Written by Mario Gómez
Wednesday, 21 October 2026 02:01 - Last Updated Wednesday, 21 October 2026 02:15

Menos turistas aéreos, menos promoción y más costos: hotelería alerta sobre la pérdida de competitividad turística de México y propone un plan conjunto con el gobierno.

La Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras (ANCH), la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM) y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), acompañados por representantes de las asociaciones de hoteles de Los Cabos, Puerto Vallarta y Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, presentaron el diagnóstico “Hotelería en México: retos para recuperar la demanda y la conectividad de los principales destinos turísticos”, elaborado con información del Centro de Investigación Avanzada en Turismo Sostenible (STARC) de la Universidad Anáhuac Cancún, el INEGI, la Unidad de Política Migratoria, la International Trade Administration de Estados Unidos y los datos de aeropuertos y ocupación de cada destino.

El turismo representa 8.7% del PIB nacional y da ocupación a cerca de 5 millones de personas; además, es la actividad que más mujeres y jóvenes emplea en el país. Sin embargo, las organizaciones advirtieron que lo ocurrido en los principales destinos de playa no son problemas aislados, sino una señal de alerta sobre la competitividad del turismo mexicano en los mercados internacionales.

Más visitantes no siempre significa más valor

Jorge Paoli, presidente de la Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras (ANCH), presentó el diagnóstico nacional y subrayó la necesidad de construir un diagnóstico compartido entre el gobierno y la iniciativa privada. Entre enero y julio de 2026, la llegada de turistas internacionales creció 4.5%, pero la de quienes llegan por vía aérea cayó 4.6%. Este segmento aporta alrededor del 80% de las divisas turísticas: entre enero y agosto, cada turista aéreo gastó en promedio 1,292.7 dólares, frente a 87 dólares del crucerista y 54.1 dólares del excursionista fronterizo.

Los pasajeros internacionales disminuyeron 6.1% en Cancún, 8% en Los Cabos y 19.4% en Puerto Vallarta. De acuerdo con STARC, México recibiría 1.1 millones de turistas aéreos menos en 2026, y en agosto se registraron 13,168 empleos hoteleros formales menos que un año antes.

“Crecimos 4.5% en turistas internacionales, pero caímos sensiblemente en los que más dinero dejan al país. Nos preocupa que se apruebe el presupuesto con la idea de que todo va muy bien. Nuestro mensaje es tender puentes: queremos construir juntos, gobierno e iniciativa privada, un mejor diagnóstico”, expresó Paoli.

Estados Unidos está eligiendo otros destinos

Entre enero y agosto, las llegadas aéreas desde Estados Unidos, que representaron el 65% del total, disminuyeron 10.4%, mientras que las de Colombia y Brasil crecieron 29.8% y 24.4%, respectivamente. En el mismo periodo, los viajes de estadounidenses a México cayeron 10.2%, mientras que sus viajes a Europa aumentaron 1.1%. Entre enero y septiembre, 1,026,309 viajeros aéreos estadounidenses menos eligieron México (-9.9%), mientras que Italia sumó 188,064 y República Dominicana 84,206. Con ello, la participación de México en los viajes aéreos al exterior de los estadounidenses volvió a 16.4%, el mismo nivel de 2019, tras haber alcanzado 35.9% en 2021.

Entre las causas, las organizaciones señalaron el alza de la turbosina, el tipo de cambio, la percepción de inseguridad y la quiebra de Spirit Airlines, y subrayaron la necesidad de un presupuesto federal de promoción y de equipos especializados en la marca México y en la gestión de crisis.

México pierde competitividad y promoción

El diagnóstico coincide con el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo 2026 del Foro Económico Mundial, que ubica a México en el lugar 41 de 110 economías, seis posiciones por debajo de 2024, y con el ranking de marca país de Brand Finance, en el que México pasó del lugar 13 en 2017 al 20 en 2026. La falta de promoción también limita la diversificación: cinco aeropuertos concentran 87.7% de las llegadas de turistas internacionales.

El presupuesto del sector turismo, sin considerar el DNR, pasó de 5,037 millones de pesos en 2012 a 1,851.3 millones previstos para 2027, a precios corrientes. Para promoción, México cuenta con cerca de 25 millones de pesos (alrededor de 1.2 millones de euros), mientras que República Dominicana invierte alrededor de 80 millones de dólares con cerca de 100 mil cuartos de hotel, frente a los 140 mil del Caribe mexicano; Turquía destina cerca de 240 millones de euros y España alrededor de 105 millones. Los 100 millones de pesos extraordinarios para promoción entre junio y diciembre de 2026 no forman parte del presupuesto 2027, lo que dificulta alcanzar la meta del Plan México de que el país sea el quinto más visitado del mundo.

A ello se suma el aumento del Derecho de No Residente (DNR), que aprobó la Cámara de Diputados para 2027 de 983 a 1,158 pesos por persona (17.8%), luego de que la propuesta inicial planteaba 1,334.80 pesos (35.8%); la minuta se encuentra en el Senado. Como resumió la ANCH, la pregunta no es solo cuánto cobramos, sino cómo competimos.