



El presupuesto que se llevó el tren

En días recientes trascendió, con cierta estridencia mediática, el envío de una iniciativa del Ejecutivo a la Cámara de Diputados para modificar la Ley Federal de Derechos en cuanto al destino de lo recaudado por el pago de los visitantes sin permiso para realizar actividades remuneradas, el Derecho de No Inmigrante (DNI).

El origen de esta carga fiscal se remonta a 1999. En aquel entonces, a través de lo que bien puede ser considerado como el único Acuerdo de Estado en materia turística, se concluyó que la única forma en que podría asegurarse el financiamiento de campañas promocionales era a través de un cobro que deberían pagar los propios visitantes internacionales —evitando que estos recursos gravitaran sobre el bolsillo de los contribuyentes—. El camino para formalizar dicho cobro fue la creación del Derecho de No Inmigrante (DNI), precursor del DNR, que sería recaudado dentro de los conceptos incluidos en el boleto aéreo y que, además de utilizarse para los fines ya señalados, permitiría que parte de los recursos recaudados fueran canalizados, también, para mejorar los servicios de migración.

Cómo se recordará, al inicio de esta administración el gobier-

no tomó la decisión de cancelar la asignación de estos presupuestos para promoción turística y, con ello, desapareció el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). Así, 80% de lo recaudado por concepto de DNR —que en 2022 podría haber ascendido a unos 10 mil millones de pesos— se destina “...para estudios, proyectos e inversión en infraestructura que determine el gobierno federal con objeto de conectar, fortalecer, generar accesibilidad, iniciar o mejorar los destinos turísticos del país, entre otros (Artículo 18A de la Ley Federal de Derechos)”. Se asume que, hasta ahora, estos recursos se habrían canalizado a la obra del Tren Maya.

La decisión de no invertir en promoción turística fue y sigue siendo cuestionada por los empresarios del sector y cobró factura en 2019, pues luego de que, a lo largo de esa segunda década del siglo el turismo internacional venía creciendo a tasa de dos dígitos, el incremento de los turistas internacionales que ingresaron por vía aérea (que representaban en ese momento alrededor de 80% de los ingresos turísticos del país) en aquel año fue de sólo 1.4%. Con promoción turística o sin ella, los efectos de la pandemia sobre el turismo mexicano fueron brutales, aunque se debe reconocer también que

la recuperación ha sido acelerada. Sin embargo, de ninguna manera puede subestimarse la vuelta a las condiciones normales de competencia y el impacto mediático de los temas de inseguridad que, eventualmente, pueden representar importantes retos para la industria, al carecer de mecanismos para tener una presencia activa en los mercados turísticos.

La iniciativa que hoy se propone busca dotar de recursos a la empresa pública a cargo de la Secretaría de la Defensa Nacional que se encargaría de la operación del Tren Maya, diversos aeropuertos, una aerolínea y otras facilidades.

Sin demérito de lo importante que es que el país mejore su infraestructura pública, de acuerdo con lo anterior, y más allá de lo cuestionable que pueda parecer que el Ejército se dedique al desarrollo de obras de infraestructura, y a la construcción y operación de empresas turísticas, desde el punto de vista del sector turístico, el costo de oportunidad puede ser muy alto y, en consecuencia, la preocupación por no disponer de recursos para la promoción turística seguirá vigente. ●

Director del Centro de Investigación
y Competitividad Turística
(Cicotur) Anáhuac
Twitter: @Fcomadrid

Con promoción turística o sin ella, los efectos de la
pandemia sobre el turismo mexicano fueron brutales