

**1**<sup>ER</sup> INFORME DE  
LABORES

2 0 1 2 - 2 0 1 3



## ÍNDICE GENERAL

	<b>Presentación</b>	<b>5</b>
<b>I.</b>	<b>Política Nacional Turística</b>	<b>9</b>
I.1.	La Política Nacional Turística y el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.	11
I.2.	Visión.	11
I.3.	Misión.	11
I.4.	Organigrama del Sector.	12
<b>II.</b>	<b>Principales Indicadores de la Actividad Turística</b>	<b>13</b>
II.1	La importancia económica del Turismo en México.	15
II.2.	Visitantes Internacionales a México.	15
II.3.	Ingresos de divisas por visitantes a México.	16
II.4.	Balanza Turística.	16
II.5.	Turismo Doméstico.	16
II.6.	Oferta Turística.	16
II.7.	Actividad Hotelera.	17
II.8.	Conectividad.	17
<b>III.</b>	<b>Rumbo a una Transformación y Ordenamiento del Sector Turístico</b>	<b>19</b>
III.1.	Modernización del Marco Jurídico e Institucional.	21
III.2.	Promover la Concurrencia de las Acciones Gubernamentales de las Entidades Federativas y Sector Privado en Materia de Turismo, con las del Gobierno Federal.	23
III.3.	Alinear la Política Turística de las Entidades Federativas a la Política Nacional Turística.	24
III.4.	Impulsar la Transversalidad Presupuestal y Programática de las Acciones Gubernamentales.	24
<b>IV.</b>	<b>Impulso a la Innovación de la Oferta y Mayor Competitividad del Sector Turístico</b>	<b>27</b>
IV.1.	Generación del conocimiento y competitividad.	29
IV.1.1	Generación del conocimiento.	29
IV.2.	Sistema de Información Datatur.	31
IV.2.1	Desarrollo de la Cultura Turística.	31
IV.2.2	Agenda de Competitividad para cada Destino Turístico.	32
IV.2.3	Atlas Turístico.	33
IV.3.	Infraestructura y Calidad de los servicios.	33
IV.3.1	Apoyo a la Infraestructura Turística.	33
IV.4.	Sistema Nacional de Certificación Turística.	35
IV.4.1	Calidad de los Servicios Turísticos.	36

IV.5.	Desarrollo de Destinos con Potencial Turístico.	38
IV.5.1	Consolidación y Diversificación de Productos Turísticos.	39
<b>V. Fomento del Flujo de Inversiones y Financiamiento en el Sector y la Promoción Turística</b>		<b>45</b>
V.1.	Mecanismos Legales y Financieros que estimulen el crédito y la Inversión hacia el Sector Turístico.	47
V.2.	Fomento a la Inversión Turística.	48
V.3.	Asuntos Internacionales.	49
V.3.1	Cooperación Bilateral.	49
V.3.2	Cooperación Multilateral.	52
V.4.	Promoción eficaz de los Destinos Turísticos.	53
V.4.1	Estrategia Integral de Promoción Turística.	53
V.4.2	Presencia de México y sus destinos Turísticos en el Mundo.	53
V.4.3	Programas Cooperativos.	55
V.4.4	Tianguis Turístico México.	56
V.4.5	Planeación, Promoción y Fomento de Nuestros Destinos Turísticos.	57
<b>VI. Sustentabilidad y Beneficio Social</b>		<b>63</b>
VI.1.	Programa de Turismo Sustentable.	65
VI.1.1	Destinos Sustentables.	65
VI.1.2	Promoción de Mejores Prácticas Ambientales.	66
VI.2.	Cambio Climático.	67
VI.3.	Ordenamiento Ecológico.	68
VI.4.	Seguridad Turística.	68
VI.4.1	Servicios de información, auxilio, asistencia y seguridad integral para turistas nacionales y extranjeros.	69
<b>VII. La Transversalidad como Estrategia para Sumar Esfuerzos</b>		<b>71</b>
VII.1.	Democratizar la productividad.	73
VII.2.	Promover un Gobierno cercano y moderno.	73
VII.2.1	Transparencia, Acceso a la Información y rendición de cuentas.	74
VII.3.	Incorporar la Perspectiva de Género en las Acciones de Gobierno.	76
<b>VIII. Anexos</b>		<b>79</b>
VIII.1	Estadísticas	81
VIII.2	Glosario.	84
VIII.2.1	Conceptos Genéricos.	84
VIII.2.2	Conceptos Aplicables al Turismo Nacional.	84
VIII.2.3	Conceptos Aplicables al Turismo Internacional.	84
VIII.3.	Acrónimos y Siglas.	86



# PRESENTACIÓN



## PRESENTACIÓN

En cumplimiento a lo dispuesto en los artículos 93 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 23 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Turismo (SECTUR) presenta el Primer Informe de Labores, que da cuenta de las principales acciones y resultados de la Administración Pública Federal en el sector durante el periodo de diciembre de 2012 a junio de 2013, en el marco de los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND).

El Primer Informe de Labores está compuesto por siete capítulos y tres anexos, que detallan las actividades sustantivas del ramo a cargo de las subsecretarías de Planeación Turística, Operación Turística e Innovación y Calidad, del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) y de la Corporación Ángeles Verdes (CAV); así como de las entidades coordinadas por la Secretaría: el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

En el capítulo I, se describe la **Política Nacional Turística** (PNT) que el Presidente de la República dio a conocer, así como las directrices a seguir en los próximos años. La alineación de la PNT con el Plan a través de sus cuatro estrategias y su impacto en la misión y visión de la Secretaría de Turismo y organigrama del sector.

En el capítulo II, **principales indicadores de la actividad turística**, se presenta el comportamiento y desarrollo que ha tenido el sector en México, a través de la generación permanente de los principales indicadores que esta actividad tiene.

En el capítulo III, se describen las acciones que la SECTUR está realizando en temas de la modernización del marco jurídico e institucional, la alineación de la política turística en las entidades federativas y el impulso que la transversalidad presupuestal y programática dará al sector **rumbo a una transformación y ordenamiento del sector turístico**.

El capítulo IV, se refiere al **impulso a la innovación de la oferta y mayor competitividad del sector turístico**, y entre sus contenidos se encuentran los avances en la dotación de infraestructura turística, en la diversificación de la oferta a través de líneas de producto, en la generación del conocimiento y en la certificación de estándares de calidad para elevar la competitividad.

En el capítulo V, **fomento del flujo de inversiones en el sector y la promoción turística**, se explica la importancia estratégica que adquieren las inversiones públicas y privadas al sector y su fomento, se describen las acciones realizadas a favor de la promoción de nuestro país ante el mundo y se expone la cooperación bilateral y multilateral que México ha emprendido.

En el capítulo VI, **sustentabilidad y beneficio social** se reportan las actividades de preservación del medio ambiente en los destinos turísticos, así como sus programas orientados al desarrollo regional y a la asistencia y seguridad integral de los turistas.

En el capítulo VII, se aborda el tema de **la transversalidad como estrategia específica del Gobierno Federal para sumar los esfuerzos** de todos los actores que participan en el sector turismo. Lo anterior, con base en las estrategias establecidas en el PND: Democratizar la Productividad; tener un Gobierno Cercano y Moderno; y con Perspectiva de Género. Asimismo, se incluye en este apartado los contenidos

relativos a la Transparencia, Acceso a la Información y Rendición de Cuentas. Se presentan los esfuerzos para asegurar un ejercicio transparente de la gestión pública en apego a la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental, además de una sección en la que se difunden a la ciudadanía los avances en el ejercicio del presupuesto.

Finalmente el apartado de **anexos** incorpora estadísticas con la información relevante del sector, el glosario de términos de los conceptos y una sección de acrónimos y siglas, utilizados a lo largo del informe.



Bahía de Banderas, Nayarit





# I. POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA



El 13 de febrero de 2013, el Presidente de la República dio a conocer la Política Nacional Turística (PNT) y las directrices que guiarán el sector durante los siguientes años, con la finalidad de aprovechar el potencial turístico de México, generar una mayor derrama económica en el país y hacer del turismo una verdadera palanca del desarrollo y bienestar social.

Hoy, México cuenta con un amplio capital para consolidar y aprovechar los beneficios que ofrece el sector. La nueva política de Estado reconoce esta fortaleza y delinea una estrategia que rompe inercias y traza un rumbo claro para que el país cuente con una industria turística eficiente, responsable y sustentable.

La PNT establece cuatro ejes estratégicos enfocados a: I) ordenar y transformar el sector para hacerlo más eficiente y eficaz; II) avanzar en la innovación y en la competitividad de la oferta turística; III) dar un nuevo impulso al fomento de la inversión turística y la promoción de los productos y destinos mexicanos hacia adentro y afuera del país, así como IV) garantizar la sustentabilidad económica, ambiental y social del sector.

Transversalidad, competitividad y sustentabilidad son los pilares planteados en la nueva política turística que permitirán transformar al sector, a fin de apoyar la construcción de un México próspero y con mayores oportunidades para todos. La PNT presentada por el Gobierno de la República sienta las bases para la implementación de acciones públicas deliberadas, que parten de un diagnóstico compartido del estado actual del sector turismo, que sustenta la formulación de una política pública articulada, con objetivos claros, pero sobre todo, efectiva para superar los retos de esta industria.

### **I.1. La Política Nacional Turística y el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018**

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 definió cinco grandes metas y tres estrategias transversales que permitirán que México alcance su máximo potencial.

Un México en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global, es el proyecto de nación que la Presidencia de la República construyó a partir de un amplio ejercicio democrático de participación ciudadana.

El PND define la agenda estratégica de prioridades y acciones que requiere el país, en la cual el turismo es una

pieza fundamental. En este sentido, el PND incorporó las directrices de la PNT y se precisaron los objetivos, las acciones específicas, así como los factores claves en los que se debe incidir para alcanzar los beneficios que esta industria genera en el desarrollo nacional.

El turismo tiene un impacto directo en el desarrollo económico del país, razón por la cual se encuentra considerado en la meta nacional México Próspero cuyo objetivo es: Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. Para articular las acciones y cumplir lo establecido se determinaron cuatro estrategias:

- Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.
- Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.
- Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.
- Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Estas estrategias se acompañan de 23 líneas de acción, cuyo objeto recae en el establecimiento de una transversalidad con las políticas económicas y sociales para impulsar el crecimiento, el empleo, el fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas, así como para la generación de opciones de futuro para las regiones receptoras de turismo con un alto contenido de inclusión social, al tiempo que se preserva la riqueza natural y cultural de México.

### **I.2. Visión**

Convertir a México en una potencia turística a nivel global es tarea prioritaria para la presente administración.

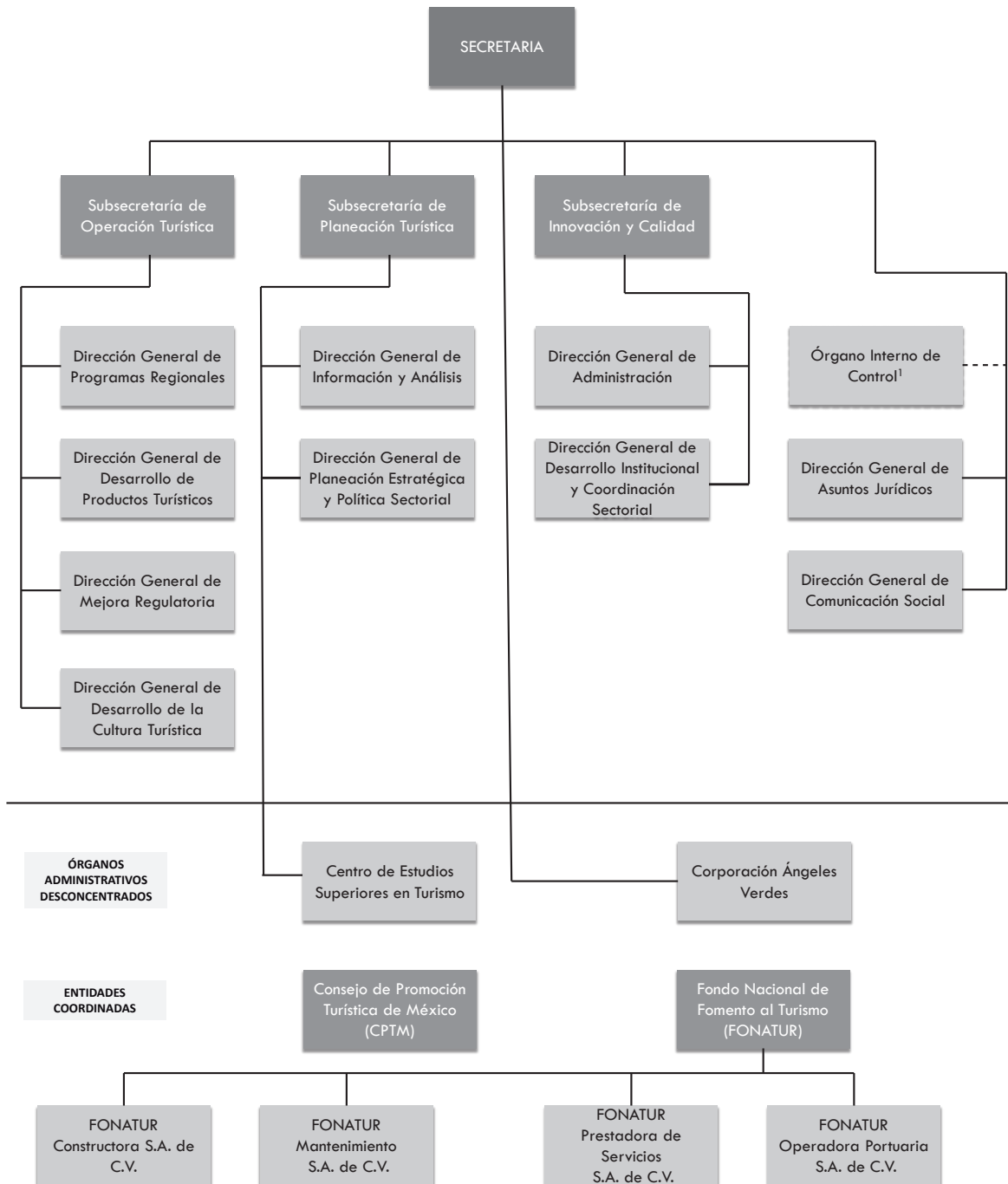
El nuevo modelo plantea una visión donde se posicione a México como un destino turístico de clase mundial, atractivo, confiable, competitivo y sustentable, que genere crecimiento con igualdad de oportunidades y una fuente de bienestar social.

### **I.3. Misión**

Para posicionar a México como un destino de clase mundial, la misión de la SECTUR plantea formular y conducir la política turística del Gobierno de la República y articular las acciones de las distintas instancias y niveles de gobierno, con el propósito de contribuir al crecimiento económico de México.

## I.4. Organigrama del sector

### SECRETARÍA DE TURISMO



<sup>1</sup>El Órgano Interno de Control sólo se refleja para efectos de representación gráfica, toda vez que depende jerárquica y funcionalmente de la Secretaría de Función Pública



## II. PRINCIPALES INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA



El turismo está en continuo crecimiento y es uno de los sectores más competidos en el mundo. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), el turismo medido por la llegada de turistas internacionales creció a una tasa promedio anual de 3.6% a nivel global en el periodo de 2000 a 2012.

El turismo representa el 5% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial con más de 1 billón de turistas en 2012 y generó ingresos por mil 75 billones de dólares en el mismo año.

Con la implementación de la PNT se busca reactivar el sector de forma estratégica y eficaz, con objeto de incrementar la participación de México en el mercado mundial y con ello generar mayor derrama económica en el país.

## II.1. La importancia económica del turismo en México

La SECTUR cuenta con una amplia gama de indicadores turísticos que genera de manera permanente, algunos de ellos son creados por instituciones como el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), el Banco de México (Banxico), el Instituto Nacional de Migración (INM), la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), entre otras. Los resultados que se tienen se encuentran difundidos a través del Sistema de Información DataTur<sup>1</sup> y dentro de este apartado se destacan algunos de los principales resultados.

En marzo de 2013, el INEGI presentó los resultados de la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) para el periodo 2007-2011. La CSTM fue elaborada en el marco de trabajo del Comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo (CTEEST), e incluye la información disponible más actualizada, muestra la información económica en valores corrientes y constantes con respecto al año base 2003.

- En 2011, el turismo reafirma su importancia en la economía nacional, ya que contribuye con el 8.4% del PIB

- El PIB turístico observado en 2011 a precios constantes fue equivalente a 728 mil 186.5 millones de pesos, monto ligeramente mayor a la suma total del PIB de los estados de Aguascalientes, Durango, Morelos, Quintana Roo, Yucatán y Zacatecas.

<sup>1</sup>DataTur es un sistema de información estadística que recaba, procesa y difunde información básica de la actividad hotelera del país, así como de otros agentes turísticos e integra estadísticas sobre otras actividades económicas vinculadas al turismo.

- De acuerdo a la CSTM, en 2011, el 6.8% de los puestos de trabajo equivalentes remunerados, se generaron en la industria turística y representaron 2 millones 474 mil 162.

- Es importante destacar que el turismo doméstico representa el 82.3% del consumo turístico en México, es decir, ocho de cada diez son consumidores nacionales y es casi ocho veces superior al consumo receptivo.

La tasa media anual de crecimiento de la oferta total de cuartos de alojamiento fue de 4% entre 2000 y 2012; la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de empleos en 2011, 6.8% del empleo total.



Turistas en la Sierra de Chihuahua

## II.2. Visitantes internacionales a México

De enero a junio de 2013, México recibió a un total de 38.3 millones de visitantes internacionales, de los cuales, el número de turistas internacionales al país ascendió a 11.7 millones y el número de excursionistas sin pernocta fue de 26.6 millones de llegadas.

Del total de turistas internacionales que ingresaron al país de enero a junio de 2013, 7.2 millones correspondieron a turistas de internación y 4.5 millones a turistas fronterizos.

De enero a junio de 2013, el turismo de internación, principal variable del turismo internacional, aumentó 2.5% respecto al mismo periodo del 2012.

En los primeros seis meses de 2013, el número de llegadas de excursionistas fronterizos sumó 24.1 millones, mientras que el arribo de excursionistas en cruceros ascendió a 2.6 millones.

En el periodo de enero a junio de 2013, México registró un incremento en la llegada de visitantes, siendo Estados Unidos de América (EUA) el principal emisor a nuestro país

con 3.5 millones, cifra 7.9% superior respecto al mismo periodo de 2012; mientras que del Reino Unido llegaron 191.9 miles de visitantes lo que representó un aumento de 18.9%, en comparación al mismo periodo de 2012.

De acuerdo a información publicada en junio de 2013 de la OMT correspondiente al cierre de 2012, con excepción de Estados Unidos, México es el país más visitado del continente americano (23.4 millones de visitantes), al recibir 43% más turistas que Canadá, así como un 48% más turistas que los que llegan conjuntamente a Brasil, Argentina y República Dominicana.

### II.3. Ingresos de divisas por visitantes a México

Entre enero y junio de 2013 la captación de ingresos por visitantes internacionales a México sumó 7 mil 119 millones de dólares, de los cuales, el 85.2% fue generado por los turistas al interior y fronterizos, el restante 14.8% a excursionistas fronterizos y de cruceros.

Los ingresos captados por el turismo de internación ascendieron a 5 mil 808 millones de dólares (81.6% del total de divisas captadas), mientras que los ingresos captados por el turismo fronterizo fueron de 256 millones de dólares

Los excursionistas fronterizos generaron ingresos por 848 millones de dólares, entretanto los excursionistas de cruceros permitieron captar 207 millones de dólares.

El gasto medio de los visitantes internacionales ascendió a 185.7 dólares durante los primeros seis meses de 2013.

El gasto medio de los turistas de internación fue de 804.5 dólares, el de los turistas fronterizos de 57.5 dólares, el de los excursionistas fronterizos fue de 35.2 dólares y el gasto medio de los pasajeros en crucero fue de 80.2 dólares.

El gasto medio de los turistas que se internan en el país vía aérea creció en 2.9% al registrar 863 dólares en el periodo enero – junio 2013, respecto al gasto promedio del mismo periodo del año anterior que fue de 839 dólares.

### II.4. Balanza turística

Durante los primeros seis meses de 2013, el superávit de la balanza turística se ubicó en 3 mil 130 millones de dólares, como resultado de los ingresos generados que sumaron 7 mil 119 millones de dólares, y de egresos que alcanzaron un monto de 3 mil 989 millones de

dólares. Dicha cifra representó un incremento de 9.7% en comparación con el saldo de 2 mil 854 millones de dólares observado durante el primer semestre de 2012.



Aeropuerto de la Ciudad de México

### II.5. Turismo doméstico

De acuerdo con los últimos datos disponibles, al cierre del año 2012, en nuestro país se registró la cifra de 68.1 millones de llegadas de turistas nacionales a hoteles, cifra que representa un crecimiento de 6.6% respecto al año anterior. Durante el primer semestre de 2013, se registró la llegada de 32.7 millones de turistas nacionales a hoteles, 2.6% más que el mismo periodo del año anterior.

### II.6. Oferta turística

En lo que respecta a la oferta de cuartos a nivel nacional, al cierre de 2012 se registraron 660,546 cuartos, cifra superior en 1.4% respecto a 2011; en ese año los estados que en mayor medida contribuyeron a dicho crecimiento fueron: Chihuahua, Jalisco, Morelos, Oaxaca, y Puebla.

Por lo que corresponde a la oferta total de establecimientos de alojamiento del cierre 2012, se registraron 17,669 unidades, cifra que es superior en 2.2% respecto al año anterior.



## II.7. Actividad hotelera

La actividad hotelera por su parte, registró 192,651 cuartos ocupados en promedio correspondiente a enero-junio de 2013, 6.8% superior a igual periodo de 2012.

Número de cuartos ocupados promedio diario en 2013

Tipo de Centro	Enero-junio 2013	Variación (%) 13/12
Centros de Playa	100,484	7.82%
CIP's	35,380	9.60%
Ciudades	92,167	5.79%
Grandes	43,455	7.32%
Del Interior	43,072	4.29%
Fronterizas	5,641	5.80%
<b>Total 70 destinos</b>	<b>192,651</b>	<b>6.84%</b>

FUENTE: Secretaría de Turismo. Monitoreo DataTur

Para ese mismo periodo, los 70 principales destinos mostraron un porcentaje de ocupación promedio del 55.9%, lo que representa un incremento de 2.2 puntos porcentuales respecto al mismo lapso de 20

## II.8. Conectividad

### Transporte aéreo

De acuerdo a cifras dadas a conocer por Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), durante el primer semestre del año, se tiene registro de 22.0 millones de llegadas de pasajeros a los aeropuertos del país, lo que representó un incremento del 6.8% respecto del mismo periodo de 2012. La llegada de pasajeros en vuelos nacionales ascendió a 14.0 millones, 6.5% mayor, respecto al mismo periodo del año anterior. Por su parte, la llegada de pasajeros en vuelos internacionales sumó 8.0 millones, 7.4% al mismo periodo del año previo.

En cuanto al tipo de destino, durante el primer semestre del año, las ciudades concentraron la llegada de pasajeros vía aérea con el 68.7%, en tanto que los centros de playa el 31.3%.

En lo que refiere al número de vuelos, de enero a junio, se registraron 254 mil 500, cifra 4.8% mayor, respecto al número de vuelos del mismo periodo de

2012. Al respecto los vuelos nacionales sumaron 182 mil 200, mientras que los internacionales 72 mil 300.

### Transporte marítimo

Almes de junio de 2013, el número de pasajeros en cruceros en los principales puertos del país ascendió a 2.3 millones.

Los puertos marítimos del país que presentaron incrementos, en el periodo de enero a junio de 2013, fueron Ensenada, Baja California, Loreto, Baja California Sur, Puerto Escondido, Oaxaca, y Acapulco, Guerrero. Este último presentó un incremento del 55.5% con respecto al mismo periodo de 2012.

Al mes de junio de 2013, el puerto de Cozumel, Quintana Roo, sumó el mayor número de pasajeros en cruceros (65.8% del total nacional).



Aeropuerto de la Ciudad de México



Cañón del Sumidero, Chiapas



### III. RUMBO A UNA TRANSFORMACIÓN Y ORDENAMIENTO DEL SECTOR TURÍSTICO



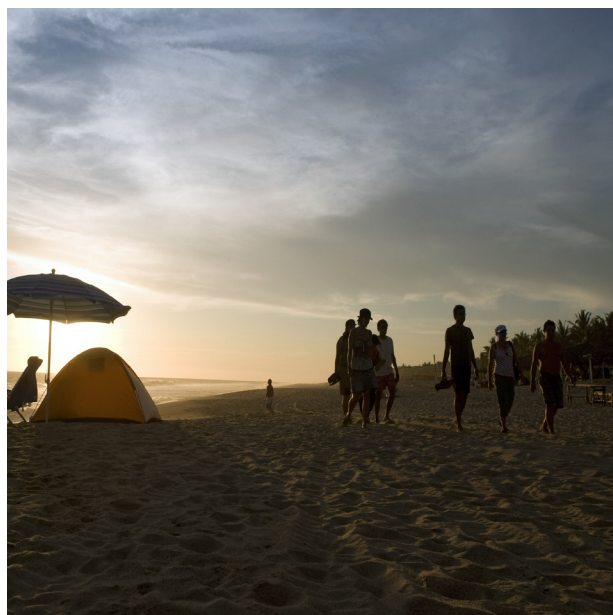
Con objeto de contar con instrumentos de política pública que respondan a las nuevas tendencias que el turismo demanda, se impulsa la modernización del marco normativo e institucional. Asimismo, se promueve el trabajo coordinado intersectorial y con los distintos órdenes de gobierno a fin de alinear los esfuerzos de la acción pública hacia un objetivo común: construir sinergias entre las dependencias del Gobierno de la República y los gobiernos locales para promover ejes transversales de incidencia en la industria turística.

Como parte de los trabajos de ordenamiento del sector, se busca alinear a la estructura de la Secretaría de Turismo y sus entidades coordinadas (CPTM, FONATUR, CAV, CESTUR) a los nuevos retos que exigen los actores de la actividad, traducidos en las estrategias y líneas de acción del PND.

En este sentido, se realiza un esfuerzo sin precedentes para identificar la aportación de cada programa desarrollado en el sector, así como de los resultados generados por éstos a partir de los recursos que le son asignados.

Adicionalmente, se impulsa la alineación de los esfuerzos que realizan las entidades federativas para el desarrollo de la actividad turística en cada una de ellas a la política turística federal.

De entre las principales acciones para lograr la transformación del sector, destacan las siguientes:



Playa Michigan, Guerrero

### III.1. Modernización del marco jurídico e institucional

El diseño de la política pública requiere de la solidez de un marco de actuación que establezca claramente los instrumentos para su implementación.

Por ello, es necesario fortalecer la capacidad institucional del sector mediante la modernización del marco legal para potenciar las acciones de la SECTUR y elevar los efectos de la política sectorial en su conjunto.

Derivado de la primera directriz de la PNT, “Ordenamiento y transformación sectorial”, de la línea de acción “Actualizar el marco normativo e institucional del sector turístico” y del Objetivo 4.11 del PND, la dependencia ha realizado acciones específicas a partir del 1 de diciembre de 2012 para impulsar la mejora del marco jurídico e institucional del sector.

Estas acciones se clasifican en los siguientes rubros:

#### Agenda legislativa

- La dependencia ha emitido su opinión sobre 20 dictámenes, minutas e iniciativas con proyecto de decreto para reformar, adicionar y derogar diversas disposiciones relacionadas con el sector, de las cuales 9 correspondieron a la Ley General de Turismo.
- De estas iniciativas, se aprobó la reforma al artículo 132 de la Ley General del Equilibrio y la Protección al Ambiente, publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 20 de mayo de 2013, en la cual se incluyó a la SECTUR como una de las dependencias que se coordinará con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) para intervenir en la prevención y control de la contaminación del medio marino, así como en la preservación y restauración del equilibrio de sus ecosistemas, dentro del ámbito de las atribuciones de la SECTUR y con arreglo a lo establecido en la Ley General de Turismo.
- Las demás iniciativas que fueron dictaminadas se encuentran en periodo de dictamen por las Comisiones a las que fueron turnadas.

#### Formalización de acuerdos

- Se publicó el 9 de enero de 2013 en el DOF el “Acuerdo por el que la Secretaría de Turismo establece su domicilio legal” así como el “Acuerdo por el que se

delegan diversas facultades a los servidores públicos que se indican” el 4 de julio de 2013. Dichos acuerdos tienen por objeto brindar mayor certeza jurídica al desempeño de los asuntos de competencia de esta Secretaría, así como agilizar los procedimientos administrativos internos, facilitar su operación y fortalecer la actuación de la dependencia.

- Formalización de convenios modificatorios a los convenios de coordinación en materia de reasignación de recursos.
- Del 11 al 26 de diciembre de 2012, se publicó en el DOF cinco convenios modificatorios a los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos de los estados de Baja California, Chihuahua, Quintana Roo, Sonora y Zacatecas, con la finalidad de dar publicidad al uso y destino de los recursos federales otorgados a dichas entidades federativas.
- De acuerdo con el programa de subsidios U-001 “Apoyos para el Desarrollo de la Oferta Turística”, contenido en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2013, se elaboró un modelo de Convenio de Coordinación para el otorgamiento de subsidios para programas o proyectos de desarrollo.
- Bajo este nuevo esquema durante el ejercicio fiscal 2013, se tiene previsto otorgar subsidios para el desarrollo turístico, a todas las entidades federativas que se encuentren en condiciones de recibir recursos federales, por un monto total de 1,461.85 millones de pesos. Ello representa un incremento aproximado del 34% de los recursos federales ministrados a las entidades, con relación al monto del ejercicio fiscal 2012.
- Formalización de Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico. Al 30 de junio de 2013, se han dictaminado 30 Convenios de Subsidio, de los cuales 20 han sido formalizados.

#### **Dictamen de diversos instrumentos jurídicos**

- La SECTUR elaboró, revisó y dictaminó 15 instrumentos jurídicos en diversas materias, como transferencia de recursos presupuestarios, apoyo a la operación del servicio de auxilio, coordinación horizontal y transversal y colaboración específica, entre otros.
- Los instrumentos dictaminados tienen por objeto

promover el desarrollo turístico, en colaboración y coordinación con las distintas dependencias y entidades con las que se formalizan dichos instrumentos.

- En particular, se deben resaltar los proyectos de convenios con diversas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, tales como la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), y el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), entre otras.
- Cabe destacar que el 4 de julio de 2013 se firmó un Convenio de Colaboración con el FONATUR y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), el cual tiene por objeto promover el desarrollo y la competitividad de los pueblos y comunidades indígenas a través de proyectos sustentables ligados al turismo de naturaleza, al ecoturismo y al turismo rural en el territorio nacional.
- Asimismo, el 25 de julio de 2013 se firmó con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) el Anexo de Ejecución del Convenio del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, el cual tiene como objetivo continuar la articulación de los esfuerzos de los sectores público, privado y social para incrementar la inversión en ciencia, tecnología e innovación, y lograr una mayor eficacia y eficiencia en su aplicación.

#### **Dictamen y formalización de acuerdos interinstitucionales internacionales**

- Del 1 de diciembre de 2012 al 30 de junio de 2013, se dictaminaron 7 acuerdos interinstitucionales de cooperación turística con Costa Rica, España, Indonesia, Malasia, Perú, Venezuela y la Alianza del Pacífico, en cumplimiento con el marco normativo mexicano.
- Estos acuerdos tienen como finalidad impulsar al sector en el ámbito internacional y potenciar la creación de nuevas oportunidades de colaboración con otros países, así como incrementar los flujos de turistas que viajan a nuestro país y compartir buenas prácticas que han dado buenos resultados en sus lugares de origen.
- A partir de los referidos acuerdos, el 29 de enero de 2013 la SECTUR formalizó el Programa Específico de Cooperación a desarrollarse en el marco del

Memorándum de Entendimiento con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Reino de España. Asimismo, el 24 de abril de 2013 se suscribió el Memorándum de Entendimiento con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de la República de Perú.

### **Atención y defensa de los intereses de la SECTUR**

- Se han contestado 18 juicios de amparo administrativo, de los cuales 2 se han promovido en representación del Presidente de la República; 13 por refrendo de diversas leyes; dos por resoluciones emitidas por el Órgano Interno de Control de la dependencia, y uno interpuesto por la comunidad indígena de Mogotavo, Chihuahua.
- Respecto a las resoluciones emitidas por la SECTUR por violaciones a las Normas Oficiales Mexicanas, se han atendido 6 demandas de nulidad y tres recursos administrativos de revisión interpuestos por prestadores de servicios.
- En materia laboral, al 1 de diciembre de 2012 existían 44 juicios laborales interpuestos en contra de la institución. Desde esa fecha, se han presentado 6 juicios más y se concluyeron 3 que iniciaron antes del 2012. Asimismo, se resolvieron 5 juicios laborales, los cuales se encuentran sujetos a resolución en juicio de amparo.
- En materia penal, se fortaleció el apoyo al órgano administrativo desconcentrado Corporación Ángeles Verdes en la presentación de querrelas, por delitos cometidos en perjuicio de sus activos.

### **Diagnóstico Integral de la Administración Pública Federal**

- En cumplimiento al Decreto de Austeridad emitido el pasado 10 de diciembre, se realizó un diagnóstico organizacional del sector que sienta las bases para la transformación institucional a fin de hacerla más eficiente y capaz de responder de forma eficaz a los objetivos del PND y a las demandas ciudadanas.
- El diagnóstico se realizó en todas las Unidades Administrativas y Órganos Administrativos Desconcentrados de la Dependencia, en los siguientes temas: procesos internos; tecnologías de información y comunicación; estructura orgánica; programas presupuestarios; gastos de operación; fideicomisos y mandatos públicos; programas de subsidio así como el comportamiento de pagos de servicios personales.

- Los resultados obtenidos ofrecen las bases metodológicas y de información real para coordinar esfuerzos concretos que permitan alinear a diferentes instancias del gobierno, sector privado y social en los programas, proyectos, acciones, estructura y presupuesto de la Institución. Lo anterior, con la finalidad de hacer de la actividad turística nacional, un motor de desarrollo regional, generadora de empleo formal y permanente, así como una promotora de inversiones nacionales y extranjeras en el mediano plazo.

### **Mejora regulatoria interna**

En el marco del Sistema de Mejora Regulatoria Interna, de enero a julio de 2013 se dictaminaron tres proyectos con la finalidad de fortalecer la operación institucional y los recursos asociados a ella así como generar acciones concretas para garantizar un clima laboral equitativo y de respeto:

- Políticas de Operación para el Uso, Aprovechamiento y Conservación de las Tecnologías de Información y Comunicación en la Secretaría de Turismo y sus Órganos Administrativos Desconcentrados.
- Bases de Organización y Operación del Comité de la Perspectiva de Género en el Sector Turismo Federal.
- Reglas de Organización y Funcionamiento del Comité para la Prevención, Orientación y Seguimiento a Casos de Hostigamiento y Acoso Sexual en la SECTUR.

### **III.2. Promover la concurrencia de las acciones gubernamentales de las entidades federativas y sector privado en materia de turismo, con las del Gobierno Federal**

En el marco institucional del federalismo, se desplegó una intensa vinculación con los gobiernos locales en temas estructurales como:

- La inversión pública federal a través de la suscripción de Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico, con los que se apoyan proyectos conjuntos en 20 entidades federativas.
- Las líneas de productos regionales en las que se determinó trabajar conjuntamente como prioridad de operación turística tanto en la región Frontera Norte (Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas), como en la región Mundo

Maya (Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán).

- El impulso al desarrollo turístico local para el cual derivado de las reuniones celebradas con autoridades estatales, se solicitaron apoyos para 174 proyectos derivados de estudios que fueron elaborados a través del Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios de FONATUR, de los cuales se apoyaron 157 propuestas con recursos federales y estatales por un monto de 1,577 millones de pesos, lo que representa el 54.7% del total autorizado para proyectos de desarrollo local durante 2013.
- Con la finalidad de impulsar una mayor concurrencia con los gobiernos locales y con el sector privado, se apoyaron eventos de carácter nacional e internacional que contaron con la asistencia de prestadores de servicios, representantes de empresas, destinos y corporativos.
- De igual forma se han instalado mesas de trabajo entre diversas dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y asociaciones privadas del sector turismo como: Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET); Confederación Nacional Turística (CNT); Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO), Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO-SERVYTUR), Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), Cámara Nacional de Autotransporte, Pasaje y Turismo (CANAPAT), Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM); Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles (ANCH), Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV) y la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México (AHCM). En dichas mesas se presentan diversas problemáticas y se plantean soluciones conjuntas para mejorar las condiciones para el desarrollo de la actividad turística.

### III.3. Alinear la política turística de las entidades federativas a la Política Nacional Turística

La PNT y las estrategias plasmadas en el PND definieron la hoja de ruta que orientará la actividad turística durante esta administración. Para alcanzar la efectividad de la política turística es fundamental construir mecanismos de coordinación con las autoridades del ámbito público, con objeto de avanzar hacia un mismo fin: el desarrollo del turismo.

La participación, coordinación y corresponsabilidad, son la clave para la construcción de una política turística exitosa, a favor de un federalismo participativo en el que todas las partes colaboren en un esfuerzo coordinado. Para ello:

- Hasta el mes de agosto de 2013, se han realizado tres foros regionales de consulta con una participación de 13 gobiernos locales y cuyas sedes fueron los estados de Morelos, Querétaro y Jalisco. En los foros participaron más de 2,000 personas que aportaron en las mesas de debate más de 500 propuestas.

### III.4. Impulsar la transversalidad presupuestal y programática de las acciones gubernamentales

Con miras a promover la articulación de las acciones gubernamentales y alinear la PNT con las entidades federativas en términos presupuestales y programáticos, el miércoles 21 de agosto de 2013 el Presidente Enrique Peña Nieto instaló el Gabinete Turístico que asegura la transversalidad de la Política Nacional Turística y que suma a los distintos órdenes de gobierno, así como las acciones y presupuestos de las dependencias federales con incidencia en el sector.

Desde el Gobierno de la República entendemos al turismo como una herramienta económica y social para generar desarrollo e impulsar el crecimiento económico. Para detonar todo su potencial, el sector requiere una agenda transversal política, económica y social que se ha establecido por medio del Gabinete Turístico. Este instrumento transversal ha sido concebido como una instancia coordinadora y facilitadora en la Administración Pública Federal para que las prioridades estratégicas del sector se traduzcan en acciones, programas y proyectos específicos. Éste permitirá organizar, operar, y desarrollar la estructura institucional para la conducción de políticas públicas eficaces.

El objetivo que estableció el Presidente de la República para el Gabinete Turístico es coordinar las acciones de las dependencias federales para lograr los objetivos planteados por el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, así como eficientar, racionalizar y exponenciar el uso de los recursos públicos destinados al sector. Ello será posible por medio de la agenda que se plantee en cada uno de los grupos de trabajo.

El PND estableció los objetivos, las estrategias y las líneas de acción para el sector turístico, pero para lograr su consecución no sólo se requiere la interacción



cotidiana de las distintas dependencias, sino es necesario incorporar las iniciativas y opiniones del sector privado y social y de las entidades federativas y municipios en la resolución de problemas públicos identificados, así como en el diseño e implementación de las acciones que detonarán el potencial del sector.

Además de los invitados que tendrá cada grupo de trabajo, los diez integrantes permanentes de este Gabinete Turístico son: las secretarías de Gobernación, de Relaciones Exteriores, de Hacienda y Crédito Público, de Medio Ambiente y Recursos Naturales, de Economía, de Comunicaciones y Transportes, de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano, la Oficina de la Presidencia de la República, la Consejería Jurídica del Ejecutivo Federal y la Secretaría de Turismo.

El Gabinete Turístico se integra por ocho grupos de trabajo, derivados de las estrategias del sector, establecidas en el PND. Estos son: 1) Ordenamiento y Coordinación Institucional, 2) Conectividad e Infraestructura, 3) Registro, Calidad y Certificación de Servicios Turísticos, 4) Facilitación de Inversiones y Financiamiento, 5) Facilitación de Viaje, 6) Promoción Eficaz, 7) Seguridad Integral para el Turismo, 8) Innovación, Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos.

A partir de las mesas de trabajo se extiende la invitación a las cámaras empresariales, entidades federativas, organizaciones de la sociedad civil e instituciones académicas del sector para participar en discusiones y acciones que se consideren pertinentes. Cada una de las mesas de trabajo traducirá las necesidades del sector en políticas públicas específicas.

### Convenios de colaboración

La SECTUR, el FONATUR y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), firmaron el 4 de junio del presente año un convenio de colaboración para promover el desarrollo y la competitividad de los pueblos y comunidades indígenas, a través de la implementación de proyectos sustentables ligados al turismo de naturaleza, al ecoturismo y al turismo rural en el país.

En el periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2013 se realizaron 32 evaluaciones de proyectos turísticos de grupos sociales de zonas indígenas, con lo cual se detonó una inversión estimada de 33 millones de pesos, vía financiamiento de la CDI.

### Facilitación migratoria

La política de visas se ubica entre los requerimientos más importantes que tiene un impacto determinante en los flujos de turismo internacional. En el caso de México, como parte de las acciones de facilitación migratoria, se destaca la aceptación de la visa estadounidense como requisito suficiente para ingresar al país como turista, de tal forma que en el primer semestre de 2013, se beneficiaron 131 mil 800 visitantes internacionales que ingresaron al país bajo esta modalidad.

Así, el número de visitantes internacionales que ingresaron a México entre mayo de 2010 y junio de 2013 con visa de los Estados Unidos de América, ascendió a 885 mil 15 visitantes internacionales, de los cuales: el 48.8% del total provino del Grupo BRIC (Brasil, Rusia, India y China); 24.1% correspondieron a nacionales de Colombia y Perú; 14.4% provinieron de Ecuador, El Salvador, Guatemala y Honduras, el 12.7% restante procedió de otras nacionalidades.

Otra medida que favoreció el aumento en los flujos de turistas internacionales hacia México, fue el Sistema de Autorización Electrónica (SAE) que permite a los brasileños, rusos y ucranianos obtener autorización electrónica para viajar a México con fines de turismo, tránsito o negocios, sin necesidad de obtener una visa. Asimismo, los ciudadanos de Perú pueden utilizar este sistema sólo para transmigrar por México en vuelos entre Lima y China o Japón, lo cual suma un total de 301 mil 801 visitantes de las nacionalidades antes señaladas que bajo esta modalidad ingresaron al país entre mayo de 2010 a junio de 2013; mientras que para el primer semestre de 2013 esta medida permitió:

- Incrementar el flujo de personas de las nacionalidades aquí consideradas en 18.9%, en comparación con el mismo periodo de 2012.
- Que los visitantes provenientes de Rusia que utilizaron el SAE aumentara 75.3% en el mismo lapso.

Las medidas de facilitación migratoria han tenido un efecto positivo en los visitantes internacionales

De enero a junio de 2013, la diversificación de mercados aunada a la facilitación migratoria ha propiciado un aumento en el número de visitantes procedentes de diferentes nacionalidades, respecto al mismo periodo de 2012. Las principales nacionalidades que registraron los mayores incrementos son: Rusia (62.6%), Colombia (55.8%), Perú (50.4%), China (30.3%), Venezuela (29.2%), Suecia (25.7%), Panamá (22.3%), República de Corea (22.2%), Guatemala (24.5%) y Reino Unido (18.9%).

### Facilitación del tránsito con fines turísticos de menores de edad no acompañados.

- En cumplimiento de la instrucción presidencial de simplificar los trámites migratorios a los turistas nacionales y extranjeros, la SECTUR y el INM acordaron

extender hasta el 24 de enero de 2014, la medida que facilita la entrada y salida del país a niñas, niños y adolescentes que viajen solos o con un tercero mayor de edad, sin la autorización para viajar de ambos padres o de quien ejerza la patria potestad.



Ciudad de México



# IV. IMPULSO A LA INNOVACIÓN DE LA OFERTA Y MAYOR COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO



El turismo representa una oportunidad para generar crecimiento y fortalecer el desarrollo económico de las regiones, por ello se debe capitalizar el potencial, diversificar y renovar la oferta, así como consolidar los destinos.

Para lograr este objetivo, en el PND, se estableció como segunda estrategia relativa al sector turismo la de impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector.

Un elemento fundamental para el desarrollo económico de las localidades es la infraestructura, misma que comunica a las localidades y regiones del país. Concretamente se busca fortalecer la infraestructura turística existente y desarrollar infraestructura en aquellos destinos que así lo requieran. Como parte de la infraestructura turística podemos considerar las vías de acceso, la señalización, el equipamiento y las acciones enfocadas a la mejora de la imagen urbana en localidades con vocación turística.

En lo relativo a la innovación de la oferta, los esfuerzos del Gobierno Federal se orientan a fortalecer a aquellos destinos consolidados y fortalecer aquellas líneas de producto con potencial de desarrollo en destinos emergentes. Con ello, se logrará incrementar la derrama económica de esta actividad.

Asimismo, incrementar la competitividad de México en el mercado global implica la formulación de estrategias conjuntas que eleven la productividad, incentiven la innovación para la consolidación y el relanzamiento de los destinos nacionales y sus productos turísticos mexicanos en el ámbito nacional e internacional, por lo que es necesario redoblar esfuerzos para mejorar la calidad y diversidad de la oferta, así como fortalecer los mecanismos de certificación relativos al cumplimiento del marco normativo así como de los estándares de calidad turística reconocidos de forma oficial.

La SECTUR busca fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico; la infraestructura; diversificar e innovar la oferta; posicionar a México como un destino atractivo en líneas de producto poco desarrolladas, asegurar la calidad en la prestación de los servicios; en colaboración y coordinación con el sector privado y los gobiernos locales.

#### **IV.1. Generación del conocimiento y competitividad**

Para fortalecer la capacidad competitiva del sector es fundamental la producción de estudios e investigaciones

que propicien el conocimiento del comportamiento, tendencias y realidades del turismo nacional e internacional.

Con este propósito, el CESTUR ha definido que la información recabada de la investigación debe ser:

- Aplicada directamente en la resolución de un problema concreto.
- Oportuna en tiempo y espacio determinado.
- Veraz, de forma tal que permita identificar con objetividad las diversas realidades del turismo en México, y
- Pertinente, para que su enfoque facilite la toma de decisiones.

Además de avanzar en la generación de mejor información, la que únicamente tiene sentido si es ampliamente difundida, por lo que las acciones de difusión se ha buscado que tengan una gran cobertura y penetración, entre todos los actores que conforman el sector, a través de presentaciones y publicaciones.

##### **IV.1.1 Generación del conocimiento**

La SECTUR, a través del CESTUR, tiene como objetivo fundamental la generación de conocimiento y plataformas de innovación, cuya aplicación en la política pública, su difusión y transferencia hacia los estados, repercuta en la competitividad turística a nivel de las empresas, de la gestión turística de los destinos y de todo el país.

Para lograr lo anterior, se cuenta con el Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo CONACYT–SECTUR, por medio del cual se da seguimiento, a diferentes investigaciones enfocadas a la resolución de problemas específicos del sector.

Los proyectos a los que se ha dado seguimiento en el periodo que se reporta son los siguientes:

- Estudio de la vulnerabilidad y programa de adaptación ante la variabilidad climática y el cambio climático en diez destinos turísticos estratégicos, así como propuesta de un sistema de alerta temprana a eventos hidrometeorológicos extremos.
- Modelo de aplicación de medidas sustentables en la industria Hotelera en México.

- Las empresas comunitarias de turismo de naturaleza: factores de éxito o fracaso.
- Mapeo regional de flujos de turismo doméstico.
- Metodología sobre el dimensionamiento y caracterización de la demanda que consume recursos culturales, naturales, de sol y playa y artificiales en México.
- Metodología para la medición de la competitividad de los prestadores de servicios inscritos en las certificaciones y sellos de calidad de la Secretaría de Turismo, así como una relacionada con la implementación de observatorios turísticos.

Cabe señalar por su importancia, que derivado del proyecto “Desarrollo de la metodología para la implementación de Observatorios Turísticos en destinos de México”, se organizó el “Primer Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos”, los días 10 y 11 de junio, en la ciudad de León, Guanajuato, con la participación de representantes de Chile, Colombia, Guatemala, Perú y Portugal; y los estados de Guerrero, Jalisco, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo y el Distrito Federal.

El objetivo de este esfuerzo sin precedentes, fue el intercambio de experiencias para integrar, hacer más eficiente, homologar los conceptos y la operación de los observatorios en los ámbitos nacional e internacional, así como contar con una aportación multidisciplinaria que enriquezca y fortalezca los trabajos de cada uno de los observatorios ya existentes y contribuya al nacimiento de otros con base en la experiencia de los que ya se encuentran operando.

Asimismo, en el marco del proyecto de investigación “Estudio de la vulnerabilidad y programa de adaptación ante la variabilidad climática y el cambio climático en diez destinos turísticos estratégicos, así como propuesta de un sistema de alerta temprana a eventos hidrometeorológicos extremos”, se llevaron a cabo talleres de adaptación climática para 10 destinos de playa, como se puede apreciar en el cuadro siguiente:

Por otra parte, entre el 2 y el 17 de mayo, se llevaron a cabo once reuniones de consulta con las áreas sustantivas de la SECTUR y el CPTM a fin de identificar las necesidades de información. En consecuencia, se elaboraron los protocolos de investigación y se presentaron ante el

Destino	Municipio	Fecha
Huatulco	Sta. Ma. Huatulco	04-mar
Cancún-Riviera Maya	Cancún	09-mar
	Tulum	
	Solidaridad	
Los Cabos	Los Cabos	01-abr
Zihuatanejo	Zihuatanejo de Azueta	06-abr
Acapulco	Acapulco	13-abr
Nuevo Vallarta y Puerto Vallarta	Bahía de Banderas	16-abr
	Puerto Vallarta	
Veracruz	Veracruz	19-abr
	Boca del Río	
Mazatlán	Mazatlán	27-abr



Turistas, Puebla

Comité de Evaluación del Fondo, resultando aprobados los siete proyectos que habrán de integrar la Cuarta Convocatoria del Fondo Sectorial.

En materia de difusión del conocimiento científico del turismo en los meses de enero, abril, mayo y julio, se llevaron a cabo levantamientos de información, cuatro en total, y se realizaron tres publicaciones del boletín de avances del Barómetro de Turismo de Reuniones, en febrero, mayo y agosto, respectivamente.

En el periodo que se reporta, se han elaborado y distribuido 8 ejemplares de cada uno de los Boletines del CESTUR, del CEDOC y de la Red de Investigadores y Centros de Investigación Turística.

Un apartado muy importante dentro del renglón de la generación del conocimiento, lo constituye la transferencia de metodologías para la realización de diversos estudios a estados del país. En el mes de febrero se lanzó la convocatoria para la transferencia de la metodología para la realización del Estudio de Perfil y Satisfacción de los Turistas, iniciándose trabajos con los estados de Guerrero, Nuevo León, Zacatecas y Colima.

En el ámbito internacional como una contribución de México al Fondo de Cooperación Solidaria Construyendo Desarrollo Integral en las Américas (FEMCIDI), de la Organización de Estados Americanos, en diciembre de 2012 se elaboró un proyecto para generar un sistema de indicadores regionales que midan la aportación del turismo en el desarrollo humano y ambiental de los países del continente americano.

Asimismo, como una aportación de México a la reunión cumbre de jefes de estado y de gobierno de la Asociación de Estados del Caribe (AEC) celebrada en Haití, se elaboró una propuesta para llevar a cabo un programa de talleres para fomentar el desarrollo y puesta en valor de proyectos de turismo comunitario en los países de la región.

El protocolo fue recibido por los países miembros de la AEC y se está en espera de su aprobación definitiva por la Secretaría General de la Asociación.

También en el ámbito internacional, el CESTUR ha apoyado al Grupo de Promoción Internacional (GPI), conformado por la Secretaría de Turismo (SECTUR), la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Secretaría de Economía (SE), el Consejo de Promoción Turística de

México (CPTM), el Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), ProMéxico y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), brindándole soporte técnico y metodológico en el desarrollo del protocolo de investigación, desarrollo y puesta en línea de instrumento de medición de la Encuesta sobre la promoción de México en el exterior, cuyo objetivo es conocer con mayor precisión las herramientas y la información con la que se cuenta en las distintas oficinas de México en el extranjero con miras a mejorar la labor de promotores de México en el exterior.

## IV.2. Sistema de Información DataTur

Como una contribución adicional al conocimiento del sector el Sistema de Información DataTur monitorea las estadísticas sobre la actividad hotelera del país y de otros aspectos económicos.

Respecto al seguimiento de la ocupación hotelera pone a disposición del público información correspondiente a 85 destinos (27 centros de playa y 58 ciudades) para su consulta a través del sitio.

Durante el primer semestre del año se elaboraron 26 reportes semanales con información de los principales destinos del país, los cuales están a disposición del público en la sección de publicaciones del portal de DataTur

<http://datatur.sectur.gob.mx/wb/datatur/publicaciones>.

### IV.2.1 Desarrollo de la cultura turística

El desarrollo de una cultura turística eficiente permitirá que los diferentes participantes en el sector se interrelacionen de una mejor manera e interactúen adecuadamente con el entorno natural y cultural. La cultura turística en México se presenta entonces como una necesidad, orientada a que:

- Las comunidades de niños y jóvenes participen en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para comprender, implicarse y participar exitosamente en la actividad turística.
- Los prestadores de servicios turísticos se interesen por la capacitación y la certificación de sus competencias para operar y prestar servicios de calidad.
- Los empresarios (los micro, pequeños y medianos) establezcan procesos y sistemas de calidad que

garanticen la seguridad y competitividad de sus servicios.

La SECTUR tiene la gran tarea de vincular a los diferentes sectores de la sociedad, organismos no gubernamentales, sector académico, iniciativa privada, gobiernos federal, estatal y municipal, para que se constituyan como promotores de la cultura turística.

- En ese contexto, se llevó a cabo el 11 Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil, con la finalidad de sensibilizar a los niños y niñas de México en el tema **“por nuestro presente y futuro, el turismo unido contra la trata de personas”**, la convocatoria de dicho concurso se lanzó en el portal electrónico el día 11 de junio de 2013 y las entidades federativas de nuestro país se sumaron a la convocatoria el día 26 de junio.

Con este concurso, se busca proponer a través de un dibujo la forma en que el turismo rechaza y previene la trata de personas para hacer un presente de oportunidades y un futuro alentador para todos los mexicanos. Se contará con los resultados en el mes de noviembre de 2013.

- Se han registrado 175 cursos de actualización y 3 Diplomados para Guías Especializados en Temas o Localidad de acuerdo con la NOM-08-TUR-2002, así como 18 cursos de actualización y 4 Diplomados de Formación de Guías Especializados en actividades Específicas de acuerdo con la NOM-09-TUR-2002.
- Se realizó el IV Encuentro Nacional de Destinos Turísticos en el Puerto de Acapulco, al cual asistieron 164 participantes de 16 entidades y 37 municipios, así como académicos de 28 instituciones de educación turística del país.
- Se han revisado 42 planes de estudios y realizaron 10 visitas a instituciones de enseñanza turística como parte del proceso de obtener el Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE).
- Programa Integral de Capacitación para la Competitividad Turística (PICCT) a julio de 2013 se han revisado 32 Protocolos Estatales de Capacitación que se implementarán durante 2013, con un monto estimado de más de 149 millones de pesos, suma incluida en los Convenios de Subsidios.
- En coordinación con el Instituto Nacional del Emprendedor de la Secretaría de Economía se han

integrado y registrado las cédulas de apoyo a los Programas de Calidad M, H, Punto Limpio y Tesoros de México, para atender cuando menos a 4 mil MIPYMES Turísticas a nivel nacional.

- Durante los primeros meses del año, 3,470 empresarios registrados al Programa Moderniza concluyeron su proceso de capacitación en gestión de calidad.
- Con el Programa Tesoros de México, se capacitó a 128 empresas en estándares de calidad; 55 nuevas y 73 en plan de fortalecimiento.
- De igual forma, en el marco del Programa Nacional de Capacitación Turística, en el periodo del 1 de diciembre de 2012 al 19 de julio de 2013, se han capacitado a 39,260 prestadores de servicios del sector turismo a través de cursos directos y de efecto multiplicador de los cuales 15,765 son mujeres y 23,495 son hombres.

#### IV.2.2 Agenda de competitividad para cada destino turístico

Como parte de las acciones derivadas de la PNT, se encuentra la construcción de las “Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos” (ACDT) del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.

El objetivo de las agendas es contar con información de las fortalezas, debilidades y áreas de oportunidad existentes para mejorar la competitividad de los destinos y las diferentes líneas de producto; así como incrementar los beneficios para las comunidades locales y promover un mayor flujo de inversiones.

- En ese sentido se llevan a cabo 44 diagnósticos en destinos seleccionados de todas las entidades federativas, con base en una serie de indicadores y criterios definidos.

Asimismo, se desarrollan portafolios de proyectos de inversión por destino, que sirven de base para la programación y asignación de recursos presupuestales de las dependencias y organismos de la APF relacionadas con el turismo.

Para ello, la SECTUR y los gobiernos locales dispondrán de un **Plan de Acción (una hoja de ruta)**, que permita fijar las directrices y lineamientos de la colaboración y



coordinación entre las diversas dependencias y entidades, entre los distintos actores de los sectores privado y social, y las ACDT deberán de incorporar una **cartera de proyectos** viables a considerarse, para ser financiados en los próximos años mediante los Convenios de Subsidios, o apoyados con esquemas financieros alternos; además podrán ser la base para la presentación de proyectos de infraestructura necesaria en los destinos.

La construcción de las ACDT se basan en nueve factores de competitividad, convertidos en índices, subíndices y variables:

1. Oferta turística
2. Democratización de la productividad turística
3. Sustentabilidad turística
4. Formación y certificación
5. Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y servicios)
6. Seguridad Patrimonial y Física
7. Promoción y Comercialización
8. Gestión del Destino
9. Tecnologías de Información y Comunicaciones al Turista.

### IV.2.3 Atlas turístico

Dada la enorme riqueza turística de México y la importante cantidad de información con que se cuenta, la SECTUR tiene a disposición del público, la herramienta geográfica denominada “Atlas Turístico de México” que integra una plataforma informática geográfica que incluye capas de información georeferenciada de diferentes destinos, productos, oferta y servicios, así como información relativa a la cultura y arqueología del país.

Esta herramienta de promoción y difusión turística se actualiza continuamente, así como sus capas geográficas, durante el periodo de diciembre de 2012 a junio de 2013, se ha realizado:

- La actualización de la información de las más de 250,000 unidades económicas dedicadas a los servicios turísticos en el país y que su fuente de información es el Directorio Económico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) del INEGI versión 2012-6.
- Se integraron nuevas capas de información georeferenciada correspondiente a Tesoros de México, campos de golf, playas certificadas por SEMARNAT, sitios Patrimonio Mundial por la UNESCO y marinas.

- Con la participación de las secretarías de turismo de los estados se han actualizado más de 100 capas de información de los destinos, productos y oferta turística, tanto en idioma español como en inglés; tal es el caso de los Pueblos Mágicos, las Rutas Gastronómicas, Pesca, Mundo Maya, y las Rutas de México, entre otros.
- Se han actualizado más de 2500 fotografías del acervo fotográfico del Atlas Turístico de México, cuya fuente es el banco de imágenes del CPTM.

Esta herramienta geomática es un componente importante de la línea de acción relativa a la difusión de los contenidos de los recursos naturales, culturales y de servicios, que permitirán fortalecer la imagen de México en el exterior como parte de las actividades de gran impacto del sector.

### IV.3 Infraestructura y calidad de los servicios

La calidad se ha convertido en un factor determinante con el que debe comprometerse prácticamente cualquier actividad que busque incidir de forma significativa en el mercado. El turismo no escapa a esta situación al tener en el turista, un demandante permanente de satisfactores que observen y cumplan con esa condición.

Con base en lo anterior, se establece que el sector se beneficiará al contar con recursos humanos mejor preparados que redunden en un mejor servicio para los turistas. No hay empresas ni proyectos de calidad, sin personas de calidad. De igual manera trabajamos en una estrategia integral de certificación de estándares de calidad, que impulse la competitividad de los prestadores de servicios, con base en el fomento al financiamiento, la facilitación regulatoria y la calidad y certificación en los estándares de servicio que coadyuven al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades receptoras.

En el mismo sentido, para la presente administración el desarrollo de proyectos prioritarios es el de invertir en nuevos desarrollos e infraestructura. México cuenta con centros integralmente planeados que ofrecen garantías y grandes beneficios a los inversionistas extranjeros, un ambiente de negocios favorable, leyes y regulaciones claras para la inversión, y una de las redes de tratados comerciales más grandes del mundo.

#### IV.3.1 Apoyo a la infraestructura turística

Al periodo que se reporta se han formalizado Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en

Materia de Desarrollo Turístico con los estados de: Baja California, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán. La inversión pública federal asciende a 1,031.85 millones de pesos.

Con la concurrencia de los estados se logrará detonar una inversión de 2,048.7 millones de pesos para llevar a cabo 194 proyectos.

Con el fin de mejorar la infraestructura turística se realizan acciones como las siguientes:

- En materia de mejoramiento de imagen urbana se realizaron 84 proyectos con una inversión de 476 millones de pesos,
- En equipamiento se realizaron 26 proyectos con una inversión de 185.2 millones de pesos.
- En infraestructura y servicios se llevan a cabo 7 proyectos que ascienden a 60.2 millones de pesos en mejora, rehabilitación o creación de sitios de interés se realizan 25 proyectos con una inversión de 200.2 millones de pesos.

Con el objetivo de elevar la competitividad turística del país, el Gobierno Federal ha impulsado la consolidación y modernización de los principales Centros Integralmente Planeados (CIP). Del primero de enero al 30 de junio de 2013, FONATUR contrató inversión por 423.36 millones de pesos. La distribución de los recursos y las principales obras de infraestructura realizadas son las siguientes:

- **Cancún.** Se contrató una inversión de 79.98 millones de pesos, para rehabilitar la carpeta asfáltica del Boulevard Kukulcán, así como acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del CIP.
- **Ixtapa.** Con una inversión contratada de 55.72 millones de pesos, se iniciaron los estudios y proyectos (como el análisis de prefactibilidad para el Centro de Convenciones o el proyecto de protección pluvial en la zona residencial Don Juan) además de obras de infraestructura, equipamiento y mantenimiento en el CIP. De estas últimas, destacan la reparación del drenaje sanitario en la zona Paseo del Palmar, la rehabilitación de la segunda etapa de la ciclista de la zona urbana turística y el inicio del proceso de contratación de la rehabilitación de la acometida eléctrica y canchas del Campo de Golf.

- **Loreto.** Con una inversión contratada de 59.31 millones de pesos, se llevaron a cabo acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del CIP. Sobresalen las obras financiadas con recursos del FONDEN.

- **Los Cabos.** La inversión contratada ascendió a 57.21 millones de pesos, los cuales se aplicaron para acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del CIP (como la rehabilitación del drenaje de San José del Cabo y obras financiadas con recursos del FONDEN), así como también en estudios y proyectos (como la relotificación y los lineamientos de Imagen Urbana de Rancho Misiones).

- **Huatulco.** Se contrataron 171.13 millones de pesos para realizar acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del CIP, así como estudios y proyectos (como la prefactibilidad del Centro de Convenciones o el Estudio de Planeación Territorial y Vocación del Suelo en varios desarrollos de Bahías de Huatulco), así como obras de infraestructura, equipamiento y mantenimiento. Se continuó la construcción del camino escénico, la segunda etapa del drenaje pluvial en el Parque Ecoarqueológico de Copalita y el corredor turístico inmobiliario La Crucecita – Santa Cruz, también llamado Corredor Quinta Avenida.

• Adicionalmente, durante el mismo periodo, FONATUR contrató 269.89 millones de pesos en sus tres desarrollos más recientes:

- **Playa Espíritu.** Se contrató inversión por 246.75 millones de pesos para la ejecución de acciones de mantenimiento del CIP; obras como la construcción de vialidades y servicios de infraestructura (aguas negras, grises y pluviales; agua potable; telefonía; electrificación y alumbrado público, entre otras); una planta de tratamiento de aguas negras y un tanque regulador de agua potable.

- **Riviera Nayarit.** La inversión contratada de 15.97 millones de pesos se destinará para acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del Proyecto Turístico Integral (PTI) Litibú y el Proyecto Ejecutivo para el diseño del Módulo de Servicios para el campo de golf de Litibú. Además, se tienen presupuestados recursos para diversas obras en ese destino, como la construcción del nuevo sistema de alcantarillado sanitario en Lima de Abajo, el colector pluvial canalizado al campo de golf y en Costacapomo, el entronque con la Carretera Federal 200, la vialidad de acceso al predio Capomo y la urbanización del polígono Boca de Becerros.

- **Marina Cozumel.** Se contrataron 7.17 millones de pesos para acciones de mantenimiento y operación de la infraestructura del PTI. Además, se tiene presupuestado continuar con el equipamiento de la Marina.
- Asimismo, a través de FONATUR Mantenimiento Turístico, en el periodo de enero a junio del presente año, se realizó una inversión de alrededor de 36 millones de pesos para la conservación y mantenimiento de los Centros Integralmente Planeados de FONATUR (Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto, Huatulco y Playa Espíritu) y los Proyectos Turísticos Integrales (PTI) de Litibú y Marina Cozumel, realizando, entre otras, las siguientes actividades: tratamiento de aguas negras, barrido, pepena, bacheo, jardinería, riego, tratamiento de lodos, luminarias y señalización.
- Se implementó una estrategia de segmentación de mercado con la que se focalizarán los productos que demandan los potenciales compradores en cada CIP, a efecto de que la fuerza de ventas de FONATUR dirija sus esfuerzos a la comercialización de los mismos.

#### IV.4. Sistema Nacional de Certificación Turística

Los mercados se han transformado: hoy en día los compradores buscan más información para tomar sus decisiones de viaje, se preocupan por tener un buen servicio. Así, la competitividad se está planteando en otro terreno, de modo que se debe buscar identidad, fiabilidad y rigurosidad en el servicio.

El Sistema Nacional de Certificación que se encuentra en conformación es la herramienta a través de la cual se logrará integrar los diferentes distintivos, sellos y reconocimientos que la SECTUR otorga actualmente a los prestadores de servicios turísticos que se distinguen por buenas prácticas en sus procesos o por altos estándares de servicio. Integrará igualmente la clasificación hotelera existente, así como los diversos distintivos que se vayan generando.

El Sistema busca ser mucho más allá que una base de datos compartida, busca ser una fuente de información confiable tanto para los turistas como para los prestadores de servicio para conocer el nivel de calidad con que están prestándose los servicios turísticos.

Para lograrlo se han llevado a cabo las siguientes acciones:

- El 20 de junio de 2013 se realizó una reunión de trabajo para revisar el proyecto de Acuerdo por el que se crea la Coordinación Interna de Certificación Turística para el Diseño, Análisis, Formalización e Instrumentación del Sistema Nacional de Certificación Turística. En el seno de ésta, con la participación de los actores involucrados se definirá la Imagen Objetivo del Sistema a partir de un diagnóstico y la integración de un plan de acción.
- El CESTUR elabora la “Metodología para la medición de la competitividad de los prestadores de servicios inscritos en las certificaciones y sellos de calidad de la SECTUR” que será ejecutada por la Universidad Anáhuac del Sur con recursos del fondo sectorial SECTUR-CONACYT.
- Se alinean y homologan los criterios de otorgamiento entre los diversos distintivos que proporciona la dependencia a través de la Subsecretaría de Operación Turística (“M”, “H”, “Punto Limpio”, “Tesoros de México”, “Q”) para incentivar una mayor incorporación de empresas.
- El 29 de abril de 2013 se publicó en el DOF el Programa Nacional de Normalización que considera al sector mediante la revisión de 6 NOM relacionadas con actividad turística.
- Se participa en 11 comités consultivos nacionales de normalización de diferentes dependencias, que impactan indirectamente al turismo.
- Se diseñó un modelo de autorregulación para definir la clasificación de los establecimientos de hospedaje en el país con la participación de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la República Mexicana, Hoteles Independientes, Agencias de Viajes y Turistas.
- Se inició el proceso de análisis y contratación de los trabajos de tecnología de la información al desarrollo de funcionalidad complementaria que deberá integrarse a la herramienta operable del sistema del RNT, con el Instituto Nacional de Administración Pública (INAP). Con lo anterior y otras estrategias se ha definido la siguiente acción.

##### IV.4.1 Calidad de los servicios turísticos

Para mejorar la calidad, se trabajó intensamente en elevar las capacidades de los prestadores de servicios. Los esfuerzos en torno a la estandarización de servicios se orientaron a:

- El **Programa de Buenas Prácticas de Calidad Higiénica** “Punto Limpio” tiene como objetivo impulsar



Aguascalientes, Aguascalientes

el fortalecimiento de la cultura de “seguridad y calidad higiénica” en la prestación de servicios turísticos en México, a fin de proteger la salud de los visitantes, los trabajadores del sector y de los miembros de las comunidades receptoras.

- De enero a junio se apoyó a 1,784 MIPYMES turísticas con la finalidad de proteger la salud de sus clientes, de sus trabajadores y de las comunidades receptoras, al incorporar buenas prácticas para la adopción de una cultura de calidad higiénica en sus empresas.

- **El Programa Manejo Higiénico de los Alimentos Distintivo “H”** consiste en ofrecer al personal que labora en los establecimientos de alimentos y bebidas a través de capacitación especializada y la implementación de un sistema de gestión una serie de recomendaciones y técnicas para el lavado, desinfección, limpieza, almacenamiento, congelación, refrigeración, descongelación, higiene personal para el manejo higiénico de los alimentos, mismo que tiene como objetivo disminuir la incidencia en los turistas nacionales y extranjeros de enfermedades transmitidas por los alimentos,

- Del 1 de diciembre de 2012 al 30 de junio de 2013 se han entregado 2,019 Distintivos “H” de los cuales 488 son nuevos y 1,531 renovados. De ellos, 813 pertenecen a centros de consumos de hoteles, 332 a restaurantes y 874 a otros giros del sector. Mediante el **Programa Moderniza “M”** a junio de 2013, se ha otorgado a 630 nuevas empresas el Distintivo “M” por haber aprobado su capacitación en el programa de gestión de calidad Moderniza. se estima que el 82% de todas las personas capacitadas en el periodo serán acreditadas para recibirlo. El acumulado de Distintivos “M” emitidos a julio de 2013 es de 2,072.

- **“Tesoros de México”** es el programa que tiene como propósito impulsar la excelencia de los hoteles

y restaurantes cuyos altos estándares de servicio, características arquitectónicas y gastronómicas, reflejan y promueven la riqueza de la cultura mexicana.

- Se han capacitado empresas en las 11 entidades federativas que conforman el Programa Tesoros de México: Chiapas, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Querétaro y Yucatán, destaca la incorporación de 122 empresas de las cuales 49 son de nuevo ingreso y 73 se encuentran en proceso de fortalecimiento y seguimiento. Asimismo, se han entregado 55 Distintivos y placas a nuevas empresas de los 9 estados participantes, además de reconocimientos a las que completaron la fase de seguimiento y fortalecimiento.

#### **Clasificación Hotelera.**

Se diseñó un modelo de autorregulación para definir la clasificación de los establecimientos de hospedaje en el país. La SECTUR en colaboración con CONACYT y el CESTUR, contrataron el estudio “antecedentes, análisis de mejores prácticas y generación de una metodología, para la clasificación hotelera en México”, que consistió en las siguientes etapas:

- Revisión de fuentes y de casos de éxito tanto en México, como en el mundo.

- Mecanismo para México, que consiste en determinar los componentes y características del modelo (variables del cuestionario). Se realizaron pruebas piloto en 100 establecimientos de 21 entidades federativas.

- Realizar el desarrollo de software o sistema en línea que contenga el instrumento (cuestionario).

- El modelo se integra con 49 variables que se determinaron con base en los análisis de diversos modelos utilizados en la actualidad (Expedia, Hotrec, AAA, Kayak, Mobile, etc.) y considera los casos de éxito de los 10 primeros países rankeados en la OMT.

- Con este modelo se pretende que los más de 18,000 establecimientos de hospedaje realicen su autoevaluación para obtener su categoría correspondiente a los servicios que ofrecen, para beneficiar a los potenciales turistas que deseen obtener información de las calidades en los diferentes servicios de hospedaje que se ofrecen en nuestro país.

- Cabe señalar, que en el proceso de diseño participó activamente la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles de la República Mexicana, Hoteles independientes, Agencias de Viajes y turistas.

- Actualmente, el **Sistema Nacional de Competencias**, a cargo del CONOCER, cuenta con 29 estándares en materia turística, y el Registro Nacional de Cursos de Capacitación cuenta con 19 cursos inscritos y 8 Comités de Gestión por Competencias dentro del sector.

• Se eficientó el uso y manejo del Registro Nacional de Turismo (RNT) con una mejora tecnológica que se mantendrá en mejora continua. Esta herramienta institucional permite administrar el flujo de información generada, con el objeto de conocer tendencias, desarrollo del sector, movimientos y flujos de crecimiento y disminución de la oferta, así como una mejora de consulta integral que se interrelacione con aquellos, en los que se brinde la atención de trámites e información.

- El RNT cuenta con una base de datos de 42 mil prestadores de servicios inscritos, y a través de la expedición del Reglamento de la Ley General de Turismo, se pretende incorporar a mediano y largo plazos a aproximadamente 50 mil prestadores adicionales.

### Acciones de Normalización Turística

En el marco de los trabajos del Comité Consultivo de Normalización Turística se han realizado las siguientes acciones para la revisión de las Normas Oficiales Mexicanas Turísticas (NOM):

**Respecto de la NOM-05-TUR-2003**, requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la presentación del servicio; se han llevado a cabo 2 reuniones técnicas de trabajo del Subcomité de Operadoras de Buceo y 2 reuniones de Grupo de Trabajo específicos.

Fue aprobado por el Subcomité de Seguridad Contractual el Proyecto de Modificación de la NOM-07-TUR-2002. De los elementos normativos del Seguro de Responsabilidad

Civil que deben contratar los prestadores de servicios de hospedaje para la protección y seguridad con los turistas.

Para la revisión de la NOM-09-TUR-2002, que establece los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas, se han celebrado dos reuniones de trabajo a fin de revisar la operatividad de sus lineamientos para el registro de instituciones capacitadoras y reconocimiento de centros de aplicación.

En relación con NOM-010-TUR-2001, de los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios con los usuarios-turistas, se continúa con los trabajos de consulta pública para su revisión y modificación.

Adicionalmente se participa en los trabajos de revisión y modificación de Normas Oficiales Mexicanas (NOM) que inciden en el turismo a cargo de otras dependencias de la Administración Pública Federal, como son:

- APROY-NOM-086-SCT2-2012, Señalamiento y Dispositivos.

- Anteproyecto modificación NOM-020-SCT4-1995 Frecuencia de Inspección en seco para embarcaciones y artefactos navales.

- PROY-NMX-AA-XXX-SCFI-2013 Requisitos y especificaciones de desempeño ambiental en hoteles.

Adicionalmente, se mantiene una participación activa dentro de la Comisión Nacional de Normalización y su Consejo Técnico, los cuales son los órganos rectores del Sistema Nacional de Normalización y Evaluación de la Conformidad.

México obtuvo la conformación y coordinación del nuevo Comité Espejo TC 228 "Turismo"

México obtuvo la coordinación del nuevo Comité Espejo TC 228 "Turismo" del Comité Técnico 228 (TC 228) de la *International Organization for Standardization (ISO)*

### Acciones Internacionales de Normalización

Se aprobó la conformación y coordinación del Comité Espejo TC 228 "Turismo" para México, homologado al Comité Técnico 228 de la *International Organization for Standardization (ISO)* en donde por primera vez el

gobierno mexicano es miembro “P”, es decir, con derecho a voz y voto. En este sentido, se participó en la Reunión plenaria, celebrada en Oporto Portugal del 27 al 31 de mayo.

### **Acreditación de guías de turistas**

En esta materia se han reforzado los mecanismos de atención al público mejorando notablemente la imagen de transparencia y eficiencia gubernamental, lo cual ha permitido mantener los estándares de calidad en la prestación del servicio. En ese sentido, el 17 de diciembre de 2012 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el “Acuerdo por el que se reduce el plazo de resolución y se reducen requisitos, para la presentación de trámites ante la Secretaría de Turismo”.

En el periodo que se reporta se atendieron 921 trámites relacionados con la Acreditación de Guías de Turistas en sus modalidades de Generales, Locales y Especializados en Actividades Específicas, emitiéndose así 835 credenciales de reconocimiento, entre ellas de acreditación inicial, refrendo, canje y reposición.

### **Actualización de Planes Maestros de FONATUR**

Por su parte, FONATUR ha reconocido la necesidad de volver sus destinos más atractivos para los inversionistas nacionales y extranjeros, por lo que ha sido necesario actualizar los Planes Maestros de Desarrollo (PMD) de cada CIP, adecuándolos a las necesidades del mercado actual y a las características propias de cada destino.

Para ello, se elaboró un diagnóstico de los destinos turísticos conforme a las tendencias del mercado inmobiliario actual y estos estudios permitieron establecer bases y recomendaciones estratégicas para posicionar y promover adecuadamente los desarrollos. Dichos resultados sirvieron de insumo para actualizar los planes maestros de desarrollo de FONATUR.

Asimismo, FONATUR estableció el Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos (SEDET), que tiene por objeto conocer la situación actual de los CIP y sus áreas de influencia. Estas evaluaciones se realizaron por primera vez con un enfoque integral de destino, incluye trabajos de investigación de gabinete, recolección de información oficial, entrevistas con los principales actores del sector, reuniones de trabajo con diferentes empresarios y autoridades locales, así como visitas a los principales atractivos de los destinos mencionados.

Los resultados del SEDET también servirán de insumos para complementar y actualizar estratégicamente los PMD de los destinos de FONATUR para estar en posibilidad de ofrecer un producto competitivo y atractivo que logre promover el reposicionamiento de los destinos.

### **Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios (PATEM)**

El Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios (PATEM) de FONATUR tiene por objeto brindar a gobiernos estatales y municipales elementos de planificación para el desarrollo de nuevas regiones y destinos turísticos, el reordenamiento de destinos consolidados y la identificación de proyectos sustentables y oportunidades de negocios.

Los estudios que realiza el PATEM buscan que la oferta turística cumpla con tres factores fundamentales: (1) diversidad, (2) diferenciación y (3) calidad. Los estudios incluyen estrategias, líneas de acción y proyectos económica y financieramente viables que son consensuados con autoridades locales, prestadoras de servicios y representantes de la sociedad civil

Para el ejercicio 2013, el PATEM iniciará 12 estudios de planeación turística con visión de largo plazo, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables. Asimismo, el 5 de junio de 2013, se entregó oficialmente el Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Boca del Río, estado de Veracruz, a la Secretaría de Turismo, Cultura y Cinematografía de dicha entidad federativa.

También destaca la identificación de áreas susceptibles de ser explotadas en proyectos a través del estudio “Identificación de Áreas para el Aprovechamiento Turístico en la Zona Costera de los Municipios de San Luis Río Colorado y Puerto Peñasco, en Sonora”, en el que se identificaron 6,874 hectáreas con potencial de ser explotadas turísticamente.

### **IV.5. Desarrollo de destinos con potencial turístico**

El sector busca asegurar que los destinos que se han logrado desarrollar en el país, puedan encontrar una consolidación. Resulta indispensable tanto la apertura de nuevos destinos, como fortalecer los que a últimas décadas se han ido consolidando para que puedan proyectar todo su potencial.

En este sentido, la dependencia tiene el compromiso de gestionar, acercar o facilitar los instrumentos que

posibiliten el impulso transformador en estos destinos para lo cual ha iniciado una serie de talleres de diagnóstico con los prestadores de servicio, autoridades, locales y miembros del sector académico en una búsqueda de lograr los consensos para identificar las líneas de producto a consolidar y a diversificar por región y destino, así como las acciones de facilitación y apoyo que deben llevarse a cabo para lograrlo.

#### IV.5.1 Consolidación y diversificación de productos turísticos

Para lograr el conocimiento de la oferta turística nacional se iniciaron los trabajos conjuntos con las secretarías de turismo de las 32 entidades federativas para el levantamiento detallado del inventario de productos que actualmente se comercializan para su incorporación al Atlas Turístico de México.

- Se lleva a cabo una revisión del **Programa Pueblos Mágicos**, marca que si bien es reconocida por los turistas requiere un análisis profundo y una propuesta que incluya el rediseño de los criterios de admisión y permanencia, así como una reingeniería del Programa que le otorgue vigencia y lo fortalezca.
- Parte imprescindible en la diversificación es el desarrollo de los productos, por ello, el pasado 8 de mayo se realizó en Boca del Río, Veracruz, **la Jornada de Profesionalización en Desarrollo de Productos Turísticos** con una asistencia de 130 agentes de viajes y 10 operadores nacionales con el objeto de dar a conocer los programas eje de la SECTUR con productos elaborados por expertos, lo que permite la generación de negocios y el desplazamiento regional y nacional de los mismos.
- Entre los meses de junio y agosto se realizaron los talleres de diagnóstico por línea de producto, cuyo objetivo fue conocer su situación en México, diseñar estrategias, identificar alternativas y decidir acciones a realizar en la presente administración. Los foros se llevaron a cabo en las principales ciudades turísticas del país.

#### Turismo de Sol y playa

México es considerado líder en la línea de Sol y Playa por lo que impacta en la actividad económica de 22 destinos en 14 estados del país.

El país cuenta con una riqueza que se conforma por cuatro mares: Caribe, Golfo, Pacífico y Mar de Cortés; la extensa

variedad de recursos en los destinos de playa, resorts exclusivos, golf, spa, buceo, reservas naturales, aventura, deportes acuáticos, centros nocturnos, además de la calidez de nuestra gente.

Para consolidar esta línea de producto, el pasado 13 de agosto se llevó a cabo el Foro de Diagnóstico Especializado para el Turismo de Sol y Playa en Mazatlán, Sinaloa en donde estuvieron presentes los 22 destinos más importantes para este producto así como el sector privado y autoridades federales involucradas con el desarrollo de las playas del país.

Se realizaron los inventarios de prestadores de servicio especializados para la línea de Sol y Playa para conocer la oferta existente en nuestro país.

Se firmó el convenio de colaboración con la SEMAR para la edición, actualización y difusión de 20 mil agendas turísticas náuticas del Océano Pacífico, del Golfo de México, y Mar Caribe dirigida a los yatisistas, navieras y usuarios del litoral mexicano y de sus puertos.

#### Turismo cultural

México es el cuarto lugar mundial en oferta cultural turística con 39 declaratorias de patrimonio cultural a nivel mundial que fortalece una oferta turística rica y variada. El turismo cultural impacta en la actividad económica de 50 destinos en 23 entidades federativas.

Para impulsar esta línea de producto, la segunda en importancia en el país, el 11 de junio, se llevó a cabo el Taller de Diagnóstico de Turismo Cultural en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato. Se contó con la participación de 180 asistentes de 22 entidades federativas, de los sectores público, privado, académico y social de todo el país. Se presentaron un total de 30 ponencias.

Por otra parte, a fin de impulsar el Desarrollo de Tlacotalpan, la ciudad Patrimonio Mundial, se creó un grupo interinstitucional (SEDESOL, SEMARNAT, SEDATU, CONACULTA, INAH, CONAGUA Y EL GOBIERNO DEL ESTADO DE VERACRUZ) en el que cada dependencia realiza acciones en el marco de su competencia.

De igual forma, conjuntamente con la Fundación Pública Andaluza el Legado Andaluz y CONACULTA se desarrolló el proyecto del Itinerario Cultural del Mudéjar y Barroco en México que incluye los estados de Veracruz y Oaxaca para ponerlo en valor y fomentar su materialización y aprovechamiento en el ámbito turístico se llevó a

cabo una jornada de formación dirigida a funcionarios estatales y municipales de turismo y cultura, operadores de viaje, promotores culturales y consultores en la Ciudad de México el pasado 30 de abril.

Con objeto de impulsar el turismo religioso en México, el 26 de junio se hizo la presentación para prensa e industria de la Ruta de San Juan Diego que incluye 6 recintos religiosos del Estado de México y el Distrito Federal. Este producto está dirigido tanto al turismo receptivo como al nacional.

Actualmente, la línea de producto cultural está conformada por 58 proyectos con una inversión de 603 millones de pesos.

### Turismo de naturaleza

México es el cuarto país con mayor diversidad biológica del mundo. Tiene ventajas competitivas por su riqueza de paisajes, especies y ecosistemas, sólo comparables con China, Indonesia y Colombia. Por esta riqueza, el turismo de naturaleza impacta en la actividad económica de 25 destinos en 8 estados del país.

El ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural, son de las líneas de producto que más demanda el turista nacional e internacional, por la parte vivencial en la cual se involucra con las comunidades a través de su identidad cultural. Se considera que 16% de todas las salidas internacionales de Norte América, Europa y América Latina pueden ser catalogadas como “Turismo de Aventura”.

Con el propósito de elaborar las líneas de acción para los tres niveles de gobierno y los sectores privado, social y académico para el desarrollo del turismo de naturaleza en México que permitan ofrecer servicios turísticos competitivos y sustentables, se llevó a cabo el 14 de agosto de 2013 el “Taller de Diagnóstico de Turismo de naturaleza” en el WTC de Boca del Río, Veracruz, con la asistencia de 200 operadores del segmento de todo el país. Se estima una inversión de 113.6 millones de pesos, para esta línea de producto.

Como parte de las acciones de fomento al turismo de naturaleza, se llevó a cabo la segunda edición de la Feria de Turismo de Aventura México –Veracruz 2013 (ATMEX) en Boca del Río, Veracruz del 14 al 17 de agosto con la asistencia de 90 compradores y 20 medios de comunicación internacionales así como 300 expositores y 100 compradores nacionales que generaron 2,000 citas de negocio que permitirán la comercialización de productos de turismo de naturaleza.

Se llevaron a cabo dos reuniones en la Ciudad de México los días 29 de enero y 9 de julio para el impulso al desarrollo de turismo de naturaleza en México con representantes de las siguientes dependencias SEMARNAT, SEDESOL, SE, SAGARPA, REFORMA AGRARIA FINANCIERA RURAL CONAM, CONAFOR, INAES, SEDATU, FONATUR, CPTM, INAH Y FIRCO.

A través de la coordinación interinstitucional entre la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), FONATUR y la SECTUR, durante el primer semestre del año en curso se evaluaron 50 proyectos del Programa de Turismo de naturaleza en Zonas Indígenas,



Las Golondrinas, San Luis Potosí



a fin de detonar el empleo y el desarrollo regional en las comunidades rurales.

En este mismo sentido, se firmó un convenio de colaboración para promover el desarrollo y la competitividad de los pueblos y comunidades indígenas, a través de la implementación de proyectos sustentables ligados al turismo de naturaleza, al ecoturismo y al turismo rural en el país.

A través de 21 convenios con los gobiernos estatales, se transfirieron 147 millones de pesos para el apoyo a 35 proyectos de turismo rural en beneficio de 56 comunidades rurales, dicha inversión representa el 10.24% del monto total a invertir a través de los Convenios de Subsidios.

### **Turismo social (para todos)**

En agosto se firmó el convenio de colaboración marco entre SECTUR, TURISSSTE, AMAV e INFONACOT el cual tiene como objetivo que más mexicanos conozcan su país.

Se implementa en coordinación con el TURISSSTE la campaña de promoción Todos a Viajar, movamos a México.

Del 19 y 20 de septiembre se tiene programada la realización del “12° Encuentro de la Red Nacional de Turismo para Todos” en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos con el propósito de incentivar el mercado interno con la participación de 700 asistentes del sector público y privado. En este contexto se llevará a cabo el Taller de Diagnóstico de Turismo Social.

En este marco, el 18 de septiembre se realizará la asamblea general anual de los socios de la Organización Internacional de Turismo Social de las Américas (OITS) con la participación de más de 20 representantes de Estados internacionales y miembros del sector privado.

Apegado a lo establecido en la Política Nacional Turística se apoyarán proyectos por línea de producto de la siguiente forma:

- Turismo cultural. 58%
- Turismo de naturaleza 11%
- Turismo de Sol y Playa 8%
- Turismo social (para todos) 5%
- Turismo de reuniones 4%
- Otros tipos y formas de turismo 14%

Es así como se impulsa la estrategia de diversificación de destinos, productos y segmentos turísticos que agreguen valor a los destinos, para el fortalecimiento del producto.

### **Turismo de congresos y reuniones**

Se llevó a cabo del 7 al 9 de agosto la XX Edición del Congreso Nacional de Turismo de Reuniones en la ciudad de Tijuana, Baja California con la participación de 400 profesionales de turismo del país y de la Frontera de Estados Unidos. Con el objetivo de crear una plataforma de intercambio de experiencias exitosas así como la presentación de nuevos productos turísticos especializados para el turismo de Reuniones y la profesionalización del sector.

Como parte de las alianzas estratégicas para el desarrollo del sector privado, y con la finalidad de impulsar la competitividad, comercialización, modernización y profesionalización de la oferta turística de congresos, convenciones, viajes corporativos y de incentivos, se apoyaron cuatro eventos de carácter nacional, que contaron con la asistencia de más de 1,000 prestadores de servicios, representantes de empresas y destinos, así como representantes de corporativos.

La dependencia participó en el Seminario Educativo de la *Global Business Travel Association*, la Convención Nacional 2013 de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR), la Convención *Anual de Meeting Professional International*, así como el *World Meetings Forum*. Los cuatro eventos en conjunto contaron con la asistencia de más de 1,000 personas.

Para contar con información estratégica sobre la problemática actual que vive el turismo de reuniones en México y contar con un documento base para diseñar la política nacional de turismo de reuniones e integrar las propuestas y proyectos a los programas de trabajo de la dependencia, se llevó a cabo en el mes de agosto el Taller de Diagnóstico de Turismo de Reuniones en Guadalajara, Jalisco con la asistencia de 150 profesionales del sector.

Actualmente en esta línea de producto hay 4 proyectos programados a través de los Convenios de Subsidios con una inversión de 40 millones de pesos.

### **Turismo de salud**

Mejorar la salud es fundamental para el bienestar humano y esencial para el desarrollo económico y social sostenible. Como resultado de la globalización y el acceso

a la información cada vez es más común que pacientes con necesidades de servicios de salud se trasladen a otros países para realizarse procedimientos no disponibles en sus países de origen o servicios de calidad a menores costos. Estos servicios de salud incluyen intervenciones quirúrgicas, tratamientos preventivos, diagnósticos, rehabilitación, terapias, entre otros.

Esta línea tiene muchas potencialidades ya que de los pensionados en el mundo, el 46% vive con discapacidades y más de 250 millones de personas mayores presentan casos de discapacidad moderada a severa.

Se estima que los ingresos por turismo médico alcancen 2,847 millones de dólares y una tasa de crecimiento anual de 7.3%.

Ante este contexto, el pasado 25 de junio se participó en el segundo Foro de Turismo Médico en el Hospital Zambrano Hellion de Monterrey, Nuevo León. En conjunto con ProMéxico y la Secretaría de Salud.

En la ciudad de Tijuana, Baja California, el 19 de julio de 2013 se realizó el Taller de Diagnóstico de Turismo de Salud en sus dos vertientes: Turismo Médico y Turismo de Bienestar. Asistieron 180 personas, provenientes de 16 entidades federativas, con 22 ponencias presentadas. Representantes de los sectores salud, turismo y académico participaron en 6 mesas de trabajo.

### Otras líneas de productos y segmentos especializados

#### Turismo de lujo

El segmento de mercado se encuentra en crecimiento, si bien el turista de lujo significa una derrama económica per cápita importante también es un turista mucho más exigente, en particular en el aspecto medio ambiental. El gasto promedio por viajero es de 10,000 a 15,000 dólares para el 41% de los viajeros; De 20,000 a 30,000 dólares para 12%, más de 30,000 dólares para el 10%. México tiene potencial para este tipo de turismo, actualmente impacta en la actividad económica de 6 destinos, tales como Riviera Maya (Playa del Carmen), Riviera Nayarit (Nuevo Vallarta-Punta Mita), Los Cabos, Corredor Central Colonial (México-San Miguel de Allende), Mérida, Ciudad de México.

Para conocer la oferta existente en el país, se realizaron los inventarios de prestadores de servicio especializados para el segmento de Lujo.

El pasado 10 de septiembre se realizó el Foro de Diagnóstico de Turismo de Lujo en la ciudad de Puebla, Puebla con la participación de los 7 destinos que actualmente cuentan con oferta de lujo (Riviera Nayarit, Jalisco, Yucatán, Ciudad de México, Los Cabos, Riviera Maya, Corredor Centro México) así como operadores y prestadores de servicios especializados en este segmento.

#### Turismo de cruceros

México cuenta con uno de los principales destinos mundiales en arribo de cruceros: el puerto de Cozumel, Quintana Roo. Asimismo, el puerto Ensenada, Baja California, constituye un destino interesante para cruceros provenientes de la costa oeste de los Estados Unidos de América.

El pasado 16 de julio, se llevó a cabo el Foro de Diagnóstico de Turismo de Cruceros en Cozumel, Q. Roo, en donde estuvieron presentes 11 estados, y navieras. Se contó con la asistencia de 70 participantes, así como 8 ponencias, 3 mesas de trabajo, 2 conferencias y se consideró una agenda común para la industria, con temas como: promoción, facilitación/mejora regulatoria, desarrollo de productos y costos.

Del lunes 11 al jueves 14 de marzo, se participó en la inauguración del Pabellón de México en el Cruise Shipping de Miami, Florida, donde se sostuvieron diversas reuniones con *The Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA)* y *Cruise Lines International Association (CLIA)*, entre otras.

En el marco del Seminario de Cruceros organizado por la *American Association of Port Authorities (AAPA)* en el Puerto de San Francisco, CA. del 24 al 26 de abril, se presentó la ponencia: Oportunidades, Tendencias y Desafíos de los Cruceros Mexicanos en las Costas Este y Oeste.

Se han llevado a cabo reuniones con la FCCA y su mesa directiva, para analizar áreas de oportunidad en destinos y tomar en cuenta sugerencias que lleven al crecimiento de arribo de cruceros en el Golfo de México/Caribe y Pacífico, en los meses de febrero y julio.

Se asistió, del 29 al 31 de mayo a la Conferencia Centroamericana de Cruceros de la FCCA en Antigua, Guatemala.

El pasado 19 de junio se recibió el renovado crucero *Triumph de Carnival Corp.* al puerto de Progreso, Yucatán, en presencia del Gobernador del Estado.



Residencia Oficial de los Pinos, Ciudad de México

### Segmentos especializados

Se realizaron los inventarios de prestadores de servicio especializados para los segmento de Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénero (LGBT), Deportivo, Gastronómico para conocer la oferta existente en nuestro país.

Con el fin de incentivar el turismo carretero, el pasado 11 de mayo del 2013 se realizó una alianza estratégica con la marca *Harley Davidson* para conmemorar sus 110 años; se reunieron 10,000 motociclistas provenientes de todo el país que desfilaron por la Ciudad de México y cerraron en el Autódromo Hermanos Rodríguez con un magno evento.



Real de Catorce, San Luis Potosí



V. FOMENTO DEL  
FLUJO DE INVERSIONES  
Y FINANCIAMIENTO  
EN EL SECTOR Y LA  
PROMOCIÓN TURÍSTICA



La inversión es uno de los principales pilares de cualquier actividad económica. En el sector turismo es quizá el mayor soporte de la actividad.

Consciente de ello, la SECTUR ha trabajado de forma coordinada con gobiernos estatales, la Banca de Desarrollo e inversionistas privados para establecer un ambiente de negocios adecuado y lograr mayores recursos orientados a carreteras, puertos, imagen urbana, infraestructura hotelera, restaurantes, parques recreativos, entre otros para fortalecer la actividad turística. Como resultado de este esfuerzo conjunto, se concretó durante el primer semestre una inversión privada en el país por 1,976 millones de dólares en infraestructura turística, cifra 39.2% superior a lo alcanzado durante el mismo periodo del año anterior. Esta cifra representa 173 proyectos de hospedaje, 232 de alimentos y bebidas, 83 de esparcimiento, 91 de inmobiliario turístico y 70 de servicios complementarios.

También se anunciaron nuevas inversiones privadas en el sector que demuestran la confianza de los inversionistas en nuestro país. Destacan los anuncios de inversiones por parte del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) por más de 8,600 millones de dólares y 600 millones de dólares Apple Leisure Group.

De acuerdo a lo establecido en el PND, uno de los principales objetivos en materia turística es aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

En este marco, el FONATUR es la entidad gubernamental encargada de fomentar el desarrollo de la inversión turística sustentable en México. Para ello, FONATUR planea, diseña, comercializa y mantiene destinos de clase mundial. Además, promueve el crecimiento ordenado de los destinos e impulsa el financiamiento a las inversiones privadas en el ramo.

En cumplimiento a estas funciones, durante el periodo que se reporta FONATUR facilitó al sector privado la intermediación financiera con la banca de desarrollo para concretar inversiones sustentables con orientación turística. Asimismo, se realizaron acciones encaminadas a atender las necesidades prioritarias de los Centros Integralmente Planeados (CIP) y a modernizar y consolidar estos desarrollos.

A continuación, se destacan las principales acciones realizadas:

### V.1. Mecanismos legales y financieros que estimulen el crédito y la inversión hacia el sector turístico

Posterior a la publicación de la Ley de Asociaciones Público Privadas en 2012, FONATUR implementó este esquema de asociación con el sector privado para desarrollar infraestructura y urbanización, así como para proveer servicios básicos a los proyectos de inversión en los diversos destinos de FONATUR. Estas acciones permitirán al Fondo incrementar la competitividad y consolidar la oferta turística en sus desarrollos. Ejemplos de estas asociaciones son el Fideicomiso de Puerto Los Cabos, en el que FONATUR participa mediante un Convenio de Coinversión firmado con una entidad del sector privado, o el Hotel Quinta Real Oaxaca, del que FONATUR es accionista y cuyo operador es la empresa privada Hoteles Quinta Real S.A. de C.V.

Por otro lado, y gracias a la colaboración con BANCOMEXT, FONATUR impulsó el financiamiento de 52 millones de dólares para un desarrollo turístico en la Riviera Nayarit. El esquema de dicho financiamiento consiste en una línea de crédito a favor del inversionista que se destinará para financiar el 52% de la construcción de un hotel de 456 cuartos en una superficie de 48,469.34 m<sup>2</sup> sobre un terreno de 76,315.11 m<sup>2</sup>.

Asimismo, a través del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos, FONATUR apoya a grupos sociales, así como a micro, pequeñas y medianas empresas del sector turismo, brinda asesoría especializada para formular planes de negocios y calificar proyectos para determinar su viabilidad, así como evaluar su nivel de riesgo. Gracias a la asesoría y calificación de FONATUR, se facilita el acceso al crédito y a otros apoyos económicos que otorgan instituciones financieras y entidades de gobierno.

En el periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2013 se realizaron 34 evaluaciones de proyectos turísticos (26 asesorías y ocho calificaciones) en 10 entidades federativas (Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guerrero, Michoacán, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán) en las que se apoyó a 2 inversionistas turísticos y 32 grupos sociales de zonas indígenas, con lo cual se detonó una inversión estimada de casi 50 millones de pesos.

Se llevaron a cabo ejercicios financieros para que los inversionistas potenciales puedan tener una visión más amplia de los beneficios de adquirir un lote de FONATUR, lo que permitió impulsar el desarrollo de los proyectos.



Centro Banamex, Ciudad de México

Por otra parte, para incentivar a las Micro, pequeñas y medianas empresas, la SECTUR gestionó apoyos ante el Fondo PYME a cargo del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). De acuerdo con ello, de enero a junio de 2013, más de 6,000 MIPYMES turísticas accedieron a apoyos por un monto superior a 140 millones de pesos, para incrementar su productividad, mejorar la calidad de sus servicios y en consecuencia, elevar su nivel competitivo.

Finalmente, la SECTUR en conjunto con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER), ha impulsado la apertura y/o reconversión de ventanillas del Sistema de Apertura Rápida de Empresas en su modalidad Turística (SARE Turístico), con el propósito de fomentar la inversión privada en los gobiernos estatales y municipios con vocación turística. Cabe señalar que este tipo de ventanillas promueve una atención eficaz y sencilla a inversionistas, con trámites ágiles, para la apertura de negocios en menos de 72 horas.

-En este contexto, de enero a junio de 2013 la SECTUR gestionó la reconversión de dos ventanillas en el estado de Colima y una más en Campeche. Con ello, al mes de junio de 2013, se encontraban ya en operación 24 SAREs en ocho entidades federativas.

## V.2. Fomento a la inversión turística

Durante los primeros días de la nueva administración, FONATUR llevó a cabo la renegociación de sus pasivos,

lo que permitió mejorar el perfil de su deuda para los siguientes dos años y hacer viable el flujo de operación por la disminución en los pagos, debido a tasas de interés más bajas y con importantes periodos de gracia.

El 18 de diciembre de 2012, FONATUR realizó el prepago a capital por 106 millones de pesos al crédito adquirido con el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS) para realizar obras específicas en los CIP de Huatulco, Cancún y Loreto, así como la liquidación por 280.5 millones de pesos, del crédito contratado con Banco Inbursa S.A., para el desarrollo de obras de urbanización en tres desarrollos estratégicos del CIP Ixtapa. De igual forma, se realizó un prepago por 79 millones de pesos al crédito adquirido ante BANOBRAS para obras en el desarrollo Marina Cozumel. Asimismo, el 19 de diciembre de 2012, FONATUR realizó el prepago a capital de 600.0 millones de pesos del crédito firmado con FONADIN, destinado a la adquisición de la reserva territorial para el desarrollo de CIP Playa Espíritu. Esto permitió reducir el saldo de la deuda por el mismo monto, mejorar la tasa de interés de 3.3 a 2.3 puntos base, además de contar con dos años de gracia en el pago de amortización de capital y 20 años para su liquidación.

Por otro lado, entre las responsabilidades de FONATUR está crear y diseñar nuevos destinos turísticos, así como promover la inversión privada en éstos. En este orden de ideas, de enero a junio de 2013 el Fondo concretó ventas por 132.23 millones de pesos. Para ello, se inició el programa de Profesionales Inmobiliarios, que incorporó a



101 profesionistas inmobiliarios a la fuerza de ventas de la entidad. Mediante este programa, se han concretado operaciones adicionales por un valor total de 4.3 millones de pesos.

Asimismo, se ha determinado la necesidad de desarrollar planes de negocio que ofrezcan a los desarrolladores e inversionistas una idea clara del potencial turístico del lote que les pueda interesar y de todas las construcciones a realizarse en el proyecto de inversión.

Se implementó un programa de prospección, en el que se indica a los potenciales compradores que FONATUR además de ser un desarrollador y detonador de destinos, también es una gran opción para invertir en México. Como parte de este programa, se destacan las cualidades y atributos de los productos que el Fondo ofrece a grandes y pequeños inversionistas.

Por otro lado, con el objetivo de acercar más a FONATUR con los posibles compradores, se creó la campaña institucional “Puertas”, que conceptualiza el fortalecimiento y el posicionamiento de la marca FONATUR y la imagen de sus destinos. Esta campaña atiende a grandes inversionistas y particulares para que adquieran inmuebles de uso comercial y residencial en los centros turísticos a cargo del Fondo.

Por último, FONATUR participó en diversos foros de promoción y fomento al desarrollo, entre los que destacan la Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, España, el Tianguis Turístico de México, en Puebla, Puebla, la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios (ADI) en la Ciudad de México, la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR) en la Ciudad de México, y Hotel Opportunities Latin America, en Miami, Florida entre otros. En dichos eventos se llevaron a cabo reuniones con inversionistas interesados, así como acciones de promoción y comercialización dirigidas al público en general.

En suma, las acciones realizadas por FONATUR han permitido impulsar la inversión en el sector y contribuye modernizar y consolidar la oferta turística del país.

### V.3. Asuntos internacionales

#### V.3.1 Cooperación bilateral

La Secretaría de Turismo, a través de las relaciones que mantiene con países de todo el mundo y mediante la

participación en diversos foros internacionales, impulsa y ejecuta actividades a fin de fortalecer el sector turístico de México. Adicionalmente, suscribe convenios que permiten estrechar las relaciones y coordinar acciones de cooperación en materia turística.

Durante el periodo de diciembre de 2012 a agosto de 2013, se fortaleció la colaboración con varias naciones a través de la revisión, construcción y vinculación de los convenios bilaterales y las agendas de trabajo, así como de giras de trabajo que buscan generar nuevos mecanismos de fomento y cooperación en materia turística.

#### América del norte

##### Estados Unidos de América (EUA) y Canadá

- Del 18 al 21 de junio de 2013 se realizó una gira de trabajo en Estados Unidos y Canadá con objeto de sostener encuentros con funcionarios de los gobiernos y empresarios de estos países. Al respecto destacan las siguientes:
  - En Washington D.C. y Nueva York, se sostuvieron encuentros con funcionarios de los gobiernos de EUA para discutir esquemas de facilitación de viajes, intercambio de información y buenas prácticas; así como planear y cooperar en un futuro en estrategias conjuntas de promoción.
  - Se realizaron reuniones con los principales operadores miembros de la *United States Tour Operator Association*, para promover sus operaciones en México e incrementar los flujos entre ambas naciones.
  - En Toronto hubo reunión con la cadena *Four Seasons* para incentivar inversiones en México. También se realizó una reunión con ejecutivos del grupo Sunwing quienes aprovecharon la visita para anunciar una inversión de 250 millones de dólares en un hotel en Quintana Roo de mil 250 habitaciones.
  - El CPTM tuvo acercamientos en el marco de la gira con *Air Canadá* que confirmó el lanzamiento de su subsidiaria *Air Canadá Rouge* para llegar a 4 nuevos destinos en México: Puerto Vallarta, Cancún, Huatulco y Los Cabos, en diciembre de 2013 y se llevó a cabo una reunión con el Ministro de Turismo de Ontario quien acordó promover México en el marco de los Juegos Panamericanos de Toronto en 2015.



Beijin, China

## Europa

### España

Del 28 de enero al 1 de febrero de 2013, en el marco de la **Feria Internacional de Turismo (FITUR)**, celebrada en Madrid, España, se realizaron encuentros con empresarios hoteleros y desarrolladores españoles, con la finalidad de hacer una revisión de sus posibles inversiones en México, tal es el caso de Hoteles RIU, OHL Desarrollos y Meliá Hoteles.

Asimismo, en el marco de su participación en FITUR, la SECTUR inauguró el Pabellón de México, el cual ganó el premio al mejor pabellón de la Feria.

También se sostuvo un encuentro con funcionarios de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en donde se presentó la nueva Política Nacional Turística, y se definieron proyectos de cooperación y trabajo coordinado.

En este sentido, se concretó una línea de acción para impulsar el flujo de turistas a México con los operadores como Viajes El Corte Inglés y Grupo Barceló.

La Secretaría de Turismo de México suscribió, en el marco de un encuentro con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo, un Programa Específico de Cooperación para los años 2013 y 2014, derivado del “Memorándum de Entendimiento en el Ámbito Turístico suscrito entre la

Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Reino de España”, cuyo objetivo es la cooperación entre ambas partes, en actividades conjuntas y concretas para desarrollar el potencial económico y turístico de los dos países firmantes, en los ámbitos de intercambio de buenas prácticas, firmado en Madrid, España, el pasado 29 de enero.

### Alemania

En el marco de la gira de trabajo por Alemania, se participó en IMEX, una de las ferias de turismo de reuniones y convenciones más importante a nivel mundial, en donde se inauguró el Pabellón de México.

Asimismo, se formó parte de un panel en el *Politicians Forum*, donde se presentó la estrategia de México en materia turística para este sexenio.

En Berlín, la SECTUR sostuvo un encuentro con funcionarios de la Secretaría de Estado Parlamentario de Economía, Tecnología y Turismo en donde se definió un programa de trabajo encaminado a unir esfuerzos en el desarrollo de estrategias en materia de turismo sustentable.

### Reino Unido

Se llevó a cabo una reunión con el Ministro de Inversión y Finanzas del Reino Unido, en donde se acordó que



CPTM, Ciudad de México

en el marco del Memorándum de Entendimiento con *Visitbritain*, se desarrollarán estrategias conjuntas de intercambio de experiencias sobre promoción y métodos de evaluación para medir el rendimiento de las campañas de promoción.

Asimismo, se acordó tener un acercamiento con FONATUR para explorar a detalle las oportunidades de inversión de lotes hoteleros.

Derivado de dicho encuentro y en el marco de las Pláticas Económicas de Alto Nivel ente México y el Reino Unido, se participó en un grupo de trabajo sobre turismo en el que se acordó el desarrollo de una estrategia encaminada a implementar el Memorándum de Entendimiento, el intercambio de información de los mercados turísticos y la posibilidad de desarrollo de una agenda de turismo médico.

## **Centroamérica, Sudamérica y el Caribe**

### **Guatemala**

La SECTUR sostuvo un encuentro con el Instituto Guatemalteco de Turismo, en donde se acordó una agenda en la que se intercambiarán buenas prácticas en materia turística, así como el seguimiento para el desarrollo de experiencias para el turista de manera regional.

### **Perú**

En el marco de la participación en el Foro Económico Mundial para América Latina (WefLa por sus siglas en inglés), se suscribió en Lima, el 24 de abril de 2013, el Memorándum de Entendimiento entre la SECTUR de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de la República del Perú sobre Cooperación Turística”, cuyo objetivo general es desarrollar y fortalecer la cooperación entre las partes en el campo del turismo.

### **Haití**

Se realizó encuentro con personal del Ministerio de Turismo de Haití, en donde se revisaron las acciones de cooperación en el marco del Memorándum de Entendimiento en materia de cooperación turística suscrito con dicho país, y se acordó que a través del FONATUR se les apoyaría en la revisión de su Programa Estratégico de Desarrollo Turístico de la zona Sur de Haití.

## **Asia y Medio Oriente**

### **Japón**

En el marco de la gira de trabajo del Presidente de México y como parte de la comitiva oficial de la Secretaría de

Turismo, se asistió a Tokio, Japón, del 5 al 10 de abril, en donde se realizaron encuentros con los Emperadores, el Primer Ministro y la Cámara de Representantes de Japón. Como parte de la agenda turística en el marco de dicha gira de trabajo, se llevaron a cabo reuniones con representantes de la Asociación de Agentes de Viajes de Japón, y los touroperadores *Travel Management Club* y *Japan Travel Bureau*, con quienes se acordó fortalecer la agenda de promoción y encaminar acciones para que más turistas japoneses visiten México.

### China

- Derivado de la visita del Presidente de la República Popular de China a México y como parte de una estrategia de diversificación de mercados, se realizó una gira de trabajo a China, donde se llevó a cabo una reunión con el presidente de la Administración Nacional de Turismo de China (CNTA por sus siglas en inglés) y se acordó establecer un grupo técnico de apertura de mercados entre ambas dependencias; al igual que trabajar conjuntamente para lograr la firma de la Declaratoria del 2015 como del Año del Turismo México-China.
- La SECTUR sostuvo diálogos con miembros del Gobierno y el Partido Comunista para impulsar una importante agenda bilateral turística y económica entre ambos países.
- En el ámbito privado y como parte de la promoción de la conectividad, eje vital para el incremento en el flujo de turistas, se sostuvo encuentros con altos ejecutivos de aerolíneas chinas como *Cathay Pacific*, *Hainan Airlines* y *Air China*.
- Asimismo, se realizaron reuniones con importantes inversionistas y operadores turísticos para desarrollar una agenda de producto para el mercado chino.
- Durante la gira también se desarrollaron actividades relativas al relanzamiento de la oficina del Consejo de Promoción Turística en Beijing y de la página de internet [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) en mandarín.

### V.3.2 Cooperación multilateral

En el aspecto multilateral, se participó en los principales foros en la materia para conocer las tendencias internacionales de la industria, transmitir las mejores prácticas de México, retroalimentarse de las experiencias de otros países, y aprender valiosa información sobre los avances en la industria; asimismo, es miembro de importantes foros como la Organización Mundial del

Turismo (OMT), el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), la Asociación de Estados del Caribe (AEC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

### Organización Mundial del Turismo (OMT)

Como parte de la agenda de trabajo de la Organización Mundial de Turismo, México a través de la Secretaría de Turismo, participó en la Comisión para las Américas de la OMT, celebrada en San José, Costa Rica, el 16 y 17 de mayo, en la que se eligió a nuestro país como sede del Día Mundial del Turismo en 2014.

La SECTUR participó en la 95 Reunión del Consejo Ejecutivo de la OMT, celebrada en Serbia, Belgrado, del 26 al 29 de mayo, en la cual se desarrolló un Seminario sobre "Turismo sostenible en destinos de aguas continentales".

Asimismo, se participó en la 20 reunión de la Asamblea General, celebrada en las Cataratas Victoria (Zambia y Zimbabwe), en donde se recibieron reportes de las diferentes actividades del organismo en 2012 y 2013, al igual que se definió la agenda de la OMT para los próximos dos años.

### Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

La SECTUR participó en la 91 Reunión del Comité de Turismo de la OCDE, en la que se presentaron los avances que México ha tenido en el grupo de trabajo para la facilitación de viajes, que coordina la OCDE en conjunto con la OMT.

Asimismo, en el marco de la reunión, la Secretaría de Turismo presentó la nueva política nacional turística y las estrategias del Gobierno de la República en materia turística.

Se acordó participar con ellos en la elaboración de diversos estudios sobre temas de actualidad, entre los que se encuentra el Trends and Tourism Policies 2014.

### Foro de Cooperación Económica Asia- Pacífico (APEC)

La SECTUR participó activamente en las actividades de la reunión número 42 del Grupo de Trabajo de Turismo de la APEC, celebrada en Solo, Indonesia, donde se presentó la Política Nacional Turística, al igual que los avances en materia de facilitación de visado que nuestro país ha logrado para fomentar la llegada de turistas internacionales.

Asimismo, la SECTUR participó en la 43 reunión del grupo, celebrada en Koh Samui, Tailandia, en donde adoptó dos importantes papeles postura sobre facilitación de viajes, uno de los cuales fue liderado por México.

#### **Organización de Estados Americanos (OEA)**

La SECTUR participó activamente en la definición y lineamientos de la presentación de proyectos en el marco del Fondo Hemisférico de Turismo, así como en la preparación de la Declaratoria de cara a la celebración del Congreso Interamericano de Turismo de la OEA, a celebrarse en San Pedro Sula, Honduras, en el mes de septiembre de 2013.

#### **Alianza del Pacífico (AP)**

En el marco de las actividades del Acuerdo de Cooperación Turística de Alianza del Pacífico, la SECTUR participó en la primera reunión del equipo técnico de trabajo de turismo, celebrada en Santiago, Chile, el 7 de mayo.

Como resultado de esta reunión, se definió un programa específico de cooperación.

#### **Organización Mundo Maya (OMM)**

Se participó en la reunión de la Comisión de la OMM, celebrada en El Salvador del 8 al 10 de mayo, en la que se definió la fecha para el traspaso de la Presidencia Pro-Tempore de la OMM.

La SECTUR participó en la ceremonia de traspaso de OMM, celebrada en Mérida, Yucatán, el día 24 de junio, en la que se acordó el desarrollo de una agenda multidestino que fortalezca la imagen de la marca Mundo Maya.

#### **V.4. Promoción eficaz de los destinos turísticos**

Para contribuir a que el turismo se convierta en un instrumento eficaz de desarrollo económico y regional que genere mayores beneficios para la población de los destinos, particularmente la que produce bienes y servicios para atender a los visitantes, se requiere realizar una promoción de los atractivos de México, que sea eficaz en términos de atraer a un mayor número de turistas, tanto nacionales como del exterior, que conduzca al crecimiento sostenido de la derrama económica y apoye la creación de empleos de calidad.

#### **V.4.1 Estrategia integral de promoción turística**

Para este propósito se lleva a cabo una estrategia integral de promoción turística en el mercado nacional y en los principales mercados emisores del exterior, que difunda la diversidad de atractivos y productos turísticos del país, con una mezcla de medios e instrumentos de difusión, dentro de la cual sobresale el uso creciente de la promoción a través de internet. La estrategia se lleva a cabo en coordinación con los destinos y con la concurrencia de los agentes de la industria que participan en la promoción y comercialización de la oferta turística.

#### **V.4.2 Presencia de México y sus destinos turísticos en el mundo**

El principal objetivo del CPTM es la promoción de los destinos del país, tanto a nivel nacional como internacional mediante la difusión de la oferta de atractivos y productos, así como la vocación de cada destino y su potencial para atender a los diferentes segmentos del mercado. Para conseguir este objetivo se busca mejorar el posicionamiento y fortalecimiento de la marca México.

#### **Nacional**

A nivel nacional se fomenta la diversidad de mercados y destinos con campañas específicas las cuales pretenden incentivar los viajes dentro del país y generar mayor derrama económica.

La campaña nacional pretende reavivar el interés de los mexicanos por conocer la riqueza en experiencias que le brinda su país mediante el fomento de viajes cortos en fines de semana, días festivos y periodos vacacionales para vivir momentos únicos que son difíciles de explicar.

De diciembre de 2012 a agosto de 2013 se promovió la marca México en el mercado doméstico, a través de una campaña publicitaria orientada a incentivar a los mexicanos a disfrutar de la oferta de productos y servicios que ofrece el país en sus diferentes destinos turísticos durante las temporadas vacacionales y fines de semana largos.

Como parte de las campañas institucionales en el mercado nacional se apoyó el Tianguis Turístico de México y las vacaciones de Semana Santa y Verano; las cuales se difundieron a través de los principales medios de comunicación nacionales como son radio, prensa, revistas y publicidad en anuncios espectaculares exteriores.

Con la campaña institucional se beneficia a las 32 entidades federativas y a sus destinos turísticos, al dar a conocer las bondades con las que cuenta el territorio nacional en materia turística.

### Internacional

A nivel internacional se busca posicionar a México como un destino de clase mundial por su diversidad, experiencias nuevas y únicas.

Con objeto de incrementar la intención de viaje y generar preferencia y diferencia en el turista internacional, la campaña internacional invita al turista a viajar a México para vivir experiencias únicas, que se tienen que vivir. Un México hecho de sabores, colores, cultura e historia que lo convierte en un lugar difícil de explicar sólo con palabras.

Durante el periodo del 1 de diciembre al 31 de julio de 2013, se promovió la marca México en el mercado internacional mediante la campaña institucional, a través de diferentes medios de comunicación como: revistas, prensa y espectaculares en los principales mercados internacionales como Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia.

La promoción turística en Internet tiene el objetivo de promocionar integral y competitivamente a México con todos sus productos y destinos, para ser líderes de clase mundial en este rubro a través de la participación y la suma de esfuerzos entre los actores del sector para lo cual se realizó una inversión de 52.6 millones de pesos.

Se promueve a los estados, destinos y servicios del país y se da a conocer lo que ofrecen a sus visitantes de una forma ágil, moderna y rápida.

El CPTM se encuentra entre los primeros 5 organismos turísticos internacionales con mejor desempeño en línea según el *etourism Monitor*, *VisitMexico* es un “Ecosistema” que posee varios componentes:

#### El portal [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com):

- Difunde Actividades, Bitácoras, Calendarios, Destinos y Promociones.
- Facilita la compra directa de viajes desde el portal.
- Consta de 1,200 páginas en español.

- Ofrece información en siete idiomas: inglés, francés, alemán, italiano, japonés, chino y portugués.

- Acceden al año 3,789,591 personas del mundo.

- Cuenta con un mercado de 250,000 visitantes promedio de habla hispana por mes.

- Sus páginas fueron vistas 9,169,786 veces en lo que va de 2013.

- Amplía, dinamiza y mejora sus contenidos.

- Posee un motor de reservaciones que permite a los usuarios hacer cotizaciones y encontrar paquetes y servicios.

- Está vinculado a sus redes sociales y con centros de atención al cliente.

Se cuenta con 10 canales en Redes Sociales: *Facebook*, *Twitter*, *You Tube*, *Flickr*, *Foursquare*, *Pinterest*, *Google Plus* e Instagram e incorpora 2 redes dirigidas al mercado chino, *Weibo* y *Youku*.

- La comunidad de *Facebook* tiene más de un millón de seguidores.

- En promedio, cuenta con una de las más altas interacciones con sus seguidores.

Las Campañas de eMarketing con acciones *Search Engine Marketing*.

- Han posicionado a México y sus destinos entre los primeros lugares en búsquedas en línea.

- Promueven el crecimiento de Marca.

- Logran una mejor penetración de las campañas cooperativas.

- Se recibió en 2012, el “*Expedia Partner Award / Destination Campaign of the year*”.

#### Promociones en el motor de reservaciones

##### La atención al cliente:

- Se lleva a cabo a través de centros de llamadas en Norteamérica y Europa.

- Gestiona envío de correos electrónicos en Norteamérica y Europa.
- Atiende al público por medio de Chats en línea a nivel mundial.
- Apoya con capacitación y orientación a los agentes de viajes.

Presencia móvil para mejor aprovechamiento tecnológico y mantenernos a la vanguardia.

- Creación y publicación de APPS.
- Publicación de revistas electrónicas.
- Portal WAP.
- Kioscos Interactivos – Plan Piloto España Vanguardia tecnológica.
- Lectura de contenidos para personas con capacidades diferentes.
- Creación de itinerarios personalizados.

### V.4.3 Programas cooperativos

El CPTM ha establecido como estrategia de promoción la ejecución de programas de publicidad cooperativa, que permite la participación y vinculación de diversos actores del sector turístico o relacionados con éste, tales como entidades federativas, destinos, líneas aéreas, cadenas hoteleras, touroperadores, oficinas de convenciones y otros socios comerciales del sector privado en los mercados nacional e internacional.

Los objetivos de los programas cooperativos son los siguientes:

- Promover los destinos, productos, servicios y atractivos del país de manera efectiva, al contribuir al posicionamiento de los destinos, su consideración de viaje por parte de los turistas y la “venta dura”.
- Consolidar recursos publicitarios y promocionales en beneficio de la industria turística de México en los mercados objetivo.
- Contribuir al posicionamiento de marca turística de cada estado y/o destino, apoyándose con la marca

“México”, en las campañas que deriven de los Programas Cooperativos.

- Incentivar la utilización de esquemas publicitarios con un enfoque comercial que propicie la búsqueda de información adicional y el cierre de venta.
- Desarrollar una estrategia de posicionamiento de México y sus destinos congruente entre mercados.
- Motivar a los intermediarios de venta a ser aliados del CPTM para mejorar la comercialización interna de la oferta turística de México.

El CPTM suscribe Convenios de Colaboración y Coordinación para la Ejecución de Programas Cooperativos en Materia de Promoción y Publicidad Turística con las 32 Entidades Federativas de la República Mexicana y destina 30% de su presupuesto a los programas cooperativos. Para el ejercicio del 2013, el presupuesto que se ejercerá es de 526 millones de pesos.

La asignación de estos recursos para el establecimiento de convenios de cooperación con los estados, considera criterios de equidad, desempeño y potencial de cada uno de ellos, con el objeto de evitar la discrecionalidad en la distribución de los recursos, de este modo, los criterios se determinan de la siguiente manera:

- **Equidad:** todas las entidades reciben cuando menos un monto mínimo, que para el presente año se fijó en tres millones de pesos.
- **Desempeño:** se establece en función de la oferta hotelera del destino, su conectividad aérea y la llegada de turistas, tanto nacionales e internacionales.
- **Potencial:** se determina de acuerdo al análisis sobre el potencial del destino para incrementar su atracción del turismo en el futuro.

Otro factor importante que el CPTM toma para la decisión de los destinos a promover está en función de la capacidad de generar derrama económica, lograr el mayor impacto económico por peso invertido en la promoción, tanto en el mercado nacional como en el internacional y mediante la valoración de las características propias de cada mercado y los segmentos de consumidores.

Los recursos para la promoción provienen del “Derecho de Visitante sin Permiso para Realizar Actividades

Remuneradas” que pagan los turistas internacionales, por lo cual es relevante considerar la llegada de turistas internacionales a un destino y su contribución a la generación de recursos para la promoción.

Una vez asignado este presupuesto, se trabaja con las entidades federativas para ejecutar los recursos en aproximadamente 350 campañas, las cuales se desarrollan en los mercados nacional e internacional. Este año se habrán llevado a cabo alrededor de 210 campañas de promoción y publicidad turística en el mercado nacional y 140 en el mercado internacional.

En el mercado nacional el 80% de los medios que se utilizan para implementar las campañas son tradicionales, mientras que el 20% son medios online; este comportamiento se observa de igual manera para el mercado internacional.

#### V.4.4 Tianguis Turístico México

La edición XXXVIII del tianguis registró la participación más alta en la historia. El evento se realizó del 17 al 20 de marzo de 2013 en el Centro Expositor de la ciudad de Puebla, Puebla, que por primera ocasión se realizó

en un destino distinto al de sol y playa, obteniendo los siguientes resultados:

- Contó con la asistencia de 673 empresas compradoras
- La oferta turística nacional estuvo representada por 614 empresas (7% más) de los 31 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal.
- Se concretaron 26,288 citas de negocios lo que implicó un incremento del 14% en relación con el año anterior, de las cuales los expositores estiman que el 44% se concretarán en ventas durante 2013.
- La cobertura del evento estuvo a cargo de 895 representantes de fuentes nacionales especializadas y 64 periodistas internacionales de 11 países.
- El programa “*Hosted Buyer*” contó con la participación de 190 compradores. (118% más en relación con el año anterior).
- El 95.3% de los compradores y el 95% de los expositores evaluaron el Tianguis Turístico México 2013 como Excelente o Bueno.



Tianguis Turístico



#### V.4.5 Planeación, promoción y fomento de nuestros destinos turísticos

De acuerdo a los objetivos del PND el CPTM lleva a cabo la asignación de recursos para las campañas de promoción de los destinos del país, de acuerdo a la capacidad de los mismos para generar e incrementar la derrama económica del turismo.

La capacidad de los destinos para generar derrama económica se da en función de:

- Su posicionamiento en el mercado nacional e internacional.
- La oferta de productos y atractivos con la que cuentan.
- La infraestructura y equipamiento turístico y hotelero que disponen.
- La conectividad aérea y terrestre con los principales mercados emisores tanto en México como en el exterior.
- Su capacidad de gestión para lograr movilizar recursos locales para la promoción y conjuntarlos con los recursos federales.
- Su potencial de crecimiento.

Durante el primer semestre de 2013, el CPTM trabajó en la etapa inicial de planeación y ejecución de los siguientes 4 proyectos regionales de gran impacto para el incremento en el sector turismo:

- **Frontera Norte** está integrada por Baja California, Coahuila, Chihuahua, Nuevo León, Tamaulipas y Sonora. Los objetivos de este proyecto son:
  - **Revitalizar** la región mediante el flujo de turismo fronterizo y de internación.
  - **Incentivar** el uso de las carreteras como vía de comunicación.
  - **Incrementar** los días de pernocta por turista y consecuentemente la derrama económica.
- **Tesoros Coloniales** está integrada por Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. Los objetivos de este proyecto son:

- Posicionar la marca Tesoros Coloniales.
- Incentivar los Tour Operadores y Agencias de viaje para que desarrollen productos específicamente para Tesoros Coloniales.
- Incrementar estadia y generar derrama económica para los destinos.
- Aprovechar la conectividad carretera eje del modelo de negocio.
- **Mundo Maya** está integrada por Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán. Los objetivos de este proyecto son:
  - **Mantener y reforzar** el posicionamiento del producto Mundo Maya.
  - **Facilitar** la diversificación de los productos en los estados del Mundo Maya.
  - **Aumentar** la derrama económica para los Destinos que conforman la región.
- **Ciudades Patrimonio** está integrada por Campeche, Guanajuato, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Veracruz y Zacatecas. Los objetivos de este proyecto son:
  - **Posicionar** la marca Ciudades Patrimonio y dar a conocer sus productos.
  - **Sensibilizar** al consumidor nacional para que conozca, valore y cuide a sus ciudades patrimonio.

Asimismo, se trabaja en el proyecto especial **Vallarta–Nayarit**, que tiene como objetivos de la campaña:

- Presentar a ambos como un gran destino, con la unión de las bondades de uno y otro para crear la nueva joya turística de México. Juntos son un destino que lo tiene todo, al cual se llega por un mismo aeropuerto.
- Apoyar la promoción de ambos destinos en el principal mercado emisor (Norteamérica) con la finalidad de incentivar la demanda de viaje.

Para estos proyectos el CPTM diseñó la estrategia y la campaña; la implementación de las mismas se dio en el mes de agosto por parte de los destinos y se dará en el mes de septiembre de 2013 por parte del CPTM.

## La marca México en el mundo (ferias y eventos)

En el periodo del 1 de diciembre de 2012 al 31 de agosto de 2013, se fortaleció la promoción a través de la instalación del Pabellón de México en 14 ferias internacionales, con una inversión de 34 millones de pesos. Se contó con la participación de 399 representantes de la industria turística mexicana como touroperadores, agencias de viajes, hoteles, líneas aéreas, estados y destinos.

A partir de marzo 2012, se inició la evaluación de los resultados de la participación en las ferias y eventos más importantes. En el año 2013 se evaluaron las ferias FITUR de Madrid e ITB de Berlín.

Los participantes promovieron y comercializaron los productos del país en las siguientes ferias:

1. *New York Times Travel Show*, en Nueva York, E.U.A.

2. *Adventure in Travel Expo*, en Chicago E.U.A.

3. Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, España. Feria en la cual México ganó el Premio a Mejor Stand, reconocimiento del jurado calificador basado en criterios como el diseño, comunicación, promoción de productos, comercialización y profesionalización.

- El pabellón de México en FITUR contó con 104 stands y 98 expositores que mostraron la oferta de productos y servicios de los principales destinos de México como: Aguascalientes, Los Cabos., Cancún, Ciudad de México, Chihuahua, Durango, Acapulco, Guadalajara, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, Morelos, Mérida, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Riviera Maya, Riviera Nayarit, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Veracruz, Yucatán y Zacatecas, así como hoteles, líneas aéreas, agencias de viajes y tour operadores.

- Los principales productos demandados en orden de importancia fueron: sol y playa, turismo cultural y turismo de naturaleza.

- Riviera Maya, Cancún y Ciudad de México fueron los principales destinos a los que dirigieron su interés los compradores.

- En promedio, se estima que los expositores concertaron antes y durante la feria 24 citas, de las cuales 22 se llevaron a cabo.

- Los expositores estiman que el 47% de las negociaciones se concretarán en venta.

- El 89% de los expositores considera como excelente o buena la calidad de los compradores asistentes.

- El 100% de los expositores evaluó como excelente o bueno el Pabellón de México.

4. Bolsa Internacional de Turismo (BIT) en Milán, Italia.

5. Vitrina Turística Anato en Bogotá, Colombia.

6. Bolsa Internacional de Turismo (ITB) en Berlín, Alemania.

- El 27% de los compradores asistentes provenían de Alemania, 6% de Francia, 6% de República Checa, 6% de Polonia y 6% de los Países Bajos.

- Los principales productos demandados en orden de importancia fueron: turismo cultural, sol y playa, y turismo de naturaleza.

- Riviera Maya, Cancún y Yucatán fueron los principales destinos de interés para los compradores.

- Los principales productos ofrecidos por los expositores fueron: sol y playa, turismo cultural y turismo de naturaleza.

- En promedio, se estima que los expositores concertaron antes y durante la feria 29 citas, de las cuales 22 se llevaron a cabo.

- Los expositores estiman que el 42% de las negociaciones se concretarán en venta.

- El 92% de los expositores considera como excelente o buena la calidad de los compradores asistentes en ITB.

- El 92% de los expositores evaluó como excelente o bueno el Pabellón de México.

7. *Cruise Shipping Miami*, E.U.A.

8. Feria Internacional de Viajes y Turismo de Moscú (MITT) Moscú, Rusia.

9. *China Outbound Travel and Tourism Market* (COTTM) en Beijing, China.

10. *World Travel Market Latin America* en Sao Paulo, Brasil.

11. *Arabian Travel Market* en Dubái, Emiratos Árabes Unidos.

12. *Incentive Travel and Meetings Exhibition* (IMEX) en Frankfurt, Alemania.

13. *Korea World Travel Fair* (KOTFA), en Seúl, República de Corea, el Pabellón de México obtuvo el premio BEST BOOTH DESIGN AWARD.

14. American Incentive Business Travel & Meetings (AIBTM) en Chicago, E.U.A.

A través del CPTM, se apoyó la participación de México en 4 ferias especializadas del segmento de turismo de reuniones. Asimismo, se promueve la oferta turística de México en el rubro de viajes de negocios e incentivos.

Dentro de los resultados se encuentra la identificación de 15 organizaciones y asociaciones de Perú, Argentina, Brasil, Cuba y Colombia, como clientes potenciales, se atendieron 33 citas comerciales con compradores potenciales y se participó en 6 eventos de *networking* con compradores y socios comerciales:

- *HSMIA MEET WEST*, en Anaheim, California, E.U.A.
- FLEXPO, en Punta del Este, Uruguay.
- *Incentive Travel Exchange* (ITE), en Las Vegas, E.U.A.
- *The Meetings Show* U.K., en Londres, Inglaterra.

## Eventos

Durante el periodo del 1 de diciembre de 2012 al 31 de agosto de 2013, el CPTM coordinó 4 eventos, los cuales reunieron importantes actores de la industria turística nacional e internacional, líderes de opinión y medios de comunicación, con el objeto de contribuir a posicionar a México como un destino de clase mundial:

- Evento Promocional “Gran Evento de México”. Celebrado dentro del marco de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) el día 29 de enero en el Palacio de Neptuno de Madrid, España.
- Evento Promocional “Gran Evento de México”. Celebrado dentro del Marco de la Feria Bolsa Internacional de Turismo (ITB) en la Embajada de México el día 6 de marzo en Berlín, Alemania.

• Evento Promocional “Encuentro con Mayoristas” en el marco del XXXVIII Tianguis Turístico. Celebrado el día 17 de marzo en Casa Puebla de la capital poblana.

• Evento Promocional “Ceremonia de Inauguración” en el marco del XXXVIII Tianguis Turístico. Evento celebrado en el centro expositor de la ciudad de Puebla el día 18 de marzo.

## Turismo de Reuniones, Congresos y Convenciones

A través del Consejo de Promoción Turística, México ha instrumentado una estrategia puntual dentro de la industria de reuniones y romance a nivel internacional a través de las alianzas estratégicas con las principales asociaciones y corporativos generadores de eventos.

- 13 alianzas para el mercado de reuniones.
- 5 alianzas para el mercado de bodas y romance.
- 65 mil miembros en conjunto.
- 16% de la participación del mercado americano.

Se trabaja en la promoción de destinos como Cancún, Puerto Vallarta, Guadalajara, León, Puebla, Querétaro, Ciudad de México, Riviera Maya y los Cabos principalmente, los cuáles han demostrado tener una infraestructura de gran nivel, prestadores de servicios capacitados para este segmento, atractivos turísticos y personal capacitado para prospectar eventos internacionales.

El turismo de reuniones ha demostrado ser un segmento de mercado con gran potencial y se ha convertido gran motor del desarrollo turístico de los destinos. En el último año se ha fortalecido con infraestructura de vanguardia para esta industria, como son:

- Centro de Convenciones Tijuana.- 9,300 m<sup>2</sup> para exposiciones y 2,400 m<sup>2</sup> para congresos y reuniones. Inaugurado el pasado mes de abril con un monto de inversión de 620 millones de pesos.
- Hotel Aloft Cancún.- Dentro de la propiedad de Cancun Center, se construyó un hotel con 175 habitaciones inaugurado el pasado mes de junio.
- Hotel *Courtyard by Marriot*.- Dentro de la propiedad del Poliforum León, contará con 140 habitaciones, inaugurado en el mes de agosto con un monto de inversión de 20 millones de dólares.

- NH Puebla Centro Histórico.- Incorporación de 52 habitaciones nuevas más la construcción de un salón de 355 m divisibles en 6 secciones.
- Hotel Quinta Real Puebla.- Renovación de 85 habitaciones con un monto de inversión de 40 millones de pesos.

Esta nueva infraestructura contribuirá a captar más eventos hacia México:

- Al cierre del 2012 se tuvieron 104,822 reuniones con 9.3 millones de participantes.
- En los 2 primeros meses de 2013, se tiene registrado 13,116 reuniones con 1.1 millón de viajeros por este motivo.
- Los organizadores de 163 congresos mundiales (bajo los parámetros de la *International Congress & Convention Association* (ICCA), consideraron a México como sede para sus eventos, donde se destacan Ciudad de México y Cancún como los destinos más solicitados

Para llevar a cabo la promoción de este segmento, se han realizado las siguientes acciones:

- Participación en 91 eventos especializados en turismo de reuniones.
- 220 expositores participantes.
- 1,650 encuentros de negocios.
- 12 presentaciones a organizadores internacionales
- Introducción de la versión en español del portal [www.visitmexico.com/meetings](http://www.visitmexico.com/meetings).
- Renovación de contenidos en su versión en inglés con más de 31,395 visitas .
- 4,500 solicitudes en línea a través del motor de reserva (*request for proposal*).
- Incursión en redes sociales.

Con la línea de acción No. 8, “Atraer al consumidor que aún no conoce México”, se ha conformado un portafolio de:

- 22 candidaturas.
- 110,000 participantes.



Artesanías, Guanajuato

- 160 millones de dólares de derrama económica (esperada).

En el primer semestre 2013 el CPTM, en coordinación con los destinos y asociaciones, han obtenido la sede de los siguientes eventos: Campeonato Mundial de Ala Delta (Valle de Bravo, 2015), XX Congreso Internacional de Dental Pediátrico (Cancún, 2019) y el XXXVI Congreso Latinoamericano de Coloproctología (Cancún, 2019). En el mes de abril 2013, se llevó con gran éxito la Convención Anual de Transfactor la cual conjuntó a 10,000 participantes de más de 35 países por una semana en la Ciudad de México.

Con estas acciones, el CPTM contribuye a traer negocio a México, incrementar el número de visitantes y difusión de la marca México.

Asimismo, se cuentan con foros de las distintas asociaciones nacionales<sup>2</sup> quienes realizan programas académicos para profesionalizar a sus agremiados. Durante el periodo que se reporta se desarrollaron las siguientes acciones:

- 9 eventos.
- 1,250 profesionales capacitados.

• Adicional a los foros, la Asociación Mexicana de Profesionistas de Exposiciones y Convenciones (AMPROFEC) llevó a cabo la certificación internacional denominada Certified Exhibition Management (CEM) la cual logró certificar a 27<sup>3</sup> profesionales de la

---

<sup>2</sup> Asociación Mexicana de Profesionistas de Ferias, Exposiciones y Convenciones (AMPROFEC); Asociación Mexicana de Recintos FERIALES (AMEREF), Asociación Mexicana de Destinos de Mercadotecnia (AMDEM); Global Business Traveler Association (GBTA); International Congress & Convention Association (ICCA); Meeting Professional International; Professional Convention Management Association (PCMA); Professional Convention Organizer (PCO); Society Of Incentive Traveler Executives

---

<sup>3</sup> Profesionales de la industria de reuniones que pueden ser: organizadores, directores de OCV's, directores de recintos, empleados de montajes, entre otros.



Ciudad Victoria, Tamaulipas

industria a finales de 2012 e iniciar la nueva generación 2013 con 40 más.

En su primera edición el *Worlds Meetings Forum* logró reunir a los principales líderes de la industria en un programa académico en Playa del Carmen lo que evidencia la calidad académica y el nivel de convocatoria

que tiene México ante las distintas organizaciones internacionales de la industria de reuniones.

Para desarrollar nuevos destinos en programas de incentivos, se dio inicio en el primer semestre 2013 a *Your Best Reward is Mexico* (YBRM), con la participación de 40 prestadores de servicios de San Cristóbal de las Casas, Chiapas.



Parque Fundidora, Monterrey, Nuevo León



## **VI. SUSTENTABILIDAD Y BENEFICIO SOCIAL**





Actualmente, el turismo contribuye significativamente al crecimiento del Producto Interno Bruto del país. En este sentido, el impacto económico de la actividad se traduce en beneficios positivos, principalmente en los ingresos de las poblaciones locales, como en el bienestar social de las mismas. Sin embargo, también tiene una influencia negativa importante en los entornos naturales y en los urbanizados, lo que afecta la identidad y la cultura de las poblaciones receptoras, así como sus condiciones de vida.

Bajo este contexto, para la dependencia es una prioridad el generar las condiciones que permitan que el desarrollo del turismo se lleve a cabo conforme a los principios de la sustentabilidad y desarrollo regional. Ello implica importantes retos, como la consolidación del modelo de desarrollo turístico sustentable que compatibilice el crecimiento del turismo y los beneficios que éste genera, a través de la preservación y mejoramiento de los recursos que conforman el patrimonio natural y cultural de nuestro país.

La presente administración considera entre sus objetivos el establecer nuevos modelos de desarrollo turístico que privilegien el desarrollo regional, que incorporen a las localidades receptoras de turistas al crecimiento económico, a la preservación de su patrimonio y a mejores condiciones de vida.

Por su parte, se crean nuevos mecanismos para que grandes grupos de la población que actualmente no tienen la posibilidad de salir de su lugar de residencia, puedan conocer la oferta turística del país.

Asimismo, la SECTUR coordina e impulsa como nunca antes, los esfuerzos del Gobierno federal para la protección y la seguridad de los turistas.

A continuación, se reportan algunos de los principales logros asociados con esta estrategia:

### VI.1. Programa de turismo sustentable

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 establece en su Estrategia 4.11.4 Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. En este contexto, se puntualiza la necesidad de crear instrumentos para que el turismo sea una industria limpia, para la consolidación del modelo turístico basado en criterios de sustentabilidad. Del 1 de diciembre de 2012 al 31 de agosto del 2013, se fortaleció el Programa de Turismo Sustentable mediante las acciones que se describen a continuación:

#### VI.1.1 Destinos sustentables

Con la finalidad de impulsar el cuidado y preservación del patrimonio cultural, histórico y natural del país, se optimizó el monitoreo de la sustentabilidad del sector:

1. Se concluyó la actualización de los diagnósticos de sustentabilidad de los municipios de Huauchinango, Tehuacán, Cuetzalán Puebla y Zacatlán, todos en el estado de Puebla, con lo cual ese estado se posiciona entre las entidades líderes en la implementación de acciones orientadas a alcanzar el desarrollo sustentable del sector turismo, y dota a los municipios de herramientas de planeación que contribuyen a maximizar los beneficios del turismo para las comunidades receptoras. La meta planteada en el primer semestre del 2013 fue actualizar cinco diagnósticos; sin embargo, el Municipio de Cuetzalán canceló su participación.
2. Se actualizó la información cuantitativa correspondiente a los diagnósticos de sustentabilidad de 121 destinos evaluados entre 2002 y 2012, por lo que se cuenta con información actualizada en los siguientes rubros: disponibilidad y tratamiento de aguas residuales, generación de residuos sólidos y disposición final, empleo y desempleo, participación del empleo turístico en el empleo total, nivel de bienestar de la población, índices y grados de desarrollo humano, índice y grado de marginación, demanda y oferta turística, y desarrollo urbano integral. Con lo anterior, se dispone de información valiosa para fundamentar la toma de decisiones e implementar estrategias de desarrollo en los siguientes temas:
  - Optimizar la utilización de los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, vigilar su conservación y preservación con apego a las leyes en la materia.
  - Reducir los impactos negativos que la actividad produce en el entorno natural mediante la implementación de plantas de tratamiento de agua residual, rellenos sanitarios conforme a la normatividad, y planes de desarrollo urbano y ordenamiento territorial y ecológico.
  - Respetar la autenticidad social y cultural de las poblaciones turísticas, vigilar la estricta conservación de sus atractivos artísticos, históricos y culturales.

- Asegurar el desarrollo de las actividades económicas, de tal forma que sean tan viables en el futuro como lo son en el presente.
  - Garantizar la coordinación transversal con todas las dependencias de la Administración Pública Federal que tienen alguna relación con el tema sustentable para focalizar la aplicación de recursos y el desarrollo integral de los destinos prioritarios del país.
3. Finalmente, se elaboraron diagnósticos resumidos en materia de sustentabilidad de los destinos turísticos definidos como prioritarios para focalizar los esfuerzos en la materia, por lo que se cuenta con un documento sobre la situación global del turismo en relación al desarrollo sustentable. Asimismo, se definieron prioridades y se diseñaron líneas de acción para reducir las problemáticas identificadas con este ejercicio. Estos instrumentos son fundamentales para contribuir a que el turismo sea una industria limpia y permiten a los gobiernos de los tres órdenes diseñar mecanismos económicos, financieros, y de política pública innovadores.

### VI.1.2 Promoción de mejores prácticas ambientales

Con el objetivo de mantener y mejorar la calidad de los entornos, tanto urbanos como rurales, y evitar la degradación física y visual, se llevan a cabo talleres de sustentabilidad que tienen el propósito de capacitar a las empresas y los destinos turísticos en la gestión local de la sustentabilidad.

Así, en coordinación con el Municipio de Chalco, en el Estado de México, la SEMARNAT y la PROFEPA, en el mes de agosto se llevó a cabo un taller de sustentabilidad, el cual tuvo como principal objetivo brindar orientación a las 20 dependencias que integran el Ayuntamiento para instrumentar acciones de gestión local en materia de sustentabilidad, las cuales contribuyan a convertir al turismo en fuente de bienestar social.

En lo que respecta al reconocimiento de mejores prácticas, el programa denominado Bandera Azul (Blue Flag) es un referente a nivel internacional. El programa promueve el desarrollo sostenible a través de criterios estrictos en las categorías de Calidad de Agua, Educación e Información Ambiental, Gestión Ambiental, Seguridad y Otros Servicios. Es un sistema voluntario que ha reconocido, a la fecha, a más de 3,550 playas y marinas en 41 países de Europa, Sudáfrica, Marruecos, Túnez, Nueva Zelanda, Brasil, Canadá y el Caribe.

- Es otorgado por la *Fundation for Enviromental Education* (FEE), Fundación Europea de Educación Ambiental, con sede en Dinamarca el cual opera desde 1981, en playas y puertos.

En julio de 2012 Pronatura A.C fue reconocida por la FEE como *National Operator* en México, por lo que está facultada como la única organización responsable en nuestro país para instrumentar el programa. Con la implementación de estas acciones, se busca contar con playas reconocidas a nivel mundial por su excelencia en operación y lucimiento físico, que incide en las acciones emprendidas en materia de impacto ambiental y conservación de los entornos naturales.

El programa *Blue Flag* se ha convertido, a nivel mundial, en un elemento de distinción y de decisión para las decisiones de viaje de miles de turistas que buscan la garantía de excelencia y seguridad en una playa.

Como resultado de la estrategia para hacer de México un actor de vanguardia en materia de turismo, se cuenta hoy día con el reconocimiento del cumplimiento de la norma mexicana NMX-AA-120-SCFI-2006, relativa a la observancia de los Criterios *Blue Flag*.

Actualmente, cinco playas mexicanas han recibido el galardón *Blue Flag*: Chahué, en Huatulco, Oaxaca; El Chileno, en San José del Cabo, Baja California Sur; Delfines en el municipio de Benito Juárez, Quintana Roo; El Palmar en Teniente José Azueta, Guerrero y Vallarta Norte ubicada en Bahía de Banderas, Nayarit.

En materia de distinción y adicional al reconocimiento obtenido, es importante resaltar que, en 2011, Huatulco se convirtió en la primera playa de América Latina (y la tercera en el mundo) en recibir la certificación ambiental *Earth Check Gold*, que está diseñada específicamente para la industria del turismo.

- Se han realizado y se entregarán próximamente los primeros distintivos “S” en seguimiento al convenio celebrado entre la SECTUR y las organizaciones *EarthCheck y Rainforest Alliance*, al que próximamente se sumará la PROFEPA con los programas de verificación y certificación que cada una de estas instituciones tiene implementado.

En este mismo contexto, FONATUR realiza en todos sus destinos, estudios ambientales para la obtención de autorizaciones provenientes de la SEMARNAT. Es por ello que algunas de las playas del Fondo se encuentran entre las más limpias del mundo.

## VI.2. Cambio climático

En cumplimiento a lo dispuesto por la Ley General de Cambio Climático (DOF 6 de junio de 2013), la SECTUR se integró al Sistema Nacional de Cambio Climático, con el objetivo de delinear la política nacional que permitirá enfrentar el fenómeno del cambio climático con mayor oportunidad y eficacia, para garantizar la transversalidad y corresponsabilidad de las diversas dependencias, órdenes de gobierno y la sociedad civil.

Para tales fines, el 29 de enero de 2013 la dependencia participó en la instalación de la Comisión Intersecretarial de Cambio Climático (CICC), mecanismo permanente de coordinación entre 13 dependencias federales y entidades de la Administración Pública Federal en la materia, y en dos sesiones ordinarias y una reunión ejecutiva.

La SECTUR estableció, en coordinación con la CICC, las líneas estratégicas que regirán la actuación sectorial en las vertientes de adaptación y mitigación con un horizonte a 10, 20 y 40 años, las cuales fueron integradas a la Estrategia Nacional de Cambio Climático, instrumento rector de la política nacional en el mediano y largo plazos para enfrentar los efectos del cambio climático y transitar hacia una economía competitiva, sustentable y de bajas emisiones de carbono.

Dentro de los Grupos de Trabajo emanados de la CICC, se participó en tres sesiones del Grupo de Trabajo para Negociaciones Internacionales donde se definen los posicionamientos del país y se da seguimiento al cumplimiento de los acuerdos ante la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. Adicionalmente, se participó en la Reunión Ejecutiva que da inicio formal a la elaboración del Programa Especial de Cambio Climático (PECC) 2013-2018.

Por otra parte, en seguimiento a los proyectos derivados del PECC 2009-2012, con el apoyo del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, actualmente se realizan dos estudios que generan el conocimiento necesario para afrontar el cambio climático en el sector turístico.

En primer lugar, el “Estudio de Vulnerabilidad y Programas de Adaptación ante la Variabilidad Climática y el Cambio Climático en Diez Destinos Turísticos Estratégicos, así como propuesta de un Sistema de Alerta Temprana a Eventos Hidrometeorológicos Extremos”, permitió realizar una serie de talleres de análisis de propuestas de medidas de adaptación al cambio climático para los siguientes destinos turísticos prioritarios: Acapulco, Cancún, Huatulco, Ixtapa Zihuatanejo, Los Cabos, Mazatlán, Nuevo Vallarta, Puerto Vallarta, Riviera Maya y Veracruz.



Corporación Ángeles Verdes, Ciudad de México

Los resultados del estudio, concluido en el mes de junio de 2013 y actualmente en validación por el CONACYT incluyen:

1. Programas de Adaptación para cada uno de los destinos señalados.
2. Propuestas sobre sistemas de alerta temprana y mapas de vulnerabilidad riesgo, mismos que se busca integrar al Atlas Nacional de Riesgo que ya elabora el Centro Nacional de Prevención de Desastres de la Secretaría de Gobernación, así como al Atlas Nacional de Vulnerabilidad que coordinan el Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático.

Con este tipo de investigaciones se fortalece la generación de conocimiento e información estratégica que permitirá sentar las bases de actuación dentro del sector para el abatimiento de los impactos negativos del fenómeno; incluye la protección a la infraestructura turística y la exacerbación de la pobreza aparejada a los mismos, especialmente en las zonas identificadas como vulnerables en los destinos en estudio.

En segundo lugar, y relacionado de manera directa con la vertiente de mitigación, se trabaja en el estudio “Modelo de Aplicación de Medidas Sustentables en la Industria Hotelera de México”, el cual considera como sus principales productos un inventario de emisiones de gases de efecto invernadero de la industria hotelera de Los Cabos, Baja California Sur, así como un software de autodiagnóstico que caracterizará los consumos energéticos de los hoteles, que brinda alternativas tecnológicas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Con este estudio se diseñará un programa de implementación de ahorro de energía y reducción de emisiones en el sector hotelero, como primer paso para la transición sectorial hacia un desarrollo sustentable, que contribuya a fomentar una economía verde, y que a su vez, la distinga a la actividad turística como una industria limpia.

### VI.3. Ordenamiento ecológico

El ordenamiento ecológico del territorio es un instrumento de política ambiental, el cual es resultado de un proceso de planeación cuyo objetivo es identificar el patrón de ocupación del territorio ante la necesidad de planear el uso de los recursos naturales y de regular el crecimiento de los asentamientos humanos.

En este sentido, se generan e instrumentan políticas ambientales con las que se busca alcanzar un mejor

balance entre las actividades productivas y la protección de los recursos naturales a través de la vinculación entre los tres órdenes de gobierno, la participación activa de la sociedad y la transparencia en la gestión ambiental.

En cumplimiento al PND, el cual establece como línea de acción promover el ordenamiento territorial, así como la seguridad integral y la protección civil, la SECTUR participa en los procesos de ordenamiento ecológico que coordina la SEMARNAT, por tanto se proporcionó información cuantitativa y cualitativa relativa al sector turismo, así como la validación técnica de las propuestas y los modelos que se generan como resultado del proceso de ordenamiento. En este sentido, del 1 de diciembre de 2012 al 31 de agosto del 2013, la SECTUR realizó las siguientes acciones:

- En el mes de agosto se participó en el Taller de Aptitud para la Caracterización del Territorio comprendido en el Programa de Ordenamiento Ecológico Marino y Regional del Pacífico Centro Sur en la Ciudad de México. El Programa de Ordenamiento comprende los estados de Chiapas, Colima, Guerrero, Jalisco, Michoacán y Oaxaca.
- Asimismo, se enviaron siete encuestas con información cuantitativa y cualitativa para apoyar la etapa de caracterización del ordenamiento antes mencionado, y se pidió apoyo a las secretarías de turismo de los seis entidades para enviar representantes que pudieran aportar información valiosa para el Programa de Ordenamiento durante los talleres de análisis de aptitud territorial coordinados por la SEMARNAT en Huatulco, Oaxaca. y Manzanillo, Colima.

### VI.4. Seguridad turística

A lo largo de más de 52 años, la SECTUR a través de la Corporación Ángeles Verdes (CAV), se proporcionan servicios integrales de información, orientación, asesoría, asistencia mecánica de emergencia, auxilio y apoyo al turista nacional, extranjero y connacional, brindándoles la seguridad en su estadía y de tránsito por los diferentes destinos del país, con oportunidad, calidad, calidez y transparencia.

Lo anterior se ha visto reflejado en el incremento del flujo y permanencia de turistas en el país, que ha derivado en la instrumentación de acciones permanentes de mejoramiento que otorguen una mayor tranquilidad y seguridad al turista.

Una actividad relevante que ha encabezado la SECTUR es la coordinación interinstitucional para llevar a cabo

los operativos para asegurar la seguridad de los turistas en las temporadas vacacionales. Conscientes de que la percepción de seguridad es uno de los principales factores en la determinación de un destino de viaje, se han conjugado recursos, esfuerzos y voluntades para lograr incrementar la afluencia de turistas y que consigan una experiencia satisfactoria.

#### **VI.4.1 Servicios de información, auxilio, asistencia y seguridad integral para turistas nacionales y extranjeros**

En el marco de actuación del Gabinete Turístico, se realizó el Primer operativo para la protección y seguridad de los turistas. Se planeó, diseñó e instrumentó el operativo para la protección y seguridad de los turistas en periodos vacacionales, en coordinación con 12 secretarías, 17 organismos públicos y 3 organizaciones del sector privado. Dicho operativo incluyó tres componentes: 1) De tránsito y facilitación, 2) De protección al consumo, y 3) De protección y seguridad al turista.

Se implementaron los operativos cuyo objetivo es establecer un esquema gubernamental que atienda integralmente al vacacionista en el periodo vacacional. El mensaje clave fue: “En estas vacaciones, trabajamos para que te diviertas”.

El Primer Operativo de Semana Santa para Seguridad Integral del Turismo 2013 arrojó resultados positivos, hecho que se demuestra en que a pesar de que la ocupación hotelera creció en 3.3%, la incidencia de accidentes reportados disminuyó en 2.5%, por lo que se puede afirmar que el operativo permitió optimizar la seguridad de los paseantes en los diferentes destinos del país.

Durante las dos semanas del periodo vacacional de Semana Santa más de 20 mil servidores públicos y 5 mil unidades motorizadas (ambulancias, grúas, patrullas, etc.) brindaron atención directa en carreteras, aeropuertos, puentes fronterizos y en centros turísticos.

CAPUFE, Ángeles Verdes y la Policía Federal auxiliaron en carreteras (mecánicos, servicios de grúas, orientación, etc.) a 238,104 turistas; 25.04% más que en 2012.

El número de cruces fronterizos aumentó a 1,790,156 superior en 39.47% respecto al periodo vacacional del año anterior, lo cual incrementó la derrama económica en las ciudades fronterizas, permitiendo que las familias mexicanas y extranjeras disfrutaran el periodo vacacional en México.

INAH e INBA incrementaron en 18.73% y 96.84%, respectivamente, su atención a turistas en relación con 2012. El turismo cultural tuvo mayor demanda este periodo vacacional que en años anteriores. Esas organizaciones privadas.

Por primera vez se direccionaron más de 15 números de emergencia y atención al turista del país al número telefónico 088, del 22 de marzo al 7 de abril de 2013, se atendieron 27,423 llamadas; se auxiliaron a 238 mil turistas, 25% más que en 2012; el número de accidentes se redujo en 2.56% pese a la mayor afluencia de turistas. Destaca el aumento en 24% del patrullaje de la Policía Federal, al recorrer 7.5 millones de kilómetros de carreteras y caminos.

El segundo “Operativo Verano Seguro”, se celebró del 6 de julio al 18 de agosto de 2013, orientado en tres vertientes: seguridad y protección, tránsito y facilitación, protección al consumo. Los puntos de atención fueron carreteras-casetas, aeropuertos, centrales de autobuses, puntos fronterizos y destinos turísticos.

De acuerdo a los datos reportados, durante este periodo se incrementó la actividad turística con respecto al periodo vacacional de verano del 2012: Caminos y Puentes Federales (CAPUFE), reportó un incremento de 1.26% en los cruces de automóviles por la red de peaje; el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México registró un aumento de pasajeros del 66.4% al incrementar de 4.37 millones a 7.28 millones de viajeros. De igual forma el INAH notificó una mayor entrada de visitantes a zonas arqueológicas y museos de sitio en un 113.17%.

Para atender esta mayor actividad, la SECTUR a través de la Corporación Ángeles Verdes brindó asistencia vial y orientación a 81 mil 241 turistas. De igual forma a través del número gratuito 088 del Gobierno de la República, habilitado para proporcionar información, orientación y recibir llamados de auxilio, se atendieron 46 mil 365 llamadas telefónicas, que significa un incremento de 59.96% con respecto al 2012. Por su parte, Policía Federal patrulló un 12.66% más de kilómetros en carreteras.

Gracias a la acción coordinada del Gobierno Federal, el número de accidentes disminuyó en este periodo en 17.34%, lo que significa una reducción en el número de lesionados de un 28%, de fallecidos en 37% y de daños materiales en un 10.13%.

En tanto, la Secretaría de Economía (SE), a través de la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), brindó sus servicios a 6 mil 684 consumidores de servicios, lo que significa un aumento del 193.6%. Igualmente realizó 1,808 visitas de verificación a nivel nacional, acciones que lograron la reducción en el número de reclamaciones en un 4.23%.

En estos operativos intervinieron coordinadamente: SECTUR, SEGOB, SRE, SCT, SE, SHCP, SEP, SS, SEMAR, SEMARNAT. También intervendrán el Consejo de Promoción Turística de México, Fondo Nacional de Fomento al Turismo, Policía Federal, Corporación Ángeles Verdes, Caminos y Puentes Federales, Consejo

Nacional para la Prevención de Accidentes, Aeropuertos y Servicios Auxiliares, Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, Instituto Nacional de Migración, Sistema Nacional de Protección Civil, Servicio de Administración Tributaria, Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, Procuraduría General de República, Cruz Roja Mexicana, Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, Comisión Nacional Forestal, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el Instituto Nacional de Antropología e Historia, Cámara Nacional de Aerotransporte (CANAERO) y la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT).



Huasteca, San Luis Potosí



# VII. LA TRANSVERSALIDAD COMO ESTRATEGIA PARA SUMAR ESFUERZOS





Para la Secretaría de Turismo, la transversalidad es una estrategia muy importante que ha permitido ubicar, dentro de la planeación, programación y diseño de políticas públicas del sector, directrices, temas o acciones prioritarios para el desarrollo nacional y de alto impacto social. En este sentido, los temas considerados como transversales refieren a la atención de áreas de oportunidad que requieren de la suma de esfuerzos de todos los actores involucrados en el sector turismo en conjunto con otros actores gubernamentales y sociales, con el objeto de contribuir a alcanzar un México Próspero e Incluyente.

En alineación con el PND la SECTUR lleva a cabo acciones específicas que permiten avanzar en el cumplimiento de los objetivos de las tres estrategias transversales establecidas: **Democratizar la Productividad; tener un Gobierno Cercano y Moderno; y con Perspectiva de Género.**

De esta manera, el sector busca incentivar el uso eficiente de los recursos productivos; alcanzar el máximo potencial del propio sector con el fin de brindar oportunidades y desarrollo para las comunidades; acercar y modernizar la gestión pública, y promover la igualdad de oportunidades y la no discriminación entre mujeres y hombres del sector y de nuestro país en su conjunto.

### VII.1. Democratizar la productividad.

La actividad turística en México es promotora del desarrollo económico, social y cultural para toda la población; es fuente de empleos y contribuye de manera directa al crecimiento económico del país. De igual forma, el sector representa un espacio de oportunidades para aquellas personas u organizaciones dedicadas a la productividad dentro de las regiones y comunidades, lo que se traduce en beneficio económico y social.

En ese contexto, la SECTUR, a fin de potenciar al máximo la productividad de los sectores asociados a la actividad turística, incentivar el uso eficiente de los recursos productivos, y que sus beneficios lleguen a todas las regiones del país ha realizado las siguientes acciones:

### VII.2. Promover un gobierno cercano y moderno.

Contar con una institución eficiente y con mecanismos eficaces de evaluación que permitan mejorar el desempeño y calidad de los servicios ofrecidos a la ciudadanía, es una prioridad en la Agenda Institucional de la Secretaría. Por ello, y mediante la optimización

de recursos, el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como la transparencia y rendición de cuentas en la gestión administrativa, la SECTUR encuentra en estos instrumentos la posibilidad de acercar los trámites, productos y servicios a toda la ciudadanía con objeto de mejorar los resultados y efectos de la actividad gubernamental en su calidad de vida.

Ante esta premisa, la SECTUR llevó a cabo las siguientes acciones:

- La SECTUR realizó el pasado 23 de julio la primera sesión ordinaria del Comité de Mejora Regulatoria Interna (COMERI), órgano colegiado que se constituye para la revisión y dictaminación de los proyectos normativos.
- En ella, se estableció el programa de trabajo del COMERI cuyo propósito es mejorar el marco normativo de la institución a través del proceso de calidad regulatoria, que permita mayor agilidad, certidumbre y menores costos de operación para la institución y los particulares.
- Se analizaron y dictaminaron 3 disposiciones administrativas, entre las que destacan: las políticas de operación para el uso, aprovechamiento y conservación de las TIC; las bases de organización y operación del comité de perspectiva de género en el sector turismo federal; y, las reglas de organización y funcionamiento del comité para la prevención, orientación y seguimiento a casos de hostigamiento y acoso sexual.
- Por otro lado, la SECTUR cuenta con una Normateca Interna, la cual opera en un sistema electrónico para el registro y difusión de normas en línea para la consulta y acceso a su regulación interna por parte de cualquier interesado.
- En relación con la construcción de un gobierno cercano y moderno desde la promoción del uso de la ética en la Función Pública, la SECTUR opera el Comité de Ética, como órgano de consulta y asesoría especializada para coadyuvar en la emisión, aplicación y cumplimiento del Código de Ética de los Servidores Públicos de la APF y de Conducta de las y los servidores públicos del sector turismo, así como para orientar la actuación de los mismos en el desempeño de sus funciones.
- Se promueve una comunicación organizacional, que consiste en divulgación periódica de información alusiva a fomentar el valor del servicio público y la ética profesional de los servidores públicos. Asimismo, se lleva a cabo el reconocimiento a la Integridad, el cual tiene

por objetivo estimular, a través del reconocimiento, la práctica de altas normas de integridad y ética entre los servidores públicos del sector turismo.

- Desde el enfoque de cultura organizacional, la Secretaría de Turismo dio a conocer entre el personal de la Institución el “Modelo de Cultura Organizacional de Gobierno centrado en el Ciudadano”, el cual fue diseñado con el objeto de desarrollar acciones que ayuden a sumar los valores y las normas de convivencia presentes en las instituciones públicas, a fin de crear el ambiente idóneo para fortalecer el compromiso ineludible de brindar atención, calidez y calidad al ciudadano.
- Con respecto al uso de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, la SECTUR busca constituir un gobierno cercano y moderno, donde se pueda elevar la calidad y la transparencia de la gestión pública, así como ofrecer servicios electrónicos a los ciudadanos, al igual que diseñar canales de comunicación directa entre éstos y la propia Secretaría. Por ello, dentro del periodo de reporte, se han llevado a cabo las siguientes acciones:
  - **Análisis y diagnóstico de las tecnologías de información**, conforme a lo establecido en el PND, a la misión de la secretaría y a las cuatro directrices de la PNT.
  - **Modelo tecnológico con diversas modalidades en su arquitectura**: funcional, software y de infraestructura, incluye iniciativas clave para la modernización tecnológica.
  - **Modelo funcional**, con base en las necesidades y prioridades de las unidades administrativas, determinándose las áreas de oportunidad en: inteligencia de negocios, gestión estratégica, planeación y administración de recursos gubernamentales (GRP y GRM).

### VII.2.1 Transparencia, acceso a la información y rendición de cuentas

A 11 años de la entrada en vigor de la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental (LFTAIPG), se continúa en un firme camino para asegurar un ejercicio transparente de la gestión pública y, por tanto, la rendición de cuentas. Esta Ley no sólo ha creado condiciones para el ejercicio del acceso a la información como derecho humano

fundamental y garantía constitucional, sino que a través del acceso a la información se ha dotado al ciudadano de una valiosa herramienta que fomenta el acercamiento con su gobierno, al hacerlo participe del proceso de construcción de consensos en la formulación de políticas públicas.

Consciente de esta enorme tarea y con el propósito de brindar una atención más objetiva y plural de los asuntos relacionados con la aplicación de la LFTAIPG, la Titular del Ramo designó a partir del 1 de enero del 2013, a la Dirección General de Asuntos Jurídicos como sede de la Unidad de Enlace.

#### Resultados obtenidos

Del 1 de diciembre de 2012 al 30 de junio del 2013, la SECTUR ha recibido y atendido 358 solicitudes de acceso a la información a través del sistema INFOMEX-GOBIERNO FEDERAL.

Sistema  
INFOMEX-GOBIERNO FEDERAL

Año	Solicitudes recibidas	Porcentaje de incremento
<b>2012</b>	632	15%*
<b>2013</b>	334**	-4%***

\* Porcentaje de variación con respecto al año 2011

\*\* Periodo comprendido del 1° de enero al 30 de junio del 2013

\*\*\*Porcentaje obtenido con respecto al periodo del 1° de enero del 2012 al 30 de junio del 2012

De las solicitudes recibidas, se impugnó la respuesta emitida por la dependencia en 6 ocasiones, ante el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos (IFAI). Por lo que el Pleno del IFAI emitió 4 resoluciones, de las cuales 3 fueron modificaciones y 1 fue un sobreseimiento.

El Comité de Información adoptó en su tercera sesión celebrada el 23 de abril de 2013, como parte de las acciones de carácter interno, las propuestas del Diagnóstico de Procesos que Generan Información en el Portal de Obligaciones de Transparencia (POT), que llevó a cabo el Órgano Interno de Control. Asimismo, giró instrucciones a la Unidad de Enlace para efecto de iniciar las acciones necesarias para dar cumplimiento a las propuestas generadas, entre las que destacan:

- Verificación periódica de la integración de contratos publicados en el POT.
- Seguimiento de las actualizaciones de la información contenida en cada una de las fracciones del Artículo 7 de la LFTAIPG.

### Acciones de mejora

- La SECTUR se ha unido al esfuerzo del IFAI por capacitar a la totalidad de sus servidores públicos, a fin de que promuevan el fortalecimiento de la cultura de transparencia, por lo que se consideró en el Programa de Capacitación 2013.
- En este sentido, se han realizado las gestiones necesarias para sensibilizar y profesionalizar en materia de transparencia, acceso a la información y protección de datos personales a servidores públicos, tanto de mandos medios y superiores como de nivel operativo.
- Se ha optimizado el trámite de adecuaciones presupuestarias de las entidades coordinadas por la SECTUR.
- Para este ejercicio fiscal 2013, se generó y habilitó un usuario en el Sistema de Contabilidad y Presupuesto de la SHCP como ente revisor, lo que permite la atención de solicitudes en tiempo real. Con ello se logró la disminución del gasto de papel y se han reducido los tiempos de la notificación de documentos, así como de los trámites de gestión y respuesta.
- Blindaje electoral.
  - Para prevenir que los recursos públicos se utilicen con fines político-electorales, en el pasado periodo de elecciones se instrumentaron medidas preventivas de control interno, información y difusión. En este sentido, destaca el monitoreo sobre el uso del parque vehicular, inmuebles, máquinas, equipos, materiales y el ejercicio presupuestal, así como la difusión periódica de información para prevenir delitos electorales y responsabilidades administrativas.
  - Para informar a los usuarios y a la sociedad en general sobre el “no condicionamiento de programas, trámites y servicios públicos” y sobre los mecanismos para presentar quejas o denuncias (01 800 FUNCION, FEPADETEL y FEPADENET), se dispusieron rótulos instalados tanto en oficinas, como en las radio-patrullas que proporcionan el servicio de asistencia y auxilio turístico en carreteras.

- Con el apoyo de la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) se capacitaron 243 servidores públicos, de los cuales 110 corresponden a SECTUR, 129 a FONATUR y sus filiales, y 4 al CPTM mediante cursos en materia de blindaje electoral y prevención de delitos electorales.

### Presupuesto

El presupuesto autorizado por la SHCP y la SECTUR en el ejercicio 2013 ascendió a la cantidad de 5,211.4 millones de pesos, **lo que representa un incremento de 3.46% en relación con lo autorizado en el 2012.**

El presupuesto autorizado 2013, se distribuyó de la siguiente manera:

- 2,286.3 millones de pesos para la SECTUR .
- 2,194.3 millones de pesos para el FONATUR, incluyendo su filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- 730.8 millones de pesos para el CPTM.

El presupuesto ejercido al 30 de junio del presente año, asciende a la cantidad de 1,708.3 millones de pesos, cifra que representa el 32.8% de la asignación original. Este comportamiento se apega al calendario previsto para el ejercicio de recursos en los convenios firmados con las entidades federativas.

El monto total de 1,708.3 millones de pesos se ejerció de la siguiente manera:

- 435.0 millones de pesos de la SECTUR (Sector Central).
- 729.4 millones de pesos del FONATUR, incluyendo su filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- 543.9 millones de pesos del CPTM

Derivado de lo anterior, es importante comentar que los recursos se han ejercido en completo apego con lo que dispuesto en el “Decreto que Establece las Medidas para el Uso Eficiente, Transparente y Eficaz de los Recursos Públicos, y las Acciones de Disciplina Presupuestaria de la Administración Pública Federal” y demás normatividades aplicables.

Asimismo, se han ejercido los recursos conforme a lo autorizado en la estructura programática, y en

congruencia con las metas y objetivos planteados para el sector turismo en el PND.

SECRETARÍA DE TURISMO  
EJERCICIO DEL PRESUPUESTO DEL SECTOR TURISMO AL 30 DE JUNIO DE 2013  
(MILLONES DE PESOS)

DEPENDENCIA	2013		AL 30 DE JUNIO DE 2013		
	ORIGINAL	MODIFICADO	PROGRAMADO	EJERCIDO	DISPONIBLE
<b>TOTAL</b>	<b>5,211.4</b>	<b>5,653.8</b>	<b>2,726.9</b>	<b>1,708.3</b>	<b>890.2</b>
SECTUR	2,286.3	2,294.3	952.0	435.0	410.6
FONATUR	2,042.8	2,099.7	982.9	693.2	270.7
FONATUR MANTENIMIENTO	151.5	151.5	69.7	36.2	31.2
CPTM	730.8	1,108.3	722.3	543.9	177.8

Fuente: DGA

### VII.3. Incorporar la perspectiva de género en las acciones de gobierno

Para contribuir en la transformación del sector a través de la transversalidad de esfuerzos, la SECTUR, ha incorporado en sus políticas, programas, proyectos e instrumentos, acciones afirmativas con perspectiva de igualdad de género con el objeto de impulsar la igualdad de oportunidades y erradicar todo tipo de violencia dentro y fuera del sector. Entre el 1 de diciembre de 2012 al 31 de julio de 2013, se han llevado a cabo las siguientes tareas.

- Establecer y conducir la política de turismo:
  - La SECTUR trabaja activamente con el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) en la construcción del programa transversal denominado “Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres”, documento rector y de observancia obligatoria encaminado a defender la integridad, la dignidad y los derechos de todas las mexicanas. De este programa transversal, la SECTUR integrará el enfoque de género para elaborar el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.
  - Asimismo, se integró el Comité de la Perspectiva de Género en el Sector Turismo Federal (Comité de Género, antes conocido como Mesa Intrainstitucional de la Perspectiva de Género en el Sector Turismo) y el Comité para la Prevención, Orientación y Seguimiento a casos de Hostigamiento y Acoso Sexual en la Secretaría de Turismo (Comité HyAS). Ambos han sesionado en dos ocasiones, generado acuerdos relacionados con la institucionalización de la perspectiva de género, la sensibilización e información de acciones afirmativas y el combate a la discriminación y violencia dentro del sector turismo.
  - Las bases de organización y operación del comité y las reglas de organización y funcionamiento del Comité

HyAS, se encuentran inscritas en la normatividad interna de la SECTUR. Ambos comités, han permitido la coordinación y operación para institucionalizar y transversalizar acciones que definan, formulen, implementen, den seguimiento y evalúen las metas y programas en materia de perspectiva de género en el sector turismo, con beneficio directo a las y los trabajadores del sector.

- Apoyo a la competitividad y prestadores de servicios:

- El 6 de julio dio inicio la 4ª etapa del Programa Integral de Prevención de la Trata de Personas en el Sector de los Viajes y el Turismo en doce entidades federativas: Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Chiapas Chihuahua, Durango, Estado de México, Guerrero, Michoacán, Sonora, Tamaulipas y Veracruz.

- A través de este programa, se continúa con acciones de sensibilización y formación de facilitadores en prevención a la trata de personas en el sector de viajes y turismo; se da impulso y posicionamiento al Código de Conducta Nacional (CCN); se desarrolla una campaña preventiva a turistas nacionales y extranjeros; y se aborda el tema de la masculinidad con el fin de fortalecer las habilidades y capacidades de los participantes para prevenir y disminuir la contribución masculina en la trata de personas. Se diseñaron y distribuyeron materiales didácticos y promocionales, para apoyar el proyecto.

- Los resultados de esta etapa son los siguientes:

- 2,500 personas sensibilizadas; 300 personas formadas como facilitadores; 600 empresas adheridas al Código de Conducta para la protección de las niñas, niños y adolescentes en el sector de viajes y turismo; 300 personas capacitadas para implementar el Código de Conducta en las empresas del sector; mejora y actualización del Sistema para la implementación del Código de Conducta Nacional en la liga [www.codigodeconducta.mx](http://www.codigodeconducta.mx); registro de los derechos de autor del Código de Conducta Nacional para la protección de las niñas, niños y adolescentes en el sector de viajes y turismo, logotipo y manual de identidad correspondiente; y diseño y elaboración de placas distintivas para las empresas firmantes.

- El 19 de agosto inició la segunda etapa del Programa de Empoderamiento para las Mujeres de las Micro,

Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) Turísticas con enfoque de igualdad de género, que tiene por objetivo contribuir al fortalecimiento de las capacidades y habilidades de las mujeres empresarias del sector. Lo anterior a través del desarrollo e implementación de un programa de capacitación.

- El programa de capacitación fue desarrollado en 14 ciudades turísticas del país: Bahía de Banderas, Boca del Río, Cozumel, Ciudad de México, Guadalajara, León, Mérida, Puebla, San Juan de los Lagos, San Luis Potosí, San Miguel de Allende, Solidaridad, Villahermosa y Xalapa; con 280 propietarias de MIPYMES Turísticas capacitadas.

#### Otras acciones:

- De conformidad con la implementación del Programa Anual de Capacitación 2013, y en el marco de la ejecución de los temas en materia de Equidad e Igualdad de Género, la SECTUR analiza el contenido del

temario y la determinación de fechas de impartición del curso a distancia “Equidad de Género” para las y los trabajadores (as) de la dependencia, el cual otorgará de conocimiento especializado para fomentar la igualdad entre mujeres y hombres del sector.

- Por otro lado, del 5 al 18 de agosto se impartió, a las y los trabajadores de la dependencia, el curso a distancia denominado: “El ABC de la Igualdad y No Discriminación”.
- En relación con la sensibilización y difusión de acciones afirmativas dentro del sector turismo, se desarrolla el boletín electrónico trimestral “Perspectiva de Género en el Turismo”. Durante el periodo señalado lo han consultado 1,152 personas: 645 mujeres y 507 hombres. Asimismo, los volúmenes 1 y 2 pueden ser consultados en la liga electrónica: [http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Igualdad\\_y\\_Genero\\_en\\_el\\_Sector\\_Turismo](http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Igualdad_y_Genero_en_el_Sector_Turismo).



Janitzio, Michoacán



Crucero, Baja California Sur



## VIII. ANEXOS





## VIII.1 Estadísticas

### LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS DE MÉXICO, 2012 - 2013

Concepto <sup>P/</sup>	Enero-junio		Variación (%)
	2012	2013	13/12
Total	242,747	254,496	4.8%
Nacionales	174,157	182,189	4.6%
Regulares Nacionales	173,134	181,278	4.7%
Chárter Nacionales	1,023	911	-10.9%
Internacionales	68,590	72,307	5.4%
Regulares Internacionales	65,782	69,662	5.9%
Chárter Internacionales	2,808	2,645	-5.8%

P/ Cifras preliminares.

FUENTE: Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

### NÚMERO DE CUARTOS OCUPADOS PROMEDIO DIARIO, 2013

Concepto	Enero-junio 2013	Variación (%) 13/12
Centros de Playa	100,484	7.82%
CIP's	35,380	9.60%
Ciudades	92,167	5.79%
Grandes	43,455	7.32%
Del Interior	43,072	4.29%
Fronterizas	5,641	5.80%
Total	192,651	6.84%

FUENTE: Secretaría de Turismo. Monitoreo DataTur.

### VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO, 2013

(Miles de personas)

Concepto <sup>P/</sup>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Enero-junio <sup>P/</sup>		Variación(%) 13/12
							2012	2013	
Visitantes Internacionales a México	6,525	5,988	6,946	6,304	6,401	6,175	38,634	38,339	-0.8%
Turistas Internacionales	1,998	1,919	2,206	1,832	1,726	1,995	11,743	11,676	-0.6%
Turismo al Interior	1,208	1,201	1,475	1,084	1,036	1,216	7,046	7,220	2.5%
Turismo Fronterizo	791	717	731	748	690	779	4,698	4,456	-5.2%
Excursionistas Internacionales	4,527	4,069	4,740	4,472	4,675	4,180	26,891	26,664	-0.8%
Excursionistas Fronterizos	3,965	3,631	4,231	4,058	4,238	3,963	23,999	24,086	0.4%
Pasajeros en Crucero	562	438	509	414	437	217	2,891	2,578	-10.9%

p/ Cifras preliminares, la suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo de cifras.

FUENTE: Banco de México.

## INDICADORES DEL TURISMO EN MÉXICO, 2004-2013\*

Concepto	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013 <sup>p/</sup>
PIB Turismo Base 2003 <sup>*1/</sup>	666,400.5	674,726.5	700,650.7	724,054.4	731,964.8	709,552.1	723,545.9	728,186.5 p/	N.d.	N.d.
Balanza Turística <sup>**2/</sup>	3,836.50	4,203.00	4,068.30	4,457.50	4,802.00	4,305.40	4,736.80	4,036.90	4,290.67	3,129.76
Ingresos <sup>**2/</sup> (millones de dólares)	10,795.60	11,803.40	12,176.60	12,919.00	13,369.70	11,512.70	11,991.70	11,868.80	12,739.39	7,119.34
Egresos <sup>**2/</sup> (millones de dólares)	6,959.00	7,600.40	8,108.30	8,461.60	8,567.70	7,207.30	7,254.90	7,831.90	8,448.73	3,989.59
Crédito otorgado por el sistema bancario a la actividad turística <sup>*2/</sup>	14,612.90	17,244.90	16,769.60	28,562.50	38,092.00	39,649.30	38,686.50	49,079.00	48,218.00	44,732.20
Banca comercial <sup>2/</sup>	11,370.90	14,668.20	14,295.40	26,879.50	35,287.50	35,466.40	34,252.80	41,264.40	40,643.80	37,040.90
Banca de desarrollo <sup>2/</sup>	3,242.00	2,576.70	2,474.20	1,682.90	2,804.50	4,182.90	4,433.70	7,814.60	7,574.20	7,691.30
Crédito aprobado por FONATUR <sup>*3/</sup>	0	0	0	0	0	0	0	0		
Inversión extranjera directa <sup>**4/</sup>	683.9	1,037.00	916	1,273.60	-147.1	112.4	434	706.1	1,104.60	97.9
PIB de turismo / PIB total <sup>1/</sup> (%) <sup>**5/</sup>	8.9	8.8	8.7	8.7	8.7	8.9	8.6	8.4 p/	N.d.	N.d.
Ingresos por turismo respecto a ingresos en cuenta corriente (%) <sup>**6/</sup>	4.8	4.6	4.1	4.0	3.9	4.2	3.5	3.0	3.0	3.8

p/ Preliminar.

\*Millones de Pesos

\*\*Millones de Dólares

1/ INEGI. Precios constantes base 2003

2/ Banco de México.

3/ FONATUR.

4/ Secretaría de Economía. La Inversión extranjera directa actualizada trimestralmente, información de enero a marzo.

5/ INEGI. Precios constantes base 2003.

6/ Banco de México. Por ingresos por turismo considera al ingreso de turistas y excursionistas. Para 2013, se considera el periodo de enero a marzo.

p/ 2013 avance de enero-junio.

## GASTO DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO, 2013 (Millones de dólares)

Concepto <sup>p/</sup>	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Enero-junio <sup>p/</sup>		Variación (%) 13/12
							2012	2013	
Visitantes Internacionales a México	1,228	1,205	1,431	1,094	1,025	1137	6,639	7,119	7.2%
Turistas Internacionales	1,050	1,039	1,237	910	846	984	5,635	6,065	7.6%
Turismo al Interior	1,002	1,000	1,193	866	808	940	5,354	5,808	8.5%
Turismo Fronterizo	48	40	43	44	37	44	281	256	-8.9%
Excursionistas Internacionales	179	166	194	184	179	153	1,004	1,055	5.0%
Excursionistas Fronterizos	132	130	153	151	146	136	754	848	12.5%
Pasajeros en Crucero	47	36	41	33	33	18	251	207	-17.6%

p/ Cifras preliminares, la suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo de cifras.

FUENTE: Banco de México.

## INDICADORES DE TURISMO INTERNACIONAL, 2012-2013

Concepto <sup>p/</sup>	Enero-junio <sup>p/</sup>		Variación %
	2012	2013	
<b>Llegada de Visitantes Internacionales (miles de personas)</b>			
Visitantes Internacionales	38,634	38,339	-0.8%
Turistas Internacionales	11,743	11,676	-0.6%
Turismo al Interior	7,046	7,220	2.5%
Turismo Fronterizo	4,698	4,456	-5.2%
Excursionistas Internacionales	26,891	26,664	-0.8%
Excursionistas Fronterizos	23,999	24,086	0.4%
Pasajeros en Crucero	2,891	2,578	-10.9%
<b>Ingreso de Divisas (millones de dólares)</b>			
Visitantes Internacionales	6,639	7,119	7.2%
Turistas Internacionales	5,635	6,065	7.6%
Turismo al Interior	5,354	5,808	8.5%
Turismo Fronterizo	281	256	-8.9%
Excursionistas Internacionales	1,004	1,055	5.0%
Excursionistas Fronterizos	754	848	12.5%
Pasajeros en Crucero	251	207	-17.6%

P/ Cifras preliminares, la suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo de cifras.

FUENTE: Banco de México.

## VIII.2 Glosario

### VIII.2.1 Conceptos genéricos.

**Visitante.** Toda persona que se desplaza a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia, con una duración de viaje inferior a doce meses y cuyo propósito no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**Turista.** Toda persona que se desplaza a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia y que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado, con una duración de viaje inferior a doce meses u cuyo propósito no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**Excursionista.** Toda persona que se desplaza a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia, que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar visitado y cuyo propósito no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

### VIII.2.2 Conceptos aplicables al turismo nacional.

**Visitante nacional.** Toda persona que reside en un país y que viaja durante un periodo menor a doce meses a un lugar dentro del mismo, distinto al de su residencia habitual, y cuyo propósito de viaje no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

**Turista nacional.** Toda visitante nacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

**Excursionista nacional.** Todo visitante nacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

### VIII.2.3 Conceptos aplicables al turismo internacional.

**Visitante internacional.** Toda persona que viaja, por un periodo menor a un año, a un país diferente a aquél en el que tiene su residencia, es decir, fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

**Turista internacional.** Toda persona que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado, por un periodo menor a un año, a un país diferente a aquél en el que tiene su residencia, es decir, fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

**Excursionista internacional.** Todo visitante internacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

**Turista fronterizo.** Todo turista internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado en la zona o franja fronteriza del país.

**Turista al interior.** Todo turista internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado fuera de la zona o franja fronteriza del país visitado.

**Excursionista fronterizo.** Todo excursionista internacional que ingresa al país visitado a través de su zona o franja

**Turista nacional.** Toda visitante nacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

**Excursionista nacional.** Todo visitante nacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

### VIII.3. Acrónimos y siglas

<b>ACTA</b>	Asociación Canadiense de Agencias de Viaje
<b>AIBTM</b>	The Americas Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition
<b>AICM</b>	Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México
<b>AMHM</b>	Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles
<b>APEC</b>	Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico
<b>APF</b>	Administración Pública Federal
<b>ASA</b>	Aeropuertos y Servicios Auxiliares
<b>ATTA</b>	Adventure Travel Trade Association
<b>BANCOMEXT</b>	Banco Nacional de Comercio Exterior
<b>BANOBRAS</b>	Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos
<b>BRIC</b>	Brasil, Rusia, India y China
<b>CANAERO</b>	Cámara Nacional de Aerotransportes
<b>CANIRAC</b>	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados
<b>CAV</b>	Corporación Ángeles Verdes
<b>CCN</b>	Código de Conducta Nacional
<b>CCNNT</b>	Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística
<b>CCRR</b>	Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos
<b>CDI</b>	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
<b>CEART</b>	Centro Estatal de las Artes
<b>CEDOC</b>	Centro de Documentación
<b>CESTUR</b>	Centro de Estudios Superiores en Turismo
<b>CICC</b>	Comisión Intersecretarial de Cambio Climático
<b>CIP</b>	Centro Integralmente Planeado
<b>COCODI</b>	Comité de Control y Desarrollo Institucional
<b>COFEMER</b>	Comisión Federal de Mejora Regulatoria
<b>COMERI</b>	Comité de Mejora Regulatoria Interna
<b>CONAGUA</b>	Comisión Nacional del Agua
<b>CONANP</b>	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
<b>CPTM</b>	Consejo de Promoción Turística de México
<b>CSTM</b>	Cuenta Satélite del Turismo en México
<b>CTEEEST</b>	Comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo
<b>DICAT</b>	Departamento de Información y Comunicación para Asistencia al Turista
<b>DNI</b>	Derecho de No Inmigrante
<b>EIBTM</b>	Global Meetings and Events Exhibition
<b>EUA</b>	Estados Unidos de América
<b>FEPADE</b>	Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales
<b>FIDE</b>	Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica
<b>FITUR</b>	Feria Internacional de Turismo en Madrid
<b>FONACOT</b>	Fondo de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores
<b>FONADIN</b>	Fondo Nacional de Infraestructura
<b>FONATUR</b>	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
<b>FONDO PYME</b>	Fondo de apoyo a la Pequeña y Mediana Empresa
<b>GEI</b>	Gases de Efecto Invernadero
<b>GIZ</b>	Agencia Alemana para la Cooperación Internacional, por sus siglas en alemán

<b>HyAS</b>	Hostigamiento y Acoso Sexual
<b>IATA</b>	Asociación de Transporte Aéreo Internacional
<b>ICCA</b>	International Congress & Convention Association
<b>IFAI</b>	Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos
<b>IMCINE</b>	Instituto Mexicano de Cinematografía
<b>IMEX</b>	Worldwide Exhibition for Incentive Travels, Meetings and Events
<b>IMPLAN</b>	Instituto Municipal de Planeación
<b>INAFED</b>	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
<b>INAH</b>	Instituto Nacional de Antropología e Historia
<b>INE</b>	Instituto Nacional de Ecología
<b>INEGI</b>	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
<b>INFOTUR</b>	Servicios de Orientación e Información Turística
<b>INFOMEX</b>	Sistema de Solicitudes de Información
<b>INGUAT</b>	Instituto Guatemalteco de Turismo
<b>ISSEMYM</b>	Instituto de Seguridad Social del Estado de México y Municipios
<b>ITB</b>	Feria Internacional de Turismo en Berlín, por sus siglas en inglés
<b>ITC</b>	Organismo mixto de cooperación de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial del Comercio (OMC) para los aspectos de fomento del comercio relacionados con la empresa
<b>LFTAIPG</b>	Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
<b>MIPYMES</b>	Micro, pequeñas y medianas empresas
<b>MIR</b>	Matriz de Indicadores para Resultados
<b>MITT</b>	Moscu International Travel and Tourism
<b>NAMA</b>	Nationally Appropriate Mitigation Action
<b>NOM</b>	Norma Oficial Mexicana
<b>OACI</b>	Organización de Aviación Civil Internacional
<b>OCDE</b>	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
<b>ODT</b>	Obligaciones de Transparencia
<b>OEA</b>	Organización de Estados Americanos
<b>OIT</b>	Organización Internacional del Trabajo
<b>OMT</b>	Organización Mundial del Turismo
<b>ONG</b>	Organización no Gubernamental
<b>PACTT</b>	Protocolo de Acción en Comunicación Turística Total
<b>PICCT</b>	Programa Integral de Capacitación para la Competitividad Turística
<b>PbR</b>	Presupuesto Basado en Resultados
<b>PECC</b>	Programa Especial de Cambio Climático
<b>PEF</b>	Presupuesto de Egresos de la Federación
<b>PIB</b>	Producto Interno Bruto
<b>PMG</b>	Programa de Mejora de la Gestión
<b>PND</b>	Plan Nacional de Desarrollo
<b>PNT</b>	Política Nacional Turística
<b>POEGT</b>	Programa de Ordenamiento Ecológico General del Territorio
<b>PROFECO</b>	Procuraduría Federal del Consumidor
<b>PST</b>	Programa Sectorial de Turismo
<b>PTI</b>	Proyecto Turístico Integral
<b>PYMES</b>	Pequeñas y Medianas Empresas
<b>RICIT</b>	Red de Investigadores y Centros en Investigación Turística
<b>RNT</b>	Registro Nacional de Turismo
<b>RSI</b>	Respuesta a Solicitudes de Información
<b>RVOE</b>	Reconocimiento de Validez Oficial
<b>SAE</b>	Sistema de Autorización Electrónica

<b>SAGARPA</b>	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
<b>SALUD</b>	Secretaría de Salud
<b>SARE</b>	Sistema de Apertura Rápida de Empresas
<b>SCT</b>	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
<b>SE</b>	Secretaría de Economía
<b>SECTUR</b>	Secretaría de Turismo
<b>SED</b>	Sistema de Evaluación del Desempeño
<b>SEGOB</b>	Secretaría de Gobernación
<b>SEMARNAT</b>	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
<b>SENASICA</b>	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
<b>SENER</b>	Secretaría de Energía
<b>SEP</b>	Secretaría de Educación Pública
<b>SFP</b>	Secretaría de la Función Pública
<b>SIIMT</b>	Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos
<b>TIC</b>	Tecnologías de Información y Comunicación
<b>TWG</b>	Grupo de Trabajo de Turismo
<b>UNESCO</b>	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
<b>WEF</b>	World Economic Forum
<b>WTTC</b>	Consejo Mundial de Viajes y Turismo, por sus siglas en inglés



Centro de Zacatecas, Zacatecas



Directorio

**Claudia Ruiz Massieu Salinas**  
Secretaria de Turismo

**Carlos Manuel Joaquín González**  
Subsecretario de Operación Turística

**José Salvador Sánchez Estrada**  
Subsecretario de Planeación Turística

**Francisco Maass Peña**  
Subsecretario de Innovación y Calidad

**Rodolfo López Negrete Coppel**  
Director General del Consejo de Promoción Turística de México S.A. de C.V.

**Héctor Martín Gómez Barraza**  
Director General del Fondo Nacional de Fomento al Turismo

**Marco Antonio Vázquez Morales**  
Coordinador de la Unidad Técnica de Evaluación

**Víctor Manuel González Flores**  
Subdirector de Integración de Informes de Gestión

