

BOLETÍN DE PRENSA

Preocupación por el impacto del nuevo DNR en el turismo del Caribe Mexicano

- El turismo, pilar de la economía del Caribe Mexicano, del cual dependen miles de familias, hoy pierde visitantes.
- El incremento propuesto al DNR se sumaría a otros costos del viaje y podría afectar la competitividad, la demanda y el empleo en la región.

Cancún, Quintana Roo a 6 de octubre de 2026.

El Consejo Hotelero del Caribe Mexicano (CHCM), con el acompañamiento del Consejo Coordinador Empresarial (CCE) del Caribe y el respaldo de las organizaciones y asociaciones de servicios turísticos firmantes, fijó un posicionamiento conjunto sobre los efectos que podría tener en la competitividad turística y en el empleo el aumento al Derecho de No Residente (DNR) previsto en el Paquete Económico 2027.

Un aumento de cerca del 36% para 2027

En conferencia de prensa, Rodrigo de la Peña, presidente de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, señaló que el Caribe Mexicano reúne 12 destinos turísticos con cerca de 140 mil habitaciones hoteleras; que Quintana Roo representa más del 50% del turismo en México y cuenta con el aeropuerto con mayor flujo de pasajeros internacionales del país, y que estos destinos están en riesgo de una baja histórica en su ocupación. *“Este aumento pondría a nuestro destino en una situación de vulnerabilidad ante la fuerte competencia de otros destinos internacionales de playa”.*

La iniciativa propone elevar la cuota del DNR de \$983 a \$1,334.80 pesos por persona, un aumento de cerca del 36% en un solo año. De aprobarse la propuesta, el DNR pasaría de \$861 pesos en 2025 a \$1,334.80 en 2027, un incremento acumulado cercano al 55% en dos años. Este cobro se suma a las tarifas aéreas, al tipo de cambio y a otros costos del viaje, por lo que la preocupación del sector es su efecto acumulado sobre la competitividad de México frente a otros destinos.

Un entorno que exige prudencia

Uno de los factores de mayor impacto en la baja del turismo ha sido la reducción de vuelos y la pérdida de asientos disponibles. *“Entre enero y agosto de 2026 se registraron 1.6 millones de pasajeros internacionales menos que en el mismo periodo de 2025, solo en Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta”,* señaló Toni Chaves, presidente de la Asociación de Hoteles de la Riviera Maya.

“Para lo que resta del año esperamos una disminución de 3.1% en los asientos programados entre Estados Unidos, nuestro principal mercado, y México”, añadió.

Miriam Cortés, presidenta de la Asociación de Clubes Vacacionales de Quintana Roo (ACLUVAQ), señaló que factores como la falta de conectividad, el incremento de las tarifas aéreas, el tipo de cambio, la percepción de inseguridad y una mayor competencia internacional se están reflejando en una menor operación hotelera. Destacó que durante el primer semestre de 2026 los dos principales mercados para Quintana Roo registraron importantes caídas: Estados Unidos, con 359,033 turistas menos, y el mercado nacional, con una reducción de 198,959 visitantes. Aunque otros mercados mostraron crecimiento, el balance general fue de 508,819 turistas menos, cifra que equivale a aproximadamente 7.1 días de cero ocupación hotelera en el estado. Esta disminución representa además un impacto económico importante para las finanzas públicas, con una pérdida estimada de \$299,815,000.00 pesos por concepto de Derecho de No Residente (DNR).

Cortés agregó que la caída se ha acelerado, ya que en el primer semestre de 2025 la disminución fue de 238,543 turistas, mientras que en el mismo periodo de 2026 fue más del doble. Además, en tan sólo seis meses de este año se perdió más de dos terceras partes de los 749,212 turistas que dejaron de llegar durante todo 2025.

Por su parte, Alejandro Arvizu, presidente del CCE del Caribe, subrayó que cuando hablamos de turismo, no hablamos únicamente de hoteles y playas.

El turismo es una de las principales cadenas de valor de la economía mexicana. Su actividad impacta directamente a restaurantes, comercios, transporte, agencias de viajes, operadores turísticos, proveedores, construcción y a miles de pequeñas y medianas empresas que dependen de la llegada de visitantes.

La competitividad turística se traduce directamente en actividad económica, inversión y empleo. Cuando el turismo crece, se fortalece la economía local y nacional.

Recursos para fortalecer la actividad turística

De acuerdo con el CHCM, durante años el 80% de la recaudación del DNR se destinó a la promoción turística, que en 2017 llegó a contar con cerca de 4,460 millones de pesos. Ese esquema funcionó como un círculo virtuoso: más visitantes generaban más recursos para la promoción turística, y más promoción atraía más visitantes. Hoy, diez años después, el DNR no se canaliza a la promoción internacional ni a la infraestructura de los destinos.

David Ortiz Mena, presidente del CHCM y de la Asociación de Hoteles de Tulum, subrayó que la dimensión principal de esta preocupación es social: el turismo sostiene a trabajadores, restaurantes, transportistas, comercios, proveedores y pequeñas empresas, por lo que invertir en promoción ayuda a sostener la demanda y proteger el empleo. Reconoció la necesidad de modernizar los servicios migratorios y mejorar la experiencia de ingreso al país, pero señaló que cobrar más no puede ser un fin en sí mismo: el financiamiento debe sustentarse en costos transparentes, eficiencia y mejoras verificables en la atención al turista.

Peticiones

Considerando que el plazo para la aprobación de la iniciativa en la Cámara de Diputados vence el próximo 20 de octubre, el CHCM, el CCE del Caribe y las organizaciones firmantes exhortaron respetuosamente:

1. A la Comisión de Hacienda y Crédito Público de la Cámara de Diputados, a evaluar técnicamente en el dictamen el impacto integral del incremento en el turismo puntos clave como competitividad, demanda, recaudación y empleo, considerando los demás costos del viaje, y a abrir, antes de que concluya la discusión legislativa, una mesa de trabajo con Hacienda, SECTUR y el sector organizado.
2. A la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, a reconsiderar la magnitud del incremento y a destinar una parte importante de los recursos a promoción institucional, manejo de crisis reputacionales e imagen de México, con un esquema permanente, transparente y medible.
3. A la Secretaría de Economía, a valorar que encarecer la llegada de visitantes podría no ser consistente con los principios del Plan México en materia turística, que plantea posicionar al país como uno de los cinco más visitados del mundo, así como su efecto en la inversión del sector.
4. A la Secretaría de Turismo, a tomar en cuenta las afectaciones expuestas en la conectividad, la llegada de visitantes internacionales y el empleo, y a acompañar al sector en la construcción de soluciones con Hacienda y el Congreso de la Unión.

Las organizaciones reiteraron su disposición al trabajo institucional con las autoridades federales y el Poder Legislativo, y subrayaron que México necesita recuperar competitividad: facilitar la llegada de visitantes, generar condiciones atractivas para las aerolíneas, fortalecer su promoción e imagen, y proteger así la inversión y el empleo.



Consulta la conferencia de prensa completa: youtube.com/watch?v=jlWdcq4rwdw

Consejo Hotelero del Caribe Mexicano con el acompañamiento del Consejo Coordinador Empresarial del Caribe y el respaldo de:





SOBRE EL CONSEJO HOTELERO DEL CARIBE MEXICANO

El Consejo Hotelero del Caribe Mexicano agrupa a las Asociaciones de Hoteles de los distintos destinos turísticos, representando la fuerza económica y laboral más importante del estado de Quintana Roo. Con el objetivo de fortalecer la competitividad, la inversión y el empleo en el estado, promueve mejores prácticas, certidumbre regulatoria y competitividad, y contribuye a la derrama económica y el empleo que genera el turismo en la entidad. El turismo es el principal motor económico de Quintana Roo; la estabilidad normativa y operativa del alojamiento es condición para mantener la ocupación, el empleo y la inversión.

www.consejohoteleroacaribemexicano.org / FB [@ConsejoHoteleroCaribeMx](https://www.facebook.com/ConsejoHoteleroCaribeMx) / IG [@consejohoteleroacaribemexicano](https://www.instagram.com/consejohoteleroacaribemexicano)

Correo: seguimiento@consejohoteleroacaribemexicano.org

Teléfono / WhatsApp: +52 (984) 18 28 140