



Silvia Hernández

Expandiendo el éxito de Cancún: el proyecto Mundo Maya



VERSIÓN
DIGITAL



VIDEO
YOUTUBE

**CAN50
CUM50**

Conferencia sustentada
el 13 de octubre de 2020, en
la Biblioteca Nacional de la Crónica



Fernando Martí: Sean ustedes bienvenidos a la vigesimoprimer sesión del ciclo de conferencias *Cancún 50 Años*, auspiciada por la Sociedad Andrés Quintana Roo. Antes de comenzar, quiero comentarles que por el huracán Delta tuvimos que postergar la sesión programada la semana anterior, que ahora tendrá lugar el próximo viernes, 16 de octubre, figurando como ponente el ex gobernador Miguel Borge Martín. El próximo martes estará con nosotros el director de Fonatur, Rogelio Jiménez Pons, y el siguiente martes el gobernador Carlos Joaquín, para clausurar el ciclo.

Estas últimas cuatro conferencias tienen una peculiaridad. Son un poco distintas a las primeras veinte, en donde nos concentramos en la historia de Cancún, inclusive desde sus orígenes, desde antes de que se fundara el centro turístico, desde que era un mero proyecto hasta nuestros días.

Las últimas conferencias tienen una temática centrada en la expansión de Cancún, porque el proyecto rebasó sus límites geográficos, sus límites políticos, y amplió su zona de influencia a otras partes del estado de Quintana Roo, incluso del estado de Yucatán. Un episodio muy significativo en esa tendencia fue el proyecto Mundo Maya, que se robusteció a mediados de los 90s, durante la gestión de Silvia Hernández como secretaria de Turismo. Ahí fue cuando alcanzó su máxima significación, su máxima proyección, involucrando a cinco estados de la República, y a cuatro naciones centroamericanas.

Para concluir mi intervención, quisiera comentarles que es la primera vez que tenemos una sesión virtual desde la Biblioteca Nacional de la Crónica, que en esta ocasión está vacía. Yo estoy aquí en Cancún, pero nuestra invitada está en la Ciudad de México. No pudo venir por la problemática derivada de la pandemia, pero está presente con nosotros y, desde la Ciudad de México, contestará sus preguntas, sus inquietudes y sus dudas, sobre este tema que es tan interesante y tan polémico.¹

Silvia Hernández: Permítanme primero que nada agradecer a la Sociedad Andrés Quintana Roo, la rama en Cancún de la Sociedad Mexicana de Geografía y Estadística, su muy amable invitación para participar en esta serie de presentaciones.

Mil gracias por integrarme a este cartel de lujo.

Me dará gusto compartir con el auditorio mis reflexiones sobre el Mundo Maya, y comentar cómo y por qué llegué a Cancún en su mero inicio, allá por el año 1976. Primero la nostalgia y los buenos recuerdos.



ECHEVERRÍA ORDENÓ INCORPORAR UNA OBRA HOTELERA EN LA MODALIDAD DE HOSTAL.

El presidente Luis Echeverría ordenó incorporar en los planos originales de Cancún una obra hotelera en la modalidad de hostel europeo, para el uso y beneficio de los jóvenes. Al no haber sido terminada hacia el cierre del sexenio, corrió el riesgo de entrar al cajón de obras en abandono por parte de la siguiente administración.

Afortunadamente no fue así.

Resulta que el nuevo presidente, José López Portillo, me invitó en el año 1976 a formar parte de su gabinete ampliado para dirigir el Instituto Nacional de la Juventud, pero me indicó que, en el menor tiempo, transformáramos ese instituto en una agencia pública más moderna, que pudiera no solamente desarrollar programas para jóvenes, sino que se encargara de promover que otras dependencias asumieran responsabilidades en materia de política juvenil. Así nació el Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud, el CREA, y en él recayó

¹ **NOTA DEL EDITOR:** Debido a los daños causados por el huracán Delta en la red de Internet de Cancún, la transmisión original sufrió cortes y pérdidas de sonido, complicando la transcripción del texto. Esta versión no es idéntica a la emisión original, pero fue revisada por la expositora para preservar la esencia y la intención del mensaje. La sesión de preguntas y respuestas, así como las láminas de apoyo, se han mantenido sin cambios.

Albergue Juvenil del CREA

(Consejo Nacional de Recursos para la Atención de la Juventud)



Inauguración en 1979

700 camas

20 años en operación

1998, desaparece CREA



la responsabilidad de terminar la construcción de aquel hotel en Cancún, al que la gente conoció como *el albergue del CREA*. Me tocó entonces la responsabilidad de echarlo a andar, promoverlo y operarlo, lo que hicimos con eficiencia y alegría.

Hubo un tiempo en que en Cancún solamente había tres hoteles, uno de ellos el albergue, que lucía estupendo al lado del hotel Presidente.

A partir del año 1976 me tocó reportar mensualmente los avances de la obra que realizaban los ingenieros de Fonatur, por lo que no sé cuántas veces vine entonces a Cancún para ver la obra y recorrer la zona.

A lo largo de innumerables visitas recorrí a nado muchas veces el río subterráneo al que llegábamos pasando por debajo de una reja de púas, observé los manatíes saltando en las aguas del Caribe, comí tacos de armadillo a la vera de la carretera y disfruté de atardeceres inolvidables desde los edificios de Tulum, que trepábamos entre piedras sueltas.



HUBO UN TIEMPO QUE EN CANCÚN SÓLO HABÍA TRES HOTELES, UNO DE ELLOS EL ALBERGUE.

Julio César Mena Brito, desde entonces cancenense por adopción, fue el primer director del albergue, y Bety de la Peña, la jefe de animadores. Los dos fueron el motor del primer hostel mexicano, que habría de convertirse en el modelo a seguir por más de veinte instalaciones de tipo similar, construidas o adaptadas a lo largo de la República, con las que se constituyó una red hotelera para que los jóvenes recorrieran el país a costos accesibles y en excelentes condiciones.

Por estas razones, yo me siento como los Mena Brito, parte del equipo fundador de Cancún.

Me gustaría tomar la ocasión de estas celebraciones para que se le conceda al albergue el sello que le corresponde como obra precursora y original, lo que en mi opinión la hace merecedora de estar en los anales de este aniversario.

Entremos ahora a Mundo Maya.

Primero diría yo que nada del tamaño y el alcance de Mundo Maya se hace por una sola persona, ni se logra en un abrir y cerrar de ojos.

Pedro Joaquín Coldwell fue el autor del concepto. Él, siendo secretario de Turismo, creó una pequeña oficina que diseñó los primeros trazos de lo que sería después uno de los programas emblema de México.

A nosotros estando al frente de Sectur nos tocó el mérito, si se vale decirlo así, sin modestia, de haber sabido reconocer el alto potencial de ese concepto y de construir sobre ese cimiento, hasta lograr colocar una nueva marca turística en el mundo internacional de viajes.

En el año 1994 recibí el honor de ser invitada por el presidente Zedillo para ocupar la Secretaría de Turismo en su gabinete. Durante esa administración impulsamos un gran número de programas, pero sin duda el más destacado fue el que desarrollamos de la mano del Banco Interamericano de Desarrollo, denominado Mundo Maya.

Me gusta decir, con atrevimiento, que el Presidente de la República me hizo el honor de nombrarme secretaria, pero que quien me hizo tal fue el equipo de Sectur, que me enseñó la materia y me llevó de la mano para no errar.

El éxito radicó en la gran calidad de mi equipo y se debió a su entrega emocionada al servicio de la industria. También al talento de los empresarios y al desempeño de sus trabajadores.



El equipo de Silvia Hernández en Sectur ha conservado sus nexos y se reúnen periódicamente. Del grupo, Joaquín González Castro y Marisa Steta se llaman a sí mismos cancenenses.

Al asumir el cargo me interesé por conocer lo que habían hecho los anteriores titulares. Encontré cosas muy interesantes e importantes, en particular lo hecho por Pedro Joaquín, quien por su talento, y también porque había sido el director de Fonatur, y desde luego, porque es quintanarroense, en su momento visualizó el potencial de Cancún como parte del mundo que lo rodea y al que pertenece, el mundo de los mayas.



NO FUE PARA NADA DIFÍCIL CONVENCER AL BID PARA DEDICARLE RECURSOS AL PROYECTO.

Él creó entonces aquella pequeña oficina que les mencioné, para que se hiciera cargo de explorar el tema y mirar cuáles deberían de ser sus primeros trazos.

Pedro identificó en el Banco Interamericano de Desarrollo un primer aliado y con él trabajó los lineamientos para su concepción como región turística.

Ese fue el punto de nuestro arranque.

Sigfrido Paz Paredes, mi querido y gran subsecretario del ramo, quien conocía de aquellos esfuerzos, me condujo a mirarlos y valorarlos como una semilla conceptual. Tomamos el tema con serio interés profesional y tocamos base con los gobernadores de los estados del sureste maya, y con los jefes de Estado de los países vecinos con raíz y vida maya, para explorar su interés en hacer juntos y pronto.

Nosotros en Sectur le dimos cuerpo al concepto Mundo Maya, identificamos a los actores indispensables para la construcción y desarrollo de un programa turístico multinacional y pluri-regional en México, calculamos el papel que podrían desempeñar los gobiernos, el sector privado y las comunidades, y evaluamos el valor turístico de la región, así como su potencial en el impacto económico y social de la región. Ningún otro objetivo podría ser más importante que la mejora económica de la zona y de su gente.

No fue para nada difícil convencer al BID para dedicarle recursos al proyecto.

El BID pidió formar parte a partir del desarrollo mismo del concepto y se hizo cargo del patrocinio de los estudios preliminares, así como de otros insumos y eventos que nos permitieron avanzar hacia una decisión bien ponderada.

Fue sorprendente la rapidez con la que hicimos todo.

En Sectur no dimos brinco sin huarache.

Contratamos a la Universidad de Calgary, que en aquel tiempo estaba a la vanguardia en la investigación del mercado turístico, y avizoraba ya que el componente de cultura y naturaleza

se venía convirtiendo en un factor de valor del viaje, sobre todo para los segmentos más conocedores y de mayor gasto.

Calgary nos mostró claramente que el producto de cultura, naturaleza y aventura, avanzaba en la predilección de los consumidores más experimentados, los que generaban mayor derrama económica. Ahora se dice fácil, pero hace veinte años hablar de todo ello era nuevo y a veces rechazado por la hotelería y los prestadores de servicios tradicionales, que no se querían mover de su área de confort: el sol y la playa.

En Sectur vimos ese futuro sin miedo.

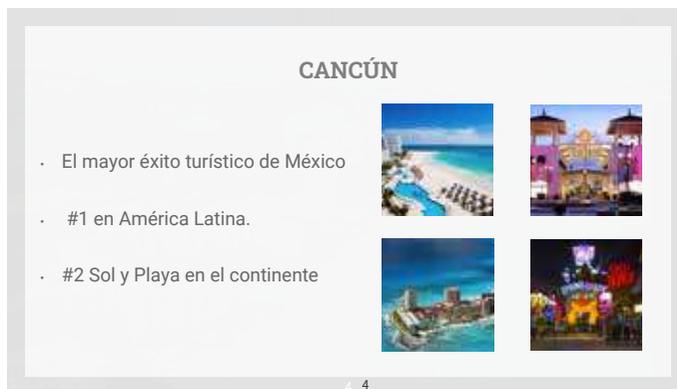
Aprendimos que el turista que paga más, migraba de los viajes para "ver", hacia aquellos que le ofrecían "aprender", y ya entonces empezaba a preferir la vacación para "experimentar", lo que les permitía tocar con la mano, escuchar de viva voz, oler y participar en la forma de vida diaria, en los ritos y las fiestas, en convivencia con la gente. El turismo entre ese grupo importante de consumidores era cada vez más la oportunidad de experimentar.

Nosotros teníamos en México el producto perfecto: Mundo Maya.

¿Qué es el Mundo Maya?

Algunos destinos turísticos se identifican básicamente por la región a la que pertenecen.

Tal es el caso del Caribe: la Dominicana o Bahamas, Nassau o Barbados son el Caribe.



CANCÚN

- El mayor éxito turístico de México
- #1 en América Latina.
- #2 Sol y Playa en el continente



SOL Y PLAYA



El turista espera y encontrará en ellos un número de rasgos distintivos comunes: el color del mar, sus hamacas y las piñas, el olor a coco y una gastronomía con frutos e ingredientes tropicales.

El visitante puede decir “estuve en el Caribe” y no será necesario explicar mucho lo que vio ni sobre su tipo de viaje, independientemente de que se hospede en un hotel de lujo o popular. Sin embargo, los destinos compiten entre sí, destacando sus singularidades, aquello que los mantiene caribeños y al mismo tiempo los hace únicos.

El Mundo Maya podría ser algo similar y distinguirse por lo que significa estar en tierras mayas, por sus vestigios arquitectónicos y su historia principalmente, por la lengua y sus costumbres, así como su cocina, rituales y festejos.

Cerca de dos millones de mexicanos hablan maya, por cierto.

La idea del proyecto Mundo Maya era destacar lo maya como el atributo común a la región y, hacia adentro de ella, desarrollar entre los destinos sus signos de singularidad. Por ejemplo, que algunos de ellos se asientan a la orilla del mar y otros en las montañas, unos serían básicamente gastronómicos y otros de naturaleza.

Quien visita un destino específico no piensa que ha agotado la experiencia caribeña, como no tendría por qué pensar

que agotó la maya si visita Mérida y Chichén, y en otro viaje Tulum y Cancún.

No me extendo.

Creo que en Mundo Maya hay espacio para la creatividad en el diseño de producto y que es posible lograr una canasta grande de opciones de todos colores y sabores, haciendo vivir al visitante lo distintivamente maya.

Lo maya se extiende a lo largo de grandes áreas de cuatro países de Centroamérica, a saber: Guatemala, Honduras, Belice y El Salvador. En México está presente en cinco estados del sur: Chiapas, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Cinco naciones y cinco estados hacen una extensión vasta y diversa al mismo tiempo.



CERCA DE DOS MILLONES DE MEXICANOS HABLAN MAYA, POR CIERTO.

En Sectur sabíamos, además, que Cancún estaba listo para convertirse en la puerta del Mundo Maya.

Ciertamente al inicio hubo celos entre los países participantes, pero finalmente todos vieron la ganancia de sumarse al Mundo Maya y juntos emprendimos la jornada.

Adoptamos una marca y un logo común que era un caracol que todavía veo a veces en estos días, y nos dimos a la tarea de seguir un plan con rigor.

México estrenó su promoción llevando a Milán una exhibición de primer mundo, con piezas espectaculares y espléndidas muestras de nuestra riqueza maya.

Mundo Maya requería de muchas cosas, algunas muy complejas, como lo son las reglas migratorias; otros componentes costosos, como la construcción de caminos e infraestructura de servicios; y también medidas sumamente sencillas y prácticas, de rápida ejecución, tales como escribir los nombres de la oferta gastronómica también en maya, vestir al personal de contacto con huipiles y no con *blue jeans*, perfumar las habitaciones con aromas de la región, etcétera, etcétera.

En México se desplegó el primer esfuerzo mayor con la construcción del aeropuerto de Palenque, al que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes le colocó una bella palapa en calidad de techumbre, para que a la vista fuera compatible con la selva que lo rodea. El Instituto Nacional de Antropología e Historia desplegó recursos para la limpieza de edificios, y el sector privado construyó sus primeros hoteles en el modelo arquitectónico y con el producto que requería la región.

Egipto no se recorre en un día y nosotros no tuvimos a Cleopatra, decía Sigfrido, pero no vamos a empezar de cero. Nuestro producto actual, el de sol y playa, puede enriquecerse con

EL VIAJERO DEL SIGLO XXI



- Jóvenes profesionistas
- Vacaciones 20 días
 - Dos viajes al exterior
- Sin hipotecas.
- Parejas.
- doble ingreso, no hijos.

6

¿QUE BUSCA EN LOS DESTINOS?



- Sustentabilidad
- Identidad propia
- Diversificación
- Información digital:
 - Apps
 - Redes Sociales

7

el nuevo concepto, al incorporar elementos de la historia y la cultura que no requieren nueva confección, que ya están allí. Hay que ponerlos a la vista.

Mundo Maya despegó y creció, pero nos alcanzaron los cambios políticos de acá y de allá. Mundo Maya aún era un producto en desarrollo e inmaduro, que no superó la prueba de la inconsistencia, y quizá tampoco la del menor esfuerzo.

Cancún ha crecido de forma magnífica.

Estamos ya en la frontera de los cien mil cuartos.

Si existiera el deseo de retomar el programa, habría que hacernos muchas preguntas diferentes a las que contestamos en su inicio, porque una de las características de Cancún es su espléndida modernidad.

¿Puede convivir lo moderno con el concepto maya?

¿Tendría sentido repensar el tema?

No lo sé.

El Mundo Maya es único e irrepetible. Singular. Eso lo sigue haciendo valioso.

¿Vale la pena poner la discusión de nuevo en la mesa?

Ustedes tienen la palabra.

Son ustedes los protagonistas de hoy y del mañana.

Fernando Martí: A pesar de todas las precauciones que tomamos, parece que nuestro soporte tecnológico fue insuficiente y tenemos fallas en el audio y el video. Me explican los técnicos que las instalaciones de Internet en Cancún no quedaron muy bien, no quedaron indemnes después del pasado huracán, y que probablemente por eso estamos teniendo problemas. Silvia, muchísimas gracias por esta exposición. Tengo aquí muchas preguntas de la audiencia, están llegando por los chats y una de ellas se repite constantemente. Tiene que ver con el final de tu charla, donde parece decir que Cancún y el Mundo Maya no se han casado, que son amigos, pero todavía no se unen en matrimonio. Esa pregunta, expresada en diferentes formas es, ¿qué ha pasado con Mundo Maya? ¿Cuál es tu diagnóstico? ¿Por qué no se ha producido ese despegue? ¿Por qué Mundo Maya no se ha podido consolidar?

Silvia Hernández: No sé cómo esté mi conexión de este lado, porque está cayendo un aguacero tremendo en Ciudad de México, pero trato de dar una aportación a esta pregunta. A veces el éxito nubla la vista. Cancún es muy exitoso. Tiene desafíos, pero es muy exitoso, y cuando uno es exitoso, cree que no necesita a nadie más. Me da la impresión de que algo así se piensa, porque se hacen algunas cosas y después se abandonan. Porque, total, si Cancún tiene el 80 por ciento de ocupación hotelera, si Cancún tiene no sé cuántos asientos de avión, se le olvida a uno el esfuerzo de entrar a la etapa

nueva. A mí me parece muy bueno, ¡qué maravilla!, que todo siempre lo tuviéramos muy bueno y tener éxito. Pero es en el éxito cuando tenemos que pensar en lo que sigue. Yo creo que nos ha abrumado el éxito. No creemos que necesitamos de nada más, ni de nadie más. Y yo estoy absolutamente segura de que así como necesitamos del Mundo Maya, también el Mundo Maya necesita de Cancún. Yo creo que es eso. El éxito, quizás, no nos ha llevado a darnos el reposo y el tiempo para pensar en lo que viene por delante.

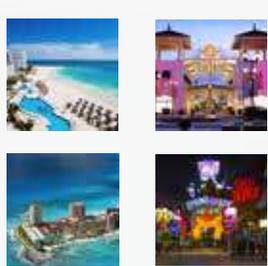


A VECES EL ÉXITO NUBLA LA VISTA. CANCÚN ES MUY EXITOSO Y PUEDE CREER QUE NO NECESITA A NADIE MÁS.

Fernando Martí: Es imposible no estar de acuerdo con lo que dices. A lo largo de la historia de Cancún se percibe cierta arrogancia, que se refleja al pensar que hemos tenido mucho éxito y que no necesitamos a nadie más. Pero, ¿qué pasa a nivel federal, a nivel institucional? Los otros estados y los otros países que participan en el proyecto, ¿no ha sido una responsabilidad compartida este atorón que ha sufrido Mundo Maya, que ya lleva algunas décadas?

CANCÚN

- El mayor éxito turístico de México
- #1 en América Latina.
- #2 Sol y Playa en el continente



4 4





Silvia Hernández: Sí. En esto nadie puede pensar que está solo. Definitivamente las autoridades federales no han estado atentas, y aquí hay una línea del tiempo en la que siempre está la autoridad federal. Ahí está la Sectur, y después está otra Sectur, y después otra Sectur, sin mucha conexión ni continuidad. Pero definitivamente es un asunto de política pública, de cómo saco el mejor beneficio para México, para la gente en México. De lo que ya tengo, pensando un poco más, siempre pensando. La presencia de la instancia federal es necesaria, pero yo les podría decir que en momentos como el actual, en los que vemos que el turismo no necesariamente es una prioridad, o no se concibe como nosotros lo hemos concebido hasta ahora, se vale tener ideas nuevas y se vale tener ideas distintas. ¿Necesitamos un impulso? Bueno, pues que salga del sector privado, que salga de Cancún, que salga de los propios tour-operadores, que ofrezcan no solamente estar en la playa y salir de compras, que se empeñen también en despegar el Mundo Maya. No me cabe duda, el turismo es una industria pública y privada, pero es principalmente privada. Yo creo que hay tarea de los dos lados.

Fernando Martí: Durante tu gestión como secretaria de Turismo se inició básicamente la apertura de Cancún y del turismo mexicano hacia Sudamérica. Fue notorio que se crearon flujos turísticos de Brasil, de Argentina, de Chile, de Perú, y también fue notorio que se impulsara este proyecto

del Mundo Maya, que involucra a cuatro países centroamericanos. ¿Cómo ves eso de la diversificación de mercados que ha tenido Cancún? ¿Te parece que ha sido suficiente? ¿Ha sido exitosa? ¿Se ha quedado a medio camino? ¿Cuál es tu opinión al respecto?

“ ”

HOY VEMOS QUE EL TURISMO NO NECESARIAMENTE ES UNA PRIORIDAD.

Silvia Hernández: Me parece que es una carrera interrumpida, que tiene ciclos en los que se impulsa, y otros no tanto. En aquellos años quisimos hacerlo y la verdad lo logramos. Pero vuelvo al tema de que cuando uno sabe que tiene un mercado muy seguro, cuando estás muy cercano al territorio donde la gente tiene ahorros, donde puede huir del invierno a tomar el sol, puede estarse uno relajando y pensando, ahí está el mercado norteamericano, los americanos nos van a llegar sí o sí, y cada vez más nos llegan más canadienses. Cuando siente uno que tiene el mercado seguro, o muy maduro, también puede implicar decir, yo con esto me quedo. ¡No creo! Hay que diversificar, aventurarse, ir a la búsqueda de otros mercados. A mí me parece que aquí vuelve a entrar el Mundo Maya. Cancún es maravilloso, pero alguna vez, en alguno de tus foros, me invitaste —creo que con Miguel Quintana— a presentar justamente el tema de un Cancún más rico, con más valor agregado. Cuando uno está compitiendo en sol y playa, hay que ver que los otros mercados tienen muchos destinos de sol y playa. Yo estoy segura que ninguno como Cancún, pero los turistas miden el tiempo, estoy a tres horas, a cuatro horas de Miami, queda más o menos cerca la Dominicana, queda más o menos cerca nuestra competencia. Nos tendría que hacer pensar que tenemos algo más que sol y playa, y estupenda hotelería. Tenemos algo más. Pues todos los países del Caribe ofrecen el mismo mar turquesa, pero lo que no tiene ninguno es esta parte maya, es atreverse a pensar en un producto más sofisticado. No es que la oferta consista sólo en conocer pirámides, no es cierto que la gente sólo quiera ir a ver la historia, pero también es verdad que, si no se la enseñamos, menos la van a querer ver. Entonces, yo diría que sí, hay que diversificarse en la promoción y diversificarse en el producto. El producto sol y playa es el más comprado, es el que todos queremos tener una vez al año por lo menos, si tenemos los medios. Pero el producto Cancún-Mundo Maya es más excitante. Podría permitir que haga uno esa visita de fin de semana en la playa, pero también tres o cuatro días extra en la región. Diversificarse en el producto y diversificarse en la promoción, donde hemos tenido saltos grandes, y después recesos. Saltos muy grandes, y después recesos. Tengo una opinión y creo que se vale.



Tú eres muy respetuoso, respetas las opiniones y eso te hace ser un gran cronista de lo que es Cancún. Pensando en lo que es Cancún, y en ver cómo traemos gente de China, se me hace que estaría muy bien, pero la gente de China tiene que volar 20 horas para llegar acá, tiene que quedarse más de diez días para que valga la pena. Entonces, me parece que podríamos pensar que si vamos a trabajar con sol y playa, diversifiquémonos en función de la distancia, de los vuelos, de los costos. Si queremos diversificar, tenemos más mercados que abarcar. Esa es mi opinión.

“ ”

NO HAY QUE PENSAR QUE CANCÚN SE VOLVIÓ UN DESTINO SUSTENTABLE PORQUE HAY UNA VEREDA O UN RÍO EN UN HOTEL.

Fernando Martí: Creo que esa respuesta me lleva a la siguiente pregunta que dice, usted siempre habla de innovación en los foros donde se presenta. La pregunta concreta es, ¿necesita Cancún renovarse ya? Y si necesita renovarse, ¿cómo?

Silvia Hernández: Creo que desde mi abuelita se decía, ‘renovarse o morir’. Me gusta la innovación, siempre me ha gustado. Desde chiquita, era parte de la consigna en la vida, renovarse o morir. Cancún tiene en mi opinión, en ese éxito tremendo, quizás más la tentación de expandirse a la Riviera Maya. Más lejos en el territorio, pero el producto es lo mismo. Para algunas gentes puede ser más atractivo ir a la Riviera que a Cancún, pero solamente es sol y

playa lo que se vende. Estamos en un mundo extremadamente competitivo. Sol y playa hay en cualquier parte del planeta, dentro de ciertos parámetros geográficos. Entonces yo diría que sí, hay que renovarse, siempre renovarse. Cancún tiene que renovarse, como cualquier destino turístico. Tener 50 años no es poca cosa, ¿eh? Estos años lo hacen a uno pensar que dentro de poco Cancún puede ser un destino viejo, y por tanto empieza a tener menos valor. Yo deseo que no sea así, porque el éxito también impulsa. Creo que hay que renovarse, creo que hay que pensar mucho más en el tema ambiental. Hay que incorporar ese tema y no pensar que Cancún se volvió un destino ambiental y sustentable, porque hay una pequeña veredita o un río en un hotel, eso no es el turismo sustentable. Hay una demanda de ese producto que está pagando más. La industria debe poner productos, nos decían entonces —no me gusta la palabra, pero al final así lo usaban—, que no sean *commodities*, que no sean productos de anaquel. Hay productos por los cuales el comprador pregunta. Yo siento que hay que crecer en magnitud, sí, pero también hay que





crecer en valor. El valor que ya tiene Cancún con su infraestructura, con lo que ya dijimos, que no tengo porque volverlo a decir. Ustedes lo conocen, necesitan valor agregado, necesita agregársele, y me refiero al valor del viaje, no necesariamente a más hoteles. Cuando el producto necesita que se le agregue valor, es que está pensando en dónde se distinguen, cómo se distinguen. Agregar valor lo lleva a uno irremediamente a ser único, si es que esto se puede.

Fernando Martí: Más allá de Cancún, ¿en qué otras regiones de México es replicable este modelo de región turística?

Silvia Hernández: No creo que haya otra región similar. Recordemos cuando no era un destino turístico, en aquellas épocas en las que sobrevolaban el área —ya conocemos toda esta historia maravillosa, de ir viendo lo que iba a haber aquí—, pues no había nada, no había nadie. Me acuerdo que Sigfrido me decía: ‘22 pescadores en un palafito, Silvia’. No sé si era exactamente aquello, pero era un territorio que no

estaba poblado, un territorio que era selva, un territorio extenso, y que se podía colonizar en un sentido industrial, si me permiten. La gente de Cancún hoy viene de Coahuila, y de Nuevo León, y de Tlaxcala. Creo que no es fácil, no será fácil repetirlo. Además, siempre se piensa en el destino integralmente planeado, que se tendría que volver a repetir. Yo creo que no. Creo que es un modelo de aquella época, es un modelo que en este caso resultó exitoso porque, comparativamente, se volvió mejor que hacer algo similar en el Pacífico. Veán ustedes los destinos planeados integralmente del Pacífico. Ninguno despuntó, imposible comparación alguna con Cancún. Entonces, aquí se juntó todo. Yo creo que no hay repetición posible de un destino integralmente planeado, y de hecho, ahora las cosas más planeadas son aquellas que lo parecen menos. Las que a primera vista no dice uno, qué bien planeado está esto, sino, ¡qué atractivo!, ¡qué sofisticado!, ¡qué intrigante!, ¿no? Yo no creo que sea replicable Cancún, pero sí me parece que siendo Cancún un rotundo éxito del país, y de la gente de Cancún, que lo ha hecho así de grande, debe renovarse, debe pensar en el futuro de una manera atrevida.



NO CREO QUE HAYA OTRA REGIÓN SIMILAR A CANCÚN, YO CREO QUE NO HAY REPETICIÓN POSIBLE.

Fernando Martí: Para terminar, una pregunta de coyuntura. En base a tu experiencia, ¿qué tanto crees que afecte la pandemia la actividad turística en el futuro? No de inmediato, pero a mediano plazo...





Silvia Hernández: Lo estamos viendo. Estamos todos, afortunadamente, llenos de información. Hay conferencias y talleres de los organismos internacionales, de los mundiales, de los regionales. En este momento es un desastre para el turismo, no cabe duda. La gente primero piensa en su salud y en su vida, en no arriesgarla. Entre disfrutar de ir a la vacación anhelada o poner en riesgo a los hijos, no hay duda. Entonces, siento que hay un golpe tremendo para el turismo, pero también en esta desgracia para nuestra industria, encuentra uno el tiempo para pensar, ¿dónde está nuestra capacidad para diseñar la burbuja? Para diseñar este concepto innovador de los europeos, la burbuja. ¿Podemos hacer que llegando aquí haya una burbuja terrestre, un recorrido, juntar ciudades? ¿Dónde está nuestra burbuja? ¿Cómo hacemos que la gente venga y se sienta segura? Sin equivocarnos, porque me parece que estamos llenos de protocolos, y reglas, y certificaciones, y si solamente hay eso, la gente va a decir, ¿yo para qué voy a un hospital con playa? Yo diría que sí, es un impacto enorme, pero también una oportunidad para pensar, ¿cómo le vamos a hacer para satisfacer a ese turista que quiere disfrutar y al mismo tiempo estar seguro? Hay muchas cosas que hacer, entre otras usar la innovación, las plataformas en toda su diversidad, porque las podemos utilizar para la preservación ecológica, para seleccionar el buffet, para identificar los servicios. También la innovación tecnológica tiene un papel ahí.

Fernando Martí: Quiero darle las gracias a Silvia Hernández por la magnífica y atropellada exposición que hemos tenido esta tarde. La licenciada Hernández, como ustedes saben, fue secretaria de Turismo del año 1994 a 1997, pero a diferencia de muchos titulares que estuvieron de paso en la Sectur, ella se mantuvo ligada al sector, aportó su experiencia en muchísimas áreas, fue una asesora indispensable tanto para el sector oficial como para los organismos cúpula del sector privado. Durante muchos años participó, independientemente de los colores del gobierno, en la

elaboración de los planes nacionales de turismo, o de las propuestas de planes nacionales de turismo, y se ha mantenido muy actualizada en el tema. Desde hace varios años dirige un despacho de asesoría en la Ciudad de México, que se llama Estrategia Pública, que no solamente se dedica a cuestiones turísticas, aborda también otros campos, como la energía, en ese delicado y complicadísimo mundo que son las normas mexicanas. Silvia, te agradezco mucho tu participación y te dejo el micrófono por si quieres hacer algún comentario final.

“

... SI SOLAMENTE HAY ESO,
LA GENTE VA A DECIR:
¿YO PARA QUÉ VOY A UN
HOSPITAL CON PLAYA?

Silvia Hernández: Quiero decir que, entre otras cosas, me mantengo al día porque me invitas constantemente a tus Foros de Turismo, que han sido ese batallar casi personal, pero nos ha llevado a formar un equipo contigo. Preguntando a los amigos, qué es lo que dirías tú de Fernando Martí, uno me dijo, es el Bernal Díaz del Castillo de Cancún. Otro me dijo, con su amor por los libros, por la editorial, va a ser siempre perdurable su labor. Eso es con lo que quiero cerrar, gente como tú nos impulsa a estar siempre con el reto por delante. Muchas gracias por la invitación.

Fernando Martí: Deberíamos despedirte con un gran aplauso, te lo mereces, pero una de las desventajas de estos medios electrónicos de comunicación es que no podemos expresar atronadoramente nuestro entusiasmo. Silvia, muchísimas gracias a ti, y a todos los que nos vieron y se conectaron, y una disculpa reiterada por las fallas técnicas. No tengo las últimas cifras, pero hace rato había varios cientos de personas conectadas por Facebook, que de seguro disfrutaron y aprendieron con esta charla. Muchas gracias.