <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

Gráfica 2
Cambio porcentual de las llegadas internacionales de turistas a nivel mundial



Fuente: elaboración propia y cálculo de los cambios en las llegadas internacionales de turistas a nivel mundial con datos de la Organización Mundial del Turismo, consultados el 17 de julio del 2022 en <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance>

La crisis financiera global y posteriormente económica que nació en Estados Unidos en 2008 se ve reflejada con una caída en las llegadas internacionales de turistas a nivel global de 3.86% en 2009 (gráficas 1 y 2); sin embargo, el impacto es mucho más profundo para los años 2019 a 2020 puesto que la caída a nivel mundial de las llegadas internacionales es de 72.37% en 2020. La gráfica 2 nos permite apreciar para el año 2021 una ligera recuperación de 5.43%.

6. Evolución económica del turismo, México 1993-2020

Una vez que se ha revisado y contextualizado el modelo de flujo circular de la renta para entender de manera básica el funcionamiento de la economía en su conjunto y al turismo como parte de la misma, y luego de tener un panorama general de la actividad turística en el mundo, procedemos en esta sección a analizar la evolución del turismo y la economía a través del tiempo. Para ello, con datos extraídos de la CSTM, consultable en la página web del INEGI, se presenta el PIB real nacional y el PIBT en las gráficas 3 y 4, observamos el comportamiento general de la economía mexicana y el comportamiento del sector turístico en una muy cercana relación; por ejemplo, en ambas gráficas vemos que las variables observadas caen en 1994 (crisis económica de 1994, levantamiento zapatista contra el Gobierno de México el 01 de enero de 1994 y

asesinato de Luis Donaldo Colosio el 23 de marzo del mismo año) y la segunda caída se observa en 2009, luego de la crisis financiera nacida en Estados Unidos; asimismo, en ambas variables vemos una caída por la contingencia sanitaria por covid-19 en 2019 y 2020; sin embargo, la caída en el sector turístico es mucho más pronunciada que en el del resto de la economía en promedio.

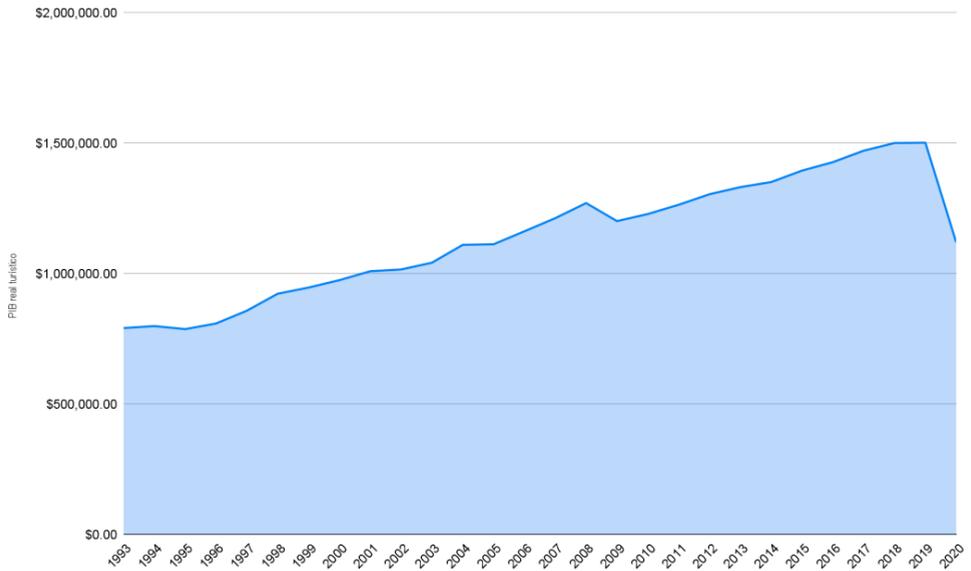
Gráfica 3
PIB de México a precios constantes, año base 2013



Millones de pesos a precios de 2013. Los datos de 2019 y 2020 son preliminares.

Fuente: elaboración con datos extraídos de la Cuenta Satélite de Turismo, consultable en <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/#Tabulados>

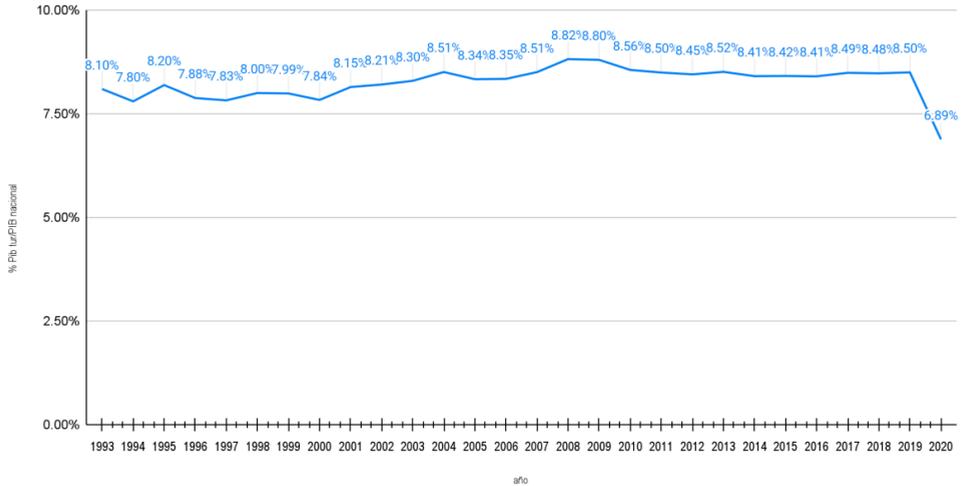
Gráfica 4
PIB turístico nacional a precios constantes, año base 2013



Millones de pesos a precios de 2013. Los datos de 2019 y 2020 son preliminares.

Fuente: elaboración con datos extraídos de la Cuenta Satélite de Turismo, consultable en <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/#Tabulados>

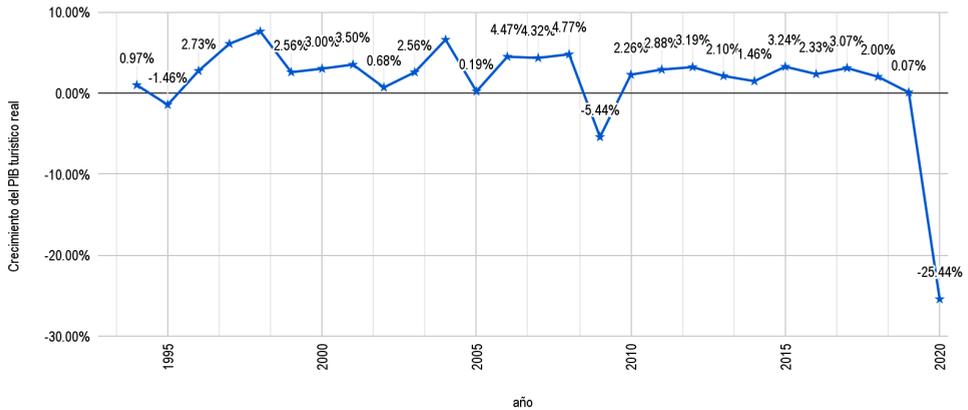
Gráfica 5
Participación porcentual del PIB turístico real en el
PIB real nacional 1993-2020, año base 2013



Fuente: elaboración con datos extraídos de la Cuenta Satélite de Turismo, consultado el 23 de junio de 2022 en <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/#Tabulados>

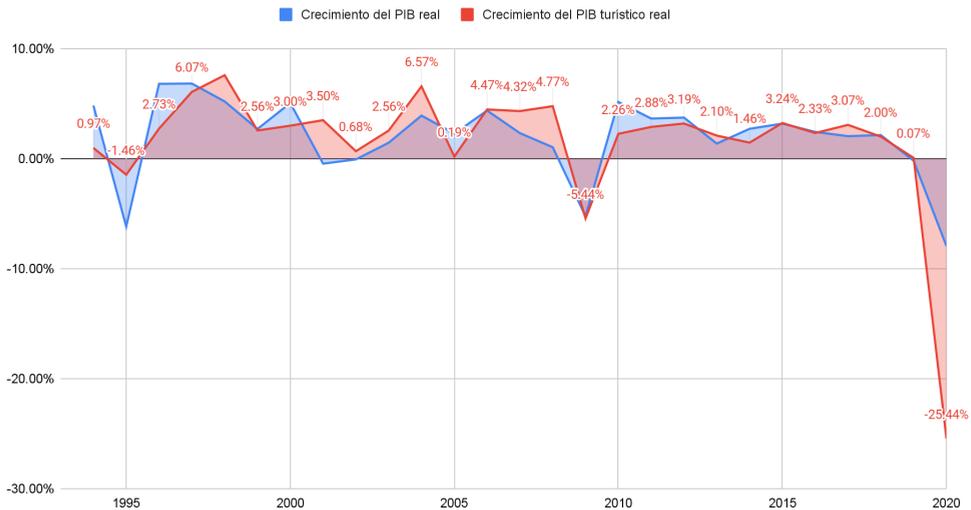
La gráfica 6 nos permite observar el comportamiento del ciclo económico de la economía mexicana y del sector económico turístico, lo que nos proporciona un panorama general de las expansiones, recesiones y desaceleraciones del sector económico turístico. Observábamos ya en las gráficas 4 y 5 una caída en las variables respectivas, mas en la gráfica 5 es interesante observar que hay tres momentos en el tiempo dentro del periodo 1993-2020 cuando tanto la economía nacional como el sector turístico presentaban crecimiento negativo: 1994-1995, 2008-2009 y claro 2019-2020.

Gráfica 6
Crecimiento del PIB turístico real 1993-2020



Fuente: elaboración con cifras calculadas a partir de datos extraídos de la Cuenta Satélite de Turismo, consultada el 23 de junio de 2022 en https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/#Tabulados Tabulado CSTM_9.

Gráfica 7
Crecimiento del PIB nacional real vs.
crecimiento del PIB turístico real de México, 1993-2020



Fuente: elaboración con cifras calculadas a partir de datos extraídos de la Cuenta Satélite de Turismo, consultada el 23 de junio de 2022 en https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/#Tabulados Tabulado CSTM_9.

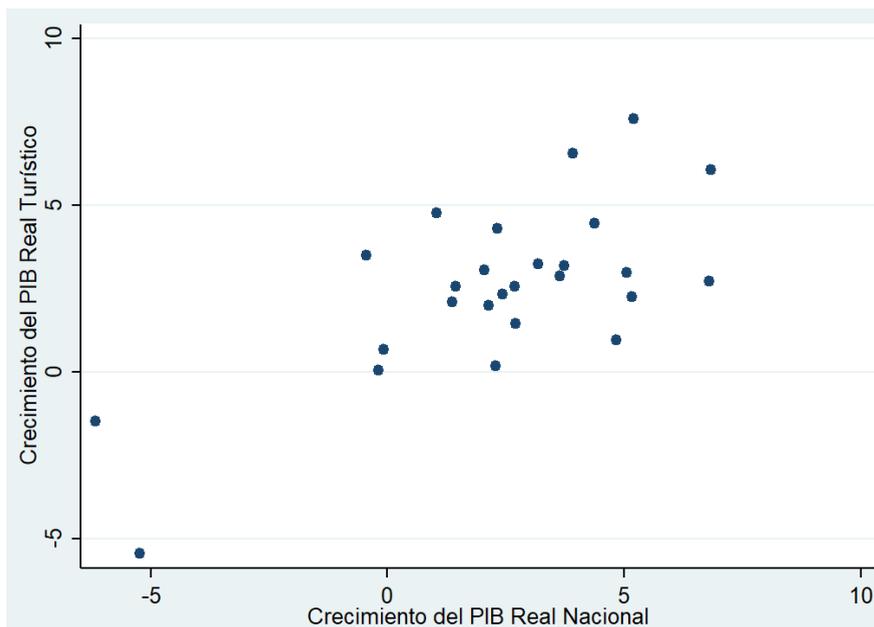
En la gráfica 6 observamos el crecimiento del PIB nacional y del PIBT a precios constantes de 2013. Respecto a los tres casos en los que ambas variables presentan crecimiento negativo, podemos señalar que en 2008-2009 se vieron afectadas de manera similar; para el caso de 1994-1995 el sector turístico se afectó en menor medida que la economía en su conjunto; caso contrario sucede en el caso de la contingencia sanitaria por covid-19, cuando el sector turístico fue golpeado más profundamente que la economía en su conjunto, presentando un crecimiento negativo para 2020 de 25.44%, mientras que el crecimiento negativo para la economía en su conjunto para el mismo año 2020 fue de 7.93%.

6.1. Relación entre el PIB real nacional y el PIBT, ambos a precios constantes de 2013, periodo 1993-2020

Se toman las tasas de crecimiento del PIB real mexicano y del PIBT a precios de 2013 (1993-2020) y las relacionamos en un diagrama de dispersión representado en la gráfica 8, donde se aprecia gráficamente una relación positiva entre ambas variables. La “y” representa la tasa de crecimiento del PIB turístico real de 1993 al año 2019 y la “x” representa la tasa de crecimiento del PIB real nacional de 1993 a 2019.

Gráfica 8

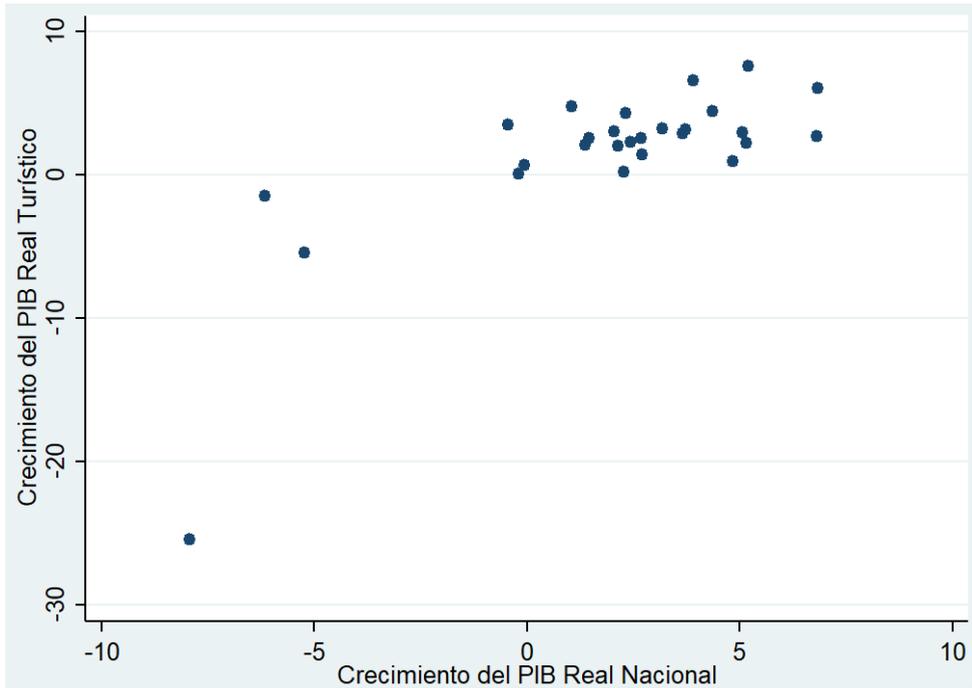
Diagrama de dispersión de las variables PIBT real vs. PIB real nacional 1993-2019



Fuente: tasas calculadas con datos extraídos de la CSTM.

Gráfica 9

Diagrama de dispersión de las variables PIBT real vs. PIB real nacional 1993-2020



Fuente: tasas calculadas con datos extraídos de la CSTM.

En la gráfica 9 vemos, al igual que en la gráfica 8, la relación entre el PIB real nacional y el PIBT, salvo que ahora agregamos el dato de 2020, que es el último disponible en INEGI para julio de 2022, dato que aparentemente es atípico. Con el objetivo de calcular la relación entre las tasas de crecimiento del PIB real nacional y el PIBT que se muestran en los diagramas de dispersión tanto en la gráfica 8 como en la 9, se emplea el procedimiento estadístico llamado análisis de regresión para obtener una ecuación que indique cuál es la relación entre las variables. Tanto el análisis de regresión lineal como el cálculo del coeficiente de correlación y estadísticas descriptivas se calculan utilizando el *software* STATA.

El coeficiente de correlación entre las variables “y” y “x”, excluyendo el dato de 2020, es “0.7045”. Mientras que la ecuación de regresión estimada es $y = 1.127028 + 0.5955674x$, véase el anexo. Para este caso las estadísticas descriptivas (calculadas en STATA) de las variables son las siguientes:

Variable	Obs	Mean	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
Y	26	2.526154	2.588799	-5.44	7.59
X	26	2.349231	3.062225	-6.17	6.83

El coeficiente de correlación entre las variables “y” y “x” incluyendo el dato de 2020 es “0.7485”. Mientras que la ecuación de regresión estimada es $y = -0.9481324 + 1.23875x$, véase el anexo. Para este caso, las estadísticas descriptivas son las siguientes:

Variable	Obs	Mean	Desviación estándar	Mínimo	Máximo
y	27	1.49037	5.950714	-25.44	7.59
x	27	1.968519	3.595829	-7.93	6.83

El coeficiente de correlación corrobora la fuerte relación positiva entre las variables de interés, aunado a que al agregar el dato de 2020 se obtiene un coeficiente de correlación más alto, pasando de “0.7045” a “0.7485”. El valor de la media en ambas variables también se ve modificada: para la variable “y (PIBT)” pasa de “2.526154” a “1.49037” y para la variable “x (PIB real nacional)” pasa de “2.349231” a “1.968519”.

7. Conclusiones

Desde el enfoque microeconómico podemos analizar los mercados turísticos, cómo interactúan los agentes económicos dentro de estos mercados; asimismo, enfatizamos que desde la macroeconomía se puede estudiar al turismo como un sector de la economía y analizar su desempeño a través del tiempo como parte del ciclo económico. Ambos enfoques explican de manera complementaria, desde la ciencia económica, al turismo. Apoyándonos en el modelo de oferta y demanda estudiamos el impacto de la contracción del mercado de alojamiento debida a la contingencia sanitaria por covid-19.

Se abordó el comportamiento general de la economía mexicana y el comportamiento del sector turístico, comportamiento medido por el PIB real de México y el PIB turístico real de México, ambos en una muy cercana relación; por ejemplo, vimos que las variables observadas caen en 1994 (crisis económica de 1994, levantamiento zapatista contra el Gobierno de México el 01 de enero de 1994 y asesinato de Luis Donaldo Colosio el 23 de marzo del mismo año), y la segunda caída se observa en 2009, luego de la crisis financiera nacida en Estados Unidos; asimismo, en ambas variables vemos una caída por la contingencia sanitaria por covid-19 en 2019 y 2020.

Respecto a los tres casos en los que ambas variables presentan crecimiento negativo, podemos señalar que en 2008-2009 se vieron afectadas de manera similar; para el caso de 1994-1995 el sector turístico se afectó en menor medida que la economía en su conjunto; caso contrario sucede en el caso de la contingencia sanitaria por covid-19 cuando el sector turístico fue golpeado más profundamente que la economía en su conjunto, presentando un crecimiento negativo para 2020 de -25.44%, mientras que el crecimiento negativo para economía en su conjunto fue -7.93% para el mismo año 2020.

Finalmente, se analizó la relación entre las variables PIB real nacional y PIBT con apoyo del *software* STATA, corroborando la relación positiva entre las variables y se evidencia que al agregar el dato de 2020 el coeficiente de correlación es positivamente más elevado, modificando las medias de las variables señaladas.

Anexo

Cuadro A1

. regress y x

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	26
Model	83.1526641	1	83.1526641	F(1, 24)	=	23.65
Residual	84.3943564	24	3.51643151	Prob > F	=	0.0001
				R-squared	=	0.4963
				Adj R-squared	=	0.4753
Total	167.54702	25	6.70188082	Root MSE	=	1.8752

y	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
x	.5955674	.122474	4.86	0.000	.3427935 .8483414
_cons	1.127028	.4669368	2.41	0.024	.1633182 2.090739

. regress y x

Source	SS	df	MS	Number of obs	=	27
Model	515.868501	1	515.868501	F(1, 25)	=	31.86
Residual	404.81743	25	16.1926972	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.5603
				Adj R-squared	=	0.5427
Total	920.685931	26	35.4109973	Root MSE	=	4.024

y	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]
x	1.23875	.2194693	5.64	0.000	.7867447 1.690756
_cons	-.9481324	.8867801	-1.07	0.295	-2.77449 .8782254

Referencias bibliográficas

- CESOP. (2006). *Turismo*. [Actualización: 23 de febrero de 2006]. Consultado el 19 de octubre 2022 en www.diputados.gob.mx/cesop/
- Goolsbee, Austan, Levitt, Steven, y Syverson, Chad. (2015). *Microeconomía*. Editorial Reverté.

- Krugman, Paul, y Well, Paul. (2007). *Introducción a la economía. Macroeconomía*. Editorial Reverté.
- Mankiw, N. Gregory. (2006). *Macroeconomía*. (6ª edición). Antoni Bosch editor.
- . (2020). *Principios de economía*. (8ª edición.) Cengage Learning.
- Marshall, A. (1920). *Principles of Economics*. (8ª edición.) Macmillan. Consultado el 06 de julio 2022 en <http://www.library.fa.ru/files/Marshall-Principles.pdf>
- OMT. (2016). *Compilación de recomendaciones de la OMT, 1975-2015*. Madrid: OMT. Consultado el 19 de octubre de 2022 en <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284417780>
- Sectur. (2014). Comportamiento histórico de las variables clave de la cuenta satélite. *Boletín Cuatrimestral de Turismo*, núm. 41, mayo-agosto. Recuperado de https://www.datatur.sectur.gob.mx/Documentos%20Publicaciones/Bol_41_mayago14.pdf
- . (2020). “Sectur y Salud dan a conocer protocolo para los hoteles que continúen dando servicio durante la cuarentena obligatoria.” *Comunicado de prensa*. Consultado el 18 de julio de 2022 en <https://www.gob.mx/sectur/prensa/sectur-y-salud-dan-a-conocer-protocolo-para-los-hoteles-que-continuen-dando-servicio-durante-la-cuarentena-obligatoria?idiom=es>
- Varian, Hal R. (2010). *Microeconomía intermedia. Un enfoque actual*. (8ª edición). Barcelona: Antoni Bosch editor.