

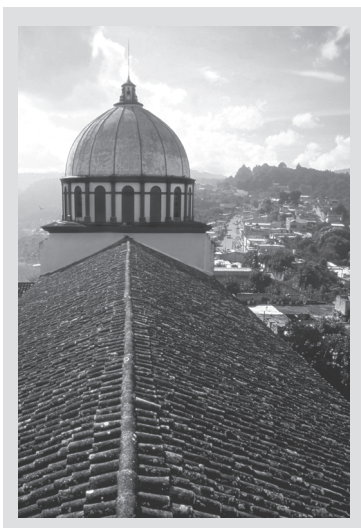


5

Q U I N T O
I N F O R M E
D E L A B O R E S

QUINTO INFORME DE LABORES

SECRETARÍA DE TURISMO



Templo de Guadalupe
San Cristóbal de las Casas, Chiapas

SECTUR

México
Consejo de Promoción Turística

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	3
1. ESTRATEGIA SECTORIAL	5
1.1. MISIÓN Y VISIÓN	6
1.2. ALINEACIÓN CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012	6
1.3. PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012	7
1.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA	8
2. ACUERDO NACIONAL POR EL TURISMO	9
2.1 ACUERDO NACIONAL POR EL TURISMO	10
3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	13
3.1 EL TURISMO EN MÉXICO	14
3.2 TRANSPORTE AÉREO, CARRETERO Y MARÍTIMO	16
4. CONCURRENCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS	19
4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	20
4.2 POLÍTICA INTERSECTORIAL	21
4.3 POLÍTICA SECTORIAL	21
4.4 INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y ECONÓMICA	24
4.5 ESTUDIOS E INVESTIGACIONES	25
5. DESARROLLO REGIONAL	29
5.1 DESARROLLO REGIONAL, ESTATAL Y MUNICIPAL	30
5.2 DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO	32
6. OFERTA COMPETITIVA	51
6.1 DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	52
6.2 ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL FOMENTO DE LA OFERTA	58
6.3 INFORMACIÓN, ASISTENCIA Y AUXILIO TURÍSTICO	59
7. FOMENTO PRODUCTIVO	61
7.1 INVERSIÓN PRIVADA EN EL SECTOR TURISMO	62
7.2 PROGRAMAS DE MODERNIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	62
8. EMPLEO DE CALIDAD	65
8.1 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA	66
8.2 VINCULACIÓN DEL SECTOR CON INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN MATERIA TURÍSTICA	67
8.3 EQUIDAD DE GÉNERO	67
9. ASUNTOS INTERNACIONALES	69
9.1 COOPERACIÓN BILATERAL	70
9.2 COOPERACIÓN MULTILATERAL	74
10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA	77
10.1 PROMOCIÓN TURÍSTICA	78
10.2 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA	83
10.3 TIANGUIS TURÍSTICO	88

10.4 OTRAS ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN	89
11. CONCURRENCIA LEGAL.....	91
11.1 FACILITACIÓN TURÍSTICA.....	92
11.2 NORMALIZACIÓN TURÍSTICA.....	92
11.3 VERIFICACIÓN TURÍSTICA.....	93
11.4 MODERNIZACIÓN DEL MARCO JURÍDICO.....	94
12. INNOVACIÓN Y CALIDAD	95
12.1 EJERCICIO DEL PRESUPUESTO.....	96
12.2 DESARROLLO ORGANIZACIONAL	96
12.3 TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	97
12.4 ÉTICA Y RESPONSABILIDAD.....	98
12.5 MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA	98
12.6 CONTROL INTERNO.....	99
ANEXOS.....	101
ANEXO I. ESTADÍSTICAS	103
ANEXO II. GLOSARIO.....	109
ANEXO III. SIGLAS	111

PRESENTACIÓN

En cumplimiento con 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 **Quinto Informe de Labores**, el cual da cuenta de las principales acciones y resultados de la Administración Pública Federal en el sector turismo durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, en el marco de los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012 y del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

El Quinto Informe de Labores está integrado por doce capítulos y tres anexos, y comprende las actividades sustantivas del ramo a cargo de las subsecretarías, del Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) y de la Corporación Ángeles Verdes (CAV); así como de las entidades coordinadas por el sector turismo: el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

- El **primer capítulo** hace referencia al Acuerdo Nacional por el Turismo, firmado en 2011.
- El **segundo capítulo** describe los objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y su vinculación con el PND 2007-2012, así como el organigrama del sector turismo.
- El **tercer capítulo** corresponde a los “Resultados de la Actividad Turística”, en que se describen los principales indicadores del turismo en México. Se alude a algunos indicadores relevantes sobre la transportación aérea, carretera y marítima.
- En el **cuarto capítulo** se hace referencia a la “Concurrencia de las Políticas Públicas” entre las diferentes dependencias del Gobierno Federal, así como a la planeación estratégica, política sectorial y política de desarrollo sustentable implementadas por la SECTUR. Asimismo, se señalan las actividades realizadas por el CESTUR en materia de estudios e investigaciones.
- En el **quinto capítulo** “Desarrollo Regional”, se describen las acciones emprendidas en materia de desarrollo regional, estatal y municipal en el marco de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos; así como para el desarrollo, mantenimiento y consolidación de proyectos turísticos por parte del FONATUR.
- El **sexto capítulo** “Oferta Competitiva”, refiere a las acciones realizadas para la diversificación de la oferta turística; a la asistencia técnica proporcionada para el fomento de la oferta; y a la asistencia y auxilio turístico que otorga la CAV.
- El **séptimo capítulo** denominado “Fomento Productivo”, describe las acciones de financiamiento para promover el desarrollo de la actividad turística, la inversión turística realizada, y los programas para la modernización y certificación de la oferta turística.
- El **octavo capítulo** “Empleo de Calidad”, incluye las actividades realizadas en materia de educación y capacitación turística, la certificación de instituciones de enseñanza turística, la vinculación del sector con instituciones de educación media y superior, y las acciones encaminadas a la equidad de género.
- El **noveno capítulo** titulado “Asuntos Internacionales”, señala las actividades encaminadas a fortalecer al sector turismo en el ámbito internacional, a través de la relación y cooperación bilateral con otros países, y de la cooperación multilateral a través de foros internacionales.
- En el **décimo capítulo** “Promoción y Comercialización Integrada”, se desarrollan las acciones y resultados alcanzados por el CPTM en materia de promoción turística, así como las acciones de difusión realizadas por la SECTUR.
- El **décimo primer capítulo** denominado “Concurrencia Legal y Normativa”, considera las actividades realizadas en materia de facilitación, normalización y verificación turística.
- El **décimo segundo capítulo** “Innovación y Calidad”, refiere las acciones relacionadas con el ejercicio de los recursos presupuestarios, el desarrollo organizacional, las obligaciones de transparencia y rendición de cuentas, y la modernización tecnológica implementada a nivel institucional.
- El **Anexo I** “Estadísticas”, contiene información sobre las variables de mayor relevancia en el sector turístico en el país.
- El **Anexo II** “Glosario”, describe los conceptos que se utilizan en el tercer capítulo “Resultados de la Actividad Turística”

- El **Anexo III** "Siglas", incorpora las siglas y acrónimos utilizados en todos los capítulos del informe y su significado.

1. ESTRATEGIA SECTORIAL

1.1. MISIÓN Y VISIÓN

VISIÓN

En el año 2030, México será un país líder en la actividad turística.

Para lograrlo, la estrategia del nuevo gobierno consiste en:

- Reconocer al turismo como pieza clave del desarrollo económico de México.
- Diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados.
- Impulsar a las empresas turísticas a ser competitivas a nivel nacional e internacional.
- Desarrollar el turismo respetando los entornos naturales, culturales y sociales.

MISIÓN

Para hacer realidad esta Visión, se requiere el trabajo conjunto de los distintos actores que participan en la actividad, coordinados por el Sector Turismo de la Administración Pública Federal para el que se ha definido la siguiente Misión:

Conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, el impulso al desarrollo de la oferta, el apoyo a la operación de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y órdenes de gobierno.

1.2. ALINEACIÓN CON EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012

El Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2007-2012 establece como **objetivo del sector turismo**: “Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector, de forma que brinden un servicio de calidad internacional”.

Para lograr este objetivo, el PND 2007-2012 plantea seis estrategias:

- Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas de atractivos turísticos competitivos.
- Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.
- Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista.
- Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo.
- Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados.
- Asegurar un desarrollo turístico integral.

1.3. PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012

Para responder de manera efectiva a los tres grandes ejes que sintetizan la política turística: competitividad, sustentabilidad y diversificación, el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 define **ocho objetivos sectoriales**, así como estrategias y líneas de acción para cada objetivo, que deberán seguir la Secretaría de Turismo y su sector coordinado, para el cumplimiento del objetivo nacional y las estrategias definidas en el PND 2007-2012.

OBJETIVO 1. DE CONCURRENCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS.

Impulsar ante las dependencias en concurrencia, las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social, que permitan a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

OBJETIVO 2. DE DESARROLLO REGIONAL.

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales, y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

OBJETIVO 3. DE CONCURRENCIA LEGAL Y NORMATIVA.

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector, y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

OBJETIVO 4. DE OFERTA COMPETITIVA.

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.

OBJETIVO 5. DE EMPLEO DE CALIDAD.

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo, con enfoque de igualdad de género.

OBJETIVO 6. DE FOMENTO PRODUCTIVO.

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la atractividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, investigación, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

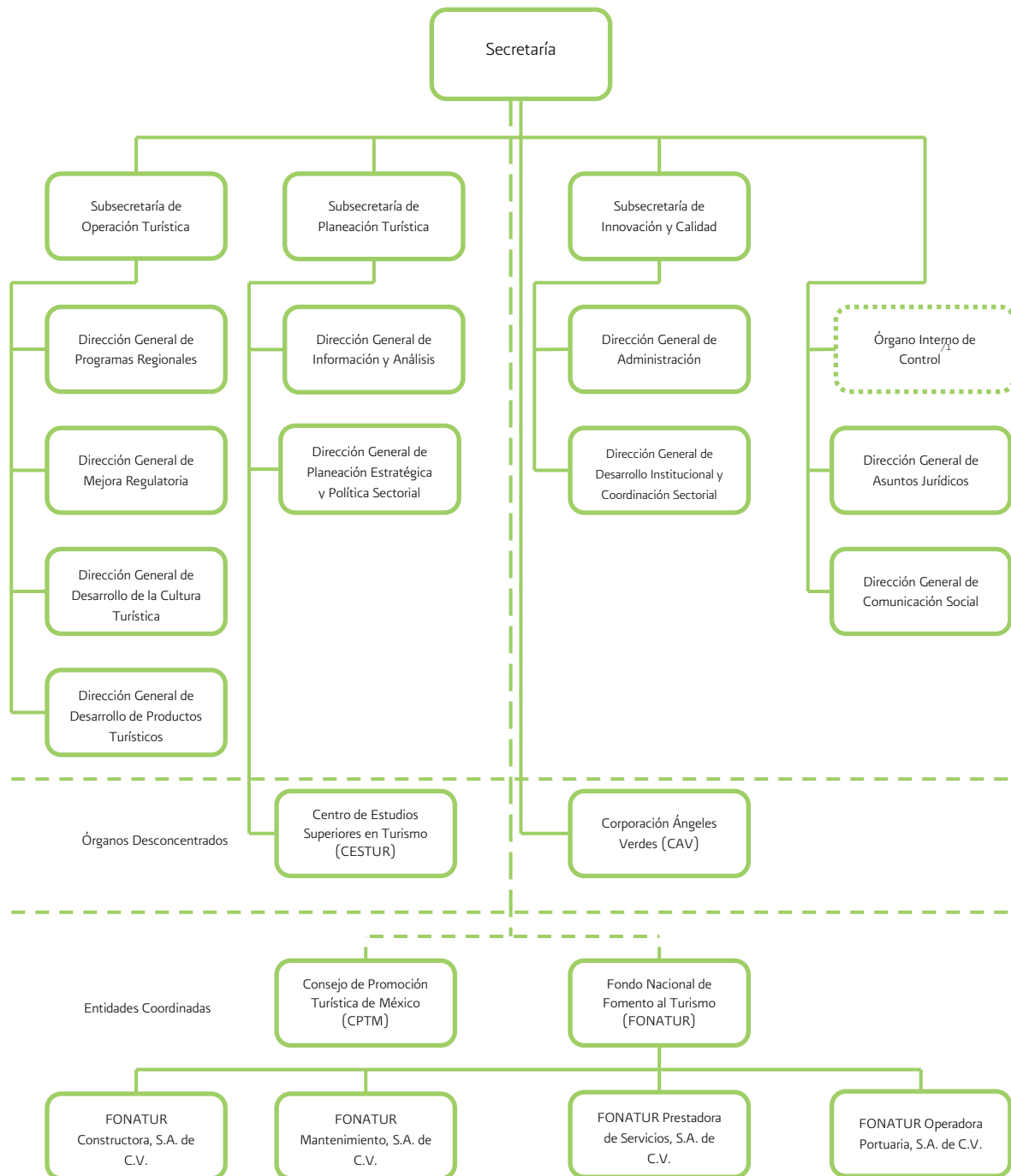
OBJETIVO 7. DE PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA.

Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados, que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

OBJETIVO 8. DE DEMANDA TURÍSTICA, DOMÉSTICA E INTERNACIONAL.

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional, con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo, incluyendo a todos los sectores de la población.

1.4. ESTRUCTURA ORGÁNICA



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

2. ACUERDO NACIONAL POR EL TURISMO

2.1 ACUERDO NACIONAL POR EL TURISMO

Durante la presente administración, se ha dado al turismo un impulso sin precedentes, pues este sector es un instrumento clave para consolidar el crecimiento y el desarrollo de México.

- En este marco, mediante un acuerdo firmado por el Ejecutivo Federal el 25 de enero, se declaró al **2011** como el **Año del Turismo en México**, y por primera vez en la historia de nuestro país, el 28 de febrero, se firmó el **Acuerdo Nacional por el Turismo**, que logró conjuntar a los tres órdenes de gobierno, el Poder Legislativo, los sectores empresarial y académico, las organizaciones sindicales y a los prestadores de servicios turísticos.
 - El Acuerdo es un instrumento de colaboración que surge de un ejercicio de consulta incluyente, mediante el cual, se definió una agenda única para articular por primera vez, una política de Estado de largo plazo en el sector turístico orientada a posicionar a México entre los primeros cinco destinos del mundo.
 - El Acuerdo Nacional por el Turismo quedó integrado por 10 ejes estratégicos que agrupan 101 acciones específicas, con las cuales se busca impulsar el turismo doméstico e internacional y la captación de divisas, para promover con ello la generación de empleos y mejorar la calidad de vida de los mexicanos que dependen de esta actividad.
 - o Las dependencias y entidades que concurren en el cumplimiento de esta política transversal, lo hacen en el marco de sus respectivas atribuciones y presupuestos.
 - En la firma del Acuerdo Nacional por el Turismo, participaron el Secretario General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) de la Organización de las Naciones Unidas y el Director del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés), lo que demuestra el respaldo de los organismos internacionales más importantes del sector, a la iniciativa encabezada por el Presidente de la República y la Secretaría de Turismo, reconociendo además, que este Acuerdo constituye un ejemplo de política pública a seguir a nivel mundial.
- Con el propósito de asegurar el cumplimiento de las 101 acciones, de vigilar su ejecución y de reportar de manera periódica los avances en las mismas, la Secretaría de Turismo (SECTUR) diseñó un mecanismo de trabajo, apoyado en la conformación de un órgano directivo, un órgano de seguimiento al Ejecutivo Federal y de grupos de trabajo especializados.

Ejes Estratégicos del Acuerdo Nacional por el Turismo

1. Incrementar la conectividad por cielo, mar y tierra dentro del país y hacia México, así como facilitar el tránsito de turistas.
2. Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano para mejorar la competitividad de los destinos turísticos en beneficio de los visitantes y las comunidades.
3. Fortalecer la promoción turística en México y en el extranjero para mejorar la imagen del país como destino con una amplia oferta turística.
4. Fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico mediante el estímulo y participación de las pequeñas y medianas empresas.
5. Elevar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas, a través de programas de mejora continua, capacitación y certificación de procesos que incidan favorablemente en la satisfacción de las expectativas del viajero.
6. Diversificar y enriquecer la oferta turística con destinos, productos y servicios de mayor calidad a fin de incrementar la estadia y el gasto del turista en México.
7. Fomentar la integración de cadenas productivas nacionales para incrementar el consumo de productos y servicios de las diferentes regiones del país, en las empresas del sector turístico.
8. Promover una cultura turística que desarrolle una conciencia nacional sobre la importancia del turismo y de la conservación del patrimonio cultural y natural del país y ofrecer el mejor servicio.
9. Impulsar cambios al marco jurídico en favor del sector turístico que faciliten y fortalezcan su desarrollo.
10. Promover el desarrollo equilibrado y sustentable del sector turístico para la preservación de las riquezas naturales.

- De esta manera, el 16 de marzo se integró el **Comité Directivo de Seguimiento al Acuerdo Nacional por el Turismo**, del que forman parte:
 - o La SECTUR, por parte del Gobierno Federal, fungiendo como Secretario Técnico del mismo, el titular de la Subsecretaría de Innovación y Calidad;
 - o En representación de las 32 entidades federativas, cuatro secretarios estatales de turismo, que representan las cuatro regiones que conforman la República Mexicana (Centro, Pacífico, Norte y Sureste) y que fueron elegidos por los secretarios de turismo de cada región;
 - o Por el Poder Legislativo, los presidentes de las comisiones de turismo de la Cámara de Diputados y de la Cámara de Senadores;
 - o En representación de las legislaturas locales, el presidente del Consejo Nacional de Legisladores en materia de Turismo (CONLETUR);
 - o Por las organizaciones empresariales, la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO-SERVYTUR), el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y la Confederación Nacional Turística (CNT);
 - o Por parte de los organismos sindicales, la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), la Confederación de Trabajadores de México (CTM) y la Confederación Regional Obrera Mexicana (CROM);
 - o En representación del sector académico, el Instituto Politécnico Nacional; y
 - o El Secretario Técnico del Gabinete de Infraestructura y Turismo de la Presidencia de la República, como invitado permanente y representante del Gobierno Federal.
- Asimismo, se instaló el 28 de marzo de 2011 en la Residencia Oficial de Los Pinos, el **Grupo de Seguimiento del Ejecutivo Federal**, conformado por representantes de alto nivel de:
 - o El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA);
 - o La Comisión Nacional del Agua (CONAGUA); y
 - o Las secretarías de: Gobernación (SEGOB); Hacienda y Crédito Público (SHCP); Comunicaciones y Transportes (SCT); Relaciones Exteriores (SRE); Trabajo y Previsión Social (STPS); Educación Pública (SEP); Salud (SALUD); Desarrollo Social (SEDESOL); Economía (SE); Turismo (SECTUR); Energía (SENER); Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT); y Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA); y
 - o El Secretario Técnico del Gabinete de Infraestructura y Turismo de la Presidencia de la República.
- Al 15 de agosto de 2011, y con el propósito de refrendar su compromiso con el Acuerdo Nacional por el Turismo, los gobiernos estatales, los congresos locales, municipios, empresarios y universidades de los estados de: Chihuahua, Nayarit, Durango, Michoacán, Morelos, Campeche, Zacatecas, Querétaro, Puebla, Tabasco, Guanajuato, Colima y Nuevo León; han firmado una réplica de dicho acuerdo.

3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

3.1 EL TURISMO EN MÉXICO

3.1.1 LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN MÉXICO

En junio de 2011, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) presentó los resultados obtenidos en la Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM) 2005-2009, como parte del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM).

- El turismo reafirma su importancia económica dentro del contexto nacional, al participar en 2009 con 8.9 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), medido a precios constantes de 2003.
 - El porcentaje de participación del PIB turístico en el total nacional en México, es mayor al de países como Austria y Nueva Zelanda.

3.1.2 VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO

- Durante los primeros seis meses de 2011, la llegada de visitantes internacionales al país fue de 38.2 millones. Del total, el número de turistas internacionales a México ascendió a 11.4 millones; y el número de excursionistas alcanzó 26.8 millones de personas.
 - En el periodo enero-junio de 2011, llegaron a México 6.6 millones de turistas de internación y 4.8 millones de turistas fronterizos.
 - o Durante la presente administración (enero de 2007 a junio de 2011), el turismo de internación, principal variable del turismo internacional por la cantidad de derrama económica que genera, aumentó 17.8 por ciento respecto al mismo periodo del sexenio anterior (enero de 2001 a junio de 2005).
 - En el primer semestre de 2011, la entrada de excursionistas en cruceros ascendió a 3 millones de llegadas, y el número de llegadas de excursionistas fronterizos sumó 23.8 millones.
- Durante el primer semestre de 2011, se registraron 5.4 millones de visitantes internacionales vía aérea, procedentes principalmente de Estados Unidos de América (57.4 por ciento) y Canadá (18.2 por ciento).
 - Derivado de los esfuerzos de diversificación de mercado y de facilitación migratoria, creció el número de visitantes provenientes de otros países, como es el caso de: Rusia (59.4 por ciento), Perú (42.6 por ciento), Brasil (45.6 por ciento), Suecia (35.4 por ciento), China (33.9 por ciento), Colombia (31.7 por ciento), Corea del Sur (16.5 por ciento), Argentina (16.1 por ciento), Francia (14.4 por ciento), Chile (14.3 por ciento), Australia (12.3 por ciento), Italia (11.6 por ciento), Japón (9.2 por ciento) y Reino Unido (8.2 por ciento) y Canadá (6.5 por ciento).

México sigue siendo el país más visitado por los estadounidenses

De acuerdo al Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América, en 2010, México mantuvo la mayor participación en el mercado de turistas estadounidenses vía aérea.

3.1.3 INGRESOS DE DIVISAS POR VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO

- Durante el periodo enero-junio de 2011, la **captación de divisas por visitantes internacionales** a México sumó 6 mil 179 millones de dólares, de los cuales, 84.1 por ciento correspondió a turistas internacionales, y el restante 15.9 por ciento a excursionistas fronterizos y en crucero.
 - Los ingresos captados por los turistas de internación ascendieron a 4 mil 935 millones de dólares (79.9 por ciento del total de las divisas captadas), mientras que los ingresos captados por los turistas fronterizos alcanzaron 260 millones de dólares.
 - Asimismo, ingresaron 710 millones de dólares por excursionismo fronterizo, y 274 millones de dólares por excursionismo de cruceros.
- El gasto medio de los visitantes internacionales ascendió a 161.7 dólares durante los primeros seis meses de 2011.

- El gasto medio de los turistas de internación fue de 747.4 dólares, el de los turistas fronterizos de 53.8 dólares, el de los excursionistas fronterizos de 29.9 dólares, y el gasto medio de los pasajeros en crucero fue de 90.9 dólares.

3.1.4 BALANZA TURÍSTICA

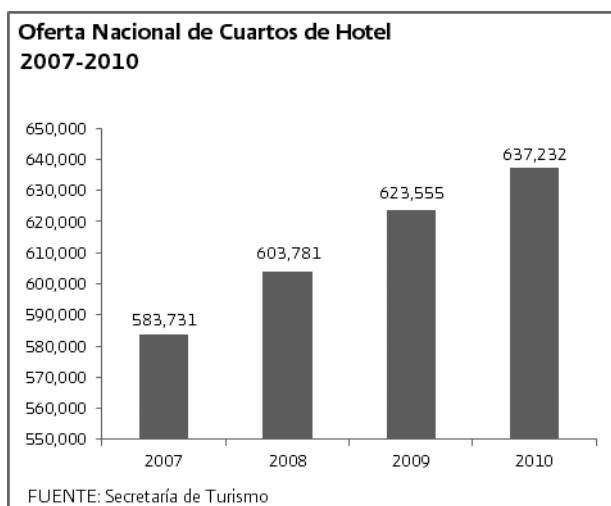
- Durante el periodo enero-junio de 2011, el superávit de la **balanza turística** se ubicó en 2 mil 523 millones de dólares, resultado de los ingresos generados que sumaron 6 mil 179 millones de dólares, y los egresos que alcanzaron un monto de 3 mil 656 millones de dólares.

3.1.5 TURISMO DOMÉSTICO

- El turismo doméstico aporta, en promedio, el 86 por ciento del consumo nacional en el sector turismo, y el 88 por ciento del flujo de personas.
- De enero a junio de 2010, se estima que el **turismo doméstico** ascendió a 79.7 millones de personas, cifra histórica alcanzada en un primer semestre de la actual administración; mientras que la llegada de turistas nacionales a hotel registró 30.3 millones de turistas.

3.1.6 ACTIVIDAD HOTELERA

- Durante los primeros cuatro años de la presente administración (2007-2010), la oferta de alojamiento nacional creció más de 9 por ciento en comparación al cierre del sexenio anterior, llegando a 637 mil 232 cuartos de hotel al cierre de 2010^{1/}. Las entidades de Baja California Sur, Colima, Chihuahua, Jalisco, Querétaro, Quintana Roo y Yucatán fueron las que contribuyeron en mayor medida al incremento de cuartos de hotel durante 2010.
- Durante el primer semestre de 2011, se registraron 167 mil 500 cuartos ocupados en 70 de los principales centros turísticos del país, monitoreados en el sistema Data Tur, lo que representó un incremento del 2.2 por ciento con respecto al mismo periodo de 2010.



^{1/} Cifras disponibles con corte anual. La cifra se actualizó respecto a la publicada en el Cuarto Informe de Ejecución del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012.

3.2 TRANSPORTE AÉREO, CARRETERO Y MARÍTIMO

3.2.1 TRANSPORTE AÉREO

- De enero a junio de 2011, el sector aéreo registró un nivel de actividad del orden de 230 mil vuelos, de los cuales, el 71.4 por ciento correspondió a vuelos nacionales y el 28.6 por ciento a vuelos internacionales.
 - Por tipo de destino, las ciudades abarcaron el 74.8 por ciento de los vuelos, y los centros de playa el restante 25.2 por ciento.
- Durante los primeros seis meses de 2011, se transportaron cerca de 19 millones de pasajeros por vía aérea.
- Como parte de los avances registrados en materia de **conectividad aérea internacional**, en el año 2011 se alcanzaron los siguientes resultados:
 - Virgin Atlantic. Se concretó el vuelo directo Gatwick-Cancún, con dos vuelos por semana a partir de julio de 2011.
 - Transportes Aereos Meridionais (TAM). Iniciaré vuelos de Sao Paulo a la ciudad de México a partir de octubre de 2011, con un vuelo semanal, operado en un avión A330 con capacidad de 230 asientos.
 - LAN Perú. Inició vuelos en julio de 2011 de Lima a la Ciudad de México, con cinco frecuencias por semana, las que incrementará en el mes de octubre, a fin de ofrecer un vuelo diario entre las dos ciudades.
 - Air Europa. A partir del 2 de julio de 2011 inició vuelos por primera vez en la ruta Madrid-México, con cuatro frecuencias semanales y una oferta total de 1 mil 196 asientos.
 - Air France. Iniciaré vuelos en la ruta París-Cancún a partir del 21 de octubre de 2011, con una oferta de tres vuelos por semana.
 - Aero República. La subsidiaria de COPA AIRLINES, incorporó una frecuencia adicional en la ruta Bogotá-Cancún, para un total de dos vuelos por semana a partir de junio de 2011.
 - United Airlines. En mayo de 2011, comenzó a operar la ruta Guadalajara-Los Ángeles con una frecuencia diaria.
 - Aeroméxico. A finales de junio y en julio de 2011, abrió nuevas rutas: México-Guatemala (siete frecuencias por semana), Cancún-Miami (14 frecuencias por semana), México-Guadalajara-San Francisco (tres frecuencias por semana), León-Monterrey-Chicago (tres frecuencias por semana), Brownsville-México (siete frecuencias por semana), Guadalajara-Sacramento (siete frecuencias por semana) y Monterrey-Brownsville (dos frecuencias por semana).
 - o Asimismo, incrementó frecuencias en vuelos que ya estaban en operación: Barcelona-México (dos frecuencias adicionales por semana para un total de seis), y Monterrey-San Antonio (tres frecuencias adicionales, para un total de siete por semana).
 - Volaris. A partir de junio de 2011, inició vuelos a tres destinos de los Estados Unidos de América: Aguascalientes-Los Ángeles, con dos frecuencias por semana; Guadalajara-San Diego, con siete frecuencias por semana; y México-San Diego, con siete frecuencias semanales.
 - Interjet. El 1 de julio de 2011 comenzó a operar la ruta Guatemala-México, con una oferta de siete frecuencias semanales.
- Durante el periodo septiembre 2010 a agosto 2011, en materia de **conectividad aérea nacional**², se operaron más de 56 mil 700 nuevas frecuencias entre destinos nacionales y se ofrecieron 5.9 millones de asientos. Destacan las siguientes rutas y frecuencias:
 - Mayair. Ruta Cozumel-Cancún, con 40 frecuencias semanales.
 - Aeroméxico. Ruta México-Tuxtla Gutiérrez, con 31 frecuencias semanales.

2/ Información proveniente de *Capacity Overview Report*. Agosto de 2011. SABRE.

- Aeromar. Ruta México-Salttillo, con 29 frecuencias semanales.
- Interjet. Ruta México-Mérida, con 26 frecuencias semanales.
- Aeroméxico. Ruta México-Minatitlán, con 22 frecuencias semanales.
- Aeromar. Ruta México-Veracruz, con 22 frecuencias semanales.

3.2.2 TRANSPORTE CARRETERO

- De enero a abril de 2011, se registró un total de 84.1 millones de autobuses y automóviles, que se desplazaron por las principales carreteras de cuotas concesionadas del país.
 - Al cierre de 2010, se registraron 255.5 millones de autobuses y autos en las autopistas de cuota, cifra 3.6 por ciento superior respecto al cierre de 2009.

3.2.3 TRANSPORTE MARÍTIMO

- De enero a junio de 2011, se registró un promedio de 2 mil 443 pasajeros por crucero, 3.5 por ciento superior al promedio registrado durante el primer semestre de 2010.
 - En ese mismo periodo, el puerto de Cozumel, el destino con mayor llegada de cruceros en el mundo, presentó un incremento de 7.4 por ciento en el arribo de pasajeros, en comparación con el primer semestre de 2010.
 - Asimismo, el puerto de Majahual, Quintana Roo tuvo un crecimiento de 20.6 por ciento en pasajeros en cruceros.

4. CONCURRENCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La SECTUR continuó con su misión institucional de conducir el desarrollo turístico nacional mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación y promoción de los servicios turísticos, articulando las acciones de diferentes instancias y órdenes de gobierno. Además, durante esta administración la secretaría dio un impulso sin precedentes a la política turística, proponiendo el posicionamiento de México como líder en la actividad, a través del fomento a la competitividad de las empresas del sector, así como de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, de modo que permitan captar el mayor número de turistas internacionales e incrementar los ingresos de divisas, en cumplimiento del Acuerdo Nacional por el Turismo.

4.1.1 ALINEACIÓN DE PROGRAMAS ESTATALES DE TURISMO

Con el propósito de apoyar e impulsar el desarrollo integral de la actividad turística en los municipios del país, en el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se realizaron las siguientes acciones:

- Se promovió la integración de los programas institucionales de Pueblos Mágicos y Turismo Sustentable en México (anteriormente Agenda 21 para el Turismo Mexicano) al Catálogo de Programas Federales para los Municipios 2011 y al documento Acciones para el Fortalecimiento del Federalismo, ambos del Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED).
- Se proporcionó asesoría técnica a los organismos de turismo de los estados que cambiaron de Gobierno recientemente (Campeche, Sinaloa, Durango y Veracruz), para la elaboración de sus respectivos programas estatales de turismo, y su alineación con el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

4.1.2 PLANEACIÓN INSTITUCIONAL

- En alcance a las acciones de planeación estratégica a nivel institucional, se formuló el **Programa de Trabajo Institucional 2011**, documento en donde se establecen los objetivos, estrategias, líneas de acción, cronogramas de actividades y la orientación del proceso administrativo, para lograr las metas planteadas por las diferentes áreas que integran la Secretaría de Turismo y sus órganos desconcentrados.
- Con el propósito de fomentar y promover la articulación del proceso de planeación turística y el curso de las acciones estratégicas a seguir para maximizar los beneficios del turismo, se dio continuidad a la operación y difusión del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, impulsando así la alineación y dinámica de la política turística.
 - Se llevaron a cabo labores de asesoría técnica a las unidades responsables de la SECTUR, Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), con el propósito de dar seguimiento a los objetivos, estrategias e indicadores institucionales enunciados en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.
- Como parte del proceso de planeación y evaluación dirigido a la gestión por resultados y en el marco del Sistema de Evaluación del Desempeño, se actualizaron y mejoraron la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) de los programas presupuestarios y se dio seguimiento a los indicadores estratégicos que la conforman; lo cual permitió la programación y presupuestación basada en resultados para el ejercicio 2012.
- Se avanzó en la articulación del Sistema de Planeación Turística Integral y se dio seguimiento a las líneas estratégicas de corto, mediano y largo plazo para fomentar la competitividad de los productos y servicios turísticos.

4.2 POLÍTICA INTERSECTORIAL

4.2.1 FACILITACIÓN MIGRATORIA

- Con el objetivo de implementar acciones que faciliten la entrada de visitantes extranjeros a nuestro país, la SECTUR participa en el **Grupo de Trabajo de Facilitación Migratoria**, en coordinación con la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Relaciones Exteriores, el Instituto Nacional de Migración, el Centro de Investigación de Seguridad Nacional y ProMéxico. Como parte de las actividades del Grupo de Trabajo, se discute, propone y da seguimiento a las acciones implementadas que permitan alcanzar los objetivos acordados, y que tienen un impacto directo en el desarrollo de la actividad turística del país.
- Entre los principales logros alcanzados por el Grupo de Trabajo de Facilitación Migratoria para promocionar el desarrollo turístico, se encuentran los siguientes:
 - Derivado de la puesta en marcha del acuerdo interinstitucional para aceptar la visa estadounidense válida y vigente como requisito suficiente para ingresar a México, durante el periodo de mayo de 2010 (cuando inició la vigencia del acuerdo) a junio de 2011, un total de 80 mil 428 personas han ingresado al país al amparo de este acuerdo.
 - Se llevó a cabo el fortalecimiento y una mayor coordinación de los sistemas de seguridad para el viajero por parte de las instancias competentes en ese rubro.
 - Países como Brasil, Rusia, China y Ucrania, actualmente tramitan la visa a través de 188 agencias de viajes acreditadas (Brasil, una; Rusia, 65; China, 20; y Ucrania, 102).
 - En el periodo de septiembre de 2010 a junio de 2011, 29 mil 719 personas se vieron beneficiados con la tramitación de permisos o autorizaciones de manera electrónica para ingresar al país (SAE). Los países que pueden hacer uso de esta medida son: Brasil, Rusia y Ucrania (para viajes por turismo, tránsito o negocios) y Perú (para transmigración).

4.3 POLÍTICA SECTORIAL

4.3.1 CAMBIO CLIMÁTICO

La SECTUR ha participado, en calidad de invitado permanente, en la Comisión Intersecretarial de Cambio Climático (CICC), así como en los grupos de trabajo de dicha comisión.

Para dar cumplimiento al **Programa Especial de Cambio Climático (PECC)**, la CICC estableció alianzas estratégicas con organismos internacionales que brindan apoyo técnico y financiero, tales como: el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Agencia Alemana para la Cooperación Internacional (GIZ, por sus siglas en alemán), el Banco Mundial, la Agencia de los Estados Unidos de América para el Desarrollo Internacional (USAID, por sus siglas en inglés), entre otros.

- Los avances registrados en materia de mitigación de los efectos del cambio climático, en cumplimiento de las metas de la SECTUR en el PECC, fueron los siguientes:
 - Participación, bajo el auspicio de la USAID, en los talleres de identificación y evaluación de iniciativas de mitigación de emisiones de gases de efecto invernadero en el sector turístico (*Nationally Appropriate Mitigation Action*, por su nombre en inglés), bajo el esquema de los actuales mecanismos de los mercados de carbono.
 - Elaboración de un anteproyecto de convenio de colaboración entre la SECTUR y la Secretaría de Energía (SENER), para estimular la reducción de la demanda de energía en el sector turismo.
 - Colaboración con la SENER en el programa de apoyo al sector hotelero contemplado en la Estrategia Nacional de Energía, mismo que será lanzado en el segundo semestre de 2011.
 - Elaboración de instrumentos de difusión para el sitio de Cambio Climático y Turismo, el cual forma parte de la Campaña de Información y Sensibilización Sobre los Impactos del Cambio Climático en el Sector Turístico de México.

- Los avances en las metas del apartado de adaptación fueron:
 - Elaboración del Acuerdo de Coordinación Concurrente que se celebrará con la Coordinación Nacional de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación.
 - Inclusión en la segunda convocatoria del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, de la demanda “Estudio de vulnerabilidad que promueva un programa de adaptación a la variabilidad climática y el cambio climático, así como sistemas de alerta temprana para apoyar los procesos de planeación en el sector turismo en los ámbitos nacional, estatal y municipal”.

Décimo Sexta Conferencia de las Partes (COP 16) de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático en Cancún

En diciembre de 2010, Cancún fue sede de la **COP 16**, la cual reunió a miles de delegados de todo el mundo en torno a las negociaciones sobre las acciones futuras para enfrentar el reto global que implica el cambio climático.

- Como resultado, se firmaron los **Acuerdos de Cancún**, documento que representa un parteaguas en las discusiones internacionales para garantizar el desarrollo sostenible de los pueblos y la supervivencia humana.
- En este contexto, la Secretaría de Turismo organizó un evento paralelo denominado *Tourism’s response to climate change: What’s next?* (La respuesta del turismo al cambio climático: ¿qué sigue?), donde se dieron a conocer los compromisos del sector turismo para el desarrollo sustentable y la transición del mismo hacia una economía de bajo carbono.
- La excelente organización de este evento, posicionó a México como un sitio estratégico en el segmento de reuniones en el ámbito internacional.
- Participación en la elaboración del documento Marco de Políticas de Adaptación de Mediano Plazo, el cual fue presentado en la COP 16.
- Participación en la elaboración de la Estrategia Nacional de Adaptación al Cambio Climático, bajo el auspicio del Banco Mundial, el PNUD y la GIZ.
- Como parte del Grupo de Trabajo de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación (GT-REDD+), se participó en la revisión del documento *Visión de México sobre REDD+ Hacia una Estrategia Nacional REDD+*, el cual fue presentado en la COP 16.
- En seguimiento a los Acuerdos de Cancún, la SECTUR, dentro del Grupo de Trabajo de Asuntos Internacionales (GT-INT) de la CICC, dio seguimiento a las acciones del Gobierno de México, en su calidad de Presidente de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático.

4.3.2 ORDENAMIENTO ECOLÓGICO

La SECTUR participa en los procesos de ordenamiento ecológico que coordina la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), mediante el otorgamiento de información cuantitativa y cualitativa del sector turístico y la validación de las propuestas y los modelos técnicos que se generan dentro del proceso del ordenamiento. Las principales acciones realizadas como parte de los procesos de ordenamiento fueron las siguientes:

- El 14 de diciembre de 2010, se participó en una reunión del Órgano Ejecutivo del Ordenamiento General del Territorio. Actualmente, dicho ordenamiento continúa en su etapa de formulación.
- El 9 de marzo de 2011, se participó en una reunión del órgano técnico del Ordenamiento Ecológico Marino y Regional del Golfo de México y Mar Caribe, en la cual se validó y aprobó el documento final del ordenamiento en cuestión.
- En materia de Ordenamiento Ecológico Marino y Regional del Pacífico Norte, se proporcionó información relacionada a los proyectos turísticos que se desarrollarán en la zona sujeta a ordenarse.

4.3.3 PROGRAMA DE TURISMO SUSTENTABLE EN MÉXICO

Con el propósito de incrementar el impacto del Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, y con base a las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), durante 2011 se modificó el

nombre a **Programa de Turismo Sustentable en México**, el cual cuenta con tres líneas de acción estratégicas:

- El monitoreo de la sustentabilidad,
- El impulso al desarrollo sustentable de los destinos turísticos a través de la Agenda Intersectorial de Sustentabilidad, y
- La promoción de mejores prácticas ambientales en empresas y destinos turísticos.

MONITOREO DE LA SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

El **monitoreo de la sustentabilidad turística** se realiza a través de la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad, instrumento que permite detectar las problemáticas de los destinos turísticos en términos de sustentabilidad. Derivado de la aplicación del sistema, se obtiene un diagnóstico que refleja la situación de los destinos turísticos en relación con cuatro temas: medio ambiente, entorno socioeconómico, turismo y desarrollo urbano.

- Durante el periodo septiembre–diciembre de 2010, se realizó un estudio para evaluar el desempeño del Programa de Turismo Sustentable a nivel local, así como para analizar el impacto local en los destinos de: Álamos, Sonora; Puerto Vallarta, Jalisco; Huatulco, Oaxaca; Coatepec, Veracruz; Zacatecas, Zacatecas; y San Miguel de Allende, Guanajuato.
 - Derivado del estudio, se identificó que el programa impulsó mejoras en los destinos, relacionadas con la imagen urbana, la capacitación y la infraestructura, además fortaleció la interacción estado-municipio, y facilitó el diseño de estrategias para mejorar la gestión ambiental a nivel local.

AGENDA INTERSECTORIAL DE SUSTENTABILIDAD

Como resultado del análisis de las problemáticas identificadas en los diagnósticos de 110 destinos turísticos, se creó la **Agenda Intersectorial de Sustentabilidad**, que vincula a las dependencias de la Administración Pública Federal (APF) que pueden contribuir a generar la sustentabilidad de los destinos turísticos. Las principales acciones desarrolladas fueron:

- En coordinación con la Comisión Nacional del Agua, se impulsó la implementación de plantas de tratamiento en los destinos de Parras de la Fuente, Coahuila; Bernal, Querétaro; Hermosillo, Sonora; San Cristóbal de las Casas, Chiapas; El Fuerte, Sinaloa; Tequila, Jalisco; y Papantla, Veracruz.
- Conjuntamente con la SEMARNAT, se promovió la elaboración de planes para el manejo integral de los residuos peligrosos, logrando la conclusión de la etapa de diagnóstico en los destinos de Cuatro Ciénegas, Coahuila; Tapalpa, Jalisco; y Sombrerete, Zacatecas.
- En conjunto con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, se acordó otorgar mayores recursos presupuestales a las delegaciones de los estados con destinos interesados en incrementar el número de certificaciones ambientales en las empresas turísticas. Por lo cual, se asignaron recursos adicionales a las delegaciones de Taxco, Guerrero; Huatulco, Oaxaca; Cuatro Ciénegas y Parras de la Fuente, Coahuila; Cozumel, Quintana Roo; y Tuxpan, Veracruz.
- Se realizaron talleres dirigidos a estados y municipios, para presentar los diferentes programas de la APF destinados a reducir problemáticas específicas en los destinos turísticos.
 - El 6 de abril de 2011, en coordinación con la SEDESOL y el Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos (BANOBRAS), se llevó a cabo el Primer Taller para el Manejo de Residuos Sólidos en Destinos Turísticos, en el cual participaron 15 municipios turísticos y 10 entidades federativas.
- En diciembre de 2010, se realizó una reunión de seguimiento con el Comité Agenda 21 Local de Taxco, Guerrero, y se instaló el Comité Local de Turismo Sustentable de Tulum, Quintana Roo.

PROMOCIÓN DE MEJORES PRÁCTICAS AMBIENTALES EN EMPRESAS Y DESTINOS TURÍSTICOS

Con la finalidad de promover la implementación de mejores prácticas ambientales en empresas y destinos turísticos, la SECTUR trabaja en coordinación con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).

- En el periodo octubre de 2010 a mayo de 2011, se realizaron tres reuniones de seguimiento para promover la certificación “Calidad Ambiental Turística” y “Destino Turístico Limpio” en los destinos de Morelia, Michoacán; Huatulco, Oaxaca; y Cozumel, Quintana Roo.

Reconocimiento a México por su compromiso con el desarrollo sustentable en materia turística

En 2011, la organización *Rainforest Alliance* otorgó a México un reconocimiento por mejores prácticas de sustentabilidad en el desarrollo turístico **Mayakoba**, destacando el esfuerzo para conservar el medio ambiente; y mostrando el liderazgo y compromiso de México en el tema de la sustentabilidad.

PARTICIPACIONES INTERNACIONALES

- Del 20 al 21 de octubre de 2010, se participó en la sesión número 86 del Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), realizada en Israel. En la sesión se eligió a México, junto con otros países, para formar parte de la Vicepresidencia del Comité de Turismo de la OCDE.
- El 4 y 5 de abril de 2011, se participó en la sesión número 87 del Comité de Turismo de la OCDE, realizada en París, Francia. En esta edición se decidió que México habrá de participar en una iniciativa para evaluar las “Innovaciones Verdes” en las empresas turísticas del país.

4.4 INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y ECONÓMICA

4.4.1 SISTEMA DE INFORMACIÓN DATATUR

A través del **Sistema DataTur**, la SECTUR monitorea de forma permanente a un total de 86 destinos turísticos del país (27 centros de playa y 59 ciudades), cuyas cifras están a disposición del público en general en el sitio <http://datatur.sectur.gob.mx>.

- Durante el periodo septiembre de 2010 a junio de 2011, el **Sistema DataTur** fue consultado más de 183 mil ocasiones, lo que representó un crecimiento de 4.7 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior, para alcanzar un total de 1 millón 759 mil consultas desde que inició operaciones, en mayo de 2003.
 - Entre septiembre de 2010 y junio de 2011, se generaron 44 reportes con resultados semanales y 10 reportes con resultados mensuales, sobre los datos relacionados con la ocupación hotelera.
 - Al mes de junio de 2011, el monitoreo DataTur logró una cobertura de 360 mil 572 cuartos, que representan el 70 por ciento de la oferta turística de establecimientos hoteleros.

4.4.2 PUBLICACIONES

- Durante el periodo septiembre de 2010 a junio de 2011 los resultados fueron:
 - Se elaboraron las publicaciones “El Turismo en México 2010” y “Turismo de Internación 2010”, las cuales tienen por objetivo integrar y difundir la información estadística, así como el análisis económico y prospectivo del turismo y sus impactos en la economía nacional.
 - Se distribuyeron poco más de 500 ejemplares electrónicos en disco compacto de la publicación “Compendio Estadístico del Turismo en México 2010” entre universidades, entidades federativas, escuelas de turismo, secretarías de Estado, Cámara de Diputados y asociaciones, entre otras instituciones.
 - Se publicaron y distribuyeron el número 29 y 30 del “Boletín Cuatrimestral de Turismo”, con un tiraje de mil ejemplares cada uno.

4.5 ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

4.5.1 INVESTIGACIÓN

- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) trabajó en la generación de cinco estudios, investigaciones y asesorías. Los principales resultados de los proyectos son:
 - La encuesta de **Perfil y Grado de Satisfacción del Turista**, realizada entre octubre y diciembre de 2010, evaluó el desempeño de 12 destinos de playa y 10 de ciudad, con base en 64 variables. El índice de satisfacción global del turista fue de 8.2, para los turistas nacionales fue de 8 y para los turistas extranjeros de 8.5.
 - Se concluyó la investigación sobre las **Necesidades de oferta turística para la población de clase media del turismo doméstico en México**. Dicho proyecto se basó en siete sesiones de grupo realizadas en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey y servirá como insumo para el diseño de estrategias de comercialización y atención a los turistas de este segmento.
 - Se concluyó el estudio de **Productos y servicios diferenciados que identifican a cinco destinos de cruceros: Ensenada, Puerto Vallarta, Acapulco, Puerto Progreso y Cozumel**. Los resultados servirán de apoyo en la elaboración de un plan de acción de competitividad a mediano plazo, que aportará estrategias de segmentación, acciones y proyectos diferenciadores de la planta turística, para impulsar una mayor captación de divisas hacia el país.
 - Desde septiembre de 2010, se levanta la encuesta para la **Evaluación de la calidad de los servicios aeroportuarios en cinco destinos: Puerto Vallarta, Los Cabos, Acapulco, Zihuatanejo y Toluca**; misma que concluirá en septiembre de 2011. Dicha evaluación será alineada a la metodología *Airport Survey Quality* desarrollada por *Airport Council Internacional*, para realizar el análisis comparativo de todos los aeropuertos medidos bajo la misma metodología a nivel internacional.
 - Se concluyó el **Estudio sobre el turismo de reuniones en México**, cuyo objetivo es dimensionar el tamaño de mercado de este segmento, además de incluir la comparación del mismo ejercicio realizado en EUA y Canadá, la cuantificación de la derrama económica y un modelo de estimación, que permitirá dar seguimiento al segmento.

4.5.2 FONDO SECTORIAL CONACYT-SECTUR

- Con el objetivo de realizar estudios e investigaciones que mejoren la competitividad del sector turístico, aprovechando las capacidades del sector académico para satisfacer las necesidades de conocimiento del sector público, en agosto de 2010 se publicó, por primera vez, la convocatoria del **Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo** en coordinación con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).
 - Los proyectos, financiados con recursos superiores a los 2.4 millones de pesos, abordan temas sobre la aplicación de medidas sustentables en la industria hotelera y los factores de éxito o fracaso en las empresas comunitarias de turismo de naturaleza.
- En junio de 2011, se publicó la segunda convocatoria del Fondo, la cual se estima concluir en septiembre del mismo año, con la asignación de los investigadores para las siguientes demandas solicitadas: i) alineación de programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral; ii) la definición de indicadores para evaluar la calidad de los prestadores de servicios turísticos y cómo incentivar la mejora en su competitividad; iii) el diseño de la metodología para la asignación de recursos de programas cooperativos a estados para la promoción turística; iv) la definición y determinación de la estructura regional del mercado turístico nacional; v) la metodología para la evaluación de la oferta turística y definición de criterios para determinar la vocación turística de un destino turístico y modelo de aplicación; vi) antecedentes, análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México; vii) el estudio de vulnerabilidad que promueva un programa de adaptación a la variabilidad climática y el cambio climático; y viii) la evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos.

4.5.3 RED DE INVESTIGADORES Y CENTROS DE INVESTIGACIÓN TURÍSTICA

- En noviembre de 2010, se organizó el **XII Congreso Nacional y el VI Internacional de Investigación Turística** en la Ciudad de México, para propiciar el intercambio de conocimientos y experiencias en materia de investigación turística entre representantes del ámbito público, privado y social, así como para continuar identificando los retos en materia de investigación e información para el sector turismo.
 - Se impartieron 75 ponencias en 42 temáticas distintas; participaron 241 asistentes nacionales e internacionales vinculados con la investigación y estudiosos de diversas disciplinas enfocadas al área turística, 25 instituciones académicas nacionales y dos internacionales, así como dos organismos públicos.
- A junio de 2011, se han integrado a la **Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT)** 180 investigadores, 183 productos de investigación y 39 instituciones educativas. Con ello, se mantiene el vínculo entre los investigadores del área turística y el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) y se fomenta la investigación turística en el país.
 - Actualmente se trabaja en la actualización de los datos del RICIT, así como en el rediseño del sitio web de la Red y de sus contenidos, para generar un espacio adicional para la publicación e interacción de los miembros de la RICIT.

4.5.4 CENTRO DE DOCUMENTACIÓN TURÍSTICA

A través del Centro de Documentación Turística (CEDOC), se brinda información estratégica al sector turístico, como una herramienta para la toma de decisiones.

- Hasta junio de 2011, el CEDOC acumuló un acervo de 10 mil 138 títulos especializados y recibió 10 mil 950 consultas en el portal del **CEDOC Virtu@I** por parte de 2 mil 214 usuarios registrados, de los cuales, el 26 por ciento pertenece al sector privado, 40 por ciento al sector público, 22 por ciento al académico y el 12 por ciento restante a usuarios extranjeros.
 - Con el fin de continuar con el intercambio de material bibliográfico e información especializada con instituciones públicas y privadas y organismos de turismo, el CEDOC renovó y formalizó 23 convenios de colaboración.
 - Se realizaron eventos de promoción del CEDOC Virtu@I para más de 9 mil 500 personas mediante 15 visitas directas a instituciones públicas y privadas y presencia en eventos del ramo y de la SECTUR.

4.5.5 TRANSFERENCIA DE RECURSOS TÉCNICOS, ACTUALIZACIÓN DE FUNCIONARIOS Y DIVULGACIÓN

- En coordinación con la Fundación Themis OMT, el 14 de febrero de 2011 se publicó la convocatoria del Programa Voluntarios de la OMT para las secretarías de turismo de los estados. El objetivo del programa es apoyar en la formulación e implementación de planes, programas o proyectos para el desarrollo sostenible del turismo en una región o área geográfica, a través de la conformación de grupos de voluntarios de distintas disciplinas, ante la previa detección de problemáticas particulares de cada uno de los destinos.
 - Se recibieron propuestas de Querétaro, Quintana Roo, Puebla y Tamaulipas, mismas que fueron enviadas para su evaluación a la Fundación OMT Themis, y atendidas en el mes de junio de 2011. Finalizado el proceso de selección, dará inicio el trabajo por parte de los consultores de la OMT, así como del grupo de voluntarios en el destino de Cozumel.
 - En agosto de 2011 inició la segunda etapa del programa en el estado de Chiapas.
- En el marco del **Programa de Actualización Profesional de Funcionarios del Sector Turístico**, se realizaron las siguientes acciones:
 - Del 29 de noviembre al 3 de diciembre de 2010, se llevó a cabo el curso “El desarrollo sostenible del turismo: políticas e instrumentos de gestión”, de la OMT. Estuvo dirigido a funcionarios de los tres órdenes de gobierno y de países miembros de la OMT (de habla hispana y Brasil), mismo que contó con el apoyo de la OMT a través de la Fundación Themis y la Secretaría de Turismo de Querétaro.
 - Seminario Conversando con los Expertos, que constó de las siguientes ponencias:

- En noviembre de 2010, “Innovación y desarrollo tecnológico para el Turismo. BIZSPARK – el caso de España”, reuniendo a funcionarios públicos de SECTUR, CPTM y FONATUR.
- En diciembre de 2010, “Hacia un Turismo Competitivo”, al cual asistieron representantes de instituciones de educación superior como la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Autónoma del Estado de México.
- En marzo de 2011, “Desarrollando Marcas Destino”, al que asistieron secretarios de turismo de los estados, oficinas de congresos y convenciones, funcionarios de SECTUR, FONATUR y CPTM, así como representantes de universidades públicas y privadas como el Instituto Politécnico Nacional, la Universidad Anáhuac México Norte, la Escuela Bancaria Comercial y la Universidad del Valle de México, entre otros.
- En junio de 2011, “Huaca de la Luna: un modelo de gestión estatal-privada”, el cual reunió a funcionarios públicos de SECTUR, CPTM y FONATUR; así como representantes de instituciones educativas públicas nacionales e internacionales, entre las que se encuentran la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Autónoma del Caribe de Barranquilla, Colombia.
 - Durante la celebración del evento, se entregó el premio a la mejor investigación presentada en el XII Congreso Nacional y VII Internacional de Investigación Turística, al trabajo “Integración de la ruta del vino en Querétaro, un producto innovador”.
- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se organizaron los siguientes Talleres de uso de la información y generación de conocimiento, para brindar capacitación y orientación específica de necesidades de información:
 - Taller de capacitación del portal SIIMT (Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos) del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). Dirigido a prestadores de servicios turísticos, investigadores, profesores y funcionarios de la SECTUR, FONATUR y CPTM.
 - Taller de transferencia de recursos técnicos a los estados “Mejorando la Competitividad Turística en México”, realizado el 20 y 21 de junio de 2011 en León, Guanajuato y dirigido a prestadores de servicios turísticos, académicos, investigadores y funcionarios del sector turístico de Aguascalientes, Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Querétaro, San Luis Potosí y Zacatecas. El objetivo del programa fue dar a conocer la información estratégica generada por el CESTUR para la toma de decisiones, así como proporcionar modelos y herramientas estratégicas aplicables en sus actividades dentro del sector turístico.
- Se realizó la publicación mensual de los Boletines de artículos del CEDOC Virtu@l 2011, con artículos de interés general en materia turística como: i) OCDE. Políticas y tendencias del turismo 2010 (enero), ii) Avance preliminar del barómetro turístico de la OMT (febrero), iii) Reporte de competitividad para viajes y turismo. Foro Económico Mundial 2011 (marzo), iv) Segmento romance en México, principales resultados del diagnóstico de la oferta en doce destinos (abril), v) Estudio sobre productos y servicios diferenciados en los principales destinos de crucero en México (mayo), y vi) Estudio de perfil y grado de satisfacción del turista (junio).
- Se generaron dos publicaciones semestrales del Boletín de Nuevas Adquisiciones del CEDOC, con información especializada de reciente incorporación y disponibles para consulta.
- Se llevó a cabo la publicación bimestral del Boletín de e-turismo 2011, con información y notas breves sobre innovaciones tecnológicas, su aplicación, tendencias que su desarrollo está siguiendo en el mundo y casos de éxito.
- El 4 de noviembre de 2010, en el marco de la Semana Nacional PYME Bicentenario, se realizó la décima edición del **Foro e-Turismo** por noveno año consecutivo. El objetivo del foro fue dar a conocer soluciones e innovaciones tecnológicas para enriquecer la cultura digital, apoyar la operación de los negocios e impulsar la competitividad de las Pequeñas y Medianas Empresas turísticas.
 - Se contó con la asistencia de 200 personas, entre las que se encontraban pequeños y medianos empresarios, emprendedores, académicos, estudiantes y funcionarios de gobierno del sector turístico.
- A partir del 10 de junio de 2011, se publicó el sitio web **cestur.sectur.gob.mx**, a fin de crear un espacio virtual de vinculación entre el CESTUR y sus usuarios y poder brindarles conocimiento útil para la toma de decisiones y la planificación estratégica.

4.5.6 EVENTOS Y PRESENTACIONES DEL CESTUR

- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el CESTUR participó y realizó presentaciones en los siguientes eventos:
 - “El turismo en números, la importancia de la información para la industria turística”, en la Universidad Anáhuac del Sur, dirigido a estudiantes, prestadores de servicios turísticos e investigadores del sector.
 - Capacitación a funcionarios de turismo estatal de Sinaloa, sobre la importancia y aplicación de resultados de investigación turística y la encuesta de Perfil y grado de satisfacción del turista.
 - Presentación de los resultados de la encuesta sobre “Productos y servicios diferenciados que identifican a 5 destinos de cruceros”, en la séptima edición del Congreso Internacional de Turismo del Caribe en la Universidad de Quintana Roo, campus Playa del Carmen.
 - “Primer Congreso Intercampi de Hotelería y Turismo EBC-VATEL”. Evento dirigido a los estudiantes de los diferentes campi de la Escuela Bancaria y Comercial (Distrito Federal, Estado de México y Querétaro).
 - “Segunda Muestra Gastronómica, Artesanal y Turística”. Evento realizado en la explanada de la Presidencia Municipal de Cuautitlán Itzcalli, Estado de México y dirigido a todo el público del municipio y localidades cercanas.
 - “Segundo Concurso Gastronómico Interuniversitario” y “Segunda Jornada de Turismo: Las nuevas Tendencias”. Eventos realizados por la Universidad Justo Sierra plantel San Mateo, en Naucalpan, Estado de México, para estudiantes y profesores de diferentes instituciones educativas.

5. DESARROLLO REGIONAL

5.1 DESARROLLO REGIONAL, ESTATAL Y MUNICIPAL

5.1.1 CONVENIOS DE COORDINACIÓN EN MATERIA DE REASIGNACIÓN DE RECURSOS.

- Mediante la suscripción de **Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos (CCRR)**, en el primer semestre de 2011 el Gobierno Federal orientó recursos por 1 mil 744 millones de pesos a las entidades federativas para la realización de proyectos de infraestructura turística, 10.6 por ciento más en términos reales³ respecto al cierre del ejercicio 2010.
 - Con la aportación de recursos adicionales por parte de las entidades federativas y los municipios beneficiados, se detonó una inversión total de 3 mil 451 millones de pesos, 5.5 por ciento más en términos reales con relación al cierre del ejercicio de 2010.
 - o La inversión total a través de los CCRR en lo que va de la actual administración, de enero de 2007 a junio de 2011, alcanzó un monto de 6 mil 132 millones de pesos, cifra superior en 370.7 por ciento en términos reales a los 1 mil 9 millones de pesos otorgados en el mismo periodo del sexenio anterior.
 - Los recursos apoyaron 284 proyectos, 24 por ciento más que al cierre del ejercicio 2010, que contribuyen al desarrollo de una oferta turística competitiva, a la generación de empleos y producen un alto impacto económico en los destinos turísticos apoyados.
 - La selección de proyectos y obras para 2011 favoreció a aquellos que cumplen con una visión estratégica de integración de oferta turística competitiva, mediante:
 - o El equipamiento y rehabilitación de sitios con atractivos culturales y de naturaleza;
 - o La mejora de la imagen urbana de Ciudades Patrimonio, Pueblos Mágicos y otros destinos con potencial turístico y con valor histórico y arquitectónico;
 - o El incremento de la infraestructura de servicios en destinos de sol y playa; y
 - o El incremento de espacios para atender el segmento de turismo de congresos y convenciones.
 - Hasta junio de 2011, se firmaron 30 Convenios de Coordinación entre la SECTUR y las entidades federativas; a través de los cuales, se transfiere a dichas entidades la responsabilidad del ejercicio de los recursos, de los mecanismos de evaluación y control de recursos, así como de la gestión de los recursos de los sectores social y privado.

DISTRIBUCIÓN DE LOS RECURSOS DE LOS CCRR

- Por línea de producto turístico, los recursos otorgados a través de los CCRR tuvieron la siguiente distribución: 43.1 por ciento para turismo cultural, 21 por ciento para sol y playa, 12.3 por ciento para turismo de naturaleza, 9.6 por ciento para otros tipos y formas de turismo, 8.6 por ciento para turismo de reuniones y 5.4 por ciento para otros segmentos.
- Los recursos destinados a los 284 proyectos se distribuyeron entre los siguientes **programas regionales**: Centros de Playa, En el Corazón de México, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales del Centro de México, Mundo Maya y México Norte. Cada programa regional comprende a varias entidades federativas que comparten atributos y características con algún grado de homogeneidad, en cuanto a su realidad o potencialidad turística. La distribución de las entidades federativas por programa regional es la siguiente:
 - **Programa Centros de Playa.** Es el conjunto de estados en los que se encuentran localizados los principales destinos de sol y playa: Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa.
 - **Programa En el Corazón de México.** Comprende las entidades ubicadas en el centro geográfico del país: Hidalgo, México, Morelos, Tlaxcala y el Distrito Federal, junto con el estado de Guerrero.

3/ Las variaciones porcentuales en términos reales de cifras monetarias se calcularon utilizando como deflactor la variación promedio del Índice Nacional de Precios al Consumidor a junio de 2011 (1.0338).

CONVENIOS DE COORDINACIÓN EN MATERIA DE REASIGNACIÓN DE RECURSOS, ENERO-JUNIO DE 2011

(Miles de pesos)

Entidad Federativa	No. de Proyectos	Monto Federal	Monto Estatal	Monto Municipal / Iniciativa Privada	Monto Detonado
Aguascalientes	8	29 150	27 000	2 000	58 150
Baja California	12	63 850	63 850	0	127 700
Campeche	10	59 750	33 750	1 000	94 500
Coahuila	6	21 850	21 700	4 000	47 550
Colima	7	68 500	68 000	500	137 000
Chiapas	14	97 200	66 700	0	163 900
Chihuahua	7	43 755	43 755	2 500	90 010
Durango	9	42 300	42 000	0	84 300
Guanajuato	6	60 120	60 120	0	120 240
Guerrero	7	72 155.3	41 180	16 500	12 9835.3
Hidalgo	12	35 000	35 000	0	70 000
Jalisco	10	80 000	79 500	6 000	165 500
México	8	70 650	70 500	11 000	152 150
Michoacán	11	54 150	30 000	10 200	94 350
Morelos	8	57 000	57 000	0	114 000
Nayarit	8	42 000	42 000	0	84 000
Nuevo León	9	63 650	63 500	0	127 150
Oaxaca	6	60 000	50 000	0	110 000
Puebla	12	45 500	45 500	39 313.7	130 313.7
Querétaro	8	45 200	45 200	13 000	103 400
Quintana Roo	14	94 000	90 000	18 052.5	202 052.5
San Luis Potosí	8	53 350	50 350	3 000	106 700
Sinaloa	9	65 950	63 800	5 000	134 750
Sonora	12	70 750	68 750	0	139 500
Tabasco	10	49 225	20 573	0	69 798
Tamaulipas	8	44 500	44 500	0	89 000
Tlaxcala	8	43 500	43 500	19 500	106 500
Veracruz	18	76 002	68 000	0	144 002
Yucatán	7	80 650	75 000	0	155 650
Zacatecas	12	55 021	44 871	0	99 892
TOTAL	284	1 744 728.3	1 555 599	151 566.2	3 451 893.5

FUENTE: Dirección General de Programas Regionales. Secretaría de Turismo.

- **Programa Tesoros Coloniales.** Se conforma por los estados de: Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Veracruz y Zacatecas; debido a sus características históricas, culturales y arquitectónicas, junto con su vocación turística primordialmente doméstica.
- **Programa Mundo Maya.** Se inserta dentro de un proyecto multinacional, del que forman parte diversos países centroamericanos, comprende las entidades de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

- **Programa México Norte.** Incluye a los estados ubicados en la frontera norte del país, receptores de un alto número de turistas y excursionistas fronterizos procedentes de EUA: Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas.
- **Programa Pueblos Mágicos.** Hasta agosto de 2011, conforman este programa 43 poblaciones de diferentes regiones del país, que se destacan por sus atributos históricos, culturales y artísticos, son apoyadas con infraestructura en materia de conservación y mejoramiento de su imagen urbana e identidad.
 - o Para que una localidad pueda ser denominada Pueblo Mágico, la SECTUR a través de la Dirección General de Programas Regionales o de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico, posterior a la solicitud de incorporación al programa por parte de las autoridades municipales y estatales, realiza una visita para valorar la potencialidad de la localidad.
 - o Si el dictamen de la visita es favorable, la localidad procede a la integración del expediente para el cumplimiento de una serie de criterios no negociables, como son: existencia del Comité Pueblo Mágico, compromiso de las autoridades estatales y municipales hacia el programa y la aplicación del programa de reordenamiento del comercio semifijo.

5.2 DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO

5.2.1 ACCIONES Y RESULTADOS EN EL MARCO DE LOS CONVENIOS DE COORDINACIÓN EN MATERIA DE REASIGNACIÓN DE RECURSOS (CCRR)

A continuación, se detallan las acciones realizadas mediante los 284 proyectos apoyados a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos (CCRR).

PROGRAMA CENTROS DE PLAYA

- **Colima:**
 - Acondicionamiento del centro ecoturístico Laguna Valle de las Garzas.
 - Décima etapa del centro histórico de Manzanillo (terminación de la calle Carrillo Puerto).
 - Segunda etapa de la zona costera (equipamiento urbano del boulevard Miguel de la Madrid Hurtado, Miramar y Gustavo Vázquez Montes).
 - Acondicionamiento del centro temático y turístico en Comala (turismo de naturaleza).
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística, programa de señalización y módulos de información turística.
- **Guerrero:**
 - Tercera etapa de rehabilitación integral de la imagen urbana de Zihuatanejo de Azueta.
 - Programa integral de mejoramiento urbano y equipamiento turístico de la zona metropolitana de Acapulco (Av. Costera tramo Zócalo-Papagayo, Leyendas de Acapulco).
 - Proyecto multimedia del Fuerte de San Diego en Acapulco.
 - Programa integral de mejoramiento urbano y equipamiento turístico de Puerto Marqués en Acapulco (centro artesanal Puerto Marqués, rehabilitación de la imagen urbana de la avenida de acceso a Puerto Marqués).
 - Programa integral de mejoramiento urbano y equipamiento turístico de Pie de la Cuesta en Acapulco (centro artesanal Pie de la Cuesta en Acapulco).
 - Mejoramiento urbano y rehabilitación de la plaza de acceso y embarcadero.
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística.

- **Jalisco:**
 - Quinta etapa del rescate del centro histórico y zonas de influencia en Puerto Vallarta.
 - Sexta etapa de mejoramiento de la imagen urbana de San Juan de los Lagos.
 - Rehabilitación de la imagen urbana en ingreso y continuación al malecón en la cabecera municipal de Chapala.
 - Rehabilitación de imagen urbana del Corredor Melaque-Barra de Navidad y acceso público a playas en el municipio de Cihuatlán.
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística.
 - Museo de Arte en Puerto Vallarta.
 - Programa de señalización y módulos de información turística.
- **Nayarit:**
 - Renovación de la imagen de las localidades de Higuera Blanca, San Francisco, Cruz de Huanacaxtle y Sayulita.
 - Parador mirador turístico en la Laguna de Santa María del Oro.
 - Renovación integral del parador "La Tobará-Cocodrilarío" en San Blas.
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística, programa de señalización y módulos de información turística.
- **Oaxaca:**
 - Primera etapa del Centro de Convenciones Ciudad de Oaxaca.
 - Señalamiento turístico carretero y urbano y Programa integral de capacitación y competitividad turística.
 - Programa de infraestructura y equipamiento para proyectos sociales de turismo de naturaleza.
 - Programa Ciudades Patrimonio de la Humanidad en Oaxaca.
- **Sinaloa:**
 - Mejoramiento de imagen urbano-turística de Mazatlán.
 - Segunda etapa de mejoramiento de imagen urbano-turística de Teacapan.
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística.
 - Imagen urbana en Culiacán.
 - Señalización turística y/o módulos de información turística.
 - Tematización diferenciadora para destinos de cruceros.
 - Elaboración del programa estatal de turismo de Sinaloa.

PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO

- **Hidalgo:**
 - Quinta etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del centro histórico de Pachuca.
 - Segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del Pueblo Minero de Mineral del Chico ubicado dentro de la Ruta de la Montaña.
 - Segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento en el primer cuadro del municipio de Tulancingo, así como en el primer cuadro del municipio de Actopan.
 - Tercera etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del centro histórico de Ixmiquilpan.
 - Segunda etapa de fortalecimiento de la infraestructura turística de centros históricos en el corredor de balnearios Huichapan–Tecoautla.

- Primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del centro histórico de Zempoala.
- Segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del corredor Tolteca Tepeji del Río.
- Capacitación y promoción de cultura turística para el fortalecimiento de proyectos.
- Programa de señalización.
- **Estado de México:**
 - Cuarta etapa del programa de fortalecimiento al corredor turístico Teotihuacán (San Martín de las Pirámides, Nopaltepec, Axapusco, San Juan Teotihuacano, Rostros de Tláloc).
 - Quinta etapa del programa de fortalecimiento a la competitividad de poblaciones típicas (El Oro, Aculco, Soyaniquilpan).
 - Capacitación y competitividad turística.
 - Segunda etapa del Centro de Convenciones de la Ciudad de Toluca.
 - Programa de señalización y módulos de información turística.
- **Morelos:**
 - Señalización turística del estado de Morelos (tableros de señalización vial turística).
 - Museo Histórico y de Arte Sacro en Ocuituco en la Ruta de los Conventos.
 - Iluminación artística del Exconvento de Atlatlauhcan en la Ruta de los Conventos.
 - Pantalla de agua del Palacio de Cortés.
 - Rehabilitación de la imagen urbana Callejón del Cubo y Correos.
 - Programa de rescate del centro histórico de Cuernavaca.
 - Construcción del mercado y plaza.
 - Programa de excelencia y competitividad turística.
 - Parque eco-arqueológico Xochicalco (programa de desarrollo del turismo de naturaleza).
 - Programa de Pueblos con Encanto (Puente de Ixtla, Tlayacapan-Ruta de los Conventos, Totolapan-Ruta de los Conventos).
- **Tlaxcala:**
 - Tercera etapa del desarrollo ecoturístico en el Parque Nacional "La Malinche".
 - Segunda etapa de mejoramiento de la infraestructura turística de Tlaxcala y su área conurbada; así como de Cacaxtla-Xochitécatl y su área de influencia.
 - Segunda etapa de rehabilitación del recinto ferial.
 - Tercera etapa de señalización turística estatal, programa integral de capacitación y competitividad turística.

PROGRAMA TESOROS COLONIALES

- **Aguascalientes:**
 - Programa integral de capacitación y competitividad, programa de señalización y módulos de información turística.
 - Regeneración de imagen urbana de San José de Gracia.
 - Rehabilitación integral del centro histórico de Calvillo en la Ruta de la Plata.
 - Observatorio e imagen urbana de Tepezalá en el Cerro de las Tres Caídas, Cosío.
- **Durango:**
 - Segunda etapa ampliación del Corredor Constitución, en Durango.

- Primera etapa de restauración del Palacio de Zambrano, Museo de Villa, en Durango.
- Sexta etapa de remodelación de fachadas y rescate de espacios urbanos con valor cultural.
- Sexta etapa de remozamiento de fachadas en centro histórico de la ciudad de Durango.
- Señalización turística.
- Primera etapa de remodelación del centro de Lerdo-Plaza y fachadas adyacentes.
- Primera etapa del parque La Jabonera, en Gómez Palacio.
- Programa sectorial estatal y Programa integral de capacitación y competitividad turística.
- **Guanajuato:**
 - Sexta etapa del mejoramiento de imagen urbana de infraestructura y equipamiento de Guanajuato y sus Pueblos Mineros (Ciudad Patrimonio de la Humanidad).
 - Primera etapa de construcción del Foro San Carlos (concha acústica) de San Miguel de Allende.
 - Programa de competitividad del corredor de negocios de Guanajuato.
 - Programa de mejoramiento de imagen urbana, Programa de señalización y módulos de información turística y Programa especial de capacitación y desarrollo de productos y mejora de procesos.
- **Michoacán:**
 - Centro de interpretación de la Ruta Don Vasco en Pátzcuaro; segunda etapa de la restauración del exconvento franciscano de Tzintzuntzan en la Ruta de Don Vasco; y terminación de la señalética en la Ruta de Don Vasco.
 - Segunda etapa del mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Uruapan.
 - Programa integral de competitividad y capacitación (capacitación PYME).
 - Primera y segunda etapas del mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Jiquilpan.
 - Cuarta etapa del mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de La Piedad.
 - Primera etapa de la construcción del centro gastronómico (reubicación del comercio informal).
- **Puebla:**
 - Programa integral de competitividad del sector turístico 2011 y Programa de señalización y módulos de información turística.
 - Campaña multiestatal Tesoros de México.
 - Integración turística de San Andrés y San Pedro Cholula.
 - Mejoramiento de la imagen urbana del primer cuadro de la cabecera municipal de Xicotepec de Juárez y remozamiento de la Xochipila.
 - Intervención urbano-turística de Calpan.
 - Creación de senda turístico-cultural del centro histórico de Huejotzingo, Tehuacán mejora de imagen urbana.
 - Análisis y diagnóstico de situación (creación del sistema de calidad e implantación del sistema en 4 rutas de la Sierra Mágica).
 - Plan de creación de empresas por comunidades (Puebla Ciudad Patrimonio).
- **Querétaro:**
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística y Programa de señalización y módulos de información turística.
 - Cuarta etapa de cableado subterráneo.
 - Segunda etapa del Museo de la Máscara.
 - Tercera etapa de imagen urbana, banquetas e iluminación en Querétaro.
 - Trabajos de restauración y remodelación en la plaza principal del Pueblito en Corregidora.
 - Imagen urbana y cableado subterráneo del centro histórico de San Juan del Río (Rutas de Querétaro).

- **San Luis Potosí:**
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística y Programa de señalización y módulos de información turística.
 - Ruta "Encuentro, Aventura, Cultura y Diversión".
 - Segunda etapa del mejoramiento de imagen urbana en la Huasteca Potosina.
 - Segunda etapa del equipamiento turístico en el estado de San Luis Potosí.
 - Equipamiento turístico en la Ruta Caminos de Agua-Voces de la Sierra (Axtla de Terrazas y El Naranjo).
 - Ruta de enlace de la Región Centro y Altiplano (mejoramiento de imagen urbana de cabeceras municipales).
 - Ruta Agua Azul-Parajes Encantados (mejoramiento de imagen urbana en las regiones Media y Huasteca Potosina).
- **Veracruz:**
 - Mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Veracruz.
 - Renovación de la imagen urbana de Boca del Río.
 - Primera etapa de imagen urbana en el centro histórico de Córdoba.
 - Cuarta etapa de Papantla de Olarte.
 - Priorización y tematización de cruceros en Veracruz.
 - Tercera etapa del mejoramiento de la imagen urbana y equipamiento turístico de Tlacotalpan.
 - Cuarta etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Xico.
 - Construcción de museo de sitio en la localidad de Xico Viejo.
 - Cuarta etapa de revitalización de Xalapa: "Corredor Turístico Parque Juárez-Los Lagos".
 - Iluminación escénica del Parque Juárez (imagen urbana y equipamiento turístico).
 - Cuarta etapa de la imagen urbana, ordenamiento, urbanización y equipamiento de la Playa Barra Norte en Tuxpan.
 - Segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Jalcomulco "Destino de Aventura".
 - Cuarta etapa de la imagen urbana y equipamiento en San Andrés Tuxtla: imagen urbana, construcción del Museo del Tabaco y rehabilitación del Puente Comoapan.
 - Mejoramiento de la imagen urbana y equipamiento turístico de Catemaco: "Ciudad de La Magia".
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística y señalización y construcción de módulos de información turística.
 - Ruta de Naturaleza y Aventura (senderos, equipamiento turístico y miradores).
 - Diagnóstico del desarrollo del producto en zonas rurales y de avistamiento de aves y Programa sectorial estatal.
- **Zacatecas:**
 - Primera etapa del Museo Toma de Zacatecas, de Museografía de la Petroteca Agustiniiana y de la Casa de Ensayo centro histórico; todas en la ciudad de Zacatecas.
 - Tercera etapa de restauración de retablos del Templo de Santo Domingo, ciudad de Zacatecas.
 - Primera etapa de la Catedral Basílica de Zacatecas (exterior) y fondos documentales, ciudad de Zacatecas.
 - Tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana del Centro Histórico, municipio Guadalupe.
 - Cuarta etapa de mejoramiento de imagen urbana e infraestructura del centro histórico, municipio de Sombrerete.
 - Segunda etapa proyectos de Ciudades Patrimonio de la Humanidad, ciudad de Zacatecas.

- Tercera etapa programa integral de capacitación y competitividad turística y Programa de señalización y módulos de información turística.

PROGRAMA MUNDO MAYA

- **Campeche:**
 - Segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana en Champotón y Ciudad del Carmen.
 - Segunda etapa del Centro ecoturístico y biomuseo en la estación El Tormento.
 - Mejoramiento de la imagen urbana en San Francisco de Campeche.
 - Sendero y mirador ecológico de la Cueva de los Murciélagos.
 - Centro ecoturístico y de aventura en los cenotes de Miguel Colorado.
 - Reconstrucción del parque Novia del Mar en la ciudad de San Francisco de Campeche.
 - Programa de señalización y módulos de información turística, Programa integral de capacitación y competitividad turística y Programa de apoyo a localidades afectadas por las lluvias.
 - Mundo Maya (profecías mayas).
- **Chiapas:**
 - Mejoramiento de imagen urbana de Tapachula.
 - Unidad de servicios turísticos en Tuxtla Chico (zona arqueológica de Izapa).
 - Iluminación escénica de Chiapa de Corzo.
 - Mejoramiento y rehabilitación de recintos Cumbre Mundial de Turismo de Aventura (centro de convenciones, casa de la cultura, auditorio de la Facultad de Derecho, teatro de Bellas Artes, teatro Zebadúa).
 - Cuarta etapa del Programa de señalización turística.
 - Centros ecoturísticos (Marqués de Comillas, Maravilla Tenejapa, Ocosingo, Tunbalá, San Cristóbal de las Casas, Tzimol/Socoltenango y Pijijiapan).
 - Primera etapa de mejoramiento de imagen urbana de Unión Juárez.
 - Primera etapa de la Unidad de Servicios Turísticos en Nezahualcóyotl, Puente Chiapas.
 - Primera etapa de mejoramiento de imagen urbana de Tuxtla Gutiérrez.
 - Cuarta etapa Ruta de la Selva Lacandona, mejoramiento de imagen urbana y equipamiento turístico Palenque.
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística.
 - Mundo Maya (profecías mayas).
- **Quintana Roo:**
 - Programa integral para la capacitación y competitividad turística y Programa de señalización y módulos de información turística.
 - Primera etapa de equipamiento de playas públicas de Cancún en la zona hotelera.
 - Tercera etapa de mejora de la imagen urbana y turística de Puerto Morelos.
 - Segunda etapa del malecón de Mahahual y poblado turístico.
 - Tercera etapa de imagen urbana de Tulum y de Playa del Carmen, cuarta etapa de imagen urbana de Isla Mujeres y de Cozumel y segunda etapa de imagen urbana de Holbox.
 - Segunda etapa de mejoramiento turístico de Calderitas.
 - Primera etapa de imagen urbana y equipamiento turístico de la Laguna Guerrero y Raudales.
 - Mundo Maya (profecías mayas).

- **Tabasco:**
 - Imagen urbana para el centro histórico en el Barrio de Centro de la Antigua ciudad de San Juan Bautista.
 - Tercera etapa nuevo acceso y centro de atención a visitantes de la zona arqueológica de Comalcalco.
 - Rescate integral de la imagen urbana (Cupilco, Comalcalco, Tabasco).
 - Programa integral de capacitación y competitividad turística, Programa de señalización y módulos de información turística, Apoyo a localidades afectadas por las lluvias y Museo de Tabasco.
 - Tematización priorizada de cruceros en el estado de Tabasco (Dos Bocas).
 - Mundo Maya (profecías mayas).
- **Yucatán:**
 - Quinta etapa del programa integral de Puerto Progreso: modernización y reconstrucción del malecón oriente (segunda etapa).
 - Tercera fase del programa integral de capacitación y competitividad turística e Impulso a la inversión y certificación turística en el estado.
 - Programa integral para la consolidación del centro histórico de Mérida (primera etapa del parque Hidalgo y señalética).
 - Parque La Paz en Mérida.
 - Mundo Maya (profecías mayas).

PROGRAMA MÉXICO NORTE

- **Baja California:**
 - Cuarta fase de la construcción y equipamiento del Centro de Convenciones Metropolitano Tijuana-Playas de Rosarito, municipio Playas de Rosarito.
 - Primera fase de la regeneración, equipamiento, señalética y mejoramiento de imagen urbana-turística del andador fronterizo, acceso vehicular y de integración a Tijuana, Puente Naciones Unidas y centro histórico, municipio de Tijuana.
 - Primera fase de zonificación y equipamiento de Playa Norte, circuito Guadalupe Victoria, municipio de Playas de Rosarito.
 - Cuarta etapa de construcción y equipamiento del Museo del Caracol, municipio de Ensenada.
 - Primera fase del mejoramiento de imagen urbana para la Ruta del Vino, Ensenada.
 - Tercera fase Museo Integral Kumiai, Histórico-Contemporáneo, municipio de Tecate.
 - Segunda etapa del programa integral de capacitación y competitividad turística y señalización turística y/o módulos de información turística.
 - Estudio Observatorio Turístico para la Frontera Norte.
 - Primera etapa de remodelación y equipamiento del malecón y centro de San Felipe, municipio de Mexicali.
 - Tercera etapa del Centro Estatal de las Artes, municipio de Mexicali.
 - Planta de tratamiento de aguas residuales en La Bufadora, municipio de Ensenada.
- **Coahuila:**
 - Sexta etapa de mejoramiento de imagen urbana en Saltillo.
 - Tercera etapa del plan de desarrollo urbano-turístico de la presa La Amistad, municipio de Acuña.
 - Programa de desarrollo urbano-turístico "Ruta del Desierto", municipio de Monclova y Cuatro Ciénegas.
 - Cuarta etapa del programa de señalización turística (Ciudad Legible) y Tercera etapa del programa de capacitación y competitividad turística.

- **Chihuahua:**
 - Parque de Aventura Barrancas del Cobre. Obras complementarias en la estación superior e inferior.
 - Segunda etapa de la estación ferrocarril en Divisadero.
 - Edificio anexo a tirolesas y estacionamientos y camino de acceso en Urique.
 - Parque ecoturístico Cascada de Baseasachi, tren de cremallera, teleférico Cabriolet en Ocampo.
 - Tercera etapa de la cascada El Salto.
 - Terminación del restaurante y obra complementaria en Guachochi.
 - Segunda etapa del centro interactivo para visitantes, terminación de rehabilitación del edificio, área comercial (restaurante) en Nuevo Casas Grandes.
 - Tercera etapa del Cerro del Gallego, terminación de obra complementaria en Urique.
 - Tercera etapa del programa de capacitación y competitividad turística; señalización turística y/o módulos de información turística.
- **Nuevo León:**
 - Segunda etapa de recuperación del centro histórico de Monterrey (Plaza Comercial Morelos).
 - Primera etapa de construcción y equipamiento del centro interpretativo y museo de sitio en la zona arqueológica del municipio de Mina.
 - Etapas complementarias de mejoramiento e imagen urbana de los centros históricos de Montemorelos, Linares, Allende, Villa de García y Zuazua.
 - Elaboración de estudios y proyectos de la macro plaza del primer cuadro del centro de Monterrey.
 - Segunda etapa de equipamiento turístico del parque recreativo-ecoturístico "El Sabinal", municipio de Cerralvo.
 - Tercera etapa del programa integral de capacitación y competitividad turística y señalización turística y/o módulos de información turística.
 - Rehabilitación de parques recreativos afectados por el huracán Alex, municipio de Terán.
 - Primera etapa de equipamiento turístico del parque El Pozo del Gavilán, municipio de Galeana.
- **Sonora:**
 - Segunda etapa de imagen urbana en la Bahía de Kino, municipio de Hermosillo y de la Laguna del Nainari, municipio de Cajeme.
 - Primera etapa de imagen urbana de Puerto Peñasco, construcción de camino de acceso a zona turística.
 - Segunda etapa de proyectos de turismo rural.
 - Segunda etapa de la regeneración urbana del Paseo del Mar (corredor turístico de cruceros) en el municipio de Guaymas.
 - Primera etapa de la construcción del centro de convenciones "Peñasco Expocenter", municipio de Puerto Peñasco.
 - Segunda etapa de habilitación del frente de carretera de Santa Ana (accesos).
 - Cuarta etapa de implementación y funcionamiento de museografía para el centro de visitantes de la reserva de la biosfera "El Pinacate" y Gran Desierto de Altar, municipio de Puerto Peñasco.
 - Segunda etapa del programa integral de capacitación y competitividad turística, tematización diferenciadora para destinos de cruceros, señalización turística y/o módulos de información turística.
- **Tamaulipas:**
 - Tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana de la avenida principal de La Pesca, municipio de Soto La Marina.
 - Cuarta etapa de mejoramiento de imagen urbana del centro histórico de Matamoros, en el municipio de Matamoros.

- Primera etapa del boulevard costero de Playa Bagdad.
- Tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana de Gómez Farías, en el municipio de Gómez Farías.
- Elaboración de proyectos ejecutivos, programa integral de capacitación y competitividad turística, señalización turística y/o módulos de información turística.

PUEBLOS MÁGICOS

- **Comala, Colima:** Séptima etapa. Programa Pueblo Mágico (mejoramiento de imagen urbana).
- **Taxco, Guerrero:** Programa Pueblo Mágico (programa multianual de mejoramiento de imagen urbana).
- **Mazamitla, Jalisco:** Sexta etapa del Programa Pueblo Mágico (mejoramiento de imagen urbana).
- **Tequila, Jalisco:** Novena etapa del Programa Pueblo Mágico (mejoramiento de imagen urbana).
- **Tapalpa, Jalisco:** Novena etapa del Programa Pueblo Mágico (mejoramiento de imagen urbana).
- **Capulalpam, Oaxaca:** Segunda etapa del mejoramiento de la imagen urbana.
- **Cósala, Sinaloa:** Séptima etapa de mejoramiento de imagen urbana turística de Cósala Pueblo Mágico (Colocación de empedrado en calles del centro histórico; remodelación de fachadas).
- **El Fuerte, Sinaloa:** Quinta etapa de mejoramiento de imagen urbana del centro histórico, rehabilitación y remodelación de fachadas de edificios principales en el centro histórico.
- **Real del Monte, Hidalgo:** Octava etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del Pueblo Mágico Real del Monte.
- **Huasca de Ocampo, Hidalgo:** Décimo primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento del Pueblo Mágico Huasca de Ocampo.
- **Valle de Bravo, México:** Octava etapa del programa Pueblo Mágico Valle de Bravo (mejoramiento de imagen urbana).
- **Tepozotlán, México:** Décima etapa del programa Pueblo Mágico Tepozotlán (mejoramiento de imagen urbana)
- **Malinalco, México:** Primera etapa del programa Pueblo Mágico Malinalco (mejoramiento de imagen urbana).
- **Tepoztlán, Morelos:** Construcción del mercado y plaza, mejoramiento del acceso principal en Tepoztlán Pueblo Mágico.
- **Huamantla, Tlaxcala:** Cuarta etapa del programa Pueblo Mágico Huamantla (mejoramiento de imagen urbana).
- **Real de Asientos, Aguascalientes:** Pueblo Mágico Real de Asientos (mejoramiento de imagen urbana).
- **Dolores Hidalgo, Guanajuato:** Programa de mejoramiento de imagen urbana infraestructura y equipamiento turístico de Pueblos Mágicos de Guanajuato.
- **Pátzcuaro, Michoacán:** Rehabilitación del Camino al Estribo Grande, Pueblo Mágico Pátzcuaro.
- **Zacatlán, Puebla:** Restauración del claustro del convento de Zacatlán

Pueblos Mágicos

Se fortaleció **Programa Pueblos Mágicos**, mediante el otorgamiento de enero a junio de 2011 de 208 millones de pesos a través de convenios de coordinación en materia de reasignación de recursos con los estados, para infraestructura turística en estos pueblos colmados de atributos simbólicos, arquitectura, leyendas, historia, hechos trascendentes y magia que emanan de sus manifestaciones socio-culturales; en beneficio de una población de 880 mil 420 habitantes.

- Durante el periodo enero-agosto de 2011, se entregaron seis nombramientos a nuevos Pueblos Mágicos: Palizada en Campeche, Zacatlán de las Manzanas en Puebla, Teúl de González Ortega en Zacatecas, Mineral del Chico en Hidalgo, Tlayacapan en Morelos y Cadereyta en Querétaro. Con éstos, suman ya 43 Pueblos Mágicos y se estima alcanzar 52 al final del año.

- **Bernal, Querétaro:** Cuarta etapa del cableado subterráneo y culminación del Museo de la Máscara, primer cuadro de Bernal.
- **Jalpan de Serra, Querétaro:** Segunda etapa de cableado subterráneo e imagen urbana en el primer cuadro de la cabecera municipal de Jalpan de Serra.
- **Real de Catorce, San Luis Potosí:** Pueblo Mágico de Real de Catorce, segunda etapa del mejoramiento de la imagen urbana, infraestructura y servicios.
- **Coatepec, Veracruz:** Cuarta etapa del proyecto integral de equipamiento turístico y mejora de la imagen urbana del Pueblo Mágico Coatepec (iluminación de inmuebles y cableado subterráneo).
- **Jerez de García, Zacatecas:** Mejoramiento de imagen urbana de Jerez de García Salinas. (rehabilitación de fachadas, guarniciones, herrería y mejoramiento de andadores, jardines para la conservación del entorno de los inmuebles históricos y culturales, infraestructura y cableado subterráneo).
- **Teúl de González Ortega, Zacatecas:** Cuarta etapa de mejoramiento urbano del centro histórico. Rehabilitación de la plaza principal en los conceptos de albañilería, acabados, herrería y señalética.
- **Palizada, Campeche:** Segunda etapa del mejoramiento de imagen urbana de Palizada.
- **San Cristóbal de las Casas, Chiapas:** Mejoramiento de imagen urbana de San Cristóbal de las Casas.
- **Bacalar, Quintana Roo:** Cuarta etapa de la imagen urbana del Pueblo Mágico Bacalar.
- **Tapijulapa, Tabasco:** Primera etapa del mejoramiento y equipamiento urbano de Villa Tapijulapa.
- **Izamal, Yucatán:** Cuarta fase del programa integral para la consolidación del centro histórico del Pueblo Mágico Izamal (museo de Izamal).
- **Parras de la Fuente, Coahuila:** Mejoramiento de imagen urbana al principal sector del centro histórico de acuerdo al proyecto original iniciado en el 2005, con la rehabilitación de fachadas, banquetas de concreto estampado, reforestación y definición de áreas peatonales, con un área de más de 500 metros lineales.
- **Creel, Chihuahua:** No se incluyeron acciones en el convenio.
- **Santiago, Nuevo León:** Continuidad en la introducción de la red eléctrica, telefónica, cable, mobiliario urbano, preparación y alumbrado público. Continuidad en el remozamiento de vialidades y banquetas con piedra lajas; señalética turística de las calles del centro histórico: fabricación e instalación de nomenclatura de calles, así como principales señalamientos de los puntos de interés de Villa de Santiago.
- **Álamos, Sonora:** Mejoramiento de imagen urbana, resaltando los elementos arquitectónicos principales en arcadas, plaza de armas, kiosco y edificios, así como la rehabilitación de fachadas, banquetas suministro y colocación de jardinería y señalización.
- **Mier, Tamaulipas:** Primera etapa de restauración y reutilización del edificio histórico de la Batalla de los Frijoles Pintos.

INVERSIÓN EN ZONAS CON ALTO GRADO DE MARGINACIÓN

- De enero a junio de 2011, la **inversión pública para los ocho estados con mayor índice de marginación**⁴ ascendió a 495 millones de pesos, 40.8 por ciento más en términos reales respecto al cierre del ejercicio 2010, lo que potenció un monto de recursos por 938 millones de pesos en conjunto con los diferentes órdenes de gobierno; resultado de la realización de 84 proyectos turísticos a través de los CCRR.
- En el marco del proyecto **Ruta de Don Vasco**, se dio continuidad a las acciones de coordinación con el Gobierno del estado de Michoacán, para apoyar a las localidades de Pátzcuaro y Tzintzuntzan, en las cuales, durante el primer semestre de 2011, se invirtieron recursos federales por 19 millones de pesos, que detonaron una inversión conjunta con el gobierno estatal por 33.2 millones de pesos. Con ello se busca mejorar la calidad de vida de los habitantes de las poblaciones consideradas.

4/ Se refiere a los estados de Chiapas, Durango, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Oaxaca, Veracruz y Tabasco.

5.2.2 DESARROLLO, MANTENIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE PROYECTOS TURÍSTICOS POR PARTE DEL FONDO NACIONAL PARA EL FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)

De septiembre de 2010 a agosto de 2011, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) fomentó la generación de inversiones y creación de empleos mediante: i) el desarrollo de nuevas alternativas de negocios turísticos orientadas a un mercado mundial competitivo y ii) la consolidación de los Centros Integralmente Planeados (CIP's) tradicionales.

Con el fin de atraer más inversionistas y desarrolladores turísticos, el FONATUR continuó con el incremento y diversificación de la oferta turística (destinos, productos y servicios turísticos), en los nuevos desarrollos como son: el CIP de Costa Pacífico; la segunda fase del CIP Nayarit, Costa Capomo y el Proyecto Turístico Integral (PTI) Marina Cozumel.

Asimismo, el FONATUR realizó acciones de operación y mantenimiento a la infraestructura y el equipamiento turístico desarrollado, para mantener el valor de la inversión realizada, asegurar una imagen urbana atractiva y garantizar la prestación de servicios públicos con estándares internacionales.

- De septiembre de 2010 a agosto de 2011, el FONATUR ejerció una inversión en infraestructura turística estimada en 1 mil 403.1 millones de pesos.
 - La mayor inversión, por un monto de 904.8 millones de pesos, se destinó a la construcción de los nuevos CIP's de Costa Pacífico y Nayarit en su segunda fase (Costa Capomo) y la construcción de la Marina en Cozumel, cantidad que representó el 64.5 por ciento del monto total invertido.
 - Los 498.3 millones de pesos restantes, equivalentes al 35.5 por ciento del total de la inversión, se asignaron principalmente a la consolidación y mantenimiento de los CIP's de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Loreto y Huatulco.
- De enero a agosto de 2011, el FONATUR contribuyó al desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral de los nuevos CIP's, con una inversión por 593.3 millones de pesos; y avanzó en la consolidación y mantenimiento de la oferta turística en los cinco CIP's, con una inversión de 226.3 millones de pesos.

CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO COSTA PACÍFICO

- Durante el periodo comprendido entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, se canalizó una inversión de 593.2 millones de pesos para el desarrollo de Costa Pacífico.
- Se realizaron las siguientes acciones en materia de estudios y proyectos:
 - Se implementó el plan estratégico urbano-ambiental con el fin de garantizar el manejo sustentable del sitio, así como el estudio de viabilidad financiera del equipamiento turístico, el estudio del pronóstico socio-demográfico y el estudio de los requerimientos urbanos de la zona.
 - Se definió el plan rector de imagen urbana para el desarrollo y el plan parcial de desarrollo urbano para la primera etapa de consolidación, para estimar el impacto que generará la creación del nuevo desarrollo.
 - Se realizó el anteproyecto arquitectónico para el primer hotel, el cual será el factor detonador de la actividad turística durante la primera etapa de construcción del CIP.
 - Se realizaron proyectos de ingeniería, entre los que destacan: la segunda etapa de ingeniería urbana integral; acceso a la isla y el frente del campo de golf; primera etapa de la planta de tratamiento de aguas residuales de tipo modular, con capacidad de 150 a 200 litros por segundo; y el proyecto de rompeolas, dragado y protecciones marginales para la marina del CIP.
- Asimismo, para desarrollo de obra, se llevaron a cabo las siguientes actividades:
 - Se continuaron los trabajos de urbanización de la fase 1 de la primera etapa del CIP, consistentes en: terracerías, pavimentos, señalización, guarniciones y banquetas, jardinerías, obra civil y canalización de redes de servicios básicos para el suministro de agua potable, energía eléctrica, alumbrado público y telefonía.
 - Se realizó la construcción del boulevard de acceso (vialidad en dos cuerpos de dos carriles cada uno) hasta la zona de playa, dando servicio a las zonas hoteleras, residenciales y de equipamiento turístico (campos de golf, marinas) que conforman el proyecto.

- Se dio cumplimiento al convenio suscrito con la Comisión Federal de Electricidad (CFE), para la construcción de la infraestructura eléctrica en la totalidad de la propiedad del FONATUR.
- En materia ambiental, se obtuvo la autorización en materia de cambio de uso de suelo para la construcción del CIP, el 10 de diciembre de 2010, por parte de la Subsecretaría de Gestión para la Protección Ambiental de la SEMARNAT, y la autorización correspondiente en materia de impacto ambiental, durante el primer trimestre de 2011.
- En el marco del Grupo de trabajo para la planeación integral de destinos turísticos (conformado por la SECTUR, SEDESOL, SCT, SEMARNAT y encabezado por el FONATUR), se desarrolló la planeación sustentable del CIP Costa Pacífico, en concordancia con el desarrollo urbano, social, demográfico y económico de las poblaciones adyacentes; y se fortaleció la capacidad de los actores locales para enfrentar los retos del desarrollo turístico en la entidad y sus municipios, creando sinergias federales, estatales y municipales.

CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO NAYARIT

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el FONATUR realizó una inversión que ascendió a 253.3 millones de pesos, para la primera y segunda etapa del CIP (Litibú y El Capomo, respectivamente).
- En **Litibú, primera etapa del CIP**, se canalizaron recursos por 43.8 millones de pesos y se realizaron las siguientes acciones:
 - Se concluyeron los trabajos de mantenimiento mayor al sistema de agua potable.
 - Se realizaron obras para dar cumplimiento a los compromisos acordados con los condominios del sitio.
 - Se inició la primera etapa de la red de agua tratada para comercialización, así como las ampliaciones de la planta de tratamiento de aguas residuales y de la planta desalinizadora para incrementar las capacidades actuales y cubrir las necesidades del tratamiento de las aguas negras y abasto de agua en el corto y mediano plazo.
 - Se concluyó la obra correspondiente a los trabajos complementarios y de mejoramiento de imagen urbana, tales como: puerta de acceso, rehabilitación de vialidades, jardinería, reposición de malla perimetral, construcción de barda y construcción de red pluvial.
 - Se realizaron proyectos de bajo impacto e imagen urbana como el proyecto de señalética, con el cual se busca dotar de identidad y funcionalidad al desarrollo.
 - Se obtuvo la autorización de modificación del proyecto de Litibú para la construcción de un módulo de baños y el acceso a la playa.
 - Se realizaron proyectos de bajo impacto e imagen urbana como el proyecto de señalética, con el cual se busca dotar de identidad y funcionalidad al desarrollo.
- Para el proyecto **Costa Capomo, segunda fase del CIP**, se realizó una inversión de 209.5 millones de pesos y se llevaron a cabo las siguientes acciones:
 - Se continuaron las obras de urbanización en Boca de Becerros, consistentes en: primera etapa de la vialidad de acceso y basamento de escultura; segunda etapa de trabajos de terracerías, pavimentos, agua potable, guarniciones, banquetas, drenaje sanitario y pluvial, electrificación y alumbrado público.
 - Se continuó la construcción del drenaje sanitario en el poblado de la Lima de Abajo, del Municipio de Compostela.
 - Se realizó el rediseño urbano del polígono Boca de Naranjos, con el fin de mejorar las condiciones de los lotes, para contar con frentes de playa y zonas de juego.
 - Se realizó la integración de la identidad del proyecto en zonas públicas como la puerta de acceso y la nomenclatura de calles y equipamientos turísticos.
 - Se desarrolló el proyecto ejecutivo de la vialidad de acceso, en la que destaca la instalación de la escultura denominada "La Flor del Desarrollo", para generar un punto de referencia a los turistas nacionales y extranjeros.

- Se realizó el proyecto ejecutivo del club de playa para Costa Capomo, el proyecto de servicios y el proyecto ejecutivo para el campo de golf, así como el proyecto arquitectónico ejecutivo de equipamientos complementarios.
- Se elaboraron cinco proyectos de infraestructura hidráulica y marítima, entre los cuales destacan: el proyecto de obra civil y electromecánica del segundo y tercer módulo para la ampliación de la planta a Litibú, y el proyecto de infraestructura para la vialidad de acceso a Costa Capomo.
- Se obtuvieron las autorizaciones de la Manifestación de Impacto Ambiental (20 de abril de 2011) y el Estudio Técnico Justificativo (31 de marzo de 2011), para construir el camino de acceso a Costa Capomo.

PROYECTO TURÍSTICO INTEGRAL (PTI) MARINA COZUMEL

- Como resultado de las negociaciones para la modificación de las dimensiones de los lotes de servicios, destinados a la Administración Costera Integral Sustentable (ACIS) para las maniobras de entrada y salida de las embarcaciones y los servicios náuticos relacionados, en marzo de 2011 el FONATUR firmó un convenio con el Gobierno Municipal de Cozumel, la Administración Portuaria Municipal y el Hotel Presidente de Cozumel, que le permitirá continuar con la construcción de la Marina Cozumel.
- Con una inversión de 58.3 millones de pesos realizada durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, la marina tendrá una capacidad e instalaciones para 333 embarcaciones, lo que permitirá incorporar a la Isla de Cozumel al circuito náutico del Caribe; lo anterior, en conjunto con lotes hoteleros, comerciales mixtos y residenciales turísticos, contribuirá a incrementar la captación de divisas en la isla.
- Para mejorar la imagen urbana y el tratamiento del espacio público de la Marina Cozumel, se desarrolló el proyecto arquitectónico y de paisaje en el acceso a la marina, así como los proyectos conceptuales de club de playa y parque recreativo.

OTROS PROYECTOS

- **Barrancas del Cobre.** En septiembre de 2010, se solicitó la cancelación del registro 0321W3N0131 ante la SHCP, una vez que concluyó la vigencia del proyecto de inversión "Programa de Obras y Servicios de Barrancas del Cobre", durante el cual se realizaron estudios, proyectos y obras de promoción de la actividad turística en beneficio de la población de la región. Conforme a la normatividad vigente, el estado del registro quedará como concluido.
- **Palenque-Cascadas de Agua Azul.** Con la finalidad de materializar el proyecto del aeropuerto en la región comprendida entre Palenque y Cascadas de Agua Azul, Chiapas, durante 2011 el FONATUR está realizando un estudio que permitirá la identificación de una posible reserva territorial para construir el aeropuerto.

CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS DE CANCÚN, LOS CABOS, IXTAPA, HUATULCO Y LORETO

- Entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, el FONATUR llevó a cabo obras enfocadas a la consolidación de sus Centros Integralmente Planeados, así como el mantenimiento de la infraestructura turística existente en los mismos por un total de 464.8 millones de pesos⁵, dando prioridad a la realización de los nuevos proyectos de inversión en Cancún y Renacimiento de Huatulco.
- Con el propósito de atender la normatividad aplicable a los CIP's en materia de preservación y conservación del medio ambiente, se celebraron reuniones de trabajo con la SEMARNAT y la PROFEPA; lo que permitió obtener los siguientes resultados:
 - 10 autorizaciones en materia de impacto ambiental y de cambio de uso del suelo en terrenos forestales en los CIP's de Cancún, Huatulco, Nayarit y Sinaloa.

5/ El monto de 464.8 millones de pesos se refiere a los recursos erogados para la consolidación de la infraestructura y el mantenimiento de los cinco CIP's. Los restantes 33.5 millones de pesos correspondieron a estudios de asistencia técnica.

- El cumplimiento de términos y condicionantes a 38 proyectos ubicados en Cancún, Cozumel, Costa Maya, Palenque, Huatulco, Ixtapa, Nayarit, Sinaloa y Loreto.
- 41 estudios realizados en materia ambiental en Huatulco, Cancún, Cozumel, Loreto, Sinaloa, Ixtapa y Nayarit.
- 12 autorizaciones de Zona Federal Marítimo Terrestre para los siguientes proyectos: Costa Capomo en Nayarit, Puerto Escondido en Baja California Sur y Teacapán en Sinaloa.
- **Centro Integralmente Planeado Cancún.**

Se invirtieron 113.4 millones de pesos en el periodo septiembre de 2010 a agosto de 2011, para la consolidación y mantenimiento de la infraestructura turística existente.

 - Se concluyó el proyecto de Tajamar en su octava etapa.
 - Se continuaron las obras de reforzamiento del puente Nichupté para incrementar su capacidad y brindar una mayor seguridad vial.
 - Se inició la construcción de un prototipo de villas con arquitectura sustentable, para impulsar la construcción de desarrollos turísticos sustentables en zonas de playa.
 - Se realizaron obras de mantenimiento al Boulevard Kukulcán, para proporcionar una mayor seguridad vial al tránsito.
 - Se llevó a cabo el proyecto de mejoramiento de paisaje en Tajamar, como parte de la estrategia de planeación para mejorar la imagen urbana y el tratamiento del espacio público para la recepción del turista, en el último predio existente en el desarrollo.
 - Se elaboró el proyecto ejecutivo arquitectónico de Club Chakté, como un conjunto turístico sustentable, que incluye instalaciones hidrosanitarias y de gas y la cimentación de edificaciones.
- **Centro Integralmente Planeado Ixtapa.**

Con una inversión de 98.1 millones de pesos, de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

 - Se consolidaron las urbanizaciones de las nuevas reservas de Lomas de Playa Linda, Lomas de Las Garzas y Residencial Don Juan.
 - Se realizaron obras de infraestructura para reforzar los sistemas de drenaje sanitario y pluvial en diversos puntos del desarrollo, como la rehabilitación del drenaje sanitario en el Paseo de las Gaviotas. En 2011 se realizó la primera etapa de las obras para evitar inundaciones en distintas zonas afectadas por las lluvias de 2010, y se inició la construcción de obras de protección pluvial en la colindancia de FONATUR.
 - En términos de planeación, se llevó a cabo la consolidación del documento y cartografía del plan director de desarrollo urbano de Ixtapa-Zihuatanejo, el cual se someterá a consulta pública durante el segundo semestre de 2011.
 - Se está realizando el proyecto ejecutivo arquitectónico de un cocodrilaro, con el fin de otorgar mayor diversificación de actividades en el desarrollo.
- **Centro Integralmente Planeado Los Cabos.**

De septiembre de 2010 a agosto de 2011, con recursos por 40.4 millones de pesos, se realizaron las siguientes acciones:

 - Se continuó con los diferentes proyectos de inversión para mejorar la infraestructura.
 - o Se concluyeron los trabajos de las etapas 5 y 6 de la rehabilitación integral y la ampliación de la planta de tratamiento de aguas residuales.
 - o Se inició la obra de rehabilitación de la red de drenaje en la zona turística de San José del Cabo, así como el reforzamiento del alcantarillado sanitario del Paseo Malecón en San José del Cabo.
- **Centro Integralmente Planeado Loreto.**

Con una inversión de 95.6 millones de pesos, se llevaron a cabo las siguientes actividades de septiembre de 2010 a agosto de 2011:

 - Se iniciaron las obras de infraestructura de la red de alimentación eléctrica, línea de conducción y tanque elevado de agua potable para la urbanización del Polígono II.

- Se realizaron estudios para identificar especies vegetales protegidas por la SEMARNAT para la entrada a la denominada Zona de Ranchos, con el fin de apoyar la estrategia de urbanización con un sentido de conservación, acorde con las demandas de los nuevos segmentos de mercado identificados.
- Se desarrolló la propuesta de reordenamiento de imagen urbana y de paisaje del Malecón Loreto.
- Se elaboró el proyecto de ingeniería urbana integral para la tercera etapa de Puerto Escondido (infraestructura hidráulica), así como el proyecto de la planta de tratamiento de aguas residuales de tipo modular para la urbanización del Polígono II.
- Se realizó también el estudio hidrológico de obras de encauzamiento y protección pluvial de los arroyos, que inciden sobre los Polígonos de Riviera Loreto y Puerto Escondido.

- **Centro Integralmente Planeado Huatulco.**

Con recursos que ascendieron a 117.3 millones de pesos, de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se realizaron los siguientes proyectos urbanos:

- Se consolidó el espacio público y la imagen del destino con proyectos como: la primera etapa del proyecto ejecutivo del Parque Rufino Tamayo; el diseño urbano de Bajos de Coyula y el Arenal primera etapa; la definición de los criterios de sustentabilidad para el CIP; así como el reglamento de imagen urbana, arquitectónica y de operación de la zona comercial de Santa Cruz.
- Se realizó el proyecto conceptual de diseño urbano para el sector H3; el análisis de potencialidades del paisaje y el proyecto ejecutivo de la segunda etapa en el parque Rufino Tamayo; así como el ajuste peatonal del acceso de corredor la Crucecita-Santa Cruz. Con estas acciones, se garantiza un sistema de conectividad y accesibilidad entre los sectores más populares y se promueve la visita de los turistas de Santa Cruz a La Crucecita.
- Se realizó el reforzamiento de la red de distribución de agua potable y alcantarillado sanitario para la zona hotelera de Conejos, y el reequipamiento del segundo módulo de 20 litros por segundo de la planta de tratamiento de aguas residuales de la urbanización Conejos.
- Como parte de la estrategia denominada "Renacimiento de un Gran Destino", se concluyeron las obras de rehabilitación del camino escénico y la construcción de protecciones pluviales en el Parque Eco-arqueológico Copalita. Se continuó la construcción del Corredor "Quinta Avenida" Santa Cruz-La Crucecita, que permitirá incrementar la oferta de lotes mixto-comercial, comercial y lotes destinados a estacionamiento, incrementando el inventario físico del FONATUR, con 33 lotes para venta y el equipamiento urbano con dos plazuelas y dos áreas para estacionamiento.
- En junio de 2011, se celebró el "II Foro *EarthCheck* Huatulco, México 2011" en el CIP Bahías de Huatulco, en el que se le otorgó la Certificación *Earthcheck Gold* 2010; convirtiéndose en el primer destino turístico en el mundo en obtener el distintivo.

Huatulco, primer destino turístico sustentable en el mundo

En 2011 Huatulco recibió el distintivo *EarthCheck Gold*. Actualmente es la única comunidad en el mundo que cuenta con dicha certificación, que se sustenta en los preceptos de la Agenda 21 y en una estricta evaluación sobre su operación con estándares de calidad de la familia ISO, que califican la reducción de desechos, eficiencia energética, gestión de aguas limpias y residuales, aplicación de políticas medioambientales e integración de la sociedad en prácticas de conservación.

CAPTACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS PARA EL DESARROLLO DE LOS CIP's

- Se realizaron disposiciones de líneas de crédito, a fin de dotar de recursos para el desarrollo de los proyectos de infraestructura; de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el FONATUR obtuvo 2 mil 387.9 millones de pesos provenientes de distintas instituciones financieras:
 - 1.5 millones de pesos, por la conclusión del contrato de crédito por 958.7 millones de pesos suscrito con BANOBRAS, S.N.C., para la ejecución del programa de infraestructura en los CIP's de Loreto, Huatulco y Cancún.
 - 8.2 millones de pesos, para el proyecto Marina Cozumel, correspondientes al crédito contratado por 300.7 millones de pesos con BANOBRAS, S.N.C.
 - 530 millones de pesos, de la línea de crédito revolvente contratada con Banco INBURSA, S.A. hasta por 1 mil 200 millones de pesos, para constituirse en capital de trabajo y/o fines corporativos.
 - 31.2 millones de pesos, provenientes del contrato por 334 millones de pesos firmado con Banco INBURSA, S.A., para continuar las obras de urbanización realizadas en la reserva estratégica del CIP Ixtapa, en los desarrollos de Residencial Don Juan, Lomas de las Garzas y Lomas de Playa Linda.
 - 1 mil 817.1 millones de pesos, del contrato suscrito con BANOBRAS, S.N.C., en su carácter de Institución Fiduciaria en el Fideicomiso denominado Fondo Nacional de Infraestructura, para cubrir el saldo insoluto de los recursos utilizados para desarrollar infraestructura en el CIP Costa Pacífico.

PROGRAMA DE ASESORÍA Y CERTIFICACIÓN DE CALIDAD FONATUR

Con el objetivo de dar cumplimiento a las metas del Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012 e impulsar la creación de nuevos proyectos turísticos, el FONATUR opera el **Programa de Asesoría y Certificación de Calidad FONATUR**, a través del cual, se brinda asesoría a los inversionistas para el desarrollo de proyectos turísticos privados de categoría internacional, con los estándares de calidad requeridos para obtener el reconocimiento como desarrollo de calidad FONATUR.

- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se otorgó asesoría a 17 inversionistas para el cumplimiento de los criterios de elegibilidad solicitados para ingresar al programa. Con ello, el número acumulado de asesorías otorgadas por el programa ascendió a 58, desde que inició su operación en 2009.
 - Derivado de las asesorías, tres proyectos turísticos lograron ingresar a la fase de elegibilidad del programa: Isla Ixtapa, localizado en Ixtapa, Guerrero; Isla Navidad, ubicado en Manzanillo, Colima; y Desarrollo Inmobiliario Panaca, situado en Atlixco, Puebla.
 - Estos proyectos representan una inversión de 1 mil 9.6 millones de pesos en infraestructura y urbanización turística, la construcción de 16 mil 827 cuartos (hoteleros y de condominio) y la generación de 15 mil 144 empleos directos y 37 mil 861 indirectos.
 - El estado actual en que se encuentran los proyectos es el siguiente:
 - Isla Navidad: se encuentra próximo a firmar el contrato de prestación de servicios con el FONATUR para ingresar a la fase de asesoría.
 - Isla Ixtapa: se continúa con el desarrollo del proyecto, para determinar su próximo ingreso a la fase de asesoría.
 - Panaca: se encuentra pendiente su ingreso a la fase de asesoría.
- Para incrementar el número de posibles inversionistas, se llevó a cabo la difusión del programa, en colaboración con las secretarías de turismo encargadas de los proyectos.

PROYECTOS ACREDITADOS EN EL PROGRAMA DE ASESORÍA Y CERTIFICACIÓN DE CALIDAD FONATUR

Proyecto	Superficie (hectáreas)	Cuartos	Inversión (miles de pesos)
Isla Ixtapa	200.0	8 500	510 000
Isla Navidad	489.7	6 482	388 920
Panaca	281.3	1 845	110 700
TOTAL	971.0	16 827	1 009 620

FUENTE: Fondo Nacional de Fomento al Turismo.

EVALUACIÓN Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO

- Con la finalidad de proveer información respecto al desempeño del sector turismo, de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el FONATUR elaboró los siguientes documentos de análisis en temas relacionados con el sector:
 - Turismo mundial y proyección al año 2018. Presenta un análisis del crecimiento histórico del turismo internacional a México y una proyección del crecimiento requerido para lograr ser el quinto país receptor de turismo a nivel mundial en 2018.
 - Ingresos por turismo internacional y proyección al año 2018. Presenta un análisis de los ingresos generados históricamente por visitantes internacionales a México y una proyección de los ingresos a recibir hacia 2018, a partir del crecimiento en el número de turistas proyectado, para llegar a ser el quinto país en recepción de turistas internacionales.
 - Cifras preliminares de turismo internacional a México del año 2010. Presenta una proyección de crecimiento del turismo internacional a México y los ingresos que se podrán generar, partiendo de las cifras preliminares de turismo del año 2010 y el crecimiento proyectado para 2011.
 - Nivel de ingresos por persona y por hogares, cifras preliminares del censo 2010. Presenta un análisis de los ingresos por personas y hogares en estados con vocación turística y estados no turísticos. En conjunto, y con base en las características socioeconómicas de municipios turísticos, se elaboró un cálculo de la vivienda a generar para residentes en el CIP Teacapán.
 - Impacto del turismo en los ingresos de personas y hogares. Presenta una medición del nivel socioeconómico de las personas que residen en estados y municipios con vocación turística, mixta y no turística, con lo que se determina el impacto del turismo en el nivel de vida de las personas.
 - Turismo internacional de internación, los flujos turísticos y la capacidad de crecimiento. Presenta un análisis de los requerimientos de crecimiento en infraestructura y superestructura turística requeridos por México, para llegar a ser el quinto país en recepción de turistas internacionales a nivel mundial.
 - Impacto económico del CIP Teacapán sobre el municipio de Escuinapa, Sinaloa. Presenta un análisis del impacto económico que se tendrá en el municipio de Escuinapa con la construcción del CIP Teacapán, así como los requerimientos en vivienda que se generarán por el crecimiento económico de la zona.
 - Turismo internacional en el primer trimestre de 2011 y proyecciones a 2011 y 2018. Presenta una proyección del comportamiento que podrá tener el número de visitantes a México en el año 2011 y una proyección de crecimiento hacia el año 2018.
 - Impacto socioeconómico de los Centros Integralmente Planeados. Presenta un cálculo estimado de la inversión privada en hotelería generada por el desarrollo de los CIP's de FONATUR, así como la generación de empleos por la operación hotelera y la derrama económica por turismo en los CIP's

PORTAFOLIO DE INVERSIONES PATRIMONIALES

A través del **Programa de Evaluación del Portafolio de Inversiones Patrimoniales**, el FONATUR elabora estudios de evaluación financiera, para determinar el grado de maduración de los proyectos en los que participa y la viabilidad de su desincorporación, así como para determinar los beneficios económicos que obtendrá con su participación en nuevos proyectos.

- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011 se elaboraron los siguientes análisis:
 - Evaluación financiera para la desincorporación de los hoteles *Desert Inn* ubicados en: Ensenada y Cataviña, en Baja California; así como en Guerrero Negro, Loreto y San Ignacio en Baja California Sur.
 - Propuesta de desinversión en el proyecto Santa María del Obraje en San Miguel de Allende, Guanajuato.
 - Evaluación de desinversión en el Fideicomiso Barrancas del Cobre en el estado de Chihuahua.
 - Evaluaciones financieras de los proyectos: Teacapán Inmobiliario y CIP Tecapán, Cacaluta, Maguey, Órgano y El Capomo.

PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE TERRENOS

- Al cierre de 2010, se realizaron ventas acumuladas de terrenos por 267.76 millones de pesos; y de enero a junio de 2011, las ventas ascendieron a 139.68 millones de pesos.
- De enero a julio de 2011 se realizaron 1 mil 117 prospectos, lo que representa un avance del 86 por ciento respecto de la meta total de prospectos para 2011.
- Con la finalidad de promover la inversión, se continúan realizando estrategias de comercialización, y se están buscando nuevos mecanismos financieros que incentiven la compra de los productos del FONATUR.
 - Se continuaron las acciones promocionales de la campaña “Momento FONATUR”, con el propósito de atraer un mayor número de clientes locales y regionales.
 - o La campaña está enfocada a los inversionistas que buscan oportunidades de negocio, así como a las familias interesadas en acrecentar su patrimonio, mediante de la adquisición de un lote en el que puedan construir sus casas. Asimismo, la campaña promueve las oportunidades y nuevas facilidades que ofrece el FONATUR para la adquisición de lotes en los CIP.
 - Se lanzó la campaña “Marina Cozumel” en medios impresos nacionales e internacionales, con el objeto de promover el nuevo proyecto, que salió a la venta en mayo de 2011.

PROGRAMA DE DESINCORPORACIÓN DE ACTIVOS

- Durante el ejercicio 2010 se llevaron a cabo cuatro licitaciones, para la desincorporación de los restantes Hoteles *Desert Inn*.
 - El 20 de diciembre de 2010, se entregó el Hotel Desert Inn Cataviña a la empresa La Pinta Inmobiliaria, S.A. de C.V., derivado del fallo emitido el 29 de octubre de 2010 por el FONATUR, del concurso público 06/10.
 - A finales de agosto de 2011, se lanzará el concurso público para la desincorporación de los Hoteles *Desert Inn* Ensenada, Guerrero Negro, San Ignacio y Loreto.
- A mediados de septiembre de 2011, se realizarán los concursos públicos para la desincorporación de los Campos de Golf Palma Real en Ixtapa y Tangolunda en Huatulco.
 - Actualmente, el Campo de Golf de Litibú, se encuentra en la etapa final de remodelación, derivada de los eventos meteorológicos acontecidos en septiembre de 2010, para su posterior desincorporación.
- Con el objeto de contar con una nueva alternativa de venta de las marinas turísticas (escalas náuticas), FONATUR llevará a cabo un levantamiento topográfico de las superficies en las que se ubican, el cual permitirá realizar la desincorporación por separado de las instalaciones náuticas de la reserva territorial.

6. OFERTA COMPETITIVA

6.1 DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Para fortalecer la competitividad de los destinos y regiones turísticas del país, la SECTUR lleva a cabo acciones para enriquecer la oferta turística, mediante el diseño y desarrollo de nuevos productos y circuitos turísticos y la consolidación de los productos existentes, para atender los segmentos de mercado del turismo convencional y los segmentos emergentes o no convencionales.

6.1.1 TURISMO DE CULTURA

- Se organizó la primera edición de la **Feria Mundial de Turismo Cultural**, llevada a cabo del 17 al 19 de noviembre de 2010 en la ciudad de Morelia, Michoacán.
 - En el evento participaron 79 expositores nacionales e internacionales, especializados en el segmento cultural. Asimismo, 79 compradores, originarios de 19 países, concertaron 702 citas de negocios.
- Durante el último trimestre de 2010, con una aportación de la SECTUR de 6.8 millones de pesos y en colaboración con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), se concluyeron los trabajos de mejoramiento en el “Museo de la Revolución en la Frontera Norte” de Ciudad Juárez, Chihuahua; así como el rescate y mejoramiento de servicios para visitantes en la zona arqueológica de Monte Albán, Oaxaca. Cada proyecto recibió el 50 por ciento de los recursos.
- El 23 de junio de 2011, se celebró la **Jornada de Turismo Arqueológico** en la Ciudad de México. El objetivo principal del foro fue dar a conocer la situación actual del turismo arqueológico en el país, y su potencial como herramienta para el desarrollo económico y social de los sitios que albergan dicho patrimonio; el foro marca la pauta para la conceptualización de este segmento del turismo.
- El 28 de junio de 2011, la SECTUR firmó un convenio de colaboración con el INAH, a través del cual realizó una aportación de 6.5 millones de pesos, con el objeto de colaborar en la restauración y equipamiento del Fuerte de San Diego en Acapulco, Guerrero; así como apoyar en la señalización de siete zonas arqueológicas del Mundo Maya: Calakmul en Campeche, Palenque en Chiapas, Tulum y Kohunlich en Quintana Roo, Comalcalco en Tabasco, Chichen Itzá y Uxmal en Yucatán.
- Del 20 de agosto al 31 de diciembre de 2010, la SECTUR coordinó la asesoría técnica para el desarrollo de la Estrategia de Promoción y Comercialización de las Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial. Con dicho análisis se determinarán las acciones de mercadotecnia, promoción y publicidad de las 10 ciudades mexicanas que son patrimonio mundial.
 - México participó en el “Coloquio Internacional sobre Itinerarios Culturales: Planes de Manejo y Turismo Sustentable”, llevado a cabo del 13 al 15 de junio de 2011 en San Miguel de Allende, Guanajuato; organizado por el INAH, el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios y el Consejo de Turismo de San Miguel de Allende. En el evento, expertos de Uruguay, Colombia, Panamá, Cuba, Venezuela, España, Portugal, EUA y México, reflexionaron sobre temas relacionados con el patrimonio mundial, desarrollo de productos turísticos culturales y planes de manejo.

Mundo Maya

Con el fin de posicionar a México como el destino con mayor legado de la cultura maya, una de las más importantes en la historia de la humanidad, se realizó el lanzamiento del **Programa Mundo Maya** por parte del Ejecutivo Federal.

- Durante el primer semestre de 2011, la SECTUR coordinó el desarrollo del programa, junto con el Consejo de Promoción Turística de México y los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, para dar a conocer los esplendores y la magia de esta gran civilización.
 - Para ello, se elaboró un programa de promoción, que incluye exposiciones, conferencias y encuentros internacionales. Asimismo, se está invirtiendo en más infraestructura turística para ampliar la oferta cultural.
 - Se trabaja en una estrategia integral de promoción (concepto, eslogan, logotipo, video y folleto institucional), para realzar los centros turísticos cercanos a las zonas arqueológicas mayas, que permita atraer más turistas y detonar el potencial turístico del sureste del país.

6.1.2 TURISMO DE NATURALEZA

Para impulsar el turismo de naturaleza y de aventura, la SECTUR lleva a cabo el desarrollo de productos turísticos en el marco de las estrategias orientadas a: mejorar la competitividad de los operadores de servicios, incrementar la productividad de las empresas locales, elevar la profesionalización de los prestadores de servicios e impulsar los estándares establecidos para el manejo sustentable de los recursos naturales. De septiembre de 2010 a agosto de 2011, se dio seguimiento a los siguientes proyectos:

- **Ruta de Naturaleza y Aventura.** Se concluyó el trazado de la ruta que integrará los destinos de Chiapas, Veracruz y Oaxaca, estados identificados con el mayor potencial en este segmento.
 - El proyecto pone énfasis en la preservación de la identidad cultural, por medio de las tradiciones y costumbres de las comunidades locales, así como en la conservación del medio ambiente y el impulso al desarrollo local.
- **Ruta de la Selva Lacandona.** Para aprovechar el potencial turístico de los atractivos naturales y culturales de esta selva en Chiapas, se identificaron los siguientes centros ecoturísticos con mayor vocación y desarrollo: Lacanjá Chansayab, Frontera Corozal, Río Azul, Metzabok y Miramar.
 - Durante el segundo semestre de 2011, se prevé la transferencia de 26 millones de pesos a dichas localidades, para dotarlas de infraestructura y equipamiento de bajo impacto ambiental. Con esta inversión y la participación de la comunidad local en la actividad productiva, se busca elevar la calidad de los servicios, incrementar la estadía del visitante, aumentar la derrama económica y generar empleos.
 - Como parte de las actividades de promoción de esta ruta, se continuó con el desarrollo de su manual de identidad y logotipo.
- **Santuarios Naturales de México.** Con el fin de integrar e impulsar aquellos destinos cuyos fenómenos de migración y conservación de especies presentan un alto atractivo turístico, se llevaron a cabo las siguientes acciones:
 - Se continuó el desarrollo del proyecto arquitectónico y ejecutivo del Museo del Mar y el Desierto en Bahía Magdalena, Baja California Sur, el cual, en conjunto con la iniciativa privada, podrá estar concluido en tres años.
 - Se construyó el Centro Cultural para la Conservación de la Mariposa Monarca en la Sierra Chincua, Michoacán.
 - o Se continuó con el desarrollo conceptual y el diseño de los valores que regirán la operación de los santuarios, así como con el diseño de su marca comercial, a fin de garantizar que todos los santuarios que se integren a este proyecto en el futuro, tengan el mismo atractivo.
- **Natura⁶ Estancias Ecoturísticas de México.** Se concluyó el proyecto arquitectónico y ejecutivo para las estancias en Laguna Miramar y Metzabok, Chiapas, y en el Parque Nacional Sierra de San Pedro Mártir, Baja California. Se tiene previsto iniciar las obras de construcción en el tercer trimestre de 2011 y fortalecer la competitividad de las instalaciones.
 - En coordinación con las comunidades y autoridades locales, se formularon los manuales de operación, actividades de aventura, estándares de calidad y de mejores prácticas ambientales.
 - Se llevó a cabo la implementación de la marca comercial "Natura, estancias vivas".

Cumbre Mundial de Turismo de Aventura en México

Como parte de la estrategia de posicionamiento del país como un destino de turismo de aventura, la SECTUR coordina el Comité de seguimiento de acciones de este evento, que tendrá su sede en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, del 17 al 20 de octubre de 2011, y que reunirá a más de 650 de los comercializadores de paquetes turísticos de aventura más importantes del mundo. Este evento presentará la oferta del país y generará negocios entre los operadores con rutas de alta calidad.

6/ Natura es una cadena de instalaciones de hospedaje que atiende al mercado de naturaleza, ofreciendo al turista servicios de calidad estandarizados y variedad de actividades ecoturísticas, culturales y de aventura. Las instalaciones están diseñadas bajo criterios de sustentabilidad, por lo que integrarán a las comunidades rurales e indígenas en su operación y proveeduría, además de incluir un programa de conservación de su medio ambiente.

- **Áreas Naturales Protegidas como producto turístico.** En el marco del Acuerdo Nacional por el Turismo, la SECTUR en conjunto con la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, desarrolló 14 anteproyectos ejecutivos para la construcción de paradores turísticos, en las 13 áreas naturales protegidas seleccionadas.
 - Los paradores brindarán servicios básicos de atención al turista y ofrecerán actividades dentro de las áreas protegidas, con un enfoque de respeto al medio ambiente y a las comunidades que lo habitan.

6.1.3 TURISMO DE NEGOCIOS

Para impulsar el desarrollo competitivo de destinos turísticos orientados al segmento de reuniones de negocios, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Se desarrolló el **diseño de indicadores de competitividad internacional específicos para congresos, convenciones y eventos corporativos**, aplicables a Villahermosa, Tabasco; Guadalajara, Jalisco; y Mérida, Yucatán; con lo cual se establecieron los indicadores mínimos de competitividad que deben ofrecer los destinos turísticos de reuniones del país.
- Con el fin de dar a conocer nuevos productos turísticos especializados en el segmento de reuniones, apoyar el desarrollo de cadenas productivas y contar con destinos competitivos y actualizados, se celebró del 3 al 5 de agosto de 2011 en Querétaro, Querétaro, el **XVIII Congreso Nacional de Turismo de Reuniones**, con la asistencia de 400 empresarios, hoteleros, representantes de organismos nacionales e internacionales, asociaciones e instituciones públicas y privadas, oficinas de convenciones, recintos y organizadores de eventos.
- Para impulsar la realización de más eventos mundiales en el país, se desarrolló una campaña nacional de difusión de la aplicación de la Tasa 0 por ciento de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en congresos, convenciones, exposiciones y ferias.
 - Este incentivo ha contribuido a mejorar la posición de México como sede de congresos internacionales a nivel mundial, al pasar de la posición 27 en 2009, a la 22 en 2010, de acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones.
- En conjunto con el sector privado, de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se apoyó la organización de los siguientes eventos turísticos para impulsar la actualización en temas de congresos, convenciones, viajes corporativos y de incentivos:
 - La Expo Incentivos, Congresos y Convenciones 2010, realizada en noviembre en la Ciudad de México, con el fin de impulsar la implementación de programas de viajes de incentivos de las empresas.
 - La Convención Nacional 2011 de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, realizada en junio en Cancún, Quintana Roo, para impulsar el desarrollo e inversión turística.
 - La Expo *Tourism & Events Going Green Conference* 2011, celebrada en marzo en la Ciudad de México, para promover una filosofía de turismo sustentable en México.

Rutas de México

- De septiembre de 2010 a agosto de 2011, se continuó el fortalecimiento de las Rutas de México, uno de los productos turísticos más importantes de nuestro país, a través de su comercialización en la página de internet visitmexico.com/rutasdemexico, la cual registró en el periodo enero-junio de 2011, un incremento en el número de visitas del 71 por ciento, en comparación con el primer semestre de 2010, al recibir 40 mil visitas.
- Las Rutas de México se conforman por 10 circuitos turísticos distribuidos en las 32 entidades federativas, que invitan a recorrer de manera organizada las riquezas naturales, históricas, arquitectónicas y culturales de México:
 - La Cultura del Vino y el Acuario del Mundo.
 - Los Tarahumaras Milenarios.
 - La Magia de las Tradiciones y la Naturaleza.
 - La Cuna de la Historia y el Romanticismo.
 - El Arte del Tequila y la Música Bajo el Sol.
 - Las Bellezas Huastecas.
 - Los Mil Sabores del Mole.
 - El Misterio y el Origen de los Mayas.
 - Una Experiencia Virreinal.
 - El Encuentro Fascinante entre la Historia y la Modernidad.

- La V Convención Anual de *Meeting Professional International* Capítulo México, realizada en mayo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, a fin de apoyar la profesionalización de los especialistas en reuniones del país.
- El evento anual de la *Convention Industry Council*⁷, realizado en mayo en Cancún, en el cual se dieron a conocer los esfuerzos de México en la organización de la 16a. edición de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 16).

6.1.4 SEGMENTOS ESPECIALIZADOS

TURISMO DE ROMANCE

- Se desarrolló un diagnóstico de la oferta en 12 destinos potenciales, para impulsar la diversificación del turismo de reuniones, con productos que abarcan bodas y lunas de miel.
- Se realizó el inventario de productos turísticos especializados para este segmento, a través del catálogo de proveedores, el cual se distribuye a nivel nacional e internacional entre operadores especializados y en ferias dirigidas a organizadores de bodas y clientes potenciales.

TURISMO GASTRONÓMICO

- Del 20 de mayo al 4 de junio de 2011, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, se llevó a cabo la tercera ruta de aromas y sabores de México, cuyo recorrido inició en la Ciudad de México para continuar en Querétaro, San Luis Potosí, Coahuila, Nuevo León, Chihuahua y Sinaloa.
- Se participó en el Foro Universitario de Gastronomía Poblana, celebrado el 16 de mayo de 2011 en la ciudad de Puebla, con la conferencia "La Gastronomía Poblana como Producto Turístico".
- En el marco del Seminario "Descubriendo la Ruta Gastronómica Sabores de Nahuelbuta", realizado en noviembre de 2010 por el Gobierno de la Provincia de Arauco de la República de Chile, la SECTUR participó con la conferencia "Conformación de Rutas Turísticas. El Caso Mexicano" y se otorgó asesoría técnica para el desarrollo de una ruta gastronómica en Chile.

Turismo Médico

Durante la primera mitad de 2011, se llevó a cabo el lanzamiento del nuevo producto denominado Turismo Médico.

- La SECTUR, en conjunto con la Secretaría de Salud y el Consejo de Promoción Turística de México, definió las estrategias de difusión y promoción de la oferta de hospitales que cuentan con certificación del Consejo General de Salubridad, a fin de consolidar una oferta que atraiga a extranjeros que buscan todo tipo de servicios médicos de alta calidad a un precio accesible.
 - El 1º de agosto de 2011 se realizó un foro de discusión y de trabajo en Monterrey, Nuevo León, con los gobiernos estatales, la iniciativa privada y organizaciones sociales, donde se iniciaron los trabajos para la conformación del Consejo Consultivo para este nuevo segmento.

RUTAS CONMEMORATIVAS DEL BICENTENARIO DE LA INDEPENDENCIA Y DEL CENTENARIO DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se continuó promocionando las **Rutas Conmemorativas del Bicentenario de la Independencia y del Centenario de la Revolución Mexicana**, dadas a conocer en julio de 2010 como parte de los festejos institucionales de esas gestas patrias; las cuales se conforman de siete circuitos distribuidos en 17 entidades federativas, abarcando 100 destinos que resaltan los escenarios históricos y monumentos emblemáticos del país. Las rutas son: la ruta de Hidalgo, la ruta de Morelos, la ruta de Guerrero y el Ejército Trigarante, la ruta de Zapata, la ruta de Villa, la ruta de Madero y Carranza, así como la ruta de las ciudades de la Revolución.

7/ Asociación internacional que reúne a los principales organizadores de eventos a nivel mundial.

- Se continuó con la distribución de la Guía de difusión de las Rutas Conmemorativas, la cual fue premiada como el mejor producto de turismo activo en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2010 en Madrid, España.
- A través de los sitios en Internet www.sectur.gob.mx/wb/sectur/bicentenario y www.visitmexico.com/bicentenario, se continuó la difusión de las rutas y se brindó información a los usuarios y turistas interesados en los atractivos y reseñas de hechos históricos importantes verificados en los destinos que incluyen las rutas conmemorativas.

TURISMO RURAL

- Para impulsar el turismo en el sector rural a través de la creación, desarrollo y consolidación de una oferta competitiva, mediante dos convenios de coordinación entre la SECTUR, el FONATUR y Financiera Rural, se promovió la oferta de 120 **empresas del sector rural dedicadas al turismo**, atendiendo en una primera fase a 10 Pueblos Mágicos ubicados en el centro del país.

TURISMO DE CRUCEROS

- Para fortalecer el segmento de **excursionistas en crucero**, se siguió impulsando la estrategia de diferenciación del producto por destino, mediante los proyectos de tematización alusivos a la identidad cultural de los puertos mexicanos en Ensenada, Baja California; Manzanillo, Colima; y Puerto Vallarta, Jalisco.

6.1.5 PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO

- Con el propósito de apoyar la acción de las autoridades en la promoción y desarrollo del turismo, y de identificar los desafíos clave que enfrenta el sector, la SECTUR organizó el **Séptimo Foro Internacional de la Organización Mundial de Turismo para Parlamentarios y Autoridades Locales** en Puerto Vallarta, Jalisco, del 16 al 18 de noviembre de 2010. En el evento, participaron 200 delegados procedentes de 20 países, así como 150 representantes de 20 estados del país.

6.1.6 TURISMO PARA TODOS (TURISMO SOCIAL)

Con la finalidad de impulsar un turismo doméstico incluyente y accesible, la SECTUR lleva a cabo acciones dirigidas a segmentos específicos de la población (jóvenes, adultos mayores, personas con discapacidad, trabajadores), así como acciones para el fomento de programas de financiamiento a la demanda; a fin de fortalecer la cultura de viaje entre los mexicanos durante los fines de semana (cortos y largos) y los periodos vacacionales.

- En marzo de 2011, la SECTUR llevó a cabo el lanzamiento oficial del **Programa Yo Soy Turista**, el cual consiste en una tarjeta de descuentos en hoteles, restaurantes, transportes y otros servicios turísticos afiliados, que los mexicanos podrán utilizar durante sus viajes por el interior del país.
- En coordinación con el sector privado, se realizaron acciones para facilitar el acceso al turismo con base en paquetes a precios preferenciales, y bajo el esquema de crédito al consumo con pagos diferidos y sin intereses. Sobresalen los programas de Guanajuato, Aguascalientes, Distrito Federal y Sonora, que operan un modelo turístico incluyente y accesible.
- Se concertaron más de 60 alianzas y convenios entre representantes del sector privado del turismo para ofertar viajes accesibles, sobresaliendo las siguientes:
 - Agencia Mex-Inca Viajes con los servicios turísticos de los estados de Morelos, Michoacán, Nuevo León y Puebla;
 - Mega Viajes con los estados de Tlaxcala, Hidalgo, Veracruz y Guerrero;
 - Altanueva con el Distrito Federal y Estado de México;
 - *American Express* con Yucatán, Guanajuato y Jalisco; y
 - Viajes Palacio mediante el programa Playas Mexicanas.

- Con base en los resultados del estudio “Necesidades de la Oferta Turística para la Población de Clase Media del Turismo Doméstico en México”, en febrero de 2011 se delinearon acciones con el fin de mejorar los canales de información y promoción turísticos.
 - Se ejecutó un proyecto de difusión con el lema “Viaja por México con tu Familia”, el cual presenta una oferta diversificada, accesible, de calidad y con valor agregado.
 - La promoción abarca excursiones de un día a Ciudades Coloniales, Pueblos Mágicos y Parques Acuáticos (experiencia corta), así como viajes con pernocta a destinos como Guerrero, Veracruz y Chiapas (experiencia larga); lo que ha permitido beneficiar al 50 por ciento de las familias excursionistas (1 mil 500).
- Resultado de la alianza con *American Express* para captar un mayor número de turistas de altos ingresos y alentar su consumo, en mayo de 2011 la empresa realizó la tercera versión del evento de promoción de viajes nacionales para sus tarjetahabientes.
 - Derivado del segundo evento de promoción realizado en 2010, la compra de paquetes hacia destinos nacionales representó el 40 por ciento del total de paquetes vendidos por *American Express* durante el periodo agosto de 2010 a marzo de 2011, en comparación al 20 por ciento de paquetes nacionales vendidos, resultado de la primera versión realizada en 2009.
 - o Destaca el desempeño obtenido por la empresa en ventas de viajes nacionales, posterior a la alianza con el Gobierno Federal, ya que su estrategia previa de venta de viajes, estaba dirigida únicamente a viajes internacionales.
- Como consecuencia de un mayor interés e incentivo por viajar de parte de los mexicanos, se incrementó la demanda del **Carnet del Turista ConSentido**. De septiembre de 2010 a agosto de 2011, se llevó a cabo la distribución del carnet, que contiene una versión simplificada de sus contenidos, los cuales resaltan una serie de conductas de conservación, respeto e higiene, para mejorar los encuentros y la convivencia entre visitantes y comunidades receptoras.
- Se elaboró y distribuyó el folleto “Turismo: Viajes de Inclusión”, cuyo enfoque está dirigido a la educación, la salud, el medio ambiente, la responsabilidad social y el bien común. El contenido se basó en el ensayo sobre el turismo como industria de la socialización, elaborado con la cooperación de organismos internacionales como la OMT, el Buró Internacional de Turismo Social y la Secretaría General Iberoamericana.
- En noviembre de 2010, se participó en el “XIII Congreso Nacional de Parques Acuáticos y Balnearios”, mediante el otorgamiento de asesorías para una mejor implementación del turismo para todos. La importancia de los parques acuáticos y balnearios radica en su contribución a la generación de demanda doméstica y al fortalecimiento de la actividad económica del país, al atender a más de 40 millones de visitantes, generando un ingreso promedio de 3 mil millones de pesos en un año.
- En marzo de 2011, la SECTUR participó en el evento “La Semana de la Familia”, organizado por el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF). En el evento, que contó con una asistencia de 10 mil personas, se promovieron viajes nacionales y se brindó información sobre destinos turísticos como Acapulco y Veracruz; lo cual, se estima que incentivó a cerca de 1 mil 500 personas a viajar por el país.

6.2 ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL FOMENTO DE LA OFERTA

6.2.1 PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA A ESTADOS Y MUNICIPIOS

A través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), se apoya a gobiernos estatales y municipales en materia de planeación urbana turística, para definir estrategias y líneas de acción que permitan la diversificación de la oferta turística en todo el país, así como la atracción de inversión para infraestructura, equipamiento urbano y mejoramiento de la imagen urbana.

- En el periodo de septiembre de 2010 a junio de 2011, se concluyeron 30 programas de desarrollo turístico para 16 estados del país, y se inició la elaboración de 15 programas más para 13 estados. Con ello, el FONATUR brindó asistencia a un total de 21 entidades federativas.
- Para fortalecer las actividades del FONATUR sobre planeación urbana, en el periodo de septiembre de 2010 a junio de 2011, se concluyeron tres estudios: "Estudio de gran visión en la definición de estrategias y líneas de acción para el desarrollo de los nuevos proyectos turísticos de FONATUR, después de la crisis económica mundial 2009", "Criterios y lineamientos técnicos para productos turísticos diversos" y "Sistema de información geográfica para la planeación turística".

6.2.2 PROGRAMA DE ASESORÍA Y CALIFICACIÓN DE PROYECTOS

A través del **Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos**, el FONATUR brinda apoyo para la planeación y desarrollo de proyectos turísticos sustentables a: personas físicas, grupos sociales, MIPYMES turísticas, así como a gobiernos de los estados y municipios.

- Entre septiembre de 2010 y junio de 2011, en el marco de este programa se llevaron a cabo las siguientes actividades:
 - Se realizó la difusión del programa en 24 estados (Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas), mediante la impartición de 48 talleres, dirigidos a más de 1 mil 86 inversionistas y prestadores de servicios turísticos del país.
 - El FONATUR evaluó 45 proyectos ubicados en Aguascalientes, Baja California Sur, Chihuahua, Colima, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán; de los cuales, 25 proyectos promovidos por grupos sociales vulnerables recibieron apoyos.
 - Se celebraron cuatro convenios de apoyo al turismo con los siguientes organismos:
 - Financiera Rural y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, para apoyar el desarrollo del turismo rural;
 - La Federación de Haciendas, Estancias y Hoteles Históricos de México, A.C., para apoyar la inversión, financiamiento y rescate de edificios históricos, con el objeto de convertirlos en instalaciones turísticas; y con
 - La Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, para apoyar la inversión en la industria restaurantera y proveerles con fuentes de financiamiento.

6.3 INFORMACIÓN, ASISTENCIA Y AUXILIO TURÍSTICO

Con la finalidad de ofrecer un servicio integral a los turistas (nacionales y extranjeros) y a los connacionales que transitan por las carreteras de todo el país, la Secretaría de Turismo, a través de su órgano desconcentrado **Corporación Ángeles Verdes (CAV)**, brinda servicios de información, orientación, asesoría, asistencia mecánica y auxilio.

- Para brindar un servicio más eficiente en las carreteras, de octubre de 2010 a agosto de 2011, se realizó la renovación del parque vehicular, mediante la adquisición de 125 unidades. Asimismo, en el tercer trimestre de 2010 se adquirieron 304 equipos de seguridad con herramientas de señalización y caja de herramientas manuales para cada radio patrulla, los cuales fueron distribuidos entre las 32 jefaturas de servicios de la corporación.
- Para hacer más eficiente la comunicación entre los integrantes de la CAV y agilizar el tiempo de respuesta a los usuarios, durante el primer trimestre de 2011 se llevó a cabo la reestructuración del sistema de comunicación, a través de la contratación del servicio de telefonía móvil con equipos de alta tecnología distribuidos en toda la república mexicana.
- Durante el periodo enero-junio de 2011, mediante un recorrido de 12 millones 534 mil 21 kilómetros por parte de las 304 unidades de la CAV en las carreteras nacionales, se brindaron servicios a 70 mil 103 vehículos y auxilió a 257 mil 180 turistas; cifras superiores en 8.1 por ciento y 2.6 por ciento, respectivamente, a las registradas en el mismo periodo de 2010.
- A través del **Departamento de Información y Comunicación para Asistencia al Turista (DICAT)**, antes el Centro Integral de Atención al Turista, durante el primer semestre de 2011, se otorgó un total de 72 mil 396 servicios a turistas y se atendieron 58 mil 486 llamadas telefónicas; lo que representó incrementos del 11.3 por ciento y del 21.1 por ciento, respecto al número de servicios y atenciones telefónicas registradas durante los primeros seis meses de 2010.
- La SECTUR, a través de la CAV, participa como miembro activo en la Comisión Intersecretarial encargada de coordinar la operación del Programa Paisano. En este marco, durante el periodo enero-junio de 2011, se ofrecieron los servicios integrales de información, asesoría y orientación a 520 mil 578 connacionales que se internaron, transitaron o salieron del país.
- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, la CAV, en coordinación con los gobiernos de los estados, continuó otorgando servicios de orientación y asistencia a los turistas que se internaron en el país, a través de sus 71 módulos de información distribuidos en 19 entidades federativas: Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Chiapas, Chihuahua, Distrito Federal, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Nuevo León, San Luis Potosí, Sonora, Sinaloa, Tamaulipas, Quintana Roo, Yucatán y Zacatecas.
- Durante los tres principales periodos vacacionales, se instalaron módulos provisionales en las cuatro centrales de autobuses foráneos de la Ciudad de México, en las seis principales casetas de peaje troncales a la misma y en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, con la finalidad de extender los servicios que se proporcionan ante el incremento de la afluencia de visitantes en época vacacional.

7. FOMENTO PRODUCTIVO

7.1 INVERSIÓN PRIVADA EN EL SECTOR TURISMO

7.1.1 FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

- A través del Programa de Financiamiento para el Sector Turismo, en el primer semestre de 2011 la SECTUR, en coordinación con el Banco Nacional de Comercio Exterior, otorgó líneas de financiamiento a 37 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas, por un monto que ascendió a 52 millones de pesos.
 - Desde julio de 2007, cuando el programa inició operaciones, a julio de 2011, se ha beneficiado a 2 mil 493 MIPYMES turísticas, con financiamiento por 1 mil 636.3 millones de pesos.

7.1.2 INVERSIÓN TURÍSTICA PRIVADA

- Al cierre de 2010, la inversión privada en el sector turismo ascendió a 3 mil 526.21 millones de dólares.
- Entre enero y junio de 2011, el sector privado realizó una inversión de 1 mil 633 millones de dólares para el desarrollo de la actividad turística, conformada por 88.3 por ciento de capital nacional y 9 por ciento de capital extranjero⁸.
 - Los recursos se orientaron al desarrollo de 481 proyectos, ubicados en la región de sol y playa (38 por ciento), en el centro del país (34 por ciento), en la zona del Mundo Maya (16 por ciento) y en la región norte (12 por ciento).

7.2 PROGRAMAS DE MODERNIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Dada de la importancia estratégica de las MIPYMES en la economía nacional, por su aportación al PIB y su capacidad para generar empleos, la SECTUR apoyó a las MIPYMES turísticas del país, a través de una serie de acciones para mejorar la eficiencia de su gestión y administración y elevar la calidad de los productos y servicios turísticos que ofrecen.

7.2.1 PROGRAMA MODERNIZA

Mediante el **Programa Moderniza**, denominado distintivo "M", la SECTUR ofrece a las empresas turísticas un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad en cuatro aspectos: calidad humana, satisfacción del cliente, gerenciamiento de los procesos y gerenciamiento de mejoras. Es una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística, a través de la cual, las empresas pueden incentivar a sus colaboradores para incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad

- La SECTUR, en coordinación con la Secretaría de Economía (a través del Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, Fondo PYME), la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, gobiernos de los estados, cámaras y asociaciones turísticas, estableció el **Programa de Calidad Moderniza**. En un primer ejercicio, durante el primer semestre de 2011 se adhirieron al programa 2 mil 77 MIPYMES turísticas, las cuales conformaron 260 grupos, con el fin de recibir la capacitación por parte de los consultores "M" para obtener el distintivo.
 - Al cierre de julio de 2011, del total de empresas turísticas participantes en el programa (2 mil 77 MIPYMES), se entregaron 1 mil 989 distintivos "M" a igual número de establecimientos turísticos que implementaron mejores prácticas en la prestación de sus servicios, en 30 entidades federativas.
 - Gracias a los apoyos otorgados por el Fondo PYME de la Secretaría de Economía y por los gobiernos estatales, se estima que de las 4 mil MIPYMES^{9/} turísticas a beneficiar en 2011, al menos el 80 por ciento obtendrán este reconocimiento.
- Con el propósito de contar con más consultores "M" y apoyar un mayor número de MIPYMES turísticas a nivel nacional, se concluyó el **Programa de Formación de Consultores "M"** en el estado de Sonora,

8/ El restante 2.7 por ciento del capital, se refiere a capital registrado como no definido, por no especificarse el origen de la inversión en los proyectos reportados por las entidades federativas.

9/ Incluye a las 2 mil 77 MIPYMES incorporadas en el primer semestre de 2011.

con la formación exitosa de 14 consultores. De igual manera, este programa dio inicio en el estado de Durango y el Distrito Federal, con la participación de 52 candidatos que cumplieron los requisitos establecidos para el proceso de formación y lograron su registro como consultores “M” ante la SECTUR.

7.2.2 PROGRAMA TESOROS DE MÉXICO

En junio de 2010 se lanzó el **Programa Tesoros de México**, concebido como un “Club de Calidad” para apoyar pequeñas y medianas empresas (PYMES) turísticas del giro de hoteles y restaurantes que atienden a un segmento de demanda nacional e internacional Premium. A través de este programa, se otorga un distintivo a aquellas PYMES que cuentan con una arquitectura y gastronomía altamente representativa de México, así como con altos estándares de operación y servicios de clase mundial.

- Al cierre de agosto de 2011, más de 80 PYMES cuentan con este distintivo, y cuatro entidades más se adhirieron al programa para sumar nueve: Michoacán, Morelos, Guanajuato, Puebla, Chiapas, Yucatán, Distrito Federal, Jalisco y Querétaro.

7.2.3 CERTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Con el fin de disminuir la incidencia de enfermedades en los turistas nacionales y extranjeros, derivada del consumo de alimentos en los establecimientos fijos de alimentos y bebidas, la SECTUR opera el **Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo “H”**, a través del cual, se impulsa la manipulación higiénica de los alimentos con base en la Norma Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004, *Alimentos-Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos Preparados para la Obtención del Distintivo “H”*.

- En el periodo de septiembre 2010 a junio de 2011, la SECTUR otorgó 2 mil 767 Distintivos “H”, lo que representa un incremento del 2.6 por ciento respecto a los distintivos otorgados durante el periodo de septiembre de 2009 a junio de 2010 (2 mil 695); de los cuales, 799 fueron distintivos nuevos y 1 mil 968 fueron renovaciones.
- Con los distintivos “H” otorgados, se mejora la calidad e higiene en la preparación y servicio de alimentos en los establecimientos a nivel nacional.

8. EMPLEO DE CALIDAD

8.1 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA

Para satisfacer las necesidades de los turistas nacionales e internacionales, es indispensable fortalecer los mecanismos que conduzcan a mejorar la calidad de los servicios. Para lograrlo, la Secretaría de Turismo realiza programas de capacitación, así como procesos de certificación, que fortalezcan las aptitudes de los prestadores de servicios turísticos, y contribuyen a elevar la competitividad turística.

8.1.1 CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

- De septiembre de 2010 a junio de 2011, como parte de la **estrategia de capacitación** de la SECTUR, se impartieron 1,184 cursos de capacitación de manera directa, así como por efecto multiplicador, en coordinación con las entidades federativas; los cuales permitieron capacitar a 36 mil 25 prestadores de servicios. Estas cifras representan un incremento de 19 por ciento y de 23 por ciento, respecto a los 993 cursos impartidos y 29 mil 102 prestadores de servicios capacitados en el periodo de septiembre de 2009 a junio de 2010.
 - Entre los principales temas de capacitación impartidos destacan: manejo higiénico de alimentos, calidad en el servicio, cultura turística, atención a clientes, conducción de grupos, rutas turísticas, trabajo en equipo, geografía turística y actualización de guías de turistas.
- La SECTUR, en coordinación con las oficinas estatales de turismo del estado de Nayarit, llevó a cabo la "XXV Reunión Nacional de Interlocutores Estatales de Turismo 2011", en la localidad de Bahía de Banderas, evento que contó con la participación de funcionarios estatales de 27 estados del país, que se encargan de instrumentar los programas que desarrolla la SECTUR en sus respectivas entidades.
 - El objetivo de la reunión fue revisar los alcances y perspectivas del Programa Integral de Competitividad y Capacitación Turística en materia de modernización, educación y capacitación turística, como estrategia para fomentar la competitividad del sector turismo en México, en el marco del Acuerdo Nacional por el Turismo y de los objetivos establecidos en el Programa Sectorial de Turismo.
- Entre septiembre de 2010 y julio de 2011, se emitieron 67 opiniones técnicas en materia de cursos y diplomados para guías de turistas:
 - Se emitieron 64 opiniones sobre la NOM-08-TUR-2002, con la siguiente distribución: 43 sobre actualización y refrendo de cursos, 15 sobre diplomados para la formación y acreditación de guías generales y seis en materia de diplomados para la formación de guías locales.
 - Se emitieron tres opiniones relacionadas con la NOM-09-Tur-2002, por medio de las cuales se autorizaron dos diplomados para la formación de guías orientados hacia la naturaleza, y un curso de actualización y refrendo en la norma.

8.1.2 COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

- En el marco del **Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística**, durante 2011 se trabaja de manera coordinada con 30 entidades federativas, para ejercer una inversión conjunta de más de 110 millones de pesos (83.3 por ciento más en términos reales respecto al año anterior) en el desarrollo de cursos en materia de: formación de guías de turistas generales y especializados, incorporación y certificación de empresas a los programas "Punto Limpio", "Tesoros de México", "M" y "H", certificaciones en estándares de calidad, así como la realización de iniciativas estatales.
- Con el fin de conformar foros de reflexión entre autoridades de los tres órdenes de gobierno, que permitan impulsar acciones de planeación, capacitación, desarrollo de productos turísticos, fortalecimiento de MIPYMES y desarrollo turístico sustentable, que deriven en propuestas de proyectos concretos conforme a la vocación turística natural de cada región, en octubre de 2010 y junio de 2011 se realizaron los primeros **Encuentros Nacionales de Destinos Turísticos**; en los cuales se congregaron más de 300 participantes de 25 estados y 75 municipios.

8.2 VINCULACIÓN DEL SECTOR CON INSTITUCIONES EDUCATIVAS EN MATERIA TURÍSTICA

8.2.1 CERTIFICACIÓN DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA TURÍSTICA

- Durante el primer semestre de 2011, en atención a las solicitudes presentadas por particulares ante la SEP, para la obtención o refrendo del Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios en carreras relacionadas con la actividad turística, la SECTUR, conforme a las bases de coordinación suscritas con dicha secretaría, emitió 38 opiniones técnicas para el nivel medio superior (31 opiniones positivas y siete negativas).

8.2.2 PROGRAMA DE EMBAJADORES TURÍSTICOS

A través del **Programa de Embajadores Turísticos**, la SECTUR incorpora a estudiantes que realizan su servicio social, y los acredita ante las diferentes instancias de gobierno del país, para que funjan como representantes turísticos y atiendan los asuntos de interés de los turistas que visitan México. Con ello, se busca también facilitar su incorporación al mercado laboral, derivado de la experiencia adquirida con la prestación de sus servicios.

- A partir de septiembre de 2010, el programa se convirtió en una acción de autogestión, en la que cada instancia estatal de turismo realiza las acciones para convocar a los estudiantes de la carrera de turismo y afines a participar en el programa. Para ello, la SECTUR desarrolló los materiales didácticos para capacitar a los participantes y establecer los lineamientos de operación del programa.
 - Durante el primer semestre de 2011, 181 embajadores turísticos brindaron orientación y apoyo a los turistas, mediante su participación en eventos como el Tianguis Turístico, la Feria de San Marcos y Semana Santa en San Luis Potosí.

8.3 EQUIDAD DE GÉNERO

De conformidad con la normatividad establecida en materia de perspectiva de género, durante el primer semestre de 2011, la SECTUR realizó acciones encaminadas a contribuir a la prevención, atención y sanción de la trata de personas (especialmente de niños, adolescentes y mujeres), así como a la capacitación y sensibilización sobre este tema al interior de la dependencia.

- El 22 de agosto de 2011, se firmó el **Código de Conducta Nacional para la Protección de los Derechos de los Niños, Niñas y Adolescentes en el Sector de los Viajes y Turismo**, con el cual, se busca evitar la trata de personas y el abuso sexual en centros turísticos y se reconoce el compromiso de los representantes del sector por erradicar la trata de personas. El código fue firmado por el Consejo Ciudadano Consultivo del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, la Secretaría de Turismo, empresarios y representantes de la sociedad civil.
- El 4 de julio de 2011, se inició la difusión en la página web de la SECTUR del micrositio "Igualdad y Género en el Sector Turismo", con el objetivo de transmitir información oportuna y eficaz generada por y para la política pública de igualdad, equidad y no discriminación, a través de la incorporación de la perspectiva de género en todo el sector turístico de México.
- Se desarrolló el boletín electrónico trimestral "Igualdad y Género en el Sector Turismo", instrumento de difusión orientado a personas de los sectores público, privado, académico y social vinculadas con la actividad turística. El boletín informó sobre los avances de la política pública en la materia de género e igualdad entre mujeres y hombres, y reforzó la instrumentación de la política de género en el sector turismo. Los contenidos de sus cuatro volúmenes fueron difundidos por correo electrónico y publicados a través del portal institucional de la SECTUR, así como a través de los 32 portales oficiales de las dependencias de turismo estatales. La temática principal fue la problemática de la trata de personas en el sector turismo.
- Entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, se llevaron a cabo reuniones de la mesa intrainstitucional de la perspectiva de género en el sector turismo, la cual se conforma como un espacio permanente y

transversal que combate la discriminación entre mujeres y hombres, mediante acciones específicas para incorporar la perspectiva de género al interior del sector turismo.

- En el marco del Programa de Cultura Institucional del Gobierno Federal, con el objetivo de propiciar espacios de trabajo libres de discriminación y violencia de género, la SECTUR instaló el Comité Intrainstitucional de Prevención, Orientación y Atención a Casos por Hostigamiento o Acoso Sexual. Asimismo, se integró el primer informe semestral en Sistema Informático del Programa de Cultura Institucional.
- En coordinación con el Colegio de México, se elaboró un estudio con información cuantitativa y cualitativa denominado “Análisis Económico del Mercado Laboral en el Sector Turístico: Hacia una Política Pública para la Igualdad entre Mujeres y Hombres”. El estudio realiza un análisis sobre el mercado laboral y las condiciones en las que las mujeres se insertan en el sector turístico en México, y en él se plasman recomendaciones de política pública para el sector.
- En el marco del Día Internacional de la Mujer, la SECTUR, realizó una serie de acciones para conmemorar esta fecha, entre las que destacó la difusión de 10 cápsulas diferentes relacionadas con la equidad de género dirigidas a todos los trabajadores del sector. Asimismo, en colaboración con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la SECTUR, se llevó a cabo la conferencia “Cambios: Experiencias que Transforman”.
- El 20 de julio de 2011, se participó en la décima y décima primera sesión ordinaria del Sistema Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres. Entre los principales puntos tratados destacan el seguimiento a la Estrategia de Intervención para casos de Hostigamiento y Acoso Sexual en la Administración Pública Federal, presentación del curso en línea de “Prevención y Atención del Acoso y Hostigamiento Sexual”, impartido por el Instituto Nacional de las Mujeres, y Avances del Presupuesto Etiquetado 2011.

9. ASUNTOS INTERNACIONALES

9.1 COOPERACIÓN BILATERAL

La Secretaría de Turismo (SECTUR), a través de las relaciones bilaterales que mantiene con países de todo el mundo y mediante la cooperación con diversos foros internacionales, impulsa y ejecuta actividades con el fin de fortalecer el sector turístico de México. Adicionalmente, suscribe convenios bilaterales que permiten estrechar las relaciones y coordinar acciones de cooperación en materia turística, identificando rubros para colaborar de manera conjunta con los países de todas las regiones.

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se fortalecieron los vínculos con varias naciones a través de la revisión de los convenios bilaterales, así como de giras de trabajo que buscan generar nuevas oportunidades de negocio y mecanismos de fomento en materia turística.

9.1.1 AMÉRICA DEL NORTE

- **Estados Unidos de América (EUA).**

- Del 15 al 17 de diciembre de 2010, en Dallas, Texas, se presentó un plan de trabajo para 2011, con la finalidad de encontrar áreas de oportunidad para fortalecer acciones conjuntas, así como para actualizar los esfuerzos que se han realizado en el mercado de EUA y en los destinos en donde *American Airlines* tiene operaciones. Se llevaron a cabo reuniones con ejecutivos de alto nivel de diversas empresas turísticas, tour operadores y medios de comunicación.
- El 11 y 12 de enero de 2011, en Las Vegas, Nevada, México participó en la reunión de la *Professional Convention Management Association*, uno de los eventos más importantes a nivel mundial para la actividad turística, con el objetivo de impulsar el turismo de reuniones y convenciones, que anualmente deja una derrama de más de 500 millones de dólares en México. Para ello, ante 4 mil empresarios líderes en el sector, se presentaron las ventajas que ofrece el país para recibir congresos y convenciones de gran tamaño, derivado de la infraestructura y atractivos con que cuenta.
 - Se sostuvieron encuentros con la *American Society of Association Executives* y con la *Meeting Professionals International*, a fin de intercambiar puntos de vista respecto al turismo de reuniones y exponer las fortalezas turísticas con que cuenta el país para realizar grandes eventos.
 - Se celebró una reunión con la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros, con el fin de impulsar la llegada de más cruceros e incrementar la derrama económica que generan.
- El 10 y 11 de febrero de 2011, en Miami, Florida, se realizó una reunión con la Asociación Americana de Autoridades Portuarias, para fortalecer la actividad naviera turística. También se sostuvo un encuentro con la Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe, con el objetivo de explorar mecanismos de cooperación entre México y las navieras de la región que permitan elevar el flujo de paseantes.
- El 16 de febrero de 2011, en Las Vegas, Nevada, México participó en la reunión anual de *Travel Weekly*, una de las revistas con mayor prestigio a nivel internacional en la industria de viajes, con el fin de fortalecer la promoción turística de México en EUA y a la cual asistieron los principales representantes de la industria de viajes de dicho país.
- Del 6 al 9 de abril de 2011, en Miami, Florida, se realizaron reuniones con directivos de *American Airlines* y de las principales líneas de cruceros de EUA, a fin de dar a conocer a México como un gran mercado de oportunidades. Se llevó a cabo una reunión con la Asociación de Cruceros de Florida, para intercambiar puntos de vista sobre

Turismo de Cruceros

El puerto de Cozumel ocupa el primer lugar en arribo de excursionistas en crucero, lo que impulsa el desarrollo de la actividad naviera en turismo, la cual es una pieza clave para la expansión turística en el país.

- Durante 2010, arribaron al país más de 2 mil 600 navieras con 6.7 millones de pasajeros, lo que representó un incremento por encima del 20 por ciento, en comparación con 2009.
- Asimismo, se captaron 545 millones de dólares por esta actividad, lo que representó un incremento de 20.3 por ciento en comparación con 2009, de acuerdo con datos del Banco de México.

acciones que permitan fortalecer la industria de cruceros y que los tres órdenes de gobierno trabajen de manera coordinada con los cruceristas.

- Del 17 al 19 de mayo de 2011, en Las Vegas, Nevada, se participó en la onceava edición de la **Cumbre Mundial de Viajes y Turismo**, organizada por el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés), donde el Presidente de México participó como orador principal, y a la cual asistieron 800 líderes del sector (directivos de empresas turísticas, dueños de cadenas hoteleras y aerolíneas y representantes de organismos internacionales relacionados con el sector).
 - o En el evento se presentó a los empresarios el conjunto de oportunidades de la industria turística mexicana, remarcando la finalidad de mejorar la competitividad turística y el trabajo coordinado entre la iniciativa privada y el sector público.
 - o Se sostuvieron reuniones con directivos de la Asociación de Viajes de EUA, para promocionar la oferta turística y la diversificación de productos y segmentos de México e impulsar el número de visitantes internacionales. También se llevaron a cabo reuniones de trabajo con *Wyndham Hotels* y *Starwood Hotels*, así como con *Expedia*, la mayor compañía mundial de viajes en línea, que opera más de 70 sitios de reservaciones.

9.1.2 EUROPA

- **España.**

- Del 17 al 20 de enero de 2011, en el marco de la XXXI edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, la SECTUR, el CPTM y gobiernos estatales realizaron trabajos de promoción, para dar a conocer la oferta turística del país.
 - o Nuestro país participó con un *stand* para la promoción de las 10 Rutas de México. Se sostuvieron reuniones con ejecutivos de alto nivel de diversas empresas turísticas y tour operadores, como *British Airways* e *Iberia*.
 - o Se asistió a la inauguración del Espacio México en la tienda *National Geographic*, donde se presentó la campaña llamada "México, el lugar que creías conocer".

- **Francia.**

- El 20 y 21 de enero de 2011, la SECTUR y el CPTM sostuvieron reuniones con directivos de *XL Airways France* en París, para analizar la posibilidad de abrir vuelos entre París y Cancún.

- **Andorra.**

- Con el objetivo de fortalecer la promoción de México en Europa para atraer un mayor número de visitantes, incrementar las inversiones y la derrama económica en el sector, el 6 y 7 de marzo de 2011, la SECTUR participó en el *Global Tourism Forum Andorra 2011*, en donde se plantearon temas de competitividad e innovación en el sector turismo.
 - o Se sostuvieron reuniones con líderes empresariales, representantes de agencias de viajes y tour operadores para promocionar las riquezas de nuestro país, como son: las Rutas de México, los Pueblos Mágicos, los sitios arqueológicos y los destinos de sol y playa. Se sostuvieron encuentros con el Secretario General de la OMT, el presidente del WTTC y el vicepresidente del Grupo Sol Meliá.
 - o Se participó en un debate con el Director de la Academia de Turismo de China, con el Presidente de *Visit Britain*, el Director de Expansión de Brasil y el Ministro de Turismo de Sudáfrica, en el que

Premio a la Ruta de Don Vasco en la Feria Internacional de Turismo, España

En la edición 2011 de la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en Madrid, España, la Ruta de Don Vasco se hizo acreedora al premio como el **Mejor Producto de Turismo Activo** en la modalidad internacional, así como al premio de Ganador Absoluto, al obtener la mayor puntuación entre más de 80 competidores.

- La Ruta de Don Vasco es uno de los principales programas de turismo cultural que actualmente impulsa la Secretaría de Turismo de Michoacán, a lo largo de la cual se ofrece un paseo por los 22 municipios que conforman la región.
- La ruta ofrece a los turistas los servicios necesarios para realizar el paseo por las comunidades de la Meseta Purépecha, el Lago de Pátzcuaro y la Cañada de los Once Pueblos.

se intercambiaron puntos de vista para crear una nueva competencia con el objetivo de fortalecer el turismo a nivel internacional.

- **Alemania.**
 - Del 7 al 11 de marzo de 2011, México participó en la Feria Internacional de Turismo de Berlín (ITB por sus siglas en inglés), una de las ferias de viajes y turismo más importantes del mundo, y en la cual México inauguró un *stand*. También se llevaron a cabo reuniones con el residente de la Asociación de Operadores y Agencias de Alemania y con representantes de los tour operadores TUI *Deutschland*, *Galleon Holdings* y *Weltreisen Thomas Cook Deutschland*.
 - Se participó en el taller del WTTC con el tema “Impacto Económico en la Actividad Turística”, en el marco del lanzamiento del Informe Global de Mujeres en el Turismo 2010.
 - México asistió a la 26ª reunión de *Task Force for the Protection of Children in Tourism*, en donde se intercambió información y experiencias vinculadas con las prácticas de protección a la infancia en el marco del turismo.
- **Rusia.**
 - Del 28 de junio al 1 de julio de 2011, se realizó una visita de trabajo a la Federación de Rusia en Moscú, con el objetivo de fortalecer la promoción de México e incrementar el número de visitantes rusos a México.
 - Se sostuvo un encuentro con directivos de la Asociación de Agencias de Viaje de Rusia, que representa a las 50 compañías tour operadoras líderes en Rusia, las cuales abarcan el 70 por ciento de la actividad turística en el país, con representantes de 40 agencias de viajes y tour operadores interesados en incluir a México en su catálogo de oferta turística.
 - Se llevó a cabo una reunión con la Agencia Federal de Turismo Ruso sobre el flujo turístico. Se reportó la visita a México en 2010 de más de 27 mil ciudadanos de origen ruso, 134 por ciento más visitantes de esta nacionalidad que en 2009.
 - Se realizaron encuentros con representantes del sector aéreo, entre ellos, con directivos de *Aeroflot*, la línea aérea más grande de Rusia; así como con *Transaero Airlines*, la segunda aerolínea privada más grande de Rusia y la única con vuelos directos desde Moscú a destinos como Cancún, Miami y Río de Janeiro. Lo anterior, con el fin de fortalecer la conectividad aérea en el territorio mexicano.

9.1.3 CENTROAMÉRICA, SUDAMÉRICA Y EL CARIBE

- **Panamá.**
 - El 16 de marzo de 2011, la SECTUR participó en la reunión de consultas sobre transporte aéreo entre las autoridades aeronáuticas de México y Panamá, de la cual derivó el incremento de frecuencias para operar las rutas entre los dos países.
- **Cuba.**
 - En el marco de la visita a La Habana, el 2 y 3 de mayo de 2011, se inauguró la Feria Internacional de Turismo en Cuba 2011 (FITCuba), en la que se realizó una presentación para promover las 10 Rutas de México, los Pueblos Mágicos, los destinos coloniales y los 30 mil sitios arqueológicos que forman parte de la oferta turística del país.
 - Se sostuvo un encuentro de trabajo con el Ministro de Turismo de Cuba, a fin de explorar mecanismos de cooperación turística entre ambos países. Se propuso el desarrollo de estrategias que permitan fortalecer el producto turístico de multidestinos como una forma de incrementar la actividad turística regional.
- **Brasil.**
 - Del 13 al 15 de junio de 2011, en Sao Paulo, se sostuvieron encuentros con directivos de CVC, el mayorista de viajes más grande de Brasil con cobertura en todo el territorio y que envía más de 10 mil pasajeros al año a México; con directivos de Transporte Aéreo Mercosur, la línea aérea de mayor tamaño en Brasil que forma parte de *Star Alliance* y que a partir de la última semana de octubre de 2011 iniciará vuelos directos desde Sao Paulo a la Ciudad de México.

- o Se realizó un encuentro con la Asociación Brasileña de Operadoras de Turismo, la asociación más importante del sector que cuenta con 82 operadoras asociadas; y con Flot Turismo, operadora pionera en realizar viajes a nuestro país. Se sostuvo una reunión con directivos de *Nascimento Turismo*, uno de los mayoristas más importantes de Brasil para el cual México representa el 15 por ciento de sus ventas totales, al enviar en 2010 a más de 11 mil visitantes a México.
- o Se sostuvieron encuentros con empresarios de diversas Casas de Incentivo, organizadores de grupos y convenciones y con empresarios brasileños que tienen previsto realizar eventos en México, como Doria y Asociados y LIDE (Grupo de Líderes Empresariales que del 10 al 14 de octubre del próximo año realizará la 17ª Reunión Internacional del Grupo LIDE en Punta Mita).

Crecimiento del Flujo de Visitantes Brasileños a México

El número de visitantes brasileños a México se ha incrementado en los últimos años. Mientras que en 2006, México recibió 44 mil 789 viajeros brasileños, en 2010 el número de visitantes ascendió a 117 mil 659, lo que representó un crecimiento de 163 por ciento.

- De enero a julio de 2011 llegaron 79 mil 693 brasileños al país, lo que representa un aumento del 45.6 por ciento respecto a 2010, según información del Sistema Integral de Operación Migratoria.

- **Guatemala.**

- Actualmente, se realiza la negociación del Convenio de Cooperación para la Transferencia del Programa de Calidad Moderniza-Distintivo "M", entre la SECTUR, el Instituto Guatemalteco de Turismo y la Organización Mundial de Turismo (OMT). El convenio permitirá a las autoridades guatemaltecas implementar este programa de calidad en sus empresas.

9.1.4 ASIA Y MEDIO ORIENTE

- **Israel.**

- A solicitud del Ministerio de Turismo de Israel, la SECTUR elaboró una propuesta de Acuerdo Interinstitucional de Cooperación Turística, el cual se encuentra en proceso de firma. Este Acuerdo será la plataforma para estrechar las relaciones turísticas entre ambos países.
- La SECTUR participó en la Conferencia Internacional de Turismo en la Ciudad de Jerusalén del 29 al 31 de marzo de 2011.

- **Singapur.**

- Se participó en el seminario denominado "*Tourism Development and Management*" del 6 al 17 de diciembre de 2010, como parte del Programa de Cooperación Técnica y Científica 2009-2011 entre México y Singapur.

- **China.**

- Se firmó el Acuerdo para fortalecer la actividad turística entre México y China, el 20 de noviembre de 2010, con el fin de incrementar la derrama económica generada por el turismo, detonar inversiones para desarrollar infraestructura y desarrollo de productos turísticos.
- Se apoyó la misión de la empresa China *UnionPay* (CUP), con la finalidad de establecer un convenio para que a finales de 2011, alrededor del 70 por ciento de los cajeros automáticos en México (23 mil) acepten tarjetas CUP. China *UnionPay* es la tercer empresa más importante en el mundo dentro del sector bancario por el número de tarjetahabientes que tiene (2.4 billones) y sus tarjetas son aceptadas en 104 países fuera de China, lo que representa más de 830 mil terminales de cajeros automáticos.

9.2 COOPERACIÓN MULTILATERAL

En el aspecto multilateral, la SECTUR participa en los principales foros en la materia para transmitir las mejores prácticas de México y retroalimentarse de las experiencias de otros países; asimismo, es miembro de importantes foros como: la Organización Mundial del Turismo (OMT), Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC), Asociación de Estados del Caribe (AEC) y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se fortaleció el intercambio de conocimiento y opiniones, a través de la participación en foros, seminarios y convenciones en materia de turismo.

9.2.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)

- México fue sede del VII Foro Internacional de Parlamentarios y Autoridades Locales, celebrada del 16 al 18 de noviembre de 2010 en Puerto Vallarta, Jalisco. El foro contó con la participación de 250 representantes de 70 países, entre los que se encontraron ministros, senadores y el Secretario General de la OMT.
- A través del FONATUR, México participó en la 52ª Reunión de la Comisión para las Américas, celebrada el 17 y 18 de mayo de 2011, en Asunción, Paraguay.
- Nuestro país participó en la XI Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo, celebrada el 18 de mayo de 2011, en Asunción, Paraguay.
- Durante el foro de la Red de Conocimiento de la OMT, celebrada del 31 de mayo al 5 de junio de 2011, en Algave, Portugal, se acordó evaluar la pertinencia de realizar una campaña de afiliación de posibles miembros (empresas, asociaciones y universidades) a la OMT en México.
 - El complejo turístico Mayakoba, México, ejemplo del turismo sostenible y responsable que realiza OHL Desarrollos en este país, ganó el Premio Ulises de la OMT en la categoría de Innovación a las Empresas. Dicho premio se concede a iniciativas y proyectos emprendidos por instituciones públicas de turismo, empresas turísticas y organizaciones sin fines de lucro que hayan realizado una aportación relevante al progreso.
- Se participó en el "Seminario sobre Ética en el Turismo para Asia y el Pacífico: El Turismo Responsable y su impacto Socio-Económico en las Comunidades Locales", celebrada el 11 de junio de 2011, en Bali, Indonesia.
- La SECTUR asistió a la 90ª reunión del Comité Ejecutivo de la OMT, en Mombasa, Kenya, con lo cual se reafirma el gran interés de México de tener un papel activo dentro de dicha organización, al reforzar los lazos con los países de Latinoamérica.
- La OMT y la SECTUR trabajan de manera coordinada en fortalecer la sustentabilidad del medio ambiente para que nuestro país sea más competitivo frente a otros destinos y aumentar así el número de paseantes y la derrama económica. En el marco de los eventos paralelos a la COP-16 que se llevaron a cabo en Cancún, Quintana Roo, la SECTUR, junto con la OMT, realizó en Querétaro la décima edición del curso titulado: "El Desarrollo Sostenible del Turismo: Políticas e Instrumentos de Gestión", en el que se proporcionaron herramientas para analizar los riesgos en el sector turismo y reducir la pobreza en los países de América.

9.2.2 ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE)

- El 4 y 5 de abril de 2011, México participó en la 87ª Reunión del Comité de Turismo y el Taller de Estrategias de Desarrollo Sustentable y Turismo para la Cooperación y Desarrollo Económico, realizado en París, Francia; en la que se dio a conocer la importancia del sector turístico para México a nivel local y regional.
 - En la reunión, se revisó y aprobó el marco para la cooperación con la OMT, el cual se basará en proyectos definidos como la comercialización del sector y estadísticas.
 - A partir del 29 de abril de 2011, se integró en el sistema OLIS un Reporte Sobre Cambio Climático y Turismo, para consideración de los países miembros.

- El comité aprobó el documento del mandato, revisando la estrategia de relaciones globales del Comité de Turismo.

9.2.3 OTROS ORGANISMOS Y FOROS

- **Asociación de Viajes de Asia y Pacífico (PATA).**
 - La SECTUR, a través del Consejo de Promoción Turística de México, participó en la celebración del 60° aniversario de la Conferencia de la Asociación de Viajes de Asia Pacífico, realizada del 9 al 12 de abril de 2011, en Beijing, China. En el evento se reunieron hoteleros, tour operadores, compañías navieras y aéreas.
- **Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD)**
 - El 14 de abril de 2010, se llevó a cabo la ceremonia oficial del lanzamiento en México de la "Campaña Corazón Azul Contra la Trata de Personas" de la ONUDD, con la participación de 26 entidades públicas y la ONUDD. Con ello, México se convierte en el primer país del mundo en adoptar esta campaña.
 - En mayo de 2011, México rindió un informe sobre los avances del país en la aplicación de los principios y directrices de derechos humanos y trata de personas, en un seminario auspiciado por la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos celebrado en Ginebra, Suiza.

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA

10.1 PROMOCIÓN TURÍSTICA

10.1.1 INVERSIÓN EN PROMOCIÓN TURÍSTICA

- En el primer semestre de 2011, se realizó una **inversión pública en promoción turística** con recursos que ascendieron a 689.9 millones de pesos.
 - Durante los primeros seis meses de 2011, con la participación confirmada de 31 entidades federativas, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) puso en marcha seis programas cooperativos en el mercado nacional y un programa cooperativo en el mercado de Norteamérica, con una inversión de 33.69 millones de pesos, lo que detonó una inversión adicional por parte de las entidades federativas y el sector privado, de 108.39 millones de pesos, para la promoción turística a nivel nacional e internacional.

INVERSIÓN PÚBLICA EN PROMOCIÓN TURÍSTICA, 2007-2011

(Millones de pesos)

Concepto	Datos anuales					Enero-junio		
	Observado				Meta 2011	Enero-junio		
	2007	2008	2009	2010		2010	2011p/	Variación % anual real ^{1/}
Total	1 358.1	1 521.3	2 058.0	1 422.8	1 680.0	678.5	689.9	-1.6
Recursos fiscales ^{2/}	14.3	6.5	547.7	4.9	0.0	0.0	2.8	--
Derecho de No Inmigrante	1 343.8	1 514.8	1 510.3	1 417.9	1 680.0	678.5	687.1	-2.0

1/ La variación en términos reales se calculó utilizando como deflactor la variación del Índice Nacional de Precios al Consumidor promedio del periodo enero-junio de 2011, respecto a la variación en el mismo periodo de 2010.

2/ En 2009 incluye 528.1 millones de pesos aportados como apoyo al programa de campañas emergentes, con motivo del brote de influenza A (H1N1).

p/ Cifras preliminares

FUENTE: Consejo de Promoción Turística de México. Secretaría de Turismo.

10.1.2 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD EN EL MUNDO

- La **campaña institucional en medios publicitarios en el mercado exterior** durante el primer semestre de 2011, se realizó con una inversión del CPTM por 286 millones de pesos, 82 por ciento más en términos reales que en igual lapso de 2010, a través de diferentes canales de difusión como la televisión, medios impresos y exteriores, enfocados en promover los segmentos sol y playa, naturaleza y cultura.
- En 2011, se dio continuidad a la campaña "**Mexico, The Place You Thought You Knew**" ("México, el lugar que creías conocer"), lo que impulsó el turismo a través de los diferentes productos y medios que se utilizaron para la promoción y el posicionamiento de la marca "México".
 - La campaña mejoró la imagen de México e incrementó la intención de viaje, al mostrar los atractivos naturales y culturales del país que complementan a los destinos de sol y playa y que, en conjunto, hacen de México un destino único en el mundo.
 - La campaña inició en julio de 2010 en EUA y en agosto en Canadá, y permaneció hasta abril de 2011; estuvo dirigida a un mercado objetivo de hombres y mujeres entre 25 y 65 años, con un poder adquisitivo mayor a 75 mil dólares americanos anuales.

Campañas de promoción de México en el mundo

Las campañas creadas para promocionar a México en el mundo han recibido más de 99 primeros lugares en diversos concursos a nivel internacional, entre los que destacan la ITB de Berlín, que es considerada por la industria turística como una de las ferias más importantes del sector en todo el mundo, así como el *Grand Prix* de Brasil y los Premios *Maqellan* de la revista *Travel Weekly*, uno de los principales grupos editoriales en materia turística a nivel internacional.

- Conforme al indicador de **eficiencia publicitaria internacional**, se estima que para 2011 se requiere gastar 37.8 pesos en campañas de publicidad para lograr que un turista extranjero llegue a México; lo que muestra una mayor eficiencia al compararlo con los 50.4 pesos gastados en 2009 y 38.1 pesos en 2010.

10.1.3 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO

- En el primer semestre de 2011, se llevaron a cabo **campañas institucionales en el mercado nacional**, con el objetivo de incentivar la intención de viajar a destinos nacionales en temporadas vacacionales; se han utilizado tres versiones de campañas de acuerdo a las distintas temporadas del año. La promoción se realizó a través de los principales medios de comunicación nacionales: televisión, cine, radio y prensa, con una inversión de 29.06 millones de pesos.
 - En el último cuatrimestre de 2010 continuó el mensaje institucional **"Vive México"** y la difusión de la página www.visitmexico.com, como parte de la campaña para reactivar el turismo nacional.
 - En 2011 se mantuvo la marca México en la publicidad, junto a las marcas de los destinos y en el sitio www.visitmexico.com.
 - Durante el periodo septiembre-diciembre de 2010, continuó la campaña publicitaria **"¿Sabías Qué?"** en el mercado nacional, con el objetivo de invitar a conocer y motivar a viajar por las 10 Rutas Turísticas de México a través de circuitos que conectan el patrimonio histórico, cultural y de atractivos turísticos de los diferentes destinos del país.
- Para impulsar el desarrollo de campañas de promoción de los destinos turísticos de México, de marzo a julio de 2011 la SECTUR realizó la convocatoria **Creatividad para México**, en coordinación con el CPTM y la UNAM.
 - Se otorgó el primer lugar a la campaña "Se te nota" de la empresa Sé, Taller de Ideas S.A. de C.V. de Querétaro (en la categoría empresas y profesionales); y a la campaña "Un lugar te lleva a otro", de Alpe (en la categoría de estudiantes universitarios).
- A partir del 28 de mayo de 2011, se tiene presencia en el programa de televisión **"1, 2, 3 por México"**, para dar a conocer los atractivos y servicios que ofrecen los distintos destinos turísticos del país y motivar al televidente a viajar y conocer México.
- Conforme al indicador de **eficiencia de las campañas de publicidad en el mercado nacional**, para 2011 se estima en 3.65 pesos por turista la inversión a realizar para atraer a un visitante, lo que muestra una mejoría respecto de los niveles observados en 2009 y 2010, de 5.63 pesos y 3.90 pesos por turista, respectivamente.

10.1.4 PROMOCIÓN EN EL MUNDO

NORTEAMÉRICA

- Con el propósito de mantener la presencia de la marca México, se participó en eventos de gran relevancia como son: el lanzamiento de la campaña *"Mexico, The Place You Thought you Knew"* en las ciudades de Nueva York, Toronto, Montreal, Miami, Chicago y Dallas; ante más de 800 representantes de la industria turística de EUA y Canadá y de los medios de comunicación más importantes como el *Wall Street Journal*, *Travel Weekly*, Univisión, *La Presse*, *Miami Herald*, *Toronto Star* y *Chicago Tribune*, entre otros, obteniendo así una amplia difusión a través de ellos.
- Se distribuyeron boletines de prensa a 2 mil 865 medios de comunicación y más de 70 mil agentes de viajes, para satisfacer sus necesidades de información sobre México como destino turístico.
- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se realizaron 33 viajes de familiarización para agentes de viajes y medios de comunicación, quienes visitaron diversos destinos turísticos del país como: Acapulco, Ciudad de México, Careyes, Riviera Nayarit, Campeche, Guadalajara, y Riviera Maya.
- Se impulsó la participación y presencia de la marca México en eventos relevantes para promover los diversos segmentos y productos que conforman la oferta turística de México.
 - *Show de Peter Greenberg*, en el que se transmitieron videos promocionales de nuestro país.

- La reunión anual del *Travel Journalists of Canada*, que se llevó a cabo en Ottawa.
- La reunión anual de la *American Society of Travel Agents*, celebrada en Cancún.
- La *Caribbean News Market*, en la que se tuvo presencia de la marca México y se sostuvo un encuentro con los medios de comunicación dedicados a la difusión de la oferta de destinos del Caribe.
- Durante julio y agosto de 2011, se llevaron a cabo los eventos “*Mexico Day*” en las principales ciudades emisoras de turistas de EUA a nuestro país: Chicago, Nueva York, Washington DC, Seattle, Los Angeles, Houston y Atlanta; con lo que se logró el acceso a más de 1 mil 550 profesionales de la industria, que representan a la fuerza de ventas en el mercado turístico en EUA.
 - Se lograron acuerdos sin precedentes con las principales agrupaciones de agentes de viajes y operadores turísticos, destacando el acuerdo logrado con *North America Tour Operators Association*, quienes representan a tour operadores pequeños y medianos que generan negocios a destinos de EUA provenientes de diversos mercados del mundo. Asimismo, se firmó un convenio de colaboración con la *American Society of Travel Agents*, que agremia a la mayoría de las agencias de viajes en el mercado de ese país.
 - Las principales aerolíneas del país como *United/Continental*, *Alaska Airlines* y *Delta*, refrendaron su compromiso para seguir volando a los destinos mexicanos, que hoy suman más de 30 vuelos directos desde ciudades de EUA, y se analizan oportunidades de negocio en nuevas rutas y frecuencias a destinos, principalmente en el pacífico mexicano.
 - Las agencias de viaje en línea reportaron interés por destinos mexicanos que hoy ofrecen alto valor a sus clientes. Expedia, la agencia de viajes más grande del mundo, señaló que inaugurará un sitio de Expedia dedicado a México, a principios del próximo año.

EUROPA

- En Alemania se proyectó un documental de México en las principales salas de cine y se distribuyó material promocional; asimismo, con la participación del tour operador alemán *Meier's*, se impartió un seminario a los principales tour operadores de ese país, al que asistieron 160 de sus principales vendedores.
- En Francia, se participó en el Festival *Du Mountaban*, uno de los principales festivales de ese país, y se organizó un viaje de familiarización para medios de comunicación y tour operadores a nuestro país, para darles a conocer las “Rutas de México”.
- En el Reino Unido, se impartió un seminario sobre las “Rutas de México” a los principales tour operadores de esa región, el cual se realizó con la participación de la línea aérea holandesa KLM en Londres e Irlanda. Se distribuyó material promocional durante las festividades conmemorativas del Centenario de la Revolución.
- En España, a fin de promocionar “Las Rutas de México” y fortalecer la oferta turística del país, se participó en el evento “Rutas de México en el Centenario”, en la Plaza España de Madrid, donde se ofrecieron también, muestras gastronómicas, exposición y venta de artesanías, degustación de tequila y cerveza mexicana, así como presentaciones de música mexicana.
 - La muestra gastronómica fue encabezada por los principales restaurantes mexicanos en Madrid; se contó con un módulo de venta directa de boletos de viaje a México y se obtuvo la presencia de la marca México y de las “Rutas del Bicentenario” en casetas y espacios asignados para el festival, así como en las invitaciones del programa del evento.
- Se participó como país invitado en el evento de “*Millésime*”, durante el cual se distribuyó material promocional a los asistentes, lo mismo que en las festividades que se llevaron a cabo con motivo del Centenario de la Revolución.

ASIA

- En apoyo al acuerdo celebrado con China, se efectuó un viaje de familiarización para un grupo de 16 tour operadores de esa nacionalidad que venden destinos turísticos de México en su país, con el propósito de presentarles una mejor visión de los atractivos de México. Se hizo un recorrido a través de diferentes estados, entre los que destacan: Morelos, Guanajuato, Querétaro, Michoacán, Quintana Roo

y la Ciudad de México, de los cuales se enfatizó la gran riqueza en cultura, tradiciones, artesanías y atractivos naturales que ofrecen.

- Se firmó un acuerdo para fortalecer la actividad turística e incrementar la derrama económica generada por el turismo, así como detonar inversiones para desarrollar infraestructura y crear nuevas fuentes de empleo en el sector.
 - Los gobiernos de ambos países se comprometieron a desarrollar productos turísticos para los visitantes de las dos naciones, impulsar a las MIPYMES turísticas, desarrollar la cultura turística y fortalecer los distintos segmentos turísticos, así como generar y desarrollar programas de incentivos con tecnologías de la información principalmente en áreas turísticas.

10.1.5 PROMOCIÓN EN MÉXICO

- Entre las acciones realizadas durante el periodo septiembre de 2010 a agosto de 2011 destacan las siguientes:
 - Se participó en el concurso “El Gran Premio del 11”, realizado en conjunto con el Canal 11 de televisión, con el cual se logró dar amplia difusión a los estados y sus respectivos destinos turísticos.
 - Se asistió a los eventos de Moda Nextel en la ciudades de Guadalajara y Cancún, al Festival de Jazz en la Riviera Maya, a la conmemoración del Día Mundial del Turismo, así como a la Feria de Turismo y Cultura en la que participaron un grupo de destacados periodistas para cubrir el evento y al magno evento COP 16 celebrado en Cancún, al que asistieron ministros y funcionarios de alto nivel de varios países.
 - Se participó activamente en la edición XXXVI del Tianguis Turístico 2011, coordinando transmisiones en vivo desde el evento de diversos programas de radio, entre los que destacan: “Expedición W Radio”, “Viajando con el Castor” y “Fórmula LAU”.
 - Se organizaron 52 viajes de familiarización grupales e individuales, en los que participaron algunos de los principales medios de comunicación como son: El Universal, Excélsior, Milenio, Reforma, Televisa, Efecto TV y Canal 11, los cuales cubrieron la mayoría de los destinos turísticos de la república mexicana.

10.1.6 CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN POR INTERNET

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a junio de 2011, se desarrollaron las siguientes acciones:
 - Se integró la Ruta de Don Vasco (ruta premiada en la feria de FITUR 2011, en España, como mejor producto de turismo activo) en el portal Rutas de México, con el fin de apoyar a su promoción y difusión, dando a conocer la experiencia en la ruta visitando pueblos, ciudades y comunidades. Cuenta con 43 contenidos, desde información general hasta ocho destinos con sus actividades principales, así como una ruta virtual.
 - El portal www.visitmexico.com reportó más de 4.1 millones de visitantes. El sitio proporciona información en ocho idiomas, con 20 versiones específicas para diferentes países y regiones, generando más de 10 mil páginas de contenido. La campaña institucional de Internet tuvo presencia en más de 30 portales en México y Norteamérica.
 - o En www.visitmexico.com se desarrolló el portal www.mexico-sustentable.com en apoyo a la Cumbre sobre el Cambio Climático de la ONU, que se llevó a cabo en Cancún.
 - Se desarrolló el portal www.yosoyturista.com, en coordinación con las diferentes secretarías de turismo de los estados, orientado a impulsar el turismo nacional. Se despliegan descuentos y promociones en servicios turísticos, ofreciendo al usuario oportunidades para conocer los puntos de interés de nuestro país.
 - o El portal cuenta con 589 promociones y 579 empresas de 14 entidades: Aguascalientes, Baja California, Chiapas, Distrito Federal, Durango, Guerrero, Michoacán, Morelos, Nayarit, Quintana Roo, Sinaloa, Sonora, Tabasco y Yucatán. Los descuentos y promociones son en hospedaje, alimentos, recorridos turísticos, parques y museos, servicios de relajación, entre otros.
 - Se actualizaron las páginas de www.ofertasvivemexico.com.mx y se crearon más de 100 *landing pages* con ofertas turísticas.

- Se desarrolló el nuevo canal de videos para los mercados nacional y norteamericano en *YouTube* (www.youtube.com/visitmex).
- Como parte de las acciones orientadas a difundir mensajes sobre las ventajas competitivas de los destinos turísticos del país ante una serie de consumidores y viajeros potenciales, se participó activamente en las redes sociales, a través de las cuales se mantuvo un contacto cercano con los usuarios y se difundió información positiva sobre México como destino turístico.
 - o Se lograron más de 20 mil seguidores en las iniciativas *Facebook* (“*Twitter Jockey* de México”).
 - o Los usuarios de *Twitter*, recibieron alrededor de 2 mil actualizaciones con información promocional del país, a través de cuentas propias y de colaboradores.
 - o Se organizaron dinámicas con el fin de atraer visitantes y se alimentó y difundió de manera constante el canal de *VisitMexico* en *YouTube*, que alcanzó más de 1.2 millones de reproducciones totales por medio de 91 videos promocionales de México.

10.1.7 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, el Consejo de Promoción Turística de México concluyó los trabajos de evaluación publicitaria para la temporada de invierno de 2010 y verano de 2011 en los mercados nacional, de Norteamérica, Europa y Sudamérica; los cuales arrojaron resultados positivos en todos los mercados para los indicadores de recordación publicitaria, recordación de la marca México e intención de viaje.
 - Para el ejercicio 2011, se tiene una meta de **recordación publicitaria** de 50 por ciento. Durante el primer trimestre de 2011 se tuvo un impacto de 67 por ciento, lo cual implica una variación de 17 puntos porcentuales por encima de la meta de 2011, con base en el impacto esperado de las campañas publicitarias en el mercado nacional.
- Se integraron nuevos módulos de información en el **Sistema Integral de Información y Mercados Turísticos** (SIIMT), para el mejor aprovechamiento de la información de mercados que produce y recopila el CPTM a través de Internet. Entre los nuevos módulos disponibles se encuentran: el directorio de organismos promotores de turismo de México, la sección sobre oferta de alojamiento por estado, el mapa de llegadas aéreas por nacionalidad y las fichas de información turística por entidad federativa.
 - Se desarrollaron las secciones: información básica de los principales países emisores de turismo hacia México, boletines de prensa de los principales organismos del sector turístico de México y del mundo, así como la oficina virtual que integra fichas con información de flujos de consumidores, características y competencia de México en los principales mercados emisores a México.
 - Se amplió la cobertura de la mayor parte de los módulos de información y se dio mantenimiento a la actualización de las bases de datos con información sobre el mercado nacional y los principales mercados del exterior, las cuales quedaron disponibles para todo público.
 - Se continuó la producción mensual del reporte denominado “Monitoreo de Mercados y Destinos”, que brinda información de los resultados de los flujos mensuales de los principales mercados emisores a México. Se desarrolló el Monitoreo de Precios para observar las fluctuaciones entre los principales productos de la oferta nacional y los de la competencia de México en los principales mercados emisores

10.2 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

10.2.1 ATENCIÓN DE TURISTAS Y AGENTES DE VIAJES EN EL EXTRANJERO

- **Norteamérica.** Entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, se atendieron 169 mil 548 interacciones telefónicas por medio del centro de llamadas con número único **1-800-44-MÉXICO** (1-800-446-3942) para EUA y Canadá, a través del cual se proporcionó información a turistas y agentes de viajes. Asimismo, se respondieron 41 mil 407 consultas a través de correo electrónico y se realizaron 48 mil 534 envíos de material promocional.
- **Europa.** Entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, se atendieron 78 mil 488 llamadas telefónicas a través del centro de llamadas con número único **00 800-11-11-22-66** en Europa. Se proporcionó información a turistas y agentes de viajes en los mercados principales de Europa (España, Alemania, Italia, Francia y Reino Unido), así como en mercados secundarios (Portugal, Bélgica, Holanda, Austria, Suecia y Suiza). Se respondieron 3 mil 930 consultas a través de correo electrónico y se realizaron 35 mil 367 envíos de material promocional.

10.2.2 PARTICIPACIÓN DE LA MARCA MÉXICO EN FERIAS Y EVENTOS

- En el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se participó en 33 **ferias internacionales de turismo** de Europa, Asia, Norteamérica y Latinoamérica. Con una inversión de 65.6 millones de pesos, se logró que en dichos eventos, 726 expositores promovieran los productos turísticos más relevantes de México.
 - Durante el periodo enero-agosto de 2011, se logró la presencia de México por primera vez en ferias ubicadas en lugares como Dubai, Rusia y Cuba, mercados de alto potencial para los productos turísticos del país.
 - México participó en las 22 ferias turísticas de mayor relevancia internacional, para ofertar los atractivos del país:
 - o *Top Resa* 2010, en Francia.
 - o Japan Association of Travel Agencies 2010, en Japón.
 - o The Motivation Show 2010, en EUA.
 - o Asociación Brasileña de Agencias de Viajes 2010, en Brasil.
 - o Salon International Tourism Voyages 2010, en Montreal, Canadá.
 - o Feria Internacional de Turismo de América Latina 2010, en Buenos Aires, Argentina.
 - o *World Travel Market* 2010, en Londres, Inglaterra.
 - o China International Travel Mart 2010, en Beijing, China.
 - o The Global Meetings & Events Exhibition (EIBTM) 2010, en Barcelona, España.
 - o *Otdykh Leisure* Rusia 2010, en Moscú, Rusia.
 - o Feria Internacional del Turismo de las Américas (FITA) 2010, en la Ciudad de México. Feria internacional en la que se participó por primera ocasión.
 - o Fiera Internazionale TTG Incontri 2010, en Rimini, Italia.
 - o Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2011, en Madrid, España.
 - o *Borsa Internazionale* del Turismo 2011, en Milán, Italia.
 - o Feria Internacional de Turismo (ITB) 2011, en Berlín, Alemania.
 - o *Moscow International Exhibition Travel and Tourism* (MITT) 2011, en Moscú, Rusia. Evento en el que México participó por primera vez.
 - o *Arabian Travel Market* 2011, en Dubai, Emiratos Árabes Unidos. Evento del segmento de lujo en el que México estuvo presente por primera ocasión con los cuatro principales destinos turísticos del país: Cancún, Riviera Maya, Ciudad de México y Yucatán.

- Feria Internacional de Turismo de Cuba (FITCuba) 2011, en La Habana, Cuba. Feria en la que México participó por primera ocasión, y en la cual el estado de Yucatán fue condecorado como multidestino.
- China Outbound Travel and Tourism Market 2011, en Beijing, China.
- Worldwide Exhibition for Incentive Travels, Meetings and Events (IMEX) 2011, en Frankfurt, Alemania.
- *The Americas Meetings and Events Exhibition (AIBTM)* 2011, en Baltimore, EUA. Feria especializada en el segmento de reuniones en la que se participó por primera ocasión.
- *Incentive Works* 2011, en Toronto, Canadá.
- Asimismo, se participó en 11 ferias de segmentos especializados como cruceros, buceo, turismo de naturaleza y de reuniones, viajes de lujo, entre otros:
 - *Adventure in Travel Expo* 2010, en Nueva York, EUA.
 - The Diving Equipment and Marketing Association DEMA Show 2010, en Las Vegas, EUA.
 - International Luxury Travel Market 2010, en Cannes, Francia.
 - *Luxury Travel Expo* 2010, en Las Vegas, EUA.
 - International Association of Exhibitions and Events 2010, en Nueva Orleans, EUA.
 - Primera Feria Mundial de Turismo Cultural 2010, en Morelia, Michoacán. Evento multisectorial en el que se contó con la colaboración de la SECTUR, el CPTM, CONACULTA y el Gobierno de Michoacán.
 - *Adventures in Travel Expo* 2011, en Chicago, EUA.
 - *New York Times Travel Show* 2011, en Nueva York, EUA.
 - Sea Trade Cruce Shipping Convention 2011, en Miami, EUA.
 - The Global Business Travel Association 2011, en Denver, EUA.
 - Semana de la Familia 2011, con la participación del CPTM por primera vez en un evento con motivo del Día Internacional de la Familia.
- De enero a agosto de 2011, se realizaron seis eventos promocionales para difundir la cultura, atractivos y servicios turísticos de México entre los clientes potenciales, líderes de opinión, representantes del sector turístico nacional e internacional y medios de comunicación, eventos que congregaron a 2,310 participantes de la industria turística nacional e internacional:
 - Acuerdo Nacional por el Turismo, en la Ciudad de México.
 - Día de la Familia, en la Ciudad de México.
 - Evento Promocional "*Mexico Day*", en Brasil.
 - Evento Inaugural de la Feria Turística del Mundo Maya, en Mérida.
 - Lanzamiento Mundo Maya 2012, en la Ciudad de México.
 - Evento Promocional "*Mexico Day*", en Rusia.

10.2.3 PROGRAMAS COOPERATIVOS

El CPTM, a través de los programas cooperativos con el sector público y privado, lleva a cabo acciones para: i) promover los destinos, productos, servicios y atractivos turísticos del país de manera efectiva; ii) consolidar recursos publicitarios y promocionales con socios de la industria turística que venden viajes a México y fortalecer su capacidad de negociación con medios e intermediarios de viaje en los mercados objetivo; iii) contribuir al posicionamiento de marca de cada entidad o destino mediante campañas publicitarias, apoyándose en la marca México; y iv) fomentar las alianzas entre el CPTM y los intermediarios de venta, para mejorar la comercialización interna de la oferta turística de México.

MÉXICO

- Durante 2010, se realizaron un total de 168 programas cooperativos en el mercado nacional, con una inversión total de 501.56 millones de pesos; de los cuales, 249.21 millones de pesos fueron aportados por los estados y los destinos, 20.36 millones de pesos por el sector privado y 231.99 millones de pesos por el CPTM.
 - Las entidades participantes fueron: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Colima, Chiapas, Chihuahua, Estado de México, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas; así como la Ciudad de México.
 - Los socios que participaron en los programas cooperativos fueron: Aeroméxico, *Best Day*, Bioparque Estrella, ETN, Feria del Globo, Feria de León, Festival de Música, Festival de Cine de Morelia, *Freixenet* Quesos VAI, Bernal, Ayuntamiento de Morelia, Hacienda Santa María Regla, Hotel *Holiday Inn* Pachuca, Hotel *Marriot*, Hotel Real del Bosque, Hoteles Santiago de Querétaro, Interjet, Operadora Basalto, Parque Acuático Ixtapan, Reino Animal, *Travelocity Mx*, Viajes Palacio, *Viva Aerobús* y *Volaris*.
- Durante el primer semestre de 2011, se trabajó con 30 entidades federativas en la distribución de los recursos asignados y revisión de propuestas. Resultado de ello, se pusieron en marcha seis programas cooperativos con una inversión por parte del CPTM de 31.79 millones de pesos, en coordinación con la Ciudad de México, Durango, Guerrero, San Luis Potosí, Quintana Roo y Yucatán.

NORTEAMÉRICA

- En 2010, se realizaron 164 programas cooperativos en el mercado de Norteamérica, con una inversión total de 319.93 millones de pesos, con la siguiente conformación: 132.76 millones de pesos del CPTM, 96.25 millones de pesos de los estados y destinos y 90.91 millones de pesos de los socios comerciales.
 - En los programas, participaron las siguientes entidades federativas: Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Colima, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Yucatán; junto con la Ciudad de México.
 - Se contó con la participación de los siguientes socios comerciales: Apple Vacations, Alaska Airlines, Bookit.com, Canandes, Continental Vacations, Delta Vacations, Expedia, GoGo Vacations, ITravel 2000, MLT Vacations, Orbitz, Sell off Vacations, Signature, Sunwing, Sun Country, Funjet, Thomas Cook, Total Vacations, Transat, Travelocity, US Airways, Virgin America y West Jet Vacations, entre otros.
- En el periodo de enero a junio de 2011 se trabajó en conjunto con estados y destinos en diversas propuestas para la ejecución de programas cooperativos. Como resultado, hasta junio de 2011, se ha ejecutado un programa cooperativo con Nuevo León por un monto de 1.9 millones de pesos y se tienen propuestas para realizar un estimado de 130 programas cooperativos en el mercado de Norteamérica.

EUROPA

- Para el mercado europeo, en 2010 se realizaron 15 programas cooperativos con la participación de Campeche y Quintana Roo y los socios comerciales: *Alpitur*, *Edden Viaggi* y *Esso Travel*.
 - La inversión de los socios comerciales ascendió a 4.3 millones de pesos, que sumados a los 2.8 millones de pesos de los destinos y 7.3 millones del CPTM, dan una inversión total de 14.5 millones de pesos.
- En el primer semestre de 2011, en coordinación con los estados de Campeche, Baja California Sur, Michoacán, Nayarit y Quintana Roo; se desarrollaron propuestas para realizar 35 programas cooperativos en el mercado europeo, algunos de ellos bajo el esquema tripartita.

LATINOAMÉRICA

- Durante 2010, el CPTM realizó seis programas cooperativos en los mercados de Argentina, Brasil y Colombia; con la participación de los socios comerciales: *Free Way*, *Julia Tours*, *Solways*, *Visual*, *ADV tour*, *Agaxtur*, *Ancoradouro*, Flot Operadora, *MMTGapnet*, *New Age*, Eurovips, Iberojet, Sol y Son, Logan y *Station Travel*.
 - Los programas se realizaron en coordinación con el estado de Quintana Roo y la Ciudad de México, logrando detonar una inversión total de 14.6 millones de pesos (2.1 millones de pesos aportados por el CPTM, 10.5 millones de pesos por los estados y destinos y 2 millones de pesos por los socios comerciales).
- Con la finalidad de impulsar la promoción a nivel internacional, en el primer semestre de 2011, se trabajó con los estados de Nayarit y Quintana Roo para realizar programas cooperativos en esta región, para lo cual se están desarrollando 20 propuestas de programas cooperativos.

10.2.4 CONGRESOS Y CONVENCIONES

El CPTM lleva a cabo acciones para promover la oferta de turismo de reuniones en ferias y eventos especializados, con organizadores de congresos, convenciones, viajes de incentivos y exposiciones.

- Durante el periodo septiembre de 2010 a agosto de 2011, la estrategia del CPTM se enfocó en incrementar la participación de representantes de destinos y prestadores de servicios en eventos internacionales dirigidos a la industria de negocios, mediante la participación de México con pabellones en las ferias relacionadas con el turismo de reuniones: *Incentive Travel and Meeting Executives* (Chicago, EUA), *EIBTM* (Barcelona, España); *IAEE* (Nueva Orleans, EUA), *IMEX* (Frankfurt, Alemania) y *AIBTM* (Baltimore, EUA)
- Se participó en 42 eventos internacionales con la asistencia de 48 expositores; eventos que contaron con un potencial de negocios conformado por 10 mil 500 compradores, destacando los siguientes: *Incentive Travel Exchange*, *Successful Meeting University*, *Society of Incentive Travel Executives*, *Springtime* y *American Society of Association Executives (ASAE)*.
- Asimismo, se celebraron en nuestro país eventos de la industria de reuniones, tales como:
 - *ASAE Five Star Weekend*, donde 110 directores generales de asociaciones norteamericanas conocieron la capacidad de organización e infraestructura turística de Cancún.
 - El Cónclave del *Certified Meetings Professional* en Cancún, donde 240 profesionales de la industria discutieron tópicos para la profesionalización del medio, pudiendo corroborar la experiencia de México en la realización de la COP 16.
- A través de agendas pre-establecidas de citas con compradores internacionales, se atendieron a más de 450 *meeting planners* durante eventos de la iniciativa privada realizados en México, como: *Meeting Place Riviera Maya*, *Expo Incentivos* y *Mexico Showcase & Meeting Place Mexico*.
- Con el fin de obtener mayor presencia y contacto entre la demanda extranjera y la oferta mexicana especializada, se desarrollaron estrategias comerciales a través de las alianzas con los principales organismos y asociaciones de la industria, entre ellos: *ASAE*, *IAEE*, *Meeting Professional International (MPI)*, *Congress & Convention Association (ICCA)*, *Professional Convention Management Association (PCMA)*. Asimismo, se estableció relación con nuevos organismos que han dado otra perspectiva del mercado para obtener más rendimiento, como es el caso de *Helms Briscoe*, *Conference Direct*, *Experient* y *Global Business Travel Association*.
 - Resultado de ello, se ha logrado contar con eventos que permiten realizar acciones de capacitación, investigación de mercados, prospección de negocio y asesoría, además de la presencia de marca.
 - o Durante la convención de *PCMA* en Las Vegas, se dieron a conocer las condiciones que existen en México para realizar eventos ante 3 mil convencionistas, quienes mostraron interés por conocer la oferta turística del país en materia de reuniones.
 - o Con la asistencia de 115 *meeting planners*, se realizó un gira denominada *Meetings in Mexico* en cinco ciudades (Londres, Montreal, Minneapolis, Los Ángeles y San Francisco), lo que propició encuentros de negocios entre prestadores de servicios de México y posibles clientes extranjeros. Derivado de ello, se evaluó la posibilidad de cierre de negocios de 100 grupos con un potencial de negocio de 56 millones de dólares y la ocupación de más de 103 mil cuartos noche para México para los próximos dos años.

- Se consolidó la relación con las distintas asociaciones mexicanas, a través de eventos con mayor calidad para la profesionalización de los prestadores de servicios, durante sus convenciones y seminarios, los cuales contaron con una participación en conjunto de 350 asistentes:
 - Quinta Convención de Meeting Professional International.
 - XIV Convención de Asociación de Profesionales de Ferias y Exposiciones.
 - Quinta Conferencia Anual de Global Business Travel Association.
 - Seminario de Manejo de Crisis de *Professional Congress Organizer*.
- A través de la herramienta tecnológica *Mexico Meeting Network*, se promueve el turismo de negocios entre los destinos turísticos mexicanos, propiciando que los *meeting planners* internacionales envíen sus requerimientos a través de solicitudes de propuestas (RFP, por sus siglas en inglés) y permitiendo que los recintos, hoteles y destinos reciban propuestas concretas de negocios.
 - Durante 2010, México recibió 5,402 RFP, principalmente para destinos de playa como Cancún, la Riviera Maya, Puerto Vallarta y Los Cabos.
 - En el primer semestre de 2011, se recibieron más de 1 mil 300 solicitudes para destinos de playa, así como para destinos del centro del país como León, Querétaro y Puebla.

10.2.5 MÉXICO COMO SEDE DE CONGRESOS MUNDIALES

- De septiembre de 2010 a agosto de 2011, se han celebrado eventos de gran magnitud en México, que consolidan al país como un lugar ideal para realizar grandes congresos, tales como:
 - COP 16, en Cancún, que contó con más de 12 mil participantes.
 - XXIV Congreso Panamericano de Medicina del Deporte, con 1 mil 500 participantes.
 - 47th International Psychoanalytical Association Congress, con 3 mil participantes.
 - Congreso Mundial de Cámaras de Comercio, con la participación de 5 mil personas.
- Con el fin de atraer un mayor número de congresos mundiales a México, se conformó un grupo de trabajo con los destinos, recintos y los organizadores profesionales de congresos, para que México incremente su participación dentro del foro internacional.
 - Como resultado, se cuenta con un portafolio de 25 candidaturas para el país; y se obtuvo la sede de la Cumbre Mundial del Turismo de Aventura, a celebrarse en Chiapas a finales de 2011, así como la sede de la 6ª Asamblea del Consejo Mundial de Ingenieros Civiles para 2012.
- México avanzó cinco lugares en el parámetro de la *International Congress & Convention Association* (ICCA) respecto al número de congresos internacionales realizados durante 2010, al pasar del lugar 27 en 2009, al lugar 22, con 140 congresos realizados.

10.2.6 ASESORÍA A LA OFERTA Y DEMANDA ESPECIALIZADAS

- Se apoyó la profesionalización de la oferta especializada de 150 asistentes de 25 destinos, mediante la capacitación impartida por expertos de EUA en el "3er Encuentro de la Industria México-Norteamérica", celebrado en Mérida, Yucatán; con la colaboración de altos ejecutivos de PCMA.
- Para alinear los esfuerzos de los destinos y recintos con la estrategia internacional, se sostuvieron encuentros con más de 500 prestadores de servicios de aquellos destinos turísticos que buscan integrarse a la estrategia de promoción internacional como son: Los Cabos, León, Tijuana, Campeche, Querétaro e Ixtapa.
- Se inició la promoción del **segmento de bodas y lunas de miel**, a través de las siguientes actividades:
 - Se asistió a 12 eventos referidos a bodas, en los que participaron 35 expositores, con un potencial de negocio de más de 450 bodas. Se participó en eventos donde las novias pueden conocer de manera directa a los destinos y a proveedores nacionales, como en el *Wedding Salon* en Nueva York, al que asistieron más de 1 mil 500 novias.
 - Se colaboró con la plataforma comercial denominada *Love Mexico*, en donde la oferta especializada en bodas promovió sus servicios en Los Ángeles y Nueva York. A finales de 2010, se tuvo presencia en la Riviera Maya, donde los organizadores de bodas internacionales conocieron la infraestructura

para este segmento y compartieron experiencias con los prestadores de servicios nacionales. A través de estos tres eventos, se logró establecer relación con más de 200 organizadores de bodas interesados exclusivamente en México.

- Se asistió a los eventos de *Great Bridal Expo* en distintas ciudades sedes (Los Ángeles, Nueva York, Miami y Phoenix), en los cuales se ha demostrado un gran interés por México.
- Se participó en el *Romance La Media Day*, en Los Ángeles. El evento estuvo enfocado a la prensa y consumidores, contando con la asistencia de 36 medios especializados.
- En coordinación con varios destinos turísticos como son Oaxaca, Cuernavaca, San Miguel de Allende, Puerto Vallarta, Riviera Maya y Acapulco, se ha participado en distintos eventos con stands mediante los cuales se promocionan los destinos más destacados para bodas y lunas de miel.
- Se continuó la promoción cibernética a través de los blogs y portales especializados como: Diálogos Latinos Blog de ABC, Yucatán Today de Juanita Stein, *Wedding Salon* Blog, entre otros.
- Se coordinó la integración de contenidos y la publicación de materiales colaterales de eventos como: DW&H y *Love Mexico*; así como inserciones en revistas con editoriales que mencionan la calidez y el atractivo de casarse en México, como el caso de *Honeymoon Destinations* y *Romance de Delta Vacations*, y sobre regulaciones para casarse en México en la revista *Travel & Leisure*.
- Se realizaron viajes de familiarización a Los Cabos, Puerto Vallarta y Riviera Maya con planeadores y fotógrafos de bodas, para contar con un mayor potencial de negocio y tener un mayor enfoque mediático en publicaciones, blogs y fotografías de importantes revistas.
- Con el fin de conocer la oferta nacional idónea para el segmento de bodas, se realizaron visitas de inspección a San Miguel de Allende, Tequila, Guadalajara, Acapulco, Cuernavaca, Riviera Maya con un registro en conjunto de aproximadamente 100 propiedades adecuadas como destinos para bodas.

10.3 TIANGUIS TURÍSTICO

- El CPTM llevó a cabo la organización de la **edición 36 del Tianguis Turístico**, del 25 al 28 de marzo de 2011 en Acapulco, Guerrero.
 - Esta edición congregó a 2 mil 747 participantes que concertaron 16 438 citas de negocios, de las cuales se estima que 50 por ciento se concretarán en venta de productos y servicios turísticos.
 - Participaron 403 empresas con un registro de 1 mil 829 expositores de la industria turística mexicana; así como 918 compradores provenientes de 24 países, incluyendo México.
 - El tianguis fortaleció el programa de incentivos a nuevos mercados, a través del programa *Hosted Buyers*, el cual logró una inscripción de 90 nuevos compradores provenientes de 16 países: Alemania, Argentina, Brasil, Canadá, Corea, China, España, EUA, Francia, Holanda, India, Inglaterra, Italia, Irlanda, Polonia y Suiza.
 - La cobertura del evento se realizó a través de 547 medios nacionales, especializados en economía, finanzas y turismo, principalmente; así como por 32 medios extranjeros provenientes de los mercados de Norteamérica, Latinoamérica y Europa.
 - De acuerdo con la evaluación realizada del tianguis, tanto los compradores como los vendedores estuvieron satisfechos con el evento, al ser calificado por el 89 por ciento de los encuestados como excelente o muy bueno.
- Con el fin de fortalecer la promoción de todos los destinos turísticos de México, y en atención a las solicitudes de los gobiernos de los estados, así como del sector turístico nacional e internacional para tener un tianguis itinerante, del 15 de abril al 13 de mayo de 2011, con estricto apego a la ley, se emitió la convocatoria para la nueva sede del **Tianguis Turístico México**.
 - Se recibieron propuestas de 18 entidades federativas: Campeche, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Veracruz, Yucatán y el Distrito Federal.
 - o El 28 de julio de 2011, se declaró a Puerto Vallarta-Riviera Nayarit como destino ganador para ser la sede del Tianguis Turístico 2012, a la ciudad de Puebla para ser la sede en 2013 y a la ciudad de Cancún para 2014.

10.4 OTRAS ACTIVIDADES DE DIFUSIÓN

Para impulsar la actividad y la promoción turística del país durante el Año del Turismo, la SECTUR fortaleció su estrategia de comunicación social en los medios tradicionales (impresos, radio y televisión) e incursionó en las redes sociales del mundo cibernético.

- Ante la importancia e influencia que han tomado las redes sociales en la actualidad, como un medio de comunicación interactivo y versátil, la SECTUR creó un canal de comunicación propio para informar en tiempo presente sobre las actividades de la dependencia y temas de importancia para el sector. A agosto de 2011, mediante más de 2 mil 100 comentarios, se ha logrado mantener informado a cerca de 15 mil usuarios.
- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, con el fin de: i) dar a conocer la situación actual del sector turismo, ii) fomentar la cultura turística y iii) dar a conocer los servicios que ofrece la SECTUR a través de la Corporación Ángeles Verdes y del número 078, se realizó la difusión de las siguientes campañas a nivel nacional:
 - La campaña “Día mundial de Turismo”, el 27 de septiembre de 2010 en medios impresos, así como en radio y televisión utilizando los tiempos oficiales del Estado.
 - La campaña “Rutas Conmemorativas”, en noviembre y diciembre de 2010, en medios impresos y en radio y televisión a través de los tiempos oficiales del Estado. El objetivo fue dar a conocer las ofertas turísticas en conmemoración del Centenario de la Revolución Mexicana.
 - La campaña “Ángeles Verdes”, durante el mes de diciembre de 2010, a través de medios impresos, spots de radio y televisión (tiempos oficiales del Estado), y la entrega de guías turísticas en las principales carreteras del país. El fin de la campaña fue difundir los servicios de orientación turística y asistencia vial que ofrece el CAV durante las 24 horas del día en el periodo vacacional de invierno.
 - La campaña “2011, Año del Turismo en México”, implementada durante marzo y abril de 2011 en medios impresos y a través de tiempos oficiales en radio y televisión. El objetivo fue informar sobre el decreto presidencial que designa al 2011 como el Año del Turismo en México, destacar la importancia del sector en la economía, e incentivar a viajar en los destinos turísticos del país.
 - La campaña “Ángeles Verdes estamos para ayudarte”, durante abril de 2011 en las vacaciones de Semana Santa, para informar sobre los servicios que ofrece el CAV en las carreteras del país (orientación turística, asistencia mecánica, radiocomunicación de emergencia y auxilio en casos de accidentes). Se ocuparon medios impresos nacionales y tiempos de Estado en radio y televisión.
 - “Un Ángel Verde te acompaña”, campaña de verano realizada en los meses de julio y agosto de 2011, para destacar la labor de la CAV en las carreteras de la república mexicana. Para su difusión, se utilizaron medios impresos y tiempos de Estado en televisión, y se llevó a cabo la distribución de 55 mil mapas con información de las Rutas de México entre los viajeros que transitaban en las principales carreteras.
 - “2011, Año del Turismo en México”. Se llevó a cabo su relanzamiento durante los meses de julio y agosto de 2011 a través de tiempos oficiales de radio y televisión, con la finalidad de incentivar el viaje a los distintos destinos turísticos del país y fortalecer así el sector turismo.

11. CONCURRENCIA LEGAL

11.1 FACILITACIÓN TURÍSTICA

11.1.1 PROYECTO NACIONAL DE FACILITACIÓN TURÍSTICA

- En el marco de la **Comisión Ejecutiva de Turismo**, al mes de agosto de 2011 se lograron avances en 20 de los 22 temas que integran el Proyecto Nacional de Facilitación Turística: ocho temas se concluyeron y 12 cuentan con un avance de más del 60 por ciento.
 - Los trabajos de facilitación del segmento de turismo de pesca deportiva, permitieron actualizar la "Guía de Pesca Deportiva y Recreativa", con información básica sobre los principales destinos para los turistas que practican esta disciplina. La Guía se difundirá por medios electrónicos.
 - La SECTUR, en coordinación con el INAH, distribuyó la "Guía IMAGINAH" del segmento de turismo cultural, en los módulos temporales del Centro Integral de Atención al Turista (CIAT), ubicados en el aeropuerto internacional de la Ciudad de México y en las terminales de autobuses del Distrito Federal, así como en las principales embajadas de México en países hispanoparlantes.
 - En atención al segmento de turismo de cruceros, se continuó trabajando en la actualización de la "Guía para la Facilitación en el Arribo de Cruceros a México", cuya difusión se realizará de manera electrónica.
 - La mesa de trabajo conformada por la SECTUR, la SCT y la Administración del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, continuó la búsqueda de mecanismos de apoyo al turismo carretero, a efecto de que los guías de turistas que cumplan con la normatividad vigente, obtengan el beneficio de exención del pago por el uso de piso en la zona federal del aeropuerto.

11.1.2 SISTEMA DE APERTURA RÁPIDA DE EMPRESAS (SARE) MODALIDAD TURÍSTICA

- Con el fin de promover en los municipios la creación de empresas mediante la reducción de factores de discrecionalidad, tiempo y costo de apertura, durante octubre y noviembre de 2010, la SECTUR, en coordinación con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, realizó la apertura de 10 ventanillas del **Sistema de Apertura Rápida de Empresas en su modalidad Turística (SARE Turístico)** en los municipios de: Tulum, Cozumel, Solidaridad, Othón P. Blanco y Benito Juárez del estado de Quintana Roo; así como en Celaya, Guanajuato, Irapuato, León y San Miguel de Allende en el estado de Guanajuato. Con ello, al mes de agosto de 2011 se encuentran en operación 14 módulos del SARE Turístico.
 - Actualmente se encuentra en proceso de gestión la apertura de ventanillas del SARE Turístico en diversos municipios de los estados de Campeche, Morelos, Oaxaca y Puebla, derivado de la solicitud hecha por los gobiernos estatales respectivos, durante el primer semestre de 2011.

11.2 NORMALIZACIÓN TURÍSTICA

- En el marco del **Programa Nacional de Normalización**, durante el periodo septiembre de 2010 a agosto de 2011, destacan las siguientes acciones del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística:
 - El 6 de septiembre de 2010, la SECTUR, con la aprobación del comité, publicó en el Diario Oficial de la Federación la Norma Oficial Mexicana (NOM) NOM-06-TUR-2009, que contiene requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos.
 - El 9 de mayo de 2011, el Subcomité de Seguridad Contractual del comité inició la revisión de la NOM-01-TUR-2002, relativa a los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas.
 - El 2 de junio de 2011, el Subcomité de Operadoras de Buceo del comité inició la revisión de la NOM-05-TUR-2003, referente a los requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio.
 - El 17 de mayo de 2011, se conformó el grupo técnico de trabajo de la SECTUR para iniciar la revisión del anteproyecto de modificación de la NOM-006-SCT4-2006, relativa a las especificaciones

técnicas que deben cumplir los chalecos salvavidas, en atención a los segmentos de turismo náutico y turismo de aventura.

- En marzo y abril de 2011, se realizaron dos talleres de capacitación en materia de normalización, en los cuales participaron los sectores público, privado y académico.
- Asimismo, la SECTUR participó en el grupo técnico de trabajo del Comité Consultivo Nacional de Transporte Terrestre de la SCT, para modificar la NOM-034-SCT2-2003, en materia de señalamiento horizontal y vertical de carreteras y vialidades urbanas.
- Con el fin de fortalecer las actividades de normalización turística, la SECTUR, en coordinación con la Secretaría de Economía y el Instituto Mexicano de Normalización y Certificación A. C., llevó a cabo el evento internacional "Taller de Tendencias Internacionales de Regulación Turística", el 15 de julio de 2011.
 - En el evento se contó con la participación de los entes normalizadores de España, Brasil, Honduras, Bolivia y República de Trinidad y Tobago, así como de la Secretaría Técnica del Comité Técnico de Turismo y Servicios Relacionados de la *International Organization for Standardization* (ISO).
- Se realizaron las siguientes acciones en materia de aprobación y seguimiento de las unidades de verificación:
 - La evaluación de vigilancia de la unidad de verificación denominada *Quality Network* Verificación y Sistemas de Calidad, S.A., de C.V., para las normas: NOM-06-TUR-2000, NOM-07-TUR-2002, NOM-08-TUR-2002 y NOM-010-TUR-2001.
 - La evaluación de vigilancia de la unidad de verificación denominada Sociedad Mexicana de Normalización y Certificación S.C., para las normas: NOM-05-TUR-2003, NOM-07-TUR-2002 y NOM-010-TUR-2001.
 - La renovación de la aprobación de la unidad de verificación denominada *Factual Services*, S. C., para las normas: NOM-07-TUR-2002, NOM-08-TUR-2002, NOM-10-TUR-2001 y NOM-11-TUR-2001.
 - La evaluación de verificadores de la unidad de verificación denominada *Factual Services*, S. C., para las normas NOM-07-TUR-2002 y NOM-10-TUR-200.
- De septiembre de 2010 a junio de 2011 se atendieron 1 mil 264 solicitudes de **trámites de acreditación de guías de turistas** (acreditación inicial, refrendo, canje y reposición), emitiendo 1 mil 131 credenciales de acreditación.
- En el marco de los Foros Regionales sobre el Marco Normativo Aplicable al Sector Turismo, en septiembre y octubre de 2010 se llevaron a cabo talleres de capacitación a funcionarios de los estados de: Campeche, Guanajuato, Oaxaca, Veracruz, Quintana Roo, Yucatán, Baja California Sur, Colima, Jalisco, Nuevo León, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora y Zacatecas.

11.3 VERIFICACIÓN TURÍSTICA

A través del **Registro Nacional de Turismo**, a cargo de la SECTUR, se realiza la inscripción de los prestadores de servicios turísticos que existen en el país, lo que permite conocer el mercado del sector turismo y establecer comunicación entre la secretaría y las empresas que lo conforman.

- En el periodo de septiembre de 2010 a julio 2011, se atendieron 783 trámites de registro: 602 trámites de agencias de viajes, 120 de establecimientos de hospedaje, 40 trámites de establecimientos de alimentos y bebidas, 14 de transportadoras turísticas, tres trámites de registros especiales (marinas, embarcaciones), dos de empresas de sistemas de intercambio y dos trámites más de una arrendadora de vehículos y una operadora de buceo.
 - Se atendieron 119 quejas y sugerencias presentadas por los turistas, a través de diversos medios (electrónico, escritos, formatos foliados y formatos de porte pagado).
- Se realizaron 475 visitas de **verificación a prestadores de servicios turísticos** en 22 entidades federativas: Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Colima, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas. Como resultado del dictamen de las visitas, se iniciaron 113 procedimientos administrativos en materia de infracción.

11.4 MODERNIZACIÓN DEL MARCO JURÍDICO

- Durante el periodo comprendido entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, la SECTUR emitió su opinión sobre 39 iniciativas y minutas que reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones legales, así como de un anteproyecto de ley, mismas que fueron presentadas por los legisladores de diversos grupos parlamentarios y que involucran al sector turístico.

12. INNOVACIÓN Y CALIDAD

12.1 EJERCICIO DEL PRESUPUESTO

- Durante el ejercicio fiscal 2010, la Secretaría de Turismo (SECTUR) y su sector coordinado ejercieron recursos fiscales por un monto que ascendió a 5 mil 461.8 millones de pesos. Del monto total, la SECTUR ejerció 2 mil 126.3 millones de pesos; el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) ejerció 1 mil 297.9 millones de pesos; el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (CPTM), 1 mil 808.1 millones de pesos y el FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V., 229.5 millones de pesos.
- En el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) para el ejercicio fiscal 2011, se asignaron recursos al sector "Turismo" por un monto total de 4 mil 818.3 millones de pesos, 22.4 por ciento superior al monto original autorizado en el PEF 2010 (3,935.8 millones de pesos), con la siguiente distribución:
 - 2 mil 506.5 millones de pesos para la SECTUR; 1 mil 508.5 millones de pesos para el FONATUR; 682.4 millones de pesos para el CPTM; y 120.9 millones de pesos para el FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- De manera adicional, el Congreso de la Unión autorizó que 70 por ciento de los recursos generados por concepto del Derecho de No Inmigrante (DNI) que pagan los extranjeros que se internan al territorio nacional, se transfiera al CPTM, y 10 por ciento se transfiera al FONATUR¹⁰. Se estima que para el ejercicio fiscal 2011, se recibirán entre 1 mil 600 millones de pesos y 1 mil 920 millones de pesos por concepto de DNI. Con ello:
 - El presupuesto total del CPTM oscilará entre 2 mil 068.3 millones de pesos y 2 mil 362.4 millones de pesos, y
 - El presupuesto del FONATUR será de un monto entre 1 mil 722.6 millones de pesos y 1 mil 748.5 millones de pesos de recursos fiscales.
- Tomando en consideración los dos conceptos de recursos señalados (presupuesto original y estimación del DNI), el presupuesto total estimado a ejercer en 2011 por la SECTUR y su sector coordinado, oscila en el rango de 6 mil 418.3 millones de pesos y 6 mil 738.3 millones de pesos.

12.2 DESARROLLO ORGANIZACIONAL

ACTUALIZACIÓN DE LOS MANUALES DE ORGANIZACIÓN Y DE PROCEDIMIENTOS

- Durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, en cumplimiento al artículo 19 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, se actualizaron y difundieron los siguientes manuales de organización específicos de distintas unidades administrativas:
 - Manual de Organización General de la Secretaría de Turismo.
 - Manual de Organización de la Subsecretaría de Operación Turística, en el que se integraron los manuales de organización específicos de las Direcciones Generales de: Programas Regionales, Desarrollo de Productos Turísticos, Mejora Regulatoria y Desarrollo de la Cultura Turística.
 - Manual de Organización de la Subsecretaría de Planeación Turística, en el cual se integraron los manuales de organización específicos de las Direcciones Generales de Información y Análisis y de Planeación Estratégica y Política Sectorial.
 - Manual de Organización Específico del Centro de Estudios Superiores en Turismo.
 - Manual de Organización Específico de la Corporación Ángeles Verdes.
- Asimismo, se integraron, actualizaron y difundieron los manuales de procedimientos de las siguientes unidades administrativas:
 - Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos.
 - Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística.

10 / El 20 por ciento restante de los recursos generados por el DNI, se transfieren al Instituto Nacional de Inmigración.

- Dirección General de Planeación Estratégica y Política Sectorial.
- Centro de Estudios Superiores en Turismo.
- Se formularon, actualizaron y difundieron los siguientes documentos normativos:
 - Políticas, Bases y Lineamientos en Materia de Adquisiciones, Arrendamientos de Bienes Muebles y Contratación de Servicios de cualquier naturaleza.
 - Lineamientos para la Elaboración de Programas de Trabajo.
 - Procedimiento de Rescisión Administrativa de Contrato por Incumplimiento de Proveedor o Prestador de Servicios.

12.2.1 MEJORA REGULATORIA

- Con la finalidad de simplificar la normatividad de la SECTUR, Mejora del Servicio a Usuarios del se aplicó un Programa de Tala Regulatoria (Regulación Base Cero), con lo cual, se dieron de baja 26 disposiciones administrativas internas durante el periodo septiembre de 2010 a agosto de 2011, que facilitan la operación al interior de la dependencia.
- Con la finalidad de hacer más eficiente la operación de la SECTUR hacia el interior y para los usuarios externos, de enero a agosto de 2011, en el marco del **Programa de Mejora de la Gestión (PMG)**, se registraron tres proyectos específicos:
 - Trámite de Acreditación de Guía de Turistas, con el propósito de mejorar las condiciones en la atención y la calidad del servicio para los usuarios del trámite de acreditación de guías de turista.
 - Diseño del Proceso de Rescisión de Contrato a Proveedores por Incumplimiento, con el fin de implementar un proceso para rescindir los contratos de proveedores que han incumplido con las condiciones del mismo.
 - Mejora del Subproceso de Viáticos en el Sistema de Contabilidad y Presupuesto (SICOP) de la SECTUR; con la finalidad de controlar el gasto de viáticos y su registro presupuestario y contable a través del SICOP, mediante una reducción del tiempo para su realización y optimización de su comprobación.

12.3 TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

- Para continuar fomentando una cultura de transparencia dentro de la SECTUR, en el periodo de agosto de 2010 a julio de 2011, se atendió de manera puntual el total de solicitudes de información registradas en el **Sistema de Solicitudes de Información (INFOMEX)**, que ascendió a 637 solicitudes; y se atendieron siete recursos de revisión interpuestos ante el Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos.
- Se actualizó la información del **Portal de Obligaciones de Transparencia (POT)**, de acuerdo con lo que establece la ley en la materia, por lo que se incrementó la calificación otorgada por el IFAI en el rubro, de 77.4 por ciento de avance para el primer semestre de 2010, a 98.3 por ciento en el segundo semestre del mismo año. De igual manera, el **Comité de Información de la Secretaría de Turismo** celebró 12 sesiones ordinarias, en las que se atendieron los asuntos en materia de acceso a la información pública y clasificación de información, entre otros temas.
- Conforme a las disposiciones establecidas por la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción en la Administración Pública Federal, para continuar con el ejercicio de rendición de cuentas sobre las acciones gubernamentales en 2010, se invitó en los meses de junio y julio de 2010 a actores sociales (organizaciones empresariales y universidades) vinculados con la SECTUR para que propusieran temas para la rendición de cuentas del Gobierno Federal.
 - La liga electrónica para acceder a las bases y formular propuestas se publicó en el apartado de "Transparencia y Rendición de Cuentas" del portal oficial de Internet de la Secretaría de Turismo. Conforme a la información proporcionada por la Secretaría de la Función Pública, no se recibieron propuestas de temas a cargo de la SECTUR.

12.4 ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

12.4.1 PROMOCIÓN DE LA ÉTICA PROFESIONAL DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS

- Durante 2010, con el propósito de reforzar las bases del comportamiento requerido en el servicio público, se impartieron sesiones informativas sobre principios éticos y valores en el quehacer institucional a 522 servidores públicos de la SECTUR, equivalente al 81 por ciento del total de personal. La participación del 19 por ciento del personal restante se tiene prevista en el ciclo 2011.
 - De enero a agosto de 2011, la SECTUR impartió un nuevo ciclo de sesiones informativas para 148 servidores públicos del FONATUR y de sus empresas filiales. Con ello, durante el periodo 2010-2011 se ha realizado una cobertura de 452 personas, aproximadamente dos tercios del total del personal del FONATUR.

12.4.2 CULTURA INSTITUCIONAL

- En cumplimiento al Programa de Cultura Institucional, cuyo objetivo es construir condiciones que posibiliten la igualdad entre hombres y mujeres, a cargo del Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), durante el ejercicio 2010: se realizaron reportes semestrales de resultados, indicadores y avances; se difundió de manera interna el plan de acción del programa, así como del protocolo de intervención de hostigamiento y acoso sexual.
- Se participó en distintos cursos y eventos organizados por el INMUJERES, como son: el curso de sensibilización en materia de género; presentación del protocolo de intervención para casos de hostigamiento y acoso sexual en la Administración Pública Federal; foro sobre conciliación corresponsable entre la vida laboral, familiar, personal e institucional; y en el Segundo Seminario Internacional de Cultura Institucional, celebrado el 15 y 16 de junio de 2011 en las instalaciones de la Secretaría de Relaciones Exteriores en la Ciudad de México.

12.4.3 BLINDAJE ELECTORAL

- Con la finalidad de prevenir el uso indebido de los recursos federales para hacer proselitismo electoral, durante 2010 y los primeros ocho meses de 2011, se instrumentaron medidas preventivas de control interno en todas las oficinas regionales de la Secretaría de Turismo (correspondientes a las Jefaturas de Servicios de la Corporación Ángeles Verdes), localizadas en las 21 entidades federativas en las que se llevaron a cabo procesos electorales. Se realizó el monitoreo sobre el cumplimiento del horario de trabajo y del uso del parque vehicular, inmuebles, máquinas, equipos, materiales y recursos. Se realizó la difusión periódica de información para prevenir delitos electorales y responsabilidades administrativas.
 - Se instalaron rótulos en las radio-patrullas que proporcionan el servicio de asistencia y auxilio turístico en carreteras y en las oficinas, 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).
 - Con el apoyo de Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) se impartieron cursos (presenciales y por medios electrónicos), en materia de blindaje electoral y prevención de delitos, en los cuales se tuvo una cobertura del 85 por ciento del personal.
 - o Como resultado, no se registró ninguna queja o denuncia asociada con delitos electorales, de conformidad a la información referida por el Órgano Interno de Control de la SECTUR.

12.5 MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

- Con la finalidad de hacer más eficiente la operación de la SECTUR y brindar al usuario externo un servicio de mayor calidad, durante el periodo de septiembre de 2010 a agosto de 2011, se realizaron las siguientes acciones en materia de Tecnologías de Información: se actualizó la plataforma tecnológica de la SECTUR, para ofrecer portabilidad a los funcionarios públicos, y se amplió el ancho de banda de Internet; se estableció un sistema de comunicación digital y dirección IP en oficinas centrales y foráneas de la dependencia; se establecieron plataformas de colaboración para el intercambio de información en el sector turismo; se consolidaron los servicios integrales.

12.6 CONTROL INTERNO

12.6.1 COMITÉ DE CONTROL Y DESEMPEÑO INSTITUCIONAL

- Derivado de la publicación, en julio de 2010, del Acuerdo por el que se Emiten las Disposiciones en Materia de Control Interno y se expide el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, el 20 de diciembre de 2010 se llevó a cabo la instalación formal del **Comité de Control y Desempeño Institucional** (COCODI) de la SECTUR y de sus órganos desconcentrados (Centro de Estudios Superiores en Turismo y la Corporación Angeles Verdes).
 - El 22 de junio de 2011 se realizó la primera reunión de COCODI, en la que se presentó y validó la Matriz de Riesgos Institucional.
 - Además de los propósitos que establece el manual respectivo, el COCODI de la SECTUR será la base para el diseño y aplicación de un sistema de administración de riesgos efectivo, así como la operación de un modelo eficaz de control interno, estableciendo los mecanismos adecuados para evitar y contrarrestar los eventos que pudieran afectar el buen desempeño institucional.
- Con base en el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, durante mayo y junio de 2011 se aplicó la **encuesta de autoevaluación del estado que guarda el sistema de control interno institucional** en la SECTUR, con corte al 30 de abril del mismo año.
 - La encuesta se aplicó en tres niveles: estratégico, directivo y operativo; sus resultados son la base para la presentación del Informe Anual sobre el Estado que guarda el Sistema de Control Interno Institucional en la dependencia, y servirán como insumo para la integración del Programa de Trabajo del Sistema de Control Interno 2011, el cual quedó debidamente incorporado en el sistema correspondiente durante julio de 2011.

ANEXOS

ANEXO I. ESTADÍSTICAS

INDICADORES DEL TURISMO EN MÉXICO, 2002-2010

Concepto	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009 ^{p/}	2010 ^{p/}
PIB Turismo Base 2003 ^{*1/}	n.d.	630 145	699 946.5	742 152.3	804 523.3	859 560.3	910 361.3	906 011.2	n.d.
Balanza Turística ^{**2/}	2 798.32	3 108.44	3 836.54	4 203.02	4 068.31	4 477.16	4 763.15	4 143.5	4 475.14
Ingresos ^{**2/}	8 857.99	9 361.73	10 795.5	11 803.4	12 176.5	12 851.9	13 289.0	11 275.2	11 59.9
Egresos ^{**2/}	6 059.67	6 253.29	6 959.02	7 600.39	8 108.26	8 374.75	8 525.85	7 131.7	7 283.5
Crédito otorgado por el sistema bancario a la actividad turística ^{*2/}	16 752.1	16 726.8	14 612.9	17 244.9	16 769.6	28 562.4	38 092	39 649.3	38 687
Banca comercial ^{2/}	12 850.1	12 913.4	11 370.9	14 668.2	14 295.4	26 879.5	35 287.5	35 466.4	34 253
Banca de desarrollo ^{2/}	3 902.0	3 813.4	3 242	2 576.7	2 474.2	1 682.9	2 804.5	4 128.9	4 434
Crédito aprobado por FONATUR ^{*3/}	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Inversión extranjera directa ^{**4/}	233.3	349.1	565.3	813.0	808.3	1 515.7	2 229.3	46.6	51.9
PIB de turismo /PIB total ^{1/} (%)	n.d.	8.8	8.6	8.4	8.1	8.1	7.7.	8.0.	n.d.
Ingresos por turismo respecto a ingresos en cuenta corriente (%)	4.7	4.8	4.8	4.6	4.1	4.0	3.9	4.2	3.5

p/ Cifras preliminares.

*Millones de pesos.

**Millones de dólares.

FUENTES: 1/ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. 2/ Banco de México. 3/ Fondo Nacional de Fomento al Turismo. 4/ Secretaría de Economía.

VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO, 2011

(Miles de personas)

Concepto ^{p/}	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Enero-Junio		Variación(%) 11/10
							2010	2011	
Visitantes Internacionales a México	6 427.4	5 972.4	6 945.3	6 540.1	6 248.0	6 075.4	41 537	38 209	-8.0
Turistas Internacionales	1 964.7	1 823.7	2 081.2	1 894.6	1 824.7	1 850.8	11 073	11 440	3.3
Turismo al Interior	1 131.2	1 113.0	1 283.9	1 119.8	915.8	1 038.8	6 731	6 602	-1.9
Turismo Fronterizo	833.5	710.7	797.4	774.8	908.9	812.0	4 342	4 837	11.4
Excursionistas Internacionales	4 462.6	4 148.6	4 864.1	4 645.5	4 423.3	4 224.6	30 464	26 769	-12.1
Excursionistas Fronterizos	3 838.4	3 596.0	4 230.8	4 102.4	4 098.8	3 886.8	27 137	23 753	-12.5
Pasajeros en Crucero	624.2	552.7	633.3	543.1	324.5	337.9	3 327	3 016	-9.3

p/ Cifras preliminares.

FUENTE: Banco de México.

GASTO DE VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO, 2011

(Millones de dólares)

Concepto ^{p/}	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Enero-Junio		Variación (%) 11/10
							2010	2011	
Visitantes Internacionales a México	1 077.8	1 026.8	1 236.9	1 034.5	866.9	935.6	6 383.2	6 178.6	-3.2
Turistas Internacionales	914.0	876.8	1 054.0	856.8	707.6	785.4	5 340.3	5 194.6	-2.7
Turismo al Interior	870.7	838.3	1 014.2	816.8	657.5	737.0	5 086.3	4 934.6	-3.0
Turismo Fronterizo	43.3	38.6	39.7	40.0	50.0	48.4	254.0	260.0	2.4
Excursionistas Internacionales	163.7	150.0	182.9	177.8	159.3	150.2	1 043.0	984.0	-5.7
Excursionistas Fronterizos	107.0	100.1	125.0	128.3	130.1	119.4	754.9	709.9	-6.0
Pasajeros en Crucero	56.8	49.9	57.9	49.5	29.3	30.8	288.0	274.1	-4.8

p/ Cifras preliminares.

FUENTE: Banco de México.

RESUMEN GENERAL DEL TURISMO INTERNACIONAL, 2010-2011

Concepto ^{P/}	Enero-junio		Variación % 11/10
	2010	2011	
Visitantes Internacionales a México (miles de personas)	41 537	38 209	-8.0
Turistas Internacionales	11 073	11 440	3.3
Turismo al Interior	6 731	6 602	-1.9
Turismo Fronterizo	4 342	4 837	11.4
Excursionistas Internacionales	30 464	26 769	-12.1
Excursionistas Fronterizos	27 137	23 753	-12.5
Pasajeros en Crucero	3 327	3 016	-9.3
Gasto de los Visitantes Internacionales a México (millones de dólares)	6 383.2	6 178.6	-3.2
Turistas Internacionales	5 340.3	5 194.6	-2.7
Turismo al Interior	5 086.3	4 934.6	-3.0
Turismo Fronterizo	254.0	260.0	2.4
Excursionistas Internacionales	1 043.0	984.0	-5.7
Excursionistas Fronterizos	754.9	709.9	-6.0
Pasajeros en Crucero	288.0	274.1	-4.8

P/ Cifras preliminares.

FUENTE: Banco de México.

INDICADORES DE TURISMO NACIONAL A HOTEL, 2010-2011

Concepto	Enero-junio		Variación (%) 11/10
	2010	2011	
Llegada de Turistas Nacionales a Hoteles (Miles de personas)	29 026	30 291	4.4
Turistas Nacionales-Noche (Miles de personas)	47 627	49 454	3.8
Estadía Promedio (Noches/Turista)*	1.6	1.6	0.0

FUENTE: Secretaría de Turismo, con base en el Sistema de Monitoreo DataTur.

LLEGADA DE PASAJEROS A LOS AEROPUERTOS, 2010-2011

Concepto ^{p/}	Enero-junio		Variación (%) 11/10
	2010	2011	
Total	19 148 953	18 966 374	-1.0
En vuelos nacionales	12 076 047	11 961 102	-1.0
Regulares Nacionales	11 992 059	11 850 245	-1.2
Chárter Nacionales	83 988	110 857	32.0
En vuelos internacionales	7 072 906	7 005 272	-1.0
Regulares Internacionales	6 514 136	6 554 761	0.6
Chárter Internacionales	558 770	450 511	-19.4

p/ Cifras preliminares.

FUENTE: Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

LLEGADA DE VUELOS A LOS AEROPUERTOS, 2010-2011

Concepto ^{p/}	Enero-junio		Variación (%) 11/10
	2010	2011	
Total	258 827	230 065	-11.1
Nacionales	191 283	164 251	-14.1
Regulares Nacionales	190 105	162 511	-14.5
Chárter Nacionales	1 178	1 740	47.7
Internacionales	67 544	65 814	-2.6
Regulares Internacionales	63 699	62 922	-1.2
Chárter Internacionales	3 845	2 892	-24.8

P/ Cifras preliminares.

FUENTE: Aeropuertos y Servicios Auxiliares.

NÚMERO DE CUARTOS OCUPADOS PROMEDIO DIARIO, 2011

Concepto	Enero-junio 2011 ^{1/}	Variación (%) 11/10
Centros de Playa	86 589	0.0
CIP's	29 326	-0.8
Ciudades	80 911	4.6
Grandes	36 949	5.9
Del Interior	38 582	5.3
Fronterizas	5 379	-7.5
Total	167 500	2.2

FUENTE: Secretaría de Turismo. Monitoreo DataTur.

ANEXO II. GLOSARIO

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.

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.

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 fronteriza.
- **Excursionista en Crucero.** Todo Excursionista Internacional que ingresa al país visitado por vía marítima.



TIPOS DE TURISMO

- **Turismo Interno o Doméstico.** Es el que realizan las personas residentes en un país cuando viajan dentro del mismo, ya sea como turistas nacionales o como excursionistas nacionales.
- **Turismo Receptivo.** Bajo la perspectiva del país del destino, es el que realizan personas residentes en otros países cuando viajan al primero, ya sea como turistas internacionales o como excursionistas internacionales.
- **Turismo Egresivo.** Bajo la perspectiva del país de origen, es el que realizan las personas residentes en él cuando viajan a otro país o países, ya sea como turistas internacionales o como excursionistas internacionales.

ANEXO III. SIGLAS

- ACIS. Administración Costera Integral Sustentable.
- AEC. Asociación de Estados del Caribe.
- AIBTM. *The America's Meetings and Events Exhibition.*
- AICM. Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.
- AMPROFEC. Asociación de Profesionales de Ferias y Exposiciones.
- APEC. Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico.
- APF. Administración Pública Federal.
- ASAE. *American Society of Association Executives.*
- BANOBRAS. Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos.
- CANIRAC. Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados.
- CAV. Corporación Ángeles Verdes.
- CCRR. Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos.
- CEDOC. Centro de Documentación.
- CESTUR. Centro de Estudios Superiores en Turismo.
- CFE. Comisión Federal de Electricidad.
- CIAT. Centro Integral de Atención al Turista.
- CICC. Comisión Intersecretarial de Cambio Climático.
- CIP. Centro Integralmente Planeado.
- CMNUCC. Convención Marco de las Naciones Unidas sobre Cambio Climático.
- CNET. Consejo Nacional Empresarial Turístico.
- CNT. Confederación Nacional Turística.
- COCODI. Comité de Control y Desarrollo Institucional.
- COMERI. Comité de Mejora Regulatoria.
- CONACULTA. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- CONACYT. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.
- CONAGO. Confederación Nacional de Gobernadores.
- CONAGUA. Comisión Nacional del Agua.
- CONANP. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.
- CONCANACO-SERVYTUR. Confederación de Cámaras de Comercio, Servicios y Turismo.
- CONLETUR. Consejo Nacional de Legisladores en Materia de Turismo.
- COP 16. Décima Sexta Conferencia de las Partes de la Convención Marco de las Naciones Unidas.
- CPTM. Consejo de Promoción Turística de México.
- CROC. Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos.
- CROM. Confederación Regional Obrera Mexicana.
- CSTM. Cuenta Satélite del Turismo en México.
- CTM. Confederación de Trabajadores de México.
- DICAT. Departamento de Información y Comunicación para Asistencia al Turista.
- DIF. Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.
- DNI. Derecho de No Inmigrante.
- DOF. Diario Oficial de la Federación.
- EIBTM. *Global Meetings and Events Exhibition.*
- EUA. Estados Unidos de América.
- FEPADE. Fiscalía Especializada para la Detención de Delitos Electorales.
- FITUR. Feria Internacional de Turismo en Madrid.
- FONATUR. Fondo Nacional de Fomento al Turismo.
- GIZ. Agencia Alemana para la Cooperación Internacional, por sus siglas en alemán.
- GT-INT. Grupo de Trabajo de Asuntos Internacionales.
- GT-REDD+. Grupo de Trabajo de Reducción de Emisiones por Deforestación y Degradación.
- IAEE. *International Association of Exhibitions and Events.*
- ICCA. *International Congress & Convention Association.*
- IFAI. Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos.
- IMEX. *Worldwide Exhibition for Incentive Travels, Meetings and Events.*
- IMNC. Instituto Mexicano de Normalización y Certificación.
- INAFED. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
- INAH. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía.
- INFOMEX. Sistema de Solicitudes de Información.
- INMUJERES. Instituto Nacional de las Mujeres.
- ISO. *International Organization for Standardization.*
- ITB. Feria Internacional de Turismo en Berlín, por sus siglas en inglés.

MIPYMES. Micro, pequeñas y medianas Empresas.

MIR. Matriz de Indicadores para Resultados.

NOM. Norma Oficial Mexicana.

OCDE. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OMT. Organización Mundial del Turismo.

ONU. Organización de las Naciones Unidas.

ONUDD. Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito.

PAN. Partido Acción Nacional.

PASH. Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

PCMA. *Professional Convention Management Association*.

PECC. Programa Especial de Cambio Climático.

PEF Presupuesto de Egresos de la Federación.

PIB. Producto Interno Bruto.

PND. Plan Nacional de Desarrollo.

PNUD. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

POT. Portal de Obligaciones de Transparencia.

PRD. Partido de la Revolución Democrática.

PRI. Partido Revolucionario Institucional.

PROFEPA. Procuraduría Federal de Protección al Ambiente.

PTI. Proyecto Turístico Integral.

PYMES. Pequeñas y Medianas Empresas.

RFP. *Request For Proposal*.

RICIT. Red de Investigadores y Centros en Investigación Turística.

RNT. Registro Nacional de Turismo.

SAGARPA. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación.

SALUD. Secretaría de Salud.

SARE. Sistema de Apertura Rápida de Empresas.

SCNM. Sistema de Cuentas Nacionales de México.

SCT. Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

SE. Secretaría de Economía.

SECTUR. Secretaría de Turismo.

SEDESOL. Secretaría de Desarrollo Social.

SEGOB. Secretaría de Gobernación.

SEMARNAT. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

SENER. Secretaría de Energía.

SEP. Secretaría de Educación Pública.

SHCP. Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

WTTC. Consejo Mundial de Viajes y Turismo, por sus siglas en inglés.



DIRECTORIO

Gloria Guevara Manzo

Secretaria de Turismo

Ricardo Anaya Cortés

Subsecretario de Planeación Turística

Fernando Olivera Rocha

Subsecretario de Operación Turística

Héctor de la Cruz Ostos

Subsecretario de Innovación y Calidad

Rodolfo López Negrete

Director General Adjunto del Consejo de Promoción Turística de México

Rosa Adriana Pérez Quesnel

Directora General del Fondo Nacional de Fomento al Turismo

Aleida Salguero Galdeano

Coordinadora de la Unidad Técnica de Evaluación

Eduardo Reyes Martínez

Subdirector de Integración de Informes de Gestión