

Please cite this paper as:

OECD (2009), "Discurso Sergio Arzeni Seminario Cultura y Turismo", Opening Remarks at "Culture and Tourism: A Strategic Partnership", 23-24 January, Mexico City, Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development, OECD.



# **Discurso Sergio Arzeni Seminario Cultura y Turismo**

**OPENING REMARKS AT "CULTURE AND TOURISM: A  
STRATEGIC PARTNERSHIP"  
23-24 JANUARY 2009, MEXICO CITY (MEXICO)**

**Sergio Arzeni  
Director,  
Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local  
Development**



**Centre for Entrepreneurship,  
SMEs and Local Development,  
Tourism Division**

## DISCURSO SERGIO ARZENI SEMINARIO CULTURA Y TURISMO

México, enero de 2009

1. El binomio cultura y turismo es económicamente relevante porque representa un segmento fundamental de la industria de servicios. Todas las economías desarrolladas son esencialmente economías de servicios, y son los servicios el sector que más empleos crea en todos los países de la OCDE.
2. Los estudios de la OCDE documentan cómo *cultura y turismo* son importantes motores en la creación de empleos y de valor agregado y cómo la cultura y el patrimonio cultural no son un costo para un país sino por el contrario, son una importante fuente de ingresos y de exportación.
3. Nuestros estudios también demuestran cómo en la economía del conocimiento y de los valores intangibles las externalidades positivas del binomio cultura y turismo contribuyen a mejorar la calidad de vida, puesto que lo que es bueno para los turistas es bueno para los residentes y para los inversionistas.
4. Pero el dato más impactante lo constituye el hecho de que el gasto de los turistas culturales es el doble del gasto de los turistas que buscan sol y playa. Además el turismo cultural está creciendo a un ritmo más alto que el turismo en general. Y sabemos que el turismo tiene una tasa de crecimiento más alta que la de la economía en general.
5. La cultura y el turismo no sólo significan patrimonio del pasado, no sólo son piedras. Como lo ejemplifica magistralmente este museo, significan también modernidad e innovación; creatividad como la del diseño de los arquitectos. Significan factores intangibles pero contundentes como identidad y memoria.
6. La cultura es también arte visual, teatro, gastronomía, cine y televisión. El cine y la televisión tienen un papel fundamental para motivar a los turistas a visitar una exposición o un país. Como muestra basta un ejemplo: un solo film, El Señor de los Anillos, contribuyó a incrementar el turismo de Nueva Zelandia en 10 por ciento.
7. El caso de Michoacán es lo que en la OCDE definimos como “*best practice*”, es decir, una práctica ejemplar, un modelo inteligente de diversificación de la demanda turística, un ejemplo de la nueva frontera de desarrollo sustentable en sus múltiples dimensiones: económica, medioambiental, social y cultural, con atención particular a la cultura indígena. Y las cifras hablan claro: en sólo cinco años, entre 2002 y 2007, el número de turistas se ha duplicado y el turismo internacional ha aumentado diez veces. El promedio de ocupación hotelera aumentó en 50% y el promedio de permanencia se ha casi duplicado. Todo esto ha creado 40 000 nuevos empleos.
8. El caso de Michoacán constituye una práctica ejemplar y una política interesante para los otros estados mexicanos y para otros países de la OCDE.

Gracias.