

2.9 TURISMO^{1/}

OBJETIVO: 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

ESTRATEGIA: HACER DEL TURISMO UNA PRIORIDAD NACIONAL PARA GENERAR INVERSIONES, EMPLEOS Y COMBATIR LA POBREZA, EN LAS ZONAS CON ATRACTIVOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS

- La actividad turística en 2007 medida con base en el **Producto Interno Bruto** (PIB) a precios básicos, con cifras de la Cuenta Satélite del Turismo en México, representó 8.1% del total y registró un crecimiento anual real de 4%. En este resultado destacó el dinamismo de las actividades de los tiempos compartidos que aumentaron 12.7%, los servicios de alojamiento crecieron 6%, los servicios de transporte 4.2%, y los otros servicios 5.4%, en términos reales.
- El 79.9% del **consumo turístico** de 2007, en valores corrientes, correspondió al consumo de los residentes del país (turismo interno), mientras que el 12.5% del consumo fue realizado por los visitantes del resto del mundo (turismo receptivo), y el restante 7.6% correspondió al consumo de los residentes en México que visitaron el extranjero (turismo egresivo).
- **Turismo internacional.** Durante 2009, el número de **visitantes internacionales** fue de 86.2 millones de personas (21.5 millones de turistas y 64.7 millones de excursionistas), lo cual representó una disminución de 5.8% respecto a 2008, año en el que el número de visitantes internacionales fue de 91.5 millones de personas (22.6 y 68.9 millones de turistas y excursionistas, respectivamente). El transporte de pasajeros internacionales por vía aérea se ubicó en 12.3 millones de personas.
 - La reducción en el número de turistas que visitaron México se vio afectada por la alerta sanitaria decretada a partir del mes de abril ante el brote epidemiológico de influenza A (H1N1), cuyos efectos en la disminución de viajes

internacionales se registró con mayor intensidad en mayo y junio. Es importante señalar que este efecto tuvo repercusiones internacionales y no sólo afectó a México. En este marco sin las acciones implementadas por el Gobierno Federal, el impacto en el sector turístico hubiera sido más drástico. Un parámetro de lo anterior lo representa el número de visitas internacionales (con pernocta), que disminuyó en 5.8% respecto de 2008.

- Los visitantes internacionales contribuyeron con una **derrama económica** de 11,275 millones de dólares en 2009, lo que significó una caída de 15.2% con relación 2008, esto se explica principalmente por una reducción en el gasto promedio del 10% en relación a 2008. Los turistas de internación (no fronterizos) gastaron en promedio 732 dólares, lo que representa una contracción de 3.8% respecto a 2008.
- En 2009 la **balanza turística** registró un superávit de 4,143 millones de dólares. Los ingresos y egresos se ubicaron en 11,275 y 7,132 millones de dólares, respectivamente.
- De acuerdo con el **Ranking Mundial del Barómetro Turístico** de octubre de 2009, México ocupó durante 2008 la décima posición en cuanto a llegada de turistas internacionales. En lo que corresponde al *ranking* por ingresos, México ocupó en 2008 la décimo novena posición.
- **Turismo doméstico.** En 2009 el turismo doméstico alcanzó un nivel de 148.5 millones de personas.
 - Las llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel en 2009 fue de 57.2 millones de personas.
 - Los pasajeros nacionales transportados por vía aérea en vuelos regulares fueron 24.7 millones, en 2009.
- Para fortalecer la **oferta del sector turismo** en 2009 se llevaron a cabo las siguientes acciones:
 - Se canalizaron 1,247.2 millones de pesos a 29 entidades federativas mediante los **Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos**, 9.5% superior en términos reales a los 1,081.5 millones de pesos en 2008, con lo cual se detonó una inversión en el sector por 2,715.4 millones de pesos.
 - Durante 2009 la **inversión privada en turismo** fue de 2,597.6 millones de dólares, 36.3% menos que en igual lapso de 2008, en apoyo de 450 proyectos, de los cuales los destinos de playa captaron 86.6% del total de recursos, y los proyectos de mundo maya, frontera norte y la

^{1/} Las variaciones porcentuales en términos reales de cifras monetarias que se presentan en este apartado se calcularon utilizando como deflactor la variación promedio del índice nacional de precios al consumidor de 2009 respecto a 2008 (1.0530) y de 2009 respecto a 2006 (1.1508).

región centro del país recibieron 13.4%. Del total de la inversión 75.4% se integró por capital nacional y 24.6% por inversión extranjera. El decremento fue consecuencia de la crisis económica mundial y su importante impacto en el sector de la construcción.

- En 2009 el **Fondo Nacional de Fomento al Turismo** (FONATUR) canalizó una inversión en infraestructura turística por 1,791.1 millones de pesos, 252.6 millones de pesos menos que en 2008 y 17.3% superior comparada con la realizada en 2006. Es de destacar que el entorno financiero y económico mundial y nacional poco favorable durante 2009, llevó al FONATUR a realizar adecuaciones presupuestales frente a estos efectos negativos. Consecuencia de lo anterior, así como de la falta de crédito y recursos propios por caídas en las ventas de productos inmobiliarios, obligaron al Fondo a ajustar su presupuesto original en cuanto a las fuentes de financiamiento, redistribuyendo los recursos de tal forma que le permitieran cumplir con las acciones prioritarias y terminar las obras que tenían un avance mayor.
- Durante 2009 **la inversión federal en los ocho estados con mayor pobreza**^{1/} se orientó a la ejecución de 49 proyectos turísticos con recursos por 219 millones de pesos, y la detonación de una inversión de 479.3 millones de pesos. La inversión privada captada en dichas entidades, ascendió a 45.3 millones de dólares.
- El empleo turístico ha tenido un buen desempeño, al cierre de 2009 las actividades turísticas registraron un nivel promedio de 2.3 millones de trabajadores subordinados y remunerados, a los que se suman 1.2 millones de empleadores y trabajadores por cuenta propia, de acuerdo con cifras estimadas a partir de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Bajo el contexto de la economía mexicana el sector turístico ha mostrado un ritmo estable dentro del mercado laboral considerando que nos encontramos en una etapa de reactivación del crecimiento económico.
- Durante la contingencia sanitaria para enfrentar el virus de la influenza A (H1N1), la Secretaría de Turismo (SECTUR) en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social llevaron a cabo el Programa de Apoyo Emergente a Trabajadores del Sector Servicios. De junio a agosto de 2009 se otorgaron apoyos (económicos, cursos y becas) a más de 58 mil trabajadores de la industria restaurantera y

hospitalaria en los principales destinos turísticos del país que resultaron afectados en sus ingresos; los destinos turísticos beneficiados por este apoyo fueron Los Cabos, La Paz, Loreto, Campeche, Acapulco, Ixtapa, Taxco, Puerto Vallarta, Nuevo Vallarta, Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido, Riviera Maya, Cancún, Cozumel, Guaymas, Puerto Peñasco, Mazatlán y Mérida; en paralelo a este mecanismo, se puso en marcha un programa de capacitación modular de 160 horas dirigido a los guías de turistas, el cual atendió a 228 guías, quienes recibieron un apoyo de dos salarios mínimos por mes durante los dos meses que duró el programa de capacitación.

- El Programa de Recuperación, Sostenimiento y Mantenimiento de la Zona Federal Marítimo Terrestre del Estado de Quintana Roo, estaba previsto que concluyera a mediados de 2009, sin embargo por problemas ajenos a la obra, ésta se retrasó para el 10 de febrero de 2010. El costo de los trabajos ascienden aproximadamente a 1 mil millones de pesos, con la recuperación de 11.8 kilómetros de playa en Cancún y 4.8 kilómetros en Playa del Carmen.

ESTRATEGIA: MEJORAR SUSTANCIALMENTE LA COMPETITIVIDAD Y DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA NACIONAL, GARANTIZANDO UN DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL INTEGRAL

- La **oferta de alojamiento nacional** al cierre de 2009 se conformó por 622,173 habitaciones de hotel, inferior en 3% a la reportada en 2008.
- Durante 2009 el FONATUR llevó a cabo proyectos orientados a la consolidación y mantenimiento de la oferta turística en los cinco **Centros Integralmente Planeados** (CIP). Entre la acciones realizadas destacan las siguientes:
 - **Cancún.** En 2009 se continuó con la urbanización del Proyecto Tajamar (antes Malecón Cancún), culminando la segunda etapa del desarrollo, con una oferta potencial de oficinas, vivienda y comercio en una superficie de 37.8 hectáreas, articulados por el malecón y la rambla turística.
 - En materia de obras complementarias, se construyó la segunda etapa del reequipamiento de las plantas de aguas residuales Pok-ta-Pok, Gucúmatz y El Rey, con lo cual se eficientará el proceso del tratamiento. Además, con la rehabilitación del Puente Nichupté, se incrementó la capacidad de carga de la subestructura; y con la automatización del riego en áreas verdes se llevará la red al camellón central y a la ciclopista.

^{1/} Se refiere a las entidades federativas de Chiapas, Durango, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Oaxaca, Veracruz y Tabasco.

- **Ixtapa.** Se avanzó en la potenciación de 88.9 hectáreas vendibles a través de las obras de urbanización en las zonas de Playa Linda que cuenta con un avance físico a diciembre de 90%; en Las Garzas y Residencial Don Juan el avance físico fue de 80%.
 - Se concluyeron los trabajos de construcción del paradero de autobuses, así como la rehabilitación de banquetas en la zona hotelera y se construyó la ciclista en el bulevar Playa Linda.
 - **Los Cabos.** Se concluyó la rehabilitación de la red sanitaria en Cabo San Lucas y la urbanización del sector Rancho Misiones, con lo cual se generaron en conjunto 1.27 hectáreas vendibles ejerciéndose una inversión por 9.83 millones de pesos.
 - Se concluyó la Tercera etapa de la ampliación de 150 a 250 lts. de la planta de tratamiento de aguas residuales de San José del Cabo.
 - **Loreto.** Con la ejecución del Programa de Reposicionamiento instrumentado en 2008, durante 2009 se ejerció una inversión por 15.9 millones de pesos en la conclusión de obras de urbanización de las supermanzanas I y IA, con lo cual se generará una superficie vendible de 34.4 hectáreas; y con la terminación de la segunda etapa de urbanización de Puerto Escondido, se promueve la oferta inmobiliaria de alto nivel y de baja densidad. Asimismo, con una inversión en 2009 de 106.7 millones de pesos está próxima por concluir la primera etapa de la Urbanización del Proyecto Polígono 2.
 - **Huatulco.** Dentro del proyecto de relanzamiento en marzo de 2008 denominado "Renacimiento de un Gran Destino", durante 2009 el FONATUR ejerció 515.3 millones de pesos en la ejecución de cuatro líneas de acción:
 - Obras de urbanización. Se concluyeron los trabajos de urbanización en el Mirador Chahue y el Tejón en la zona Turística Chahue, en una superficie aproximada de 3 hectáreas, así como la urbanización del sector "N", adyacente a la Bahía Chahué y la urbanización de la 1a. fase de la tercera etapa del sector "O". Asimismo, se avanzó en la construcción de la Casa de Reunión, Tienda Municipal y Molino de Nixtamal en una superficie de 338 metros cuadrados, en beneficio de 500 habitantes del poblado de Copalita, Oaxaca.
 - Obras de cabeza. Se realizaron programas de mantenimiento a la red existente y se formalizaron convenios con la Comisión Federal de Electricidad para el suministro de energía eléctrica. Adicionalmente, se concluyó la construcción de la Presa de Gaviones del canal pluvial CH-4.
 - Equipamiento turístico y urbano. Se continuaron las obras de urbanización del corredor turístico La Crucecita-Santa Cruz; la construcción del Parque Eco-arqueológico Punta Celeste; y la ampliación de la Marina Chahué.
 - Operación y Mantenimiento. Se realizaron obras para garantizar la adecuada operación de la infraestructura con mejoras en la imagen urbana del centro.
- **Impulso a nuevos megaproyectos:**
- **Nayarit.** En 2009 se ejerció una inversión por 11.4 millones de pesos, con la cual se realizaron obras de urbanización en Litibú, en la segunda etapa de construcción de banquetas, la rehabilitación de la red subterránea de alumbrado público y la red de media tensión en el cárcamo de aguas residuales. Además, se llevaron a cabo la adecuación y mejoras a la glorieta de acceso al desarrollo, así como la instalación del cuarto módulo de la planta de desalinización de agua de mar para llegar a una producción total de 40 lts/seg.
 - **Costa Pacífico, Sinaloa.** Con una inversión por 78.5 millones de pesos en 2009 se llevó a cabo la construcción del acceso principal al desarrollo, así como de un camino interno que integra los espacios de estacionamiento y plazas en el mismo. Adicionalmente, se llevó a cabo la construcción de áreas verdes, jardinerías, muro húmedo, escultura, ciclista y modulo de servicios con estación de bicicletas. También, se realizaron adecuaciones en la casa que alberga las oficinas regionales del FONATUR.
 - **Marina Cozumel.** Con una inversión de 46.4 millones de pesos en 2009 se avanzó en la construcción de las obras marítimas y de urbanización que permiten crear un desarrollo mixto hotelero, residencial y comercial en torno a una marina turística, articulado por la infraestructura urbana de malecón, andadores y plazas.
 - En la marina se llevaron a cabo obras de excavación y la construcción de la rampa de botado. En materia de urbanización se realizaron obras de terracerías, pavimentos con concreto, estampado en vialidades, andadores y banquetas, y para dotar de servicios de agua potable, drenaje sanitario, alumbrado público y energía eléctrica.
 - **Kino Nuevo.** Se continuó con la elaboración de estudios y proyectos que componen el conjunto, enfocados a prever el inicio de las obras. En el ejercicio 2009, se concluyó el proyecto ejecutivo de la puerta de acceso al desarrollo.

- **Turismo cultural**

- Para dar continuidad al Programa de Desarrollo de Turismo Cultural, durante 2009 se contó con la participación del Instituto Nacional de Antropología e Historia, en la ejecución de la segunda etapa de la rehabilitación monumental y ambiental de los Baños de Moctezuma en la 1a. sección del Bosque de Chapultepec, con una aportación de un millón de pesos destinada a la museografía en el sitio.
- Con el objetivo de contar con información actualizada e impulsar un nuevo subsegmento del Turismo Cultural, en 2009 se realizó un fascículo titulado Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México con un tiraje de mil ejemplares, distribuido entre los actores que directa e indirectamente participan en este tipo de turismo, como son los funcionarios estatales y municipales de turismo, universidades y escuelas de turismo, operadores y agentes de viajes, entre otros.
 - El 27 de agosto de 2009 se llevó a cabo el Encuentro Nacional de Turismo Espiritual con la participación de expertos nacionales y extranjeros, así como de 100 profesionales del turismo y la cultura. El evento tuvo como objetivo principal conocer la situación actual del Turismo Espiritual en México y su potencial como herramienta para el desarrollo económico y social de los sitios.
- En coordinación con el gobierno del estado de Jalisco y el Consejo Regulador del Tequila, se impulsaron acciones para la creación de productos y paquetes turísticos en la **Ruta del Tequila**. Entre las acciones realizadas destacaron: un taller para operadores de viajes; una rueda de prensa; un seminario de lanzamiento; y acciones de seguimiento con operadores.
- Se integró un grupo interinstitucional en apoyo a Tlacotalpan, Veracruz Ciudad Patrimonio de la Humanidad, en el que participan la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), la Universidad Veracruzana, el gobierno del estado de Veracruz a través de la Secretaría de Turismo y Cultura, la Asociación Tlacotalpan, Patrimonio Mundial, A.C. y el gobierno municipal, con el propósito de mejorar la infraestructura y los servicios públicos y turísticos que permitan incrementar su calidad y competitividad como destino.

- En apoyo al programa emergente impulsado por la SECTUR y el Consejo de Promoción Turística de México durante la contingencia sanitaria provocada por el virus A (H1N1), en el marco de la campaña Vive México se integró la oferta de la Red de Operadores de Turismo Cultural a la página www.ofertasvivemexico.com.

- **Turismo de salud**

- En 2009 se apoyó la profesionalización, certificación y comercialización de los establecimientos *spa* en México, mediante asesoría técnica e información a empresarios, gobiernos municipales y estatales, así como emprendedores y al público en general interesado en este segmento, y se atendieron 20 solicitudes. Al mes de diciembre se tienen registrados 240 establecimientos *spa* en México.

- **Turismo de naturaleza**

- En 2009 se elaboró el Diagnóstico sobre los Recursos de Turismo de Naturaleza en México y su Comercialización, Basados en Principios de Desarrollo Sustentable, el cual define los destinos prioritarios de naturaleza de interés para el mercado internacional, así como el modelo de producto que deberá desarrollarse en cada uno de los sitios.
- Dentro del Grupo Interinstitucional para el Desarrollo del Turismo de Naturaleza, se definieron los criterios para la evaluación de proyectos turísticos, así como el sistema de información que integre los proyectos del segmento, a fin de ser consultado y analizado por dicho grupo previo a la autorización de apoyos subsecuentes.
- Para incrementar la competitividad turística en el segmento de naturaleza, se gestionaron los siguientes proyectos: Desarrollo del concepto Natura Estancias Ecoturísticas de México; Santuarios Naturales de México, que integrará sitios que cuenten con un alto nivel de atractivo en la observación de flora y fauna, y en coordinación con el FONATUR se trabajó en las estrategias de desarrollo de los destinos de la Huasteca Potosina en San Luis Potosí y de la Selva Lacandona en Chiapas, a fin de generar rutas de gran atractivo turístico para el mercado internacional.

- **Turismo de negocios**

- En 2009 se elaboró el Manual para la Organización y Operación de Eventos Verdes, con el fin de apoyar la competitividad e impulsar el aprovechamiento de manera sustentable de los recintos históricos, culturales, atractivos naturales y turísticos, así como proporcionar a los

prestadores de servicios y organizadores de eventos, líneas de acción claras respecto a la utilización de los recursos locales para el turismo de reuniones.

- Con la finalidad de ofrecer una herramienta técnica de apoyo a los turistas extranjeros que visitan el país para asistir a un congreso, convención, feria o expo, se reimprimieron y distribuyeron 5 mil ejemplares del folleto ABC para la Internación de Extranjeros a México.
 - En el mes de agosto se llevó a cabo el 16o. Congreso Nacional de Turismo de Reuniones en Villahermosa, Tabasco, con la participación de 300 prestadores de servicios del segmento, a fin de actualizar a los prestadores de servicios, promover el intercambio de información estratégica y apoyar directamente el desarrollo y la especialización de este segmento.
 - Como parte de las acciones de vinculación sectorial y con el objetivo de coordinar esfuerzos e impulsar proyectos de interlocución entre los sectores público y privado, se apoyaron dos de los eventos más importantes del sector: el Congreso del Consejo Nacional Empresarial Turístico y la Convención Anual de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos, en los que participaron más de 500 profesionales.
 - Asimismo, para impulsar el desarrollo competitivo de la oferta de congresos, convenciones y viajes de incentivos, se apoyó la planeación y organización de cuatro eventos especializados: el 4o. Seminario de Mercadotecnia Turística de *Hospitality Sales & Marketing Association International* (Capítulo México); la 3a. Convención Anual de *Meeting Professionals International*, Capítulo México, en Saltillo; el Seminario de la *National Business Travel Association* en la Ciudad de México; y la 2a. Conferencia Anual Educativa y *Tradeshows* de la *Association of Hispanic Meeting Professionals* (Capítulo México) en Zacatecas, con la participación de más de 350 profesionales del sector en los cuatro eventos.
 - En 2009 se implementó la 1a. etapa de evaluación de los indicadores de competitividad del Programa Integral de Especialización de Destinos en Congresos, Convenciones y Eventos Corporativos, con el propósito de impulsar acciones de mejora en la participación de los sectores público, privado y social en los destinos de Guadalajara, Mérida y Villahermosa.
- **Segmentos especializados.**
 - Para atender la demanda de los prestadores de servicios turísticos por sumarse a los festejos conmemorativos de la Independencia y la Revolución se reimprimieron 750 ejemplares de la Guía para el Desarrollo de Productos Turísticos en las Rutas Conmemorativas 2010.
 - Para impulsar el Turismo Carretero, y difundir las rutas conmemorativas, se diseñó el Mapa Turístico Conmemorativo de Carreteras 2010 con apoyo de la Dirección General de Planeación de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). Asimismo, se elaboró un micro sitio en el portal institucional de la SECTUR, mediante el cual el consumidor puede consultar los servicios y atractivos, así como una reseña de los hechos históricos importantes de los destinos que incluyen las Rutas Conmemorativas.
 - En el marco de la XXXIV edición del Tianguis Turístico de Acapulco 2009 se realizó la cuarta entrega del Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano en las categorías de Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural, Rutas y Circuitos, Turismo de Reuniones y Desarrollo de Actividades en Espacios Públicos.
 - En lo que corresponde a acciones de transferencia de tecnología a municipios turísticos, se realizó la actualización y reimpresión de la Guía para el Desarrollo de Productos Turísticos con un tiraje de 1 mil ejemplares. Adicionalmente se otorgó asistencia técnica y se llevaron a cabo talleres para diversas localidades, entre ellas: Huatulco, Tecozautla, Ensenada, Tampico, Teotihuacán y Amecameca.
 - Con la realización del diagnóstico de fortalezas y debilidades de Pueblos Mágicos en lo relativo a actividades turísticas, culturales y recreativas, identidad, imagen urbana, gestión municipal y servicios de las localidades de Bernal, Pátzcuaro, Creel, Bacalar, Tepetzotlán, Asientos y Huasca, se fortalecerá el programa de desarrollo de actividades de 2010.
 - En materia de cruceros se integró un grupo de trabajo para coordinar el programa piloto de desarrollo de este segmento a implementarse en 2010 en Ensenada, Mazatlán y Huatulco.
 - Como parte de la estrategia de diversificación del producto se propuso el Segmento Romance como nuevo nicho dirigido al mercado estadounidense para el 2010 a través de un programa integral de desarrollo de producto, capacitación y promoción para 12 destinos.
 - **Turismo Social hoy Turismo para Todos.**
 - En 2009 las cifras del turismo nacional tuvieron variaciones negativas con motivo de dos factores importantes: la crisis económica global y la aparición del virus A (H1N1).

- Pese a estos factores, las acciones realizadas a favor del turismo nacional a través del programa de Un Turismo para Todos, lograron el impulso del turismo doméstico manteniéndose en el último cuatrimestre de 2009 la estadía promedio en hoteles de 1.71 contra 1.67 en 2008. Entre las acciones más destacadas están:

- Fortalecimiento del turismo nacional mediante la ampliación de sistemas de financiamiento no bancario (como FONACOT y agencias de viajes del sector privado) a la demanda nacional.
- Acercamiento de la oferta con la demanda a través de la promoción de paquetes integrales realizados por el Consejo Nacional de Turismo para Todos.
- Se elaboró el Carnet de Turista Consentido, como un instrumento que auxilia a los viajeros a aprender y disfrutar sus vacaciones, ahorrando, disfrutando, cuidando, valorando y respetando los entornos, los destinos, las comunidades y las personas, los cuales han sido distribuidos en todas las entidades federativas; impulso del programa de Un Turismo para Todos en los estados de San Luis Potosí, Aguascalientes, Chiapas y Estado de México, mediante la implementación de paquetes integrales, descuentos y creación de nuevas rutas en beneficio del turismo nacional; acceso a la actividad turística de los mexicanos y atención con calidad a todos los segmentos del mercado doméstico, sin importar nivel socioeconómico y/o social: familias, jóvenes, adultos mayores y discapacitados.
- Fortalecimiento del turismo como una actividad generadora de beneficios a la salud, la dimensión social y personal, el enriquecimiento de la experiencia de vida, como acción preventiva de adicciones y conductas antisociales y en la formación de mejores ciudadanos.
- Se llevó a cabo el X Encuentro de la Red Nacional de Un Turismo para Todos en la Ciudad de Guanajuato, fortaleciendo las alianzas estratégicas entre los sectores público y privado que impulsan el turismo doméstico, beneficiando a 600 asistentes.

ESTRATEGIA: DESARROLLAR PROGRAMAS DE PROMOCIÓN EN LOS MERCADOS Y SEGMENTOS TURÍSTICOS DE MAYOR RENTABILIDAD FORTALECIENDO LOS PROGRAMAS DE INFORMACIÓN, ASISTENCIA Y SEGURIDAD AL TURISTA

- Con el fin de conocer el perfil de los visitantes a los principales destinos turísticos del país, así como su

nivel de satisfacción, se llevó a cabo la evaluación de la competitividad de los destinos de playa y ciudad de mayor relevancia en la actividad turística del país, basada en el estudio “**Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas**”, que considera 11 destinos de playa y 11 destinos de ciudad, donde se reportó en 2009 un **índice global de satisfacción de los turistas internacionales en playas**^{1/} de 9.1, mientras que el de los turistas nacionales fue de 8.4, en una escala de 1 al 10 en ambos casos. En los destinos de ciudades el índice global de satisfacción del turista internacional fue de 7.8 y de 7.5 para el turista nacional. Los reportes detallados de los resultados de las encuestas fueron entregados trimestralmente a las autoridades locales con el fin de que conozcan sus principales debilidades y aspectos evaluados con menor calificación y se tomen acciones con los actores involucrados (municipios y prestadores de servicios, entre otros) para su mejoramiento o corrección.

ÍNDICE GLOBAL DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS NACIONALES E INTERNACIONALES POR DESTINO, 2009

Calidad de evaluación	Destinos	Índice global de satisfacción
	Playas	
	Mercado nacional	
Mejor	Hospitalidad de los residentes	8.3
Peor	Relación Calidad / precio	6.9
	Mercado internacional	
Mejor	Hospitalidad de los residentes	9.2
Peor	Limpieza en calles y áreas públicas	7.9
	Ciudades	
	Mercado nacional	
Mejor	Hospitalidad de los residentes	8.2
Peor	Limpieza en calles y áreas públicas	7.0
	Mercado internacional	
Mejor	Hospitalidad de los residentes	8.6
Peor	Limpieza en calles y áreas públicas	7.2

Fuente: Secretaría de Turismo.

- El **Centro Integral de Atención al Turista (CIAT)** durante 2009 atendió a 114,396 turistas, 11.4% superior respecto a 2008, a través del teléfono 078, correo electrónico, correo ordinario y en forma personal en las instalaciones del Centro. En el marco del **Programa Paisano**, el CIAT coordinó el apoyo en 19 estados, a fin de proveer información y orientación a 1,894,374 connacionales que se internaron o salieron del país, resultando inferior en 19.4% en comparación de los 2,2262,137 del año anterior.
- En 2009 la **Corporación Ángeles Verdes** atendió a 120,119 vehículos, cifra superior en 12.5% respecto

^{1/} Este indicador evalúa la experiencia general del visitante, tanto por destino como por área o prestación de servicio utilizado durante su visita.

al año anterior; y prestó servicios a 464,119 turistas, 11.2% más en comparación al año anterior, en las 262 rutas que cubre la Corporación, con un recorrido de 27,556 mil kilómetros, con un parque vehicular compuesto por 304 radiopatrullas.

- El **Programa Moderniza** en 2009 incorporó a 1,734 micro, pequeñas y medianas empresas y otorgó 1,687 distintivos M, además de llevar a cabo 244 proyectos de gestión de la calidad en empresas turísticas mediante la incorporación de mejoras en la dirección y administración de empresas en las áreas de calidad humana, satisfacción del cliente, gerenciamiento de rutina, y gerenciamiento de mejora.
- La continuación de las acciones de coordinación entre la SECTUR y el Banco Nacional de Comercio Exterior a través del **Programa de Financiamiento para el Sector Turismo** en operación desde julio de 2007, permitió atender un número acumulado al mes de diciembre de 2009 de 2,005 MIPYMES turísticas mediante apoyos por 865 millones de pesos.
- En 2009 el programa atendió 267 MIPYMES, 61% menos que en el año previo, hacia las cuales canalizó financiamientos por 531 millones de pesos, 77% más en términos reales que en 2008.
- En reconocimiento a la **calidad e higiene en la preparación y servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas** a nivel nacional, durante 2009 fueron entregados 2,619 distintivos "H" en las 32 entidades federativas; de los cuales 992 fueron nuevos y 1,627 renovados. Lo anterior representó un aumento del 37.6% con relación a los 1,904 de 2008, y 57% superior a los otorgados en 2006.
- La posibilidad de tener acceso a los títulos del **Centro de Documentación Turística** (CEDOC) a través de la página de Internet de la SECTUR y del sitio del Centro de Documentación Virtu@l, ha permitido atender 1,301 consultas en sitio a los 7,456 volúmenes con los que se cuenta, 25,185 consultas a través de la página de Internet (frente a las 22,030 consultas realizadas en el 2008, representando un incremento de 14.3%), y tan sólo en este primer año de operación, se alcanzaron las 10,418 consultas vía el CEDOC Virtu@l, de las

cuales el 7% corresponde a consultas de 11 países extranjeros.

- El **Foro e-Turismo 2009** se celebró dentro del marco de la Semana Nacional PYME, en el cual se presentaron seis conferencias especializadas en la aplicación de nuevas tecnologías de la información. El 91% de los asistentes evaluaron el evento, y de dicho porcentaje lo evaluaron como muy bueno el 64% y bueno el 27%. El foro e-Turismo se ha realizado desde el 2002, ganando un gran reconocimiento y aportando valiosos contenidos que han contribuido a enriquecer la cultura informática de micro, pequeños y medianos empresarios turísticos, así como de consultores, investigadores y académicos de instituciones públicas y privadas del sector, e impulsar la adopción y aprovechamiento de las tecnologías de información como instrumento fundamental para la competitividad.
- Con el propósito de promover e impulsar la competitividad de los prestadores de servicios turísticos, durante 2009 se impartieron 124 **cursos de capacitación** de manera directa, en beneficio de 4,130 prestadores de servicios. Estas cifras representan una disminución de 53% en relación con los 236 cursos impartidos durante 2008.
- Durante 2009 se impartieron 897 cursos de capacitación por efecto multiplicador, en coordinación con las entidades federativas, a través de los cuales se capacitó de manera conjunta a 27,445 prestadores de servicios.

ESTRATEGIA: ACTUALIZAR Y FORTALECER EL MARCO NORMATIVO DEL SECTOR TURISMO PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE Y LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS

- Derivado de la alerta epidemiológica contra la influenza A (H1N1), el sector turismo se vio afectado por las medidas de carácter sanitario adoptadas para la protección de la población. Ante la baja en la afluencia de turistas nacionales y extranjeros y con el fin de contrarrestar los efectos negativos, la SECTUR en coordinación con NAFIN

INVERSIÓN PÚBLICA EN PROMOCIÓN TURÍSTICA, 2006-2009 (Millones de pesos)

Concepto	2006	2007	2008	2009 ^{1/}	Var. % real anual de 2009 respecto a ^{1/}		Metas 2009	Cumplimiento de metas 2009 (%)
					2006	2008		
TOTAL	903.7	1,358.1	1,521.3	2,058.0	97.9	28.5	2,050.0	100.4
Recursos fiscales	158.5	14.3	6.5	547.7	200.3	7,902.0	607.0	90.2
Derecho de No Inmigrante	745.2	1,343.8	1,514.8	1,510.3	76.1	-5.3	1,443.0	104.7

^{1/} La variación de 2009 con relación a 2006 y 2008 en términos reales se calculó con base en los deflatores 1.1508 y 1.0530 del promedio del Índice Nacional de Precios al Consumidor para esos años, respectivamente.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

y el BANCOMEXT, iniciaron en mayo el **Programa de Apoyo y Financiamiento para Empresas y Negocios Afectados por la Emergencia Sanitaria**, el cual atendió un total de 24,313 solicitudes de crédito por un monto de 16,068 millones de pesos, de las cuales 16,486 solicitudes fueron autorizadas con una aportación de 7,996 millones de pesos.

- En 2009 la Comisión Ejecutiva de Turismo realizó dos sesiones ordinarias, además de 15 sesiones de grupos de trabajo y 17 sesiones en las que atendió temas específicos de los Grupos de Trabajo, dando un total de 32 reuniones celebradas.
- Durante 2009 las acciones orientadas a fortalecer la certeza jurídica de las nuevas inversiones turísticas, abarcaron la asesoría técnica y jurídica de proyectos que presentaron alguna problemática ambiental.
 - Del total de 55 proyectos que representan una inversión total de 11,573.9 millones de dólares, se resolvieron 28 proyectos con una inversión de 7,268.1 millones de dólares.
- Con la entrada en operación del **Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística**, en junio de 2007 en coordinación con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, durante 2009 se logró la apertura de un módulo del Sistema de Apertura Rápida de Empresas Turísticas en Puerto Vallarta, Jalisco.
- Durante 2009 se llevaron a cabo dos sesiones del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística, en donde se presentaron y aprobaron las respuestas a los comentarios recibidos durante la consulta pública al proyecto de modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2000, asimismo, se aprobó como norma definitiva la NOM-06-TUR-2009, se ratificó la vigencia de la NOM-05-TUR-2003, se presentaron los avances de las modificaciones a las Normas Oficiales Mexicanas NOM-01-TUR-2002, NOM-08-TUR-2002 y NOM-09-TUR-2002.
- En 2009 se implementó el “Programa de Verificación 2009”, en el que se efectuaron 1,170 verificaciones a Prestadores de Servicios Turísticos, a fin de impulsar el cumplimiento de la Normativa Turística Federal y procurar la seguridad jurídica para los turistas, así como, el aseguramiento de la calidad en los servicios que contraten.
- En 2009 las acciones emprendidas y los resultados alcanzados con el **Programa Integral de Verificación** permitió dar seguimiento a los 23 convenios de descentralización de funciones en materia de verificación turística, además de rediseñar y modernizar los actuales esquemas de coordinación.

ESTRATEGIA: FORTALECER LOS MERCADOS EXISTENTES Y DESARROLLAR NUEVOS MERCADOS DISEÑANDO PROGRAMAS DE MERCADOTECNIA PARA CADA SEGMENTO

- Durante 2009 el **Consejo de Promoción Turística de México** (CPTM) contribuyó a detonar una inversión con recursos fiscales federales y estatales y de socios comerciales privados por 2,285.6 millones de pesos, 34.8% superior a la de un año antes y 123.8% mayor a la de 2006, en términos reales en ambos casos. La inversión se distribuyó de la siguiente manera: 48% se orientó al mercado nacional, 42% a Norteamérica, 5% a Europa, 3% a Asia y 2% a Latinoamérica.
 - En 2009 se realizaron 925 **campañas de publicidad**, de las que cuales 500 se llevaron a cabo en el mercado nacional, 310 en el de Norteamérica, 60 en Latinoamérica y 55 en Europa.
 - **Campañas de relaciones públicas.** A lo largo de 2009, las campañas de relaciones públicas se concentraron en el manejo de la comunicación frente a las dos situaciones críticas que deterioraron la imagen del país como destino turístico: la emisión de la alerta de viaje por parte del Departamento de Estado de EUA, y la crisis sanitaria generada por el brote de influenza A (H1N1), misma que incluyó la implementación de tácticas de comunicación tradicionales e innovadoras, entre las que se encuentran los *tours* de medios realizados por los representantes del Consejo de Promoción Turística de México.
 - Destaca la organización de más de 150 viajes de familiarización de medios y *tour* a operadores turísticos del país, con el fin de promover la demanda en cada uno de los mercados en los que se tiene presencia; así como la participación de la marca México en eventos para promover los diversos segmentos y productos que conforman la oferta turística del país.
- A través de sus 34 ediciones, el Tianguis Turístico 2009 realizado en Acapulco, Guerrero, se ha posicionado como el principal evento del sector en México.
 - La edición 34 celebrada del 26 al 29 de abril de 2009 logró la comercialización de 98% de los espacios comerciales del evento, 2% menos que la edición anterior y 1.2% menos que en 2006; participaron 512 empresas (1.9% menos al de un año antes) y 10.1% superior a las de 2006; se registraron 2,572 expositores (12% menor a 2008), y 15.9% más que en 2006.

- Se registró un total de 1,051 compradores, de los cuales el 55% fueron nacionales y el 45% internacionales, nivel inferior en 11.2% comparado con la edición de 2008, y 5.9% inferior al de 2006. Los compradores provinieron de 24 países, principalmente de EUA y Canadá (66%), seguido por países de Latinoamérica (17%) y de Europa (14%).
- Se realizaron 18,930 citas de negocios, 14.3% menos respecto al año anterior y 9.6% más respecto a 2006. Frente al ambiente adverso en el que se llevó a cabo el evento debido al impacto de la alerta sanitaria del virus A (H1N1), así como por las alertas de inseguridad emitidas por varios países, el Tianguis logró un buen desempeño en la realización de negocios y se otorgaron 84 premios de incentivo "Comprador Plus".
- El **Programa Anual de Ferias Internacionales** cubrió los 15 eventos principales que representan la mayor oportunidad de negocio para los productos y servicios turísticos de México en Norteamérica, Europa, Sudamérica y Asia. Asimismo y con el fin de apoyar el posicionamiento en segmentos especializados, se incorporó la participación de 17 ferias de nicho, de los segmentos de naturaleza, cruceros, buceo, aventura, turismo Premium y turismo de reuniones.

INVERSIÓN EN PROYECTOS DE PUBLICIDAD COOPERATIVA, 2009^{1/}
(Millones de pesos)

Mercado	Consejo de Promoción Turística de México	Destinos	Socios	Total
Nacional	500.7	673.6	33.0	1207.3
Norteamérica	435.3	188.2	291.2	914.7
Latinoamérica	21.2	11.6	13.2	46.0
Europa	49.3	14.0	24.6	87.9
Asia	25.6	3.3	0.8	29.7
Total	1,032.1	890.7	362.8	2,285.6

^{1/} Del presupuesto de 2,058 millones de pesos asignados al CPTM para publicidad, 1,032.08, se destinaron para Programas Cooperativos.
FUENTE: Secretaría de Turismo.

- La participación del CPTM en las ferias internacionales representó una inversión de 74 millones de pesos, 24.6% más en términos reales respecto a 2008 y 84% más con relación a 2006.

Los pabellones de México contaron con la participación de 665 expositores de productos turísticos nacionales quienes ofrecieron lo más relevante de la oferta nacional en poco más de 8 mil citas de negocios.

- En el marco del **Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano**, cuyas acciones se orientan a fortalecer el turismo regional e impulsar el desarrollo sustentable, en 2009 se llevó a cabo la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo en 11 destinos, lo que dio como resultado:
 - Cuatro diagnósticos: Rosarito, B.C.; Acapulco y Taxco, Gro; así como la región del lago Pátzcuaro que incluye Erongarícuaro, Huiramba, Lagunillas, Pátzcuaro, Quiroga, Santa Clara del Cobre y Tzintzuntzan.
 - Siete diagnósticos en nuevos destinos: Cuatro Ciénegas, Coah; Tulum, Q. Roo; El Fuerte, Sin.; Frontera y Paraíso, Tab.; Tuxpan, Ver.; y Sombrerete, Zac.
 - Se realizaron reuniones de seguimiento y evaluación a las acciones del Programa en 11 destinos del país: Cd. de Oaxaca, Tlacotalpan, Cd. de Zacatecas, Tapachula, Cuetzalan, Cd. de Puebla, Huauchinango, Tehuacán, Zacatlán, Cuernavaca y Huatulco.
 - Así, en 2009 se alcanzó un total de 110 destinos con diagnósticos, 9.36% más que en 2008.
 - En 2009 los indicadores del Programa Sectorial de Turismo que miden la eficiencia publicitaria registraron en el ámbito internacional 42.10 pesos de inversión publicitaria por turista internacional, mientras que en el ámbito nacional fue de 2.50 pesos de inversión publicitaria por turista doméstico, lo que representa un incremento de 1% en ambos casos, con relación a 2008.
 - Los resultados observados muestran diferencias respecto a lo planeado, derivado de la reducción mundial del flujo turístico como consecuencia de la crisis económica mundial. Asimismo, los flujos turísticos en México se vieron particularmente afectados por la crisis sanitaria durante el primer semestre de 2009; cabe señalar que si bien México logró incrementar sus flujos hacia y en México, para el final del año estos no recuperaron los niveles de 2008.