

# ÍNDICE

<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>5</b>
<b>1. MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL</b>	<b>7</b>
1.1 Visión	7
1.2 Misión	7
<b>2. ORGANIGRAMA DEL SECTOR</b>	<b>7</b>
<b>3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA</b>	<b>8</b>
3.1 El Turismo en el Mundo	8
3.2 El Turismo en las Américas	8
3.3 El Turismo en México	8
3.4 Transporte aéreo, carretero y marítimo	11
<b>4. CONCURRENCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS</b>	<b>11</b>
4.1 Planeación Estratégica	11
4.2 Política Intersectorial	12
4.3 Política Sectorial	15
4.4 Desarrollo Sustentable del Turismo	16
4.5 Información Estadística y Económica	18
4.6 Estudios e Investigaciones	19
<b>5. DESARROLLO REGIONAL</b>	<b>22</b>
5.1 Desarrollo Regional, Estatal y Municipal	22
5.2 Dotación de Infraestructura en Apoyo al Turismo	25
5.2.1 Acciones y Resultados en el marco de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos	25
5.2.2 Desarrollo, Mantenimiento y Consolidación de Proyectos Turísticos por parte de FONATUR	33
5.3 Planeación del Desarrollo Turístico Estatal y Municipal	43
5.4 Identificación y Priorización de Inversiones en Zonas con Alto Grado de Marginación	43
<b>6. CONCURRENCIA LEGAL Y NORMATIVA</b>	<b>44</b>
6.1 Modernización del Marco Jurídico	44
6.2 Facilitación Turística	44
6.3 Normalización Turística	45
6.4 Verificación Turística.	46
<b>7. OFERTA COMPETITIVA</b>	<b>48</b>
7.1 Diversificación de la Oferta Turística	48
7.2 Asistencia Técnica para el Fomento de la Oferta	53
<b>8. EMPLEO DE CALIDAD</b>	<b>53</b>
8.1 Educación y Capacitación Turística	54
8.2 Certificación de Instituciones de Enseñanza Turística	54
8.3 Vinculación del Sector con Instituciones de Educación	55

8.4 Equidad de Género	55
<b>9. FOMENTO PRODUCTIVO</b>	<b>56</b>
9.1 Líneas de financiamiento para el desarrollo de la actividad turística (financiamiento PYMES, financiamiento FONATUR)	56
9.2 Inversión Turística	56
9.3 Programas de Modernización de Oferta Turística	57
9.4 Certificación de la Oferta Turística	58
<b>10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA</b>	<b>58</b>
10.1 Inversión en Promoción Turística Nacional e Internacional	58
10.2 Investigación de Mercados	59
10.3 Campañas de Publicidad Turística en el Exterior	60
10.4 Campañas de Publicidad Turística a nivel Nacional	63
10.5 Campañas de Relaciones Públicas en el Exterior	64
10.6 Campañas de Relaciones Públicas a nivel Nacional	66
10.7 Mercadeo Directo en el Exterior	67
10.8 Participación de la Marca México en Ferias Internacionales	67
10.9 Programas Cooperativos	69
10.10 Congresos y Convenciones	73
10.11 Tianguis Turístico	73
10.12 Presencia del Sector en Internet	74
10.13 Información, Asistencia y Auxilio Turístico	74
<b>11. DEMANDA TURÍSTICA DOMÉSTICA E INTERNACIONAL</b>	<b>75</b>
11.1 Programas de Turismo Orientados al Mercado Doméstico	75
11.2 Asuntos Internacionales	76
<b>12. INNOVACIÓN Y CALIDAD</b>	<b>83</b>
12.1 Modernizar y Profesionalizar la Administración Pública del Turismo	83
12.2 Coordinación Sectorial	84
12.3 Efectividad, Transparencia e Innovación del Sector Turismo	84
12.4 Participación Ciudadana	85
12.5 Ética y Responsabilidad	86
12.6 Rezago Educativo	86
12.7 Capacitación y Mejora de los Procesos Administrativos y Sustantivos conforme al Programa de Mejora de la Gestión	86
12.8 Modernización Tecnológica	87
<b>ANEXO I. RECURSOS PRESUPUESTARIOS</b>	<b>88</b>
<b>ANEXO II. ESTADÍSTICAS</b>	<b>89</b>
<b>ANEXO III. GLOSARIO</b>	<b>98</b>

# 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 al H. Congreso de la Unión, el Tercer Informe de Labores que da cuenta de las principales acciones y resultados del Sector Turismo de la Administración Pública Federal, muy especialmente aquellos vinculados con los objetivos y estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012. El periodo reportado es del 1 de septiembre de 2008 al 31 de agosto de 2009.

El presente informe está integrado por doce capítulos y tres anexos; y adopta las actividades sustantivas del Ramo, considerando a las Subsecretarías con sus unidades administrativas, al Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR); y a las entidades coordinadas del Sector Turismo, como son el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR).

Esta edición se redactó alineada al Programa Sectorial de Turismo 2007-2012. El primer capítulo “Misión y Visión Institucional” describe las actividades sustantivas que han sido asignadas al ramo. El segundo “Organigrama del Sector Turismo” se refiere a la estructura orgánica adoptada por el Sector Turismo.

El tercer capítulo corresponde a los “Resultados de la Actividad Turística” y en él se describen los principales indicadores del turismo mundial, del turismo en las Américas y del turismo en México, con énfasis en este último.

Se alude a algunos indicadores relevantes sobre la transportación aérea, carretera y marítima. Cabe señalar que estos resultados son presentados con periodos diferentes en función de lo que reportan las instancias generadoras de dicha información.

Con el propósito de presentarle al lector una descripción que obedezca a los últimos datos disponibles, en algunos casos se ha incluido información al cierre de 2008, para poder compararlos con el mismo periodo del informe pasado.

En el cuarto capítulo se hace referencia a la “Concurrencia de las Políticas Públicas” de las diferentes dependencias del gobierno federal, así como de la planeación estratégica, política sectorial y desarrollo sustentable implementadas.

Asimismo se hace un listado descriptivo de la situación estadística y económica del turismo, así como los estudios e investigaciones realizadas por CESTUR durante el periodo reportado.

En el quinto capítulo “Desarrollo Regional” se hace referencia a 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 el desarrollo, mantenimiento y consolidación de proyectos turísticos por parte de FONATUR.

En cuanto al capítulo seis denominado “Concurrencia Legal y Normativa” se consideran las actividades realizadas en lo relativo a facilitación, normalización y verificación turística.

El capítulo siete “Oferta Competitiva” contiene la diversificación de la oferta turística, las acciones impulsadas para los segmentos de Sol y Playa, Naturaleza, Salud, Cultural, de Negocios, así como Náutico y Deportivo. También se describe la asistencia técnica para el fomento de la oferta.

Al capítulo ocho denominado “Empleo de Calidad”, se consideran 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, finalizando con la Equidad de Género.

El capítulo nueve “Fomento Productivo” describe las líneas de financiamiento empleadas para el desarrollo de la actividad turística, a través de los PYMES y de FONATUR, la inversión turística realizada, y los programas de Modernización de la Oferta Turística.

En el capítulo diez “Promoción y Comercialización Integrada” se señalan las acciones y resultados alcanzados por parte del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM); las campañas de publicidad y de relaciones públicas implementadas en el país, y en el extranjero; y la participación del CPTM en ferias internacionales.

El once “Demanda Turística Doméstica e Internacional” se señalan los programas implementados en el mercado doméstico y la situación internacional del turismo.

El capítulo doce “Innovación y Calidad” describe las acciones relacionadas con la innovación y modernización del Sector Turismo en materia de administración, la coordinación sectorial; así como las obligaciones de transparencia y participación ciudadana; la ética y el combate al rezago educativo y la modernización tecnológica implementada.

En el Anexo I “Recursos Presupuestarios” se indican los montos que ejerció el Sector Turismo en 2008, dentro de los que se incluyen los comprendidos en el Presupuesto de Egresos de la Federación, los transferidos por la captación del Derecho de No Inmigrante y los propios generados por algunas de las entidades paraestatales, y los recursos autorizados para el Sector Turismo en 2009.

El Anexo II “Estadísticas” contiene información sobre las variables de mayor relevancia en el sector turístico.

El Anexo III “Glosario” incorpora términos que describen los conceptos que se utilizan en el Capítulo 3, “Resultados de la Actividad Turística”.

# 1. VISIÓN Y MISIÓN INSTITUCIONAL

## 1.1 VISIÓN

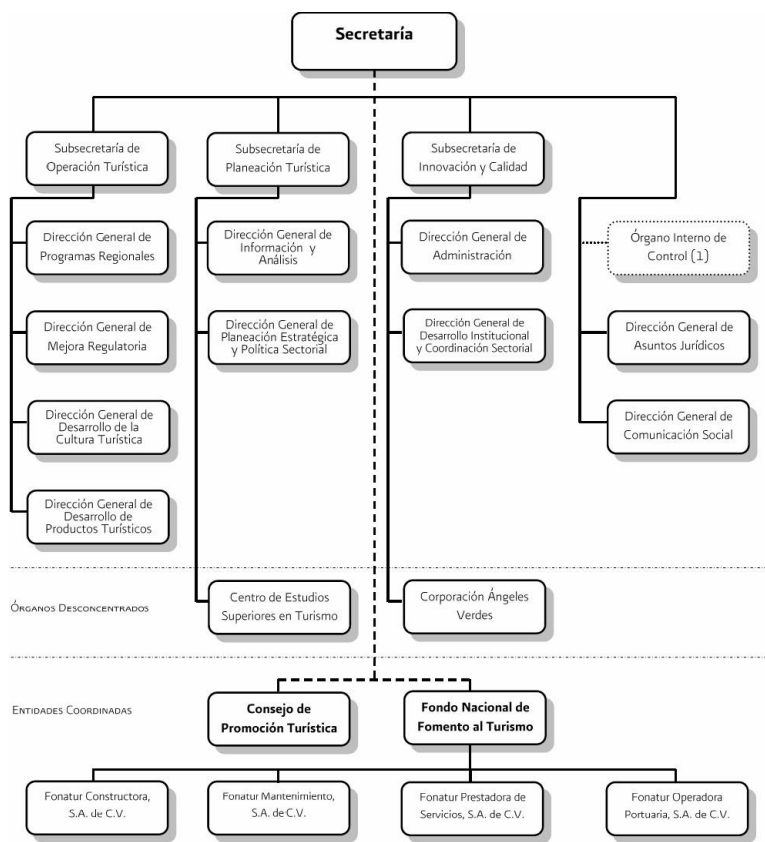
En el año 2030, México será un país líder en la actividad turística. Para lograrlo, la estrategia de la presente administración se propone:

- 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.

## 1.2 MISIÓN

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

# 2. ORGANIGRAMA DEL SECTOR



(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

## 3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

### 3.1 EL TURISMO EN EL MUNDO

Los ingresos mundiales por turismo ascendieron a 944 mil millones de dólares en 2008, cifra que representa un incremento del 1.8 por ciento en términos reales en comparación con 2007, en el que se alcanzaron los 857 mil millones de dólares.

De acuerdo con el Barómetro reportado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) correspondiente a julio de 2009, los países que reportaron crecimientos por arriba de dos dígitos en 2008 con respecto al año previo fueron Arabia Saudita con 28 por ciento, Egipto con 15.9 por ciento, Indonesia mostró un aumento de 13.2 por ciento en su llegada de turistas internacionales, Turquía y Bulgaria lo hicieron en 12.3 por ciento y 12.2 por ciento respectivamente, ligeramente por arriba del crecimiento de Macao, 10.2 por ciento.

En cuanto a la región de Asia y el Pacífico, el crecimiento en la llegada de turistas internacionales fue de 1.2 por ciento en promedio, sobresaliendo el Sureste de Asia y Asia Meridional, ambas con un crecimiento de 3.3 por ciento.

Europa registró un crecimiento marginal de 0.1 por ciento en la llegada de turistas internacionales con respecto al 2007. Este resultado muestra un nivel inferior de crecimiento al registrado durante los dos años previos. El incremento más elevado se dio en Europa Central y del Este con un crecimiento de 2.5 por ciento, sobre todo por el comportamiento observado en Georgia que alcanzó un crecimiento de 22.6 por ciento. En menor medida la subregión del Mediterráneo creció 0.6 por ciento en comparación con el año previo.

Los resultados del turismo mundial en lo que va de 2009 referente a los cuatro primeros meses del año, reflejan un nivel estimado de llegadas de turistas internacionales de 247 millones a nivel mundial, lo que representa disminución del 8.4 por ciento respecto al mismo periodo de 2008.

Los resultados mostrados durante el primer cuatrimestre del año han sido consecuencia de la desaceleración económica que inició a finales de 2008 conjugado con los efectos asociados por el brote epidemiológico A (H1N1) que se inició a finales de abril de 2009. De esta manera, la demanda turística de todas las regiones registró caídas con excepción de África que mostró un crecimiento en su llegada de 3 por ciento durante enero-abril en comparación con el mismo periodo de 2008. Las regiones más afectadas, durante este periodo, fueron Europa (-10 por ciento) y Oriente Medio (-18 por ciento).

Derivado de lo anterior y al cierre de la presente edición, la OMT ha ajustado sus expectativas a la baja y prevé que el turismo internacional caerá entre un -6 y un -4 por ciento durante el 2009, siendo el mayor afectado el Oriente Medio (-10 por ciento y -5 por ciento), para el caso de las Américas se estima una contracción entre -6 por ciento y -3 por ciento.

### 3.2 EL TURISMO EN LAS AMÉRICAS

Derivado de la recesión económica y de otros factores exógenos, la región de las Américas mostró una contracción de -4 por ciento durante el primer cuatrimestre de 2009 en comparación con el mismo periodo de 2008. Tasa menor a las registradas en Europa (-10.0 por ciento), en Asia y el Pacífico (-6 por ciento) o bien una tasa de disminución del -8 por ciento mostrada para todo el mundo.

La recesión económica de Estados Unidos, principal mercado emisor, ocasionó que la región de América del Norte presentara una caída de -7 por ciento en la llegada de turistas internacionales. De hecho, para ese país la llegada de turistas se contrajo -14 por ciento durante el primer trimestre del año.

Al interior de la Región, El Caribe que depende considerablemente del mercado norteamericano y europeo ha presentado una disminución estimada de -6 por ciento derivado de un aumento en las tarifas aéreas.

De acuerdo con los expertos de la OMT, el crecimiento en cuanto al flujo de turistas deberá de provenir del fortalecimiento del mercado interno y de la promoción de los viajes de corta distancia.

## 3.3 EL TURISMO EN MÉXICO

### LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL TURISMO EN MÉXICO

El INEGI ha realizado diversos proyectos importantes en la medición de la economía nacional. Es importante mencionar dos de ellos: 1) Aprovechando la información de los censos económicos del 2004 (con información referenciada al 2003) construyó la matriz insumo – producto llevando la información al nivel de detalle de producto; y 2) con esta información se modificó el año base del Sistema de Cuentas Nacionales tomando como año referente el 2003.

Siendo la Cuenta Satélite del Turismo de México un producto derivado de la contabilidad nacional, se ha aplicado este cambio en su construcción; y adicionalmente se ha hecho una reclasificación de las clases económicas características y conexas a la actividad turística. Este proceso tuvo sus primeros resultados en el mes de diciembre de 2008 con las cifras correspondientes a los años 2003 al 2006.

Entre los principales datos derivados de la Cuenta Satélite del Turismo de México, base 2003, el PIB turístico en valores constantes observó un crecimiento en 2007, respecto al año que le antecede, de 1.3 por ciento; correspondiendo al transporte aéreo de pasajeros y servicios de alojamiento los niveles más altos de crecimiento.

En lo referente al consumo turístico en valores corrientes, cabe destacar que la mayor proporción correspondió al consumo de los residentes del país (interno), con un 80.4 por ciento; mientras que el consumo de los visitantes del resto del mundo (receptivo) se situó en alrededor del 11.9 por ciento del total.

Finalmente, el restante 7.7 por ciento corresponde al consumo de los residentes de nuestro territorio que visitan el extranjero (turismo egresivo).

Las ocupaciones remuneradas al término de junio de 2009 fueron de 2 140,176, cifra mayor en casi 30 mil puestos que las registradas al inicio de la administración actual.

## VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO

De enero a junio de 2009 ingresaron al país 42.6 millones de visitantes internacionales, de los cuales 10.7 millones fueron turistas internacionales, es decir, aquellos que al menos pernoctaron una noche en nuestro territorio, sea al interior o en la franja fronteriza.

Los turistas de internación, los que mayor estadía y gasto medio tienen, registraron un total de 6.1 millones de personas en el mismo periodo y los que viajaron sólo a la franja fronteriza, 4.6 millones, estos últimos con una variación del 7.7 por ciento más que en el año pasado.

Entre enero y junio de 2009, los turistas de internación registraron un gasto medio de 777 dólares por estancia, y sus ingresos fueron por un total de 4 725 millones de dólares.

La actividad marítima, si bien bajó su ritmo en cuanto a la tendencia de llegada de pasajeros en cruceros turísticos, en estos primeros seis meses del año se registró una afluencia de 2.6 millones de personas.

## INGRESOS DE DIVISAS POR VISITANTES INTERNACIONALES A MEXICO

En los primeros seis meses del 2009 fue de 6 048 millones de dólares, de éstos, el 83 por ciento (5 019 millones de dólares) correspondió a turistas al interior y fronterizos y el restante 17.0 por ciento (1 029 millones de dólares) a excursionistas fronterizos y en crucero.

## TURISMO DOMÉSTICO

El turismo doméstico responde por el 85 por ciento del consumo nacional en este sector de la economía. El indicador de llegadas a hotel de turistas nacionales muestra un decremento de 10 por ciento al pasar de 29 millones 682 mil durante enero-junio de 2008, a 26 millones 711 mil en el mismo periodo de 2009.

La llegada de turistas nacionales a hotel, como principal indicador de este segmento, registró 62 millones de turistas en 2008, 1.4 por ciento mayor a lo registrado al cierre de 2007. De enero a junio de 2009, se registraron 26.7 millones de turistas nacionales que llegaron a cuartos de hotel.

## BALANZA TURÍSTICA

La balanza turística presentó un saldo superavitario durante los primeros seis meses de 2009 por 2 756 millones de dólares.

Durante el periodo de enero de 2007 a junio de 2009 la balanza turística acumuló un superávit de 11 996 millones de dólares, 66.3 por ciento superior al resultado acumulado entre enero de 2001 y junio de 2003.

## ACTIVIDAD HOTELERA

La oferta de alojamiento nacional se conformó por 604 mil 051 cuartos al cierre de 2008, cifra superior en 3.4 por ciento a la reportada en 2007. Las entidades de Quintana Roo, Sinaloa, Nayarit, Michoacán, México, Veracruz y Jalisco fueron las que contribuyeron en mayor medida a este incremento.



El índice de ocupación hotelera en Centros Turísticos Seleccionados alcanzó un nivel de 45.95 por ciento acumulado entre enero y junio de 2009, -8.6 puntos porcentuales por debajo del registrado en el mismo periodo del año 2008. Los destinos con mayor nivel de ocupación fueron Riviera Maya con 65.1 por ciento, Nuevo Vallarta con 65 por ciento, Cancún 60.8 por ciento, Puerto Vallarta con 59.5, Los Cabos 55.5 por ciento, y Bahías de Huatulco 54 por ciento.

### 3.4 TRANSPORTE AÉREO, CARRETERO Y MARÍTIMO

#### AÉREO

Los aeropuertos del país recibieron 427 mil 290 vuelos entre septiembre de 2008 a junio de 2009, 18.9 por ciento menos que durante el periodo anterior. Del total de vuelos, el 74.9 por ciento fueron nacionales regulares, el 23.1 por ciento son internacionales regulares y el resto fueron vuelos fletados. Por tipo de destino, las ciudades abarcaron el 77.1 por ciento de los vuelos, el restante 22.9 por ciento correspondió a centros de playa.

Por número de pasajeros, durante el periodo reportado se presentó una disminución de -13 por ciento en relación con 2008 registrándose la cifra de 31.6 millones pasajeros. Los destinos que tuvieron la menor caída por número de pasajeros transportados en vuelos regulares fueron las “grandes ciudades”, ya que tuvieron una caída de 8 por ciento, mientras que las “ciudades fronterizas” mostraron un menor desempeño con un -24.9 por ciento en el mismo período.

#### CARRETERO

Los autobuses y automóviles que se desplazaron durante 2008 por las autopistas de cuota, tuvieron un incremento del 9.4 por ciento, al pasar de 220.4 millones de vehículos en 2007 a 241 millones en 2008.

#### MARÍTIMO

De acuerdo con cifras proporcionadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), 4.56 millones de pasajeros en cruceros arribaron a las costas mexicanas durante el periodo septiembre de 2008 a junio de 2009, lo que significó un decremento de -15.7 por ciento con respecto al periodo anterior.

## 4 CONCURRENCIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS

### 4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La Secretaría de Turismo (SECTUR) continuó concentrando sus esfuerzos en el fortalecimiento de la política de Estado en materia turística, mediante acciones tendientes a alinear las estrategias y políticas de los tres órdenes de gobierno, así como de los sectores empresarial, académico y social, con los objetivos y metas del Programa Sectorial de Turismo y del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012.

En seguimiento a las acciones de planeación estratégica a nivel institucional, se llevaron a cabo labores de asesoría técnica a las unidades responsables de la SECTUR, Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), con el propósito de dar alcance preciso a los objetivos, estrategias e indicadores institucionales enunciados en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

A partir de ello, se elaboró el análisis de la actuación de la administración de la SECTUR, FONATUR y el CPTM, a fin de conocer el avance alcanzado en las metas, principales proyectos y compromisos desde diciembre de 2006 hasta mayo del año en curso así como la evolución del ejercicio del gasto. Esta acción se realizó con el propósito de evaluar al sector en la primera parte de la actual administración de gobierno.

Como parte del proceso de planeación estratégica en el sector durante el periodo que comprende este informe, se coordinaron diversas reuniones de trabajo a fin de identificar y analizar la construcción de los indicadores institucionales, los cuales dieron marco a la implementación de una matriz de indicadores en el sector turismo. Esta acción es utilizada para el seguimiento de los programas presupuestarios de la Secretaría y permiten la construcción del presupuesto anual basado en resultados con base en metas e indicadores de eficiencia y eficacia de las áreas sustantivas del sector.

Se dio continuidad a la difusión del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, en su versión impresa y electrónica, en la página institucional en Internet y sus ligas vinculadas, en diferentes foros y eventos nacionales e internacionales en los que participa la SECTUR. Asimismo, se distribuyó entre dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno; cámaras y asociaciones turísticas; instituciones académicas y al público en general. Adicionalmente, se elaboró e imprimió la versión ampliada de dicho programa.

A raíz de la contingencia sanitaria registrada en 2009 en el país, la SECTUR con la participación de las autoridades estatales de turismo y de la iniciativa privada, instrumentó un programa de planeación emergente, gestionando con las secretarías de Hacienda (SHCP); Economía (SE); Trabajo y Previsión Social (STPS); Desarrollo Social (SEDESOL) y Relaciones Exteriores (SRE), las acciones necesarias para impulsar la actividad turística a través de un plan de acción y de inversión, mismo que se sustentó en tres grandes objetivos: proteger la planta productiva y el empleo; mantener la conectividad aérea de los destinos turísticos, y reposicionar a México como destino turístico en los principales destinos emisores.

## 4.2 POLÍTICA INTERSECTORIAL

En atención a la instrumentación de la política pública de Cruceros en México, se trabajó con base en sus cinco lineamientos generales, sus lineamientos específicos y las acciones previstas.

### COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL PARA MEJORAR LA OPERACIÓN DE CRUCEROS

El 3 de septiembre de 2008 en Puerto Vallarta, Jalisco, se llevó a cabo la reunión del grupo de trabajo de cruceros turísticos, perteneciente a la Comisión Ejecutiva de Turismo, donde se realizó una visita técnica de familiarización a las labores de operación, seguridad y facilitación, que se realizan al arribo de las embarcaciones, a fin de detectar oportunidades en los procesos de mejora de la normatividad federal. Dentro de los principales acuerdos del grupo, la SECTUR contrataría un diagnóstico y propuesta de facilitación que permita eliminar trámites y a la vez promover la modernización de los procesos.

En seguimiento de dicho acuerdo, en octubre de 2008 la SECTUR contrató la elaboración del diagnóstico y propuesta de facilitación de trámites federales que se realizan para al arribo y zarpe de los cruceros, mismo que fue concluido en diciembre del mismo año. De enero a julio de 2009, las dependencias federales involucradas realizaron el proceso de validación de la información, análisis de propuestas de simplificación y de modernización. Lo anterior con el fin de proponer de manera integral medidas de

facilitación y modernización de dichos trámites federales en apoyo a la competitividad de los puertos de México.

Para propiciar mecanismos de coordinación interinstitucional y de concurrencia de acciones con los gobiernos estatales y municipales, se dio continuidad a las tareas de instalación de los Comités Locales de Cruceros (CLC), habiéndose instalado el CLC de Topolobampo, Sinaloa (2 de octubre de 2008). Con ello son ya diecisiete comités instalados en el país y se cumple el compromiso de colocar uno en cada puerto que recibe cruceros.

Con la finalidad de contar con un instrumento de difusión y comunicación que integre información relevante y fortalezca los lazos de comunicación entre todos los agentes involucrados con el segmento de cruceros, se distribuyeron las ediciones trimestrales correspondientes al segundo semestre de 2008 del Boletín electrónico de la Industria de Cruceros en México. En estas ediciones se contó con la colaboración de los Comités Locales de Cruceros, así como de las Administraciones Portuarias Integrales que reciben cruceros, lo que permitió incorporar a la sociedad en procesos de participación ciudadana y transparencia focalizada.

En febrero de 2009 en la ciudad de Miami, Florida se sostuvo una reunión de trabajo con la Presidenta de la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe (FCCA por sus siglas en inglés), así como con representantes de sus principales líneas navieras; con el fin de promover una Agenda común de temas a desarrollar en beneficio de la industria de cruceros en México. Lo anterior permitió vislumbrar escenarios de cooperación y concertación ante un panorama de alta competencia de mercados y de crisis económica mundial.

## **SENTAR LAS BASES PARA EL CRECIMIENTO ORDENADO**

El 5 de septiembre de 2008 en el marco del “Segundo Seminario-Taller de Competitividad para la Industria de Cruceros en México” celebrado en Puerto Vallarta, Jalisco, la SECTUR en conjunto con la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, presentaron a través de un taller por puerto-destino y por ruta-región, las principales estrategias y acciones propuestas por el estudio “Agendas de Competitividad para impulsar o mejorar la Actividad de Cruceros en Puertos de México”. En él participaron representantes de la industria y de los gobiernos estatales y municipales; de tal manera que los 17 puertos-destinos cuentan con un plan de acción integral que direcciona el actuar para el incremento de los índices de competitividad y sustentabilidad.

En el marco de la reunión intersectorial entre funcionarios de las Oficinas estatales de Turismo y de las Administraciones Portuarias Integrales celebrada el 29 de enero de 2009, la SECTUR presentó la propuesta de la implantación de un modelo de gestión estratégica para la operación de los Comités Locales de Cruceros, lo que permitiría poder contar con indicadores de desempeño y de resultado, tanto para el Comité como para el puerto-destino. Dependerá de cada puerto-destino la adopción del modelo.

Para impulsar la generación de investigaciones en este segmento, se trabajó en conjunto con el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) con el fin de seleccionar los destinos piloto y las variables de la encuesta dirigida a cruceristas para obtener su grado de perfil y satisfacción.

Con el fin de contar con información especializada sobre el turismo de cruceros en México, la SECTUR desarrolló una base de datos de la programación de arribos para 2009. Dicha información cuenta con datos sobre capacidades de barcos, líneas de cruceros que arriban y puertos visitados en México entre otras variables. Lo anterior permite diseñar escenarios y estrategias ante los retos y oportunidades que se presenten, tal es el caso de la crisis económica mundial y la contingencia de salud provocada por la influenza A (H1N1) en abril y mayo de 2009.

## MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO SOCIAL Y ECONÓMICO

El 4 y 5 de septiembre de 2008 la SECTUR llevó a cabo en Puerto Vallarta, Jalisco, el Segundo Seminario Nacional enfocado a afrontar los retos y oportunidades de la competitividad en la industria de cruceros nacional; con el objetivo de impulsar la actualización y profesionalización de los interesados en este segmento. En este seminario participaron el Instituto Mexicano de la Competitividad, el Instituto Nacional para el Federalismo y Desarrollo Municipal, de la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe (FCCA por sus siglas en inglés), entre otros.

En octubre de 2008, la SECTUR contrató con la Universidad del Caribe el estudio "Diseño de estrategias para el impulso a la competitividad de la Industria de cruceros en México". Las estrategias en materia de transversalidad, concurrencia y competitividad, entre otras, que se obtengan de este estudio permitirán encaminar los esfuerzos en una sola visión estratégica del desarrollo del segmento.

Durante octubre de 2008 también se llevó a cabo la décimo quinta "Conferencia anual de Cruceros" que organiza la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe (FCCA por sus siglas en inglés), en Trinidad y Tobago. A este evento se asistió junto con los enlaces del segmento de turismo de cruceros y los representantes de las Administraciones Portuarias Integrales (API's) que reciben cruceros. Las entrevistas concertadas con las líneas navieras, así como el panorama de la industria ante la crisis económica, sirvieron para tomar algunas medidas y elaborar propuestas con el fin de atender la coyuntura que se presenta en México.

Para lograr el objetivo anterior e impulsar el incremento en el arribo de cruceros a México, se participó en marzo de 2009 en el mayor evento de la industria de cruceros en Estados Unidos de Norteamérica: el "Seatrade Cruise Shipping Miami 2009". En este evento se coordinó la participación por rutas-regiones de cruceros mexicanos, tanto en el área de exhibición como en el tipo de información a otorgar a los medios de comunicación. Por segundo año consecutivo México recibió la distinción de ser nombrado el mejor destino orientado a familias, por parte de la revista especializada "Porthole Magazine".

En enero de 2009, la SECTUR presentó una propuesta de plan de mercadotecnia para el segmento de turismo de cruceros en México ante funcionarios estatales de turismo y representantes de las Administraciones Portuarias Integrales del país, con la finalidad de afrontar los retos de la crisis económica en este segmento. Lo anterior contempla estrategias integrales para impulsar los viajes, la capacitación de agentes de viajes en mercados emisores, participación en ferias, la formación y mejoramiento del producto, así como la generación de valor agregado en los destinos turísticos.

Uno de los mecanismos para promover la captación de recursos y atender la problemática en los destinos de cruceros, es la definición y aplicación de derechos y/o tarifas; para ello se participó activamente en las acciones preparatorias de la instrumentación del cobro de derecho por servicios migratorios que se aplicará a los cruceristas que visiten puertos mexicanos. Este cobro está previsto que entre en vigor el próximo 01 de enero de 2010.

## SEGURIDAD

Derivado de la contingencia sanitaria originada por la presencia del virus A (H1N1) en México, las líneas navieras suspendieron el arribo de cruceros a partir del 28 de abril de 2009 a todos los puertos mexicanos; esto originó una gran afectación en los destinos y los puertos, así como en la imagen del país. Para contrarrestar este efecto, en mayo de 2009 la SECTUR en conjunto con la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, la Asociación Mexicana de Agentes Navieros, A.C. (AMANAC) y la Asociación Mexicana de Empresas para la Atención de Cruceros Turísticos, A.C. (AMEPACT), trabajaron junto con el Centro Nacional de Vigilancia Epidemiológica para el Control de Enfermedades (CENAVECE), en un protocolo de salud. Dicho protocolo contiene lineamientos generales a observar sobre atención de pasajeros, atención de procedimientos de autoridades, y atención en centros cerrados y abiertos donde se interactúe

con pasajeros de cruceros. Este trabajo conjunto permitió avanzar en el posicionamiento de la atención a la contingencia tomada por las autoridades en puertos de cruceros e informar a las líneas navieras el procedimiento a seguir ante la reanudación de arribos a México.

Para fomentar la seguridad migratoria en la industria de cruceros, la SECTUR gestionó ante el Instituto Nacional de Migración (INM) el establecimiento de un procedimiento de seguridad y facilitación migratoria que permitiera agilizar el arribo y legal estancia de la tripulación del crucero “Pacific Dream” perteneciente a la empresa Pullmantur. Lo anterior contribuyó a la serie de gestiones y facilidades para concretar este proyecto de inversión y de beneficio directo a los puertos de: Acapulco e Ixtapa-Zihuatanejo en Guerrero; Manzanillo en Colima; Puerto Vallarta en Jalisco y Los Cabos en Baja California Sur.

**ESTRATEGIAS DIFERENCIADAS POR DESTINO**

El 11 de septiembre de 2008, se suscribió el "Acuerdo para el establecimiento de un Mecanismo Latinoamericano de Consulta y Concertación entre Ministerios de Turismo de Países receptores de Cruceros". A través de este Convenio se pretende fortalecer la oferta de rutas de cruceros que ofrecen las naciones centroamericanas y México, en el Mar Caribe, para competir con otras zonas receptoras consolidadas y emergentes.

**4.3 POLÍTICA SECTORIAL**

**ORDENAMIENTO ECOLÓGICO**

Se continuó participando en las sesiones del Órgano Técnico y Ejecutivo del Comité del Ordenamiento Ecológico Marino y Regional del Golfo de México y Mar Caribe (OEMRGMyMC), coordinados por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Las reuniones se realizaron en:

- Cancún, Quintana Roo, 4 y 5 de diciembre de 2008
- Veracruz, Veracruz, 9 de febrero de 2009
- Mérida, Yucatán, 11 de febrero de 2009
- Tampico, Tamaulipas, 2 y 3 de abril de 2009
- Campeche, Campeche, 28 de mayo de 2009
- Mérida, Yucatán, 13 de agosto del 2009

La SECTUR ha contribuido al compilar, analizar y proporcionar información sobre proyectos turísticos, asimismo ha participado en la validación de propuestas y modelos generados como parte del trabajo técnico.

- En el OEMRGMyMC se concluyó el pronóstico correspondiente a la fase de formulación, por lo que a finales de agosto inició la fase de expedición con la Consulta Pública.
- En el caso del Ordenamiento Ecológico Marino del Golfo de California, el 15 de julio de 2009 en La Paz, Baja California Sur, se presentó un informe sobre las acciones que SECTUR en coordinación con Estados y Municipios, ha realizado en apoyo a la planeación y competitividad en destinos de la región.
- Los días 29 y 30 de julio de 2009 en Tijuana, Baja California., se participó en la primera reunión del Programa de Ordenamiento Ecológico Marino y Regional del Pacífico Norte POEMyRPN, que abarca la parte occidental de los Estados de Baja California y Baja California Sur.

## CAMBIO CLIMÁTICO

En el Programa Especial de Cambio Climático (PECC), la SECTUR por conducto de la Dirección General de Planeación Estratégica y Política Sectorial (DGPEPS), elaboró los apartados del Sector Turismo sobre Adaptación y Mitigación del PECC, mismos que indican las metas comprometidas al 2012.

- El 27 de septiembre de 2008 se firmó el Convenio para formar el Fondo Sectorial con el consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), cuyo objetivo es el fomento a la investigación aplicada en el Sector Turismo, esta una de las metas comprometidas en el PECC.
- El 5 de junio del 2009 en el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, se presentó el PECC y próximamente se publicará en el Diario Oficial de la Federación.

## 4.4 DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO

### AGENDA 21 PARA EL TURISMO MEXICANO

En el periodo de este informe, se instalaron diez Comités Agenda 21 Local en los municipios de: San Cristóbal de las Casas, Tapachula y Palenque, Chiapas; Isla Mujeres, Quintana Roo; Jerez, Zacatecas; Huauchinango, Puebla; Mier, Tamaulipas; Huamantla, Tlaxcala; San Andrés Tuxtla y Tlacotalpan, Veracruz.

Como parte de la estrategia “Promoción de mejores prácticas ambientales en empresas y destinos turísticos”, se continúa impulsando los programas voluntarios de certificación que se promueven en coordinación con la Procuraduría Federal de la Protección al Ambiente (PROFEPA) para mejorar el desempeño ambiental de empresas y destinos turísticos.

El 24 de noviembre de 2008, se realizó la entrega de veintiocho Certificados Calidad Ambiental Turística y se firmó el convenio para dar inicio a la Certificación Destino Turístico Limpio.

En abril de 2009 se realizaron reuniones con los cinco destinos piloto: Cozumel, Quintana Roo; Huatulco, Oaxaca; San Miguel de Allende, Guanajuato; Puerto Peñasco, Sonora y Cuatro Ciénegas, Coahuila, para trabajar Destino Turístico Limpio. Se realizó un Taller en Cozumel y en los otros destinos están programados para septiembre del año en curso.

Dentro del marco de Destino Turístico Limpio se logró el apoyo de la Secretaría de Economía (SE) para financiar una parte de las auditorías ambientales, que se realizarán a los hoteles que participen en Calidad Ambiental Turística.

### PROGRAMA PLAYAS LIMPIAS

El Programa Playas Limpias dio inicio en el año de 2003 en coordinación con Secretaría de Medio y Recursos Naturales (SEMARNAT), Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), Secretaría de Salud (SALUD), Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y la Secretaría de Marina (MARINA). Su objetivo es unir acciones y recursos con los gobiernos Estatales y Municipales, empresarios turísticos, sociedad y academia, para resolver las diversas causas de la contaminación y mejorar la competitividad de los destinos turísticos.

Por conducto de la Dirección General de Planeación Estratégica y Política Sectorial (DGPEPS) se continúa con la participación en el Grupo Interinstitucional de Playas Limpias, entre los principales avances está el monitoreo de 276 playas de los principales destinos turísticos en los diecisiete estados costeros de México.

Se participó en el “Quinto Encuentro Nacional de Comités de Playas Limpias”, del 12 al 15 de agosto de 2009 en Nuevo Vallarta, Nayarit. A este evento, asistieron representantes de los 35 Comités instalados en el país, funcionarios federales, estatales, municipales, investigadores y prestadores de servicios turísticos.

El evento se organizó bajo los siguientes temas: investigación y desarrollo tecnológico, gestión de residuos sólidos, sistemas de monitoreo, educación y cultura ambiental, saneamiento, nuevas tendencias, instrumentos y alternativas para el desarrollo sustentable de las costas y certificación de playas.

## **PARTICIPACIONES INTERNACIONALES**

Se participó los días 13 y 14 de noviembre de 2008 en la “Segunda jornada dedicada a las Normas, Calidad y Sostenibilidad en Destinos Turísticos” en Caracas, Venezuela, presentando el Programa Agenda 21 para el turismo mexicano.

El 23 de abril de 2009 se participó en la “Vigésima Reunión del Comité Especial de Turismo Sustentable y el 24 en la segunda Reunión de Ministros de Turismo, ambas de la Asociación de Estados de Caribe (AEC), en Barranquilla, Colombia.

En la primera se presentaron los informes sobre la “Octava Reunión del Grupo de Expertos en Indicadores”, las actividades de 2008 y el Plan de trabajo 2010-2011 de la Dirección de Turismo Sostenible de la AEC; también se preparó la Declaración de Barranquilla, misma que se presentó en la “Segunda Reunión de Ministros de Turismo”.

## **SISTEMA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD PARA EL TURISMO**

Se continuó con la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, cuyo resultado son diagnósticos que permiten conocer las condiciones de cada destino, en cuatro grandes temas y doce subtemas:

- Medio Ambiente (Agua, Energía, Aire, Desechos, Educación Ambiental)
- Entorno Socioeconómico (Beneficios Económicos del Turismo, Impacto Social)
- Turismo (Oferta y Demanda Turística)
- Desarrollo Urbano (Planeación Urbana y Ambiental, Desarrollo Urbano Integral e Imagen Urbana)

De julio a diciembre de 2008 se realizaron los diagnósticos de trece nuevos destinos: Real de Asientos, Aguascalientes; San Francisco de Conchos, Chihuahua; Nombre de Dios, Durango; Mexcaltitán, Nayarit; Capulalpam, Oaxaca; Huauchinango, Puebla; Isla Mujeres, Quintana Roo; Mier, Tamaulipas; Huamantla, Tlaxcala; San Andrés Tuxtla y Tlacotalpan, Veracruz; Tapachula, Chiapas y Jerez, Zacatecas; así como la actualización de otros 11 destinos: Cuernavaca y Tepoztlán, Morelos; Ensenada, Baja California; Manzanillo, Colima; Mérida, Yucatán; Palenque y San Cristóbal de las Casas, Chiapas; Puerto Vallarta, Jalisco; San Luis Potosí, San Luis Potosí, Veracruz – Boca del Río, Veracruz y Zacatecas, Zacatecas.

Se tiene programado para el último cuatrimestre del año la elaboración de diagnósticos en siete nuevos destinos: El Fuerte, Sinaloa; Cuatro Ciénagas, Coahuila; Paraíso y Centla, Tabasco; Sombrerete, Zacatecas; Tulum, Quintana Roo y Tuxpan, Veracruz; así como la actualización de 4 destinos: Acapulco y Taxco, Guerrero; Rosarito, Baja California y la Región del Lago de Pátzcuaro en Michoacán.

Los diagnósticos son una valiosa herramienta para los tomadores de decisiones en los destinos turísticos de México, ya que les permiten obtener información clara y confiable sobre las condiciones del lugar y sus principales problemas relacionados con el medio ambiente, el entorno socioeconómico, el desarrollo urbano y el turismo.

Entre los principales indicadores se encuentran: el tratamiento de aguas residuales; la generación, el manejo y la disposición de desechos; la educación en materia ambiental; el desempleo; la presión demográfica; el ambulantaje; la satisfacción de los turistas; la oferta turística; el ordenamiento ecológico y la cobertura de servicios básicos, entre otros.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

- Llevar a cabo la conformación de tres programas estatales de turismo adicionales alineados al Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.
- Seguimiento a las estrategias para la alineación de los Programas Operativos Anuales del Sector Turismo con el objetivo de dar cumplimiento a los lineamientos del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.
- Promover la coordinación y vinculación entre la federación, estados y municipios con empresarios turísticos y comunidades, en acciones para avanzar hacia el desarrollo sustentable de la actividad turística, como la elaboración de los Ordenamientos Ecológicos, las Certificaciones Calidad Ambiental Turística y Destino Turístico Limpio, impulsar Playas Limpias y mejorar el sistema de Indicadores de Sustentabilidad.
- Consolidar el funcionamiento de los Comités Agenda 21 Local, elaborar diagnósticos en nuevos destinos y actualizarlos en los principales destinos del país.

## 4.5 INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y ECONÓMICA

### SISTEMA DE INFORMACIÓN DATATUR

Durante el periodo comprendido entre septiembre de 2008 y julio de 2009, el sistema DataTur fue consultado 248 mil ocasiones, alcanzando en este último corte un total de 1 millón 391 mil consultas desde que inició sus operaciones en mayo de 2003.

Entre los meses de septiembre de 2008 y julio de 2009, se elaboraron y difundieron 47 reportes con resultados semanales de la ocupación hotelera y 10 con resultados mensuales, generados mediante el monitoreo permanente que se lleva a cabo en un total de 85 destinos turísticos del país (25 centros de playa y 60 ciudades), los cuales fueron puestos a disposición del público en general en los sitios <http://datatur.sectur.gob.mx> y [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx).

Al mes de junio de 2009, el Monitoreo DataTur logró una cobertura de 309 mil 391 cuartos, que representan el 63 por ciento de la oferta turística.



## PUBLICACIONES

Se elaboraron y publicaron en el portal oficial de la SECTUR y en DataTur los números 79, 80, 81, 82 y 83 del Boletín Hechos y Tendencias del Turismo. Este documento fue visitado en el portal oficial de la SECTUR en 7 mil 332 ocasiones en el periodo de septiembre de 2008 a julio de 2009.

Se editó y distribuyó, vía correo certificado, el Compendio 2007 Hechos y Tendencias del Turismo, con un tiraje de mil ejemplares impresos. También se editó y se encuentra en proceso de distribución, vía correo certificado, el Compendio 2008 Hechos y Tendencias del Turismo con un tiraje de mil ejemplares impresos. Respecto a esta publicación es importante destacar que en su gran mayoría, es distribuida en Instituciones Educativas de Nivel Superior con estudios en Turismo.

En el periodo de agosto a diciembre de 2008 se realizó la supervisión metodológica y operacional de la aplicación de 3 224 cuestionarios para el “Estudio de Calidad de los Servicios Aeroportuarios (ASQ)”, en los aeropuertos siguientes: Acapulco, Ixtapa - Zihuatanejo, San José del Cabo, Puerto Vallarta, Cancún y Toluca. Con la actividad anterior se concluyeron los trabajos correspondientes al tercer y cuarto trimestre de 2008, enviándose la totalidad de los cuestionarios completados a la empresa *DKMA Consulting* en Londres, Inglaterra, para el análisis y respectivo reporte a la Coordinación de Asesores del C. Secretario de Turismo.

En el periodo de enero a marzo de 2009, se realizó la supervisión metodológica y operacional de la aplicación de 1 271 encuestas para “Determinar la Percepción de la Calidad de los Servicios en seis Aeropuertos Nacionales en el Primer Trimestre de 2009”. El estudio se realizó en los aeropuertos de Acapulco, Ixtapa – Zihuatanejo, San José del Cabo, Puerto Vallarta, Cancún y Toluca. Con la actividad anterior se concluyeron los trabajos correspondientes al primer trimestre de 2009, enviándose la totalidad de los cuestionarios completados a la empresa *DKMA Consulting*, en Londres, Inglaterra, para el análisis y respectivo reporte a la Coordinación de Asesores del C. Secretario de Turismo.

Se enviaron más de 1 600 notificaciones por mes vía correo electrónico sobre la puesta en línea del informe estadístico “Resultados de la Actividad Turística” en la página de DataTur, entre septiembre de 2008 y mayo de 2009, dirigidas a instituciones públicas y privadas involucradas en el tema. Cabe mencionar que en el periodo referido se elaboraron nueve ediciones mensuales de dicha publicación.

Adicionalmente, se distribuyeron un poco mas de 850 ejemplares de la publicación “El Turismo en México 2008”; 850 ejemplares de la publicación “Turismo de Internación 2008”; y un poco mas de 900 ejemplares en CD de la publicación “Compendio Estadístico del Turismo en México 2008”. En el periodo agosto de 2008 a julio de 2009 se publicó el “Boletín Cuatrimestral de Turismo” No. 22, 23 y 25 con un tiraje de 1,000 ejemplares cada uno. Se imprimieron 1,000 ejemplares de la revista “Análisis del Turismo” No.3.

Se ha elaborado mensualmente el “Índice Nacional de Precios Turísticos”. Los resultados se encuentran publicados en la página del Sistema de Información Estadística DataTur dentro de la publicación “Resultados Acumulados de la Actividad Turística”.

## 4.6 ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

La SECTUR ha establecido un programa permanente de medición de resultados a través del estudio “Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas (PGST)”, mismo que desde el 2001 ha permitido monitorear la percepción de la calidad de los servicios turísticos y del destino y ha detonado diversas acciones, tanto en el gobierno, como dentro de la iniciativa privada para mejorar distintos servicios ofrecidos al turista.

Los resultados del estudio de “Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas (PGST)”, han permitido conocer la percepción que tienen los turistas nacionales e internacionales sobre diversos componentes de su viaje a México y son utilizados como pauta en el desarrollo de estrategias de promoción en temas específicos como los de hospitalidad, limpieza y seguridad. También se han utilizado como referencia para perfeccionar los planes de mejora de infraestructura de comunicaciones en los destinos.

Asimismo, los resultados de este estudio señalan que el índice global de satisfacción de los turistas internacionales que viajaron por avión hacia los destinos turísticos nacionales durante enero-junio de 2009 fue de 8.2 puntos para los destinos de playa y para los destinos de ciudad es de 8.4 en una escala de 1 al 10, calificación igual respecto a 2008. La variable mejor evaluada fue la limpieza del aeropuerto con 8.5 y la peor evaluada fue la información recibida en el aeropuerto con 8.2 para los destinos de playa. En los destinos de ciudad la mejor evaluada fue la seguridad en el aeropuerto con 8.7 y la peor evaluada fue la entrega de equipaje con 8.2 puntos.

Con el propósito de fortalecer la operación y el diseño de esta encuesta, a partir de enero de 2009 se amplió la cobertura de los destinos turísticos evaluados.

Durante el primer semestre de 2009, el índice global de satisfacción de los turistas internacionales en playas fue de 9.1 puntos. Mientras que el de los turistas nacionales fue de 8.4, medido en una escala del 1 al 10. De igual manera para playas, la variable mejor evaluada por el turismo internacional fue la hospitalidad de los residentes con 9.2, y la peor evaluada fue la limpieza en calles y áreas públicas 7.9 puntos.

Con respecto a las ciudades, la variable mejor evaluada en el turismo nacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.3 puntos, y la peor evaluada fue la relación calidad/precio con 6.9. En cuanto a los turistas internacionales en ciudades fue de 7.8, mientras que el de los turistas nacionales fue de 7.5, medido en una escala de 1 al 10. La variable mejor evaluada por el turismo internacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.6, y la peor evaluada fue la limpieza en calles y áreas públicas 7.2. La variable mejor evaluada en el turismo nacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.2, y la peor evaluada limpieza en calles y áreas públicas con 7.0 puntos.

## **DIVULGACIÓN**

En noviembre de 2008 se puso en marcha el servicio de consulta a través de internet del Centro de Documentación Turística (CEDOC Virtual) siendo el primer centro de documentación digital especializado en turismo y de temas relacionados en México y Latinoamérica, cuyo objetivo es ampliar y fortalecer el conocimiento, desarrollo y promoción de destinos turísticos, así como poner al alcance de los usuarios información estratégica que apoye la toma de decisiones y contribuya a mejorar la competitividad de las empresas del sector. El CEDOC cuenta con un acervo de 7 mil títulos especializados de los cuales cerca de 4 mil se encuentran ya digitalizados.

## **SERVICIOS DE EXTENSIÓN**

A efecto de propiciar un intercambio de conocimientos y experiencias en materia de investigación turística a través del encuentro de diversos representantes del ámbito público, privado y social, así como de identificar los principales retos actuales y futuros en materia de investigación e información para el Sector Turismo, se organizó el “Décimo Congreso Nacional y 4º Internacional de Investigación Turística” en la Ciudad de Toluca, Estado de México, con una participación de 276 asistentes vinculados a la investigación en el área turística a nivel nacional e internacional. Participaron veintiséis instituciones académicas nacionales y seis extranjeras; siete organismos nacionales y cuatro internacionales.

Como parte del proyecto “Estudios Multidisciplinarios en Turismo” que busca sistematizar la producción intelectual en el campo del turismo, conformar un acervo de estudios turísticos con un enfoque

multidisciplinario y académico, que incida en la base de conocimiento para la toma de decisiones y orientación de políticas públicas, las ponencias presentadas durante el “Décimo Congreso Nacional y Cuarto Internacional de Investigación Turística” serán publicadas en coordinación con la Universidad Autónoma del Estado de México y los Institutos de Geografía y Economía de la Universidad Nacional Autónoma del Estado de México (UAEM).

Para mantener un vínculo entre los investigadores del área turística y el CESTUR, así como fomentar la investigación turística en el país, se han integrado a la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT) al día de hoy 175 productos de investigación y se aplicó el mantenimiento al sitio web RICIT.

Como parte de la actualización profesional de funcionarios del sector, se organizó el Seminario Conversando con los Expertos que constó de las siguientes ponencias:

“El Escenario del Turismo en México y la Crisis Financiera Internacional”, reuniendo a 70 funcionarios públicos de SECTUR, CPTM, FONATUR y representantes de la Secretaría de Turismo del D.F., la Confederación Nacional Turística (CNT) y la Confederación Nacional de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO – SERVYTUR).

“Resultados Actualizados del efecto de la crisis financiera global sobre la economía estadounidense y expectativas de sus efectos sobre el flujo de turistas hacia México para el Segundo Semestre de 2009”. Asistieron a esta conferencia funcionarios públicos de SECTUR, FONATUR y CPTM.

Con el fin de mantener un canal de comunicación directo con la Red de Investigadores, tanto de instituciones públicas como privadas a nivel nacional que integran la RICIT, se realizaron reuniones en Tijuana, Baja California y Puebla, Puebla, que buscan identificar de esta manera las necesidades y requerimientos del sector en materia de investigación turística.

En el marco de la celebración del Día Mundial del Turismo bajo el lema “El Turismo afronta el reto del Cambio Climático”, el 27 de septiembre de 2008 se llevó a cabo la firma del convenio entre SECTUR y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACyT) para la conformación del “Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo”. Su objetivo es el fomento a la investigación y desarrollo de estudios para la mitigación del calentamiento global generado por la actividad turística.

## TECNOLOGÍA

A efecto de aportar a las Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas (PyMEs), elementos para enriquecer la cultura informática de los empresarios e impulsar la adopción y uso de tecnologías de información como instrumento para ser más competitivos, se realizó el “Foro e-Turismo 2008”. Tras siete años e igual número de eventos realizados, dado el interés generado, por primera ocasión en el mismo año 2008 se organizaron dos ediciones del foro: la primera “CRM, construya relaciones de lealtad con sus clientes” el 2 de abril en la Ciudad de México, y la segunda “Innovación, Competitividad y Tecnología para el Turismo”, el 30 de octubre en la Ciudad de Monterrey Nuevo León. Esto demuestra la importancia de la tecnología para el turismo, sus conceptos, novedades y tendencias, la situación que guarda su uso en México, así como las oportunidades y alternativas disponibles para mejorar competitivamente. Participaron más de 300 asistentes.

Por otra parte, para mejorar el nivel de gobierno electrónico del país y brindar a los ciudadanos un espacio virtual, útil y profesional, se realizaron ajustes al Portal Oficial de la SECTUR conforme lo estipulado en el Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas 2008. De esta manera se cumplen satisfactoriamente

los objetivos consistentes en homologar la arquitectura de información, de contenidos, el lenguaje y la imagen gráfica institucional de los sitios web de la Administración Pública Federal.

Finalmente, se desarrolló la fase 4 del Sistema de Información Estratégica Institucional (antes Sistema de Inteligencia Institucional) como parte de los esfuerzos para consolidarlo y fortalecer a la comunidad integrada por SECTUR, FONATUR y el CPTM a través de la web. Todo esto para la presentación, análisis e intercambio de información sectorial sustantiva, en apoyo al proceso de toma de decisiones especialmente de los altos funcionarios de dichas instituciones.

## 5. DESARROLLO REGIONAL

### 5.1 DESARROLLO REGIONAL, ESTATAL Y MUNICIPAL

A través de la suscripción de Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, los recursos aportados por la Federación durante 2009 ascienden a 1 485 millones de pesos. Estos recursos son destinados a proyectos de infraestructura turística en las entidades federativas del país. Además, los convenios motivan la aportación de recursos adicionales por parte de los gobiernos estatales y municipales beneficiados, logrando así la suma de voluntades y coincidencia de esfuerzos para invertir en proyectos turísticos con un monto total conjunto de 2 804 millones de pesos.

Con estos recursos se llevarán a cabo proyectos de infraestructura que mejorarán la oferta turística del país al equipar y rehabilitar sitios con atractivo cultural y de naturaleza; proyectos que orientan la mejora en la imagen urbana de ciudades patrimonio, Pueblos Mágicos y otros destinos con potencial turístico y con valor histórico y arquitectónico; otros más para incrementar la infraestructura de servicios en destinos de Sol y Playa, además de incrementar la oferta de espacios para atender el turismo de congresos y convenciones, logrando así una mayor oferta diversificada de productos de calidad en nuestro país.

La selección de proyectos y obras para 2009 favoreció a aquellos que cumplen con una visión estratégica de integración de oferta turística competitiva, garantizando la generación de empleos y un alto impacto económico en los destinos turísticos del país. Durante el ejercicio presupuestal 2009, al mes de agosto, se han firmado 29 Convenios de Coordinación entre la SECTUR y las entidades federativas. A éstas se les transfiere la responsabilidad del ejercicio; de los mecanismos de evaluación y control de recursos; y la gestión de éstos ante los sectores social y privado.

Derivado de la suscripción de los 29 Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, el monto de los recursos federales derivados al mes de agosto asciende a la cantidad de 1 485 millones de pesos del presupuesto asignado de 1 600 millones de pesos.

Derivado de la contingencia sanitaria presentada en nuestro país, 115 millones de pesos fueron transferidos al Consejo de Promoción Turística de México, para la estrategia “Vive México”.

Por línea de producto tenemos la siguiente distribución: 66.44 por ciento para turismo cultural; 10.07 por ciento para sol y playa; 8.5 por ciento para turismo de naturaleza; 7.05 por ciento para otros tipos y formas de turismo; y el 7.94 por ciento restante para otros segmentos. Con estos recursos se impulsaron 231 proyectos en los programas Mundo Maya; En el Corazón de México; Centros de Playa; Ruta de los Dioses; México Norte; Tesoros Coloniales del Centro de México y en el Programa Barrancas del Cobre-Mar de Cortés.

PROGRAMAS REGIONALES

Los recursos a los que se refiere el apartado siguiente se distribuyen entre los programas regionales que son: Centros de Playa, En El Corazón de México, Ruta de los Dioses, Tesoros Coloniales del Centro de México, Mundo Maya y México Norte; que como ya se mencionó comprenden 231 proyectos.

Los convenios son los siguientes:

No.	Estado	No. Proyectos	Recursos			Total
			Federal	Estatad	Municipal	
1	Aguascalientes	5	\$51,500,000	\$51,500,000	\$8,000,000	\$111,000,000
2	Baja California	8	\$55,000,000	\$55,000,000	\$0	\$110,000,000
3	Baja California Sur	13	\$60,000,000	\$50,000,000	\$0	\$110,000,000
4	Campeche	No suscribió Convenio				
5	Coahuila	9	\$50,000,000	\$67,000,000	\$9,000,000	\$126,000,000
6	Colima	6	\$31,000,000	\$31,000,000	\$0	\$62,000,000
7	Chiapas	7	\$31,000,000	\$31,000,000	\$0	\$62,000,000
8	Chihuahua	7	\$31,000,000	\$37,960,000	\$12,000,000	\$80,960,000
9	Distrito Federal	6	\$60,000,000	\$60,000,000	\$0	\$120,000,000
10	Durango	9	\$31,000,000	\$31,000,000	\$0	\$62,000,000
11	Guanajuato	12	\$72,500,000	\$102,855,000	\$0	\$175,355,000
12	Guerrero	13	\$50,000,000	\$50,000,000	\$0	\$100,000,000
13	Hidalgo	7	\$31,000,000	\$31,000,000	\$0	\$62,000,000
14	Jalisco	13	\$73,000,000	\$73,000,000	\$0	\$146,000,000
15	México	5	\$40,500,000	\$40,500,000	\$12,500,000	\$93,500,000
16	Michoacán	17	\$70,000,000	\$70,000,000	\$38,300,000	\$178,300,000
17	Morelos	5	\$31,000,000	\$26,000,000	\$5,000,000	\$62,000,000
18	Nayarit	3	\$50,000,000	\$50,000,000	\$0	\$100,000,000
19	Nuevo León	11	\$52,500,000	\$52,500,000	\$0	\$105,000,000
20	Oaxaca	5	\$41,000,000	\$41,000,000	\$0	\$82,000,000
21	Puebla	8	\$30,600,000	\$30,600,000	\$21,450,000	\$82,650,000
22	Querétaro	8	\$42,450,000	\$42,700,000	\$25,500,000	\$110,650,000
23	Quintana Roo	No suscribió Convenio				
24	San Luis Potosí	1	\$497,000	\$497,000		\$994,000
25	Sinaloa	6	\$50,000,000	\$50,000,000	\$0	\$100,000,000
26	Sonora	3	\$11,125,000	\$11,125,000		\$22,250,000
27	Tabasco	No suscribió Convenio				
28	Tamaulipas	10	\$50,000,000	\$50,000,000	\$0	\$100,000,000
29	Tlaxcala	7	\$32,400,000	\$29,400,000	\$10,500,000	\$72,300,000
30	Veracruz	9	\$35,000,000	\$35,000,000	\$19,700,000	\$89,700,000
31	Yucatán	10	\$60,000,000	\$60,000,000	\$0	\$120,000,000
32	Zacatecas	9	\$61,000,000	\$87,200,000	\$20,000,000	\$168,200,000
		232	\$1,285,072,000	\$1,347,837,000	\$181,950,000	\$2,804,859,000

**Nota:** Se transfirieron recursos por 200 millones de pesos a la Subsecretaría de Innovación y Calidad en el mes de marzo, para la recuperación de playas de Quintana Roo.

Cada uno de los Programas Regionales 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 de la república con litoral en los que se encuentran localizados los principales destinos de Sol y Playa, tanto los tradicionales como los Centros Integralmente Planeados. Las entidades federativas que abarca este programa son Baja California Sur, Colima, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Sinaloa.

**PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO**

Comprende las entidades ubicadas en el centro geográfico de la república: Hidalgo, México, Morelos, Tlaxcala y el Distrito Federal. Complementariamente se inserta en este programa la entidad de Guerrero.

**PROGRAMA RUTA DE LOS DIOSES**

Las entidades que lo conforman son el Distrito Federal, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz, y tienen en común sus variados atractivos naturales, culturales, gastronómicos y tradicionales.

**PROGRAMA TESOROS COLONIALES DEL CENTRO DE MÉXICO**

Las características históricas, culturales y arquitectónicas de los estados de Aguascalientes, Durango, Guanajuato, Michoacán, Querétaro, San Luís Potosí y Zacatecas, que integran este programa, se suman al hecho de que su vocación turística se orienta básicamente al turismo doméstico.

**PROGRAMA MUNDO MAYA**

Este programa se inserta dentro de un proyecto multinacional del que forman parte diversos países centroamericanos, que tiende a la conservación y divulgación de las riquezas culturales y arqueológicas de la civilización maya. Comprende las entidades de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán.

**PROGRAMA MÉXICO NORTE**

Este programa incluye a las entidades federativas que se ubican en la frontera norte del país, colindantes con los Estados Unidos de América y por tanto receptoras de un alto número de turistas y excursionistas fronterizos procedentes de ese país. Se trata de los estados de Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas.

Esta regionalización geotemática permite distribuir los recursos federales y estatales, junto con los detonados en los municipios y los provenientes de los sectores privado y social, en proyectos específicos de infraestructura, imagen urbana, conservación de sitios, señalización, además de equipamiento y servicios.

## PUEBLOS MÁGICOS

El Programa de Pueblos Mágicos proporciona apoyos a los poblados típicos con atractivos turísticos culturales de gran singularidad que requieren conservación y mejoramiento de su imagen urbana e identidad. Para que una localidad sea considerada Pueblo Mágico, pueda ser incorporada al Programa, tendrá que realizar una serie de trámites, siendo el primero de estos la solicitud de incorporación por parte de las Autoridades Municipales y Estatales a esta Dependencia.

Posterior a ello, se realizará una visita de valoración por parte de funcionarios de la Dirección General de Programas Regionales y/o de la Dirección General de Desarrollo de Producto Turístico, en donde se evaluará la potencialidad para que la localidad pueda llegar a ser Pueblo Mágico.

Si el dictamen es favorable, la localidad solicitante deberá de iniciar el proceso de integración del Expediente. Existen criterios No negociables, a tomar en cuenta para la incorporación al programa siendo estos los siguientes: Existencia de Comité Pueblo Mágico, Compromiso de las autoridades estatales y municipales hacia el Programa y finalmente la Aplicación del Programa de reordenamiento del comercio semifijo.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

- Obtener un mayor volumen de recursos fiscales en el Presupuesto de Egresos de la Federación, a efecto de estar en condiciones de incrementar los proyectos en las entidades federativas a través de los Convenios de Coordinación.
- Gestionar ante los gobiernos de los estados, el incremento de sus aportaciones destinadas al desarrollo de infraestructura turística.
- Implementar nuevos esquemas de cooperación para el desarrollo de productos turísticos a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos.
- Continuar con los esfuerzos necesarios para fortalecer a los Pueblos Mágicos en las 32 entidades federativas a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos.

# 5.2 DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO

## 5.2.1 ACCIONES Y RESULTADOS EN EL MARCO DE LOS CONVENIOS DE COORDINACIÓN Y REASIGNACIÓN DE RECURSOS

En este rubro se reportan en forma detallada las acciones llevadas a cabo en el marco de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, y en los mencionados anteriormente.

### PROGRAMA CENTROS DE PLAYA

- **Baja California Sur:** en el municipio de La Paz se apoya la tercera etapa de construcción del Parque Acuático “El Coromuel”, la segunda etapa de rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico “Parque Cuauhtémoc/Muelle Flotante”, así como la tercera etapa del programa de desarrollo turístico integral de Todos los Santos Pueblo Mágico; en el municipio de Comondú se apoya la tercera etapa conclusión del circuito turístico de Puerto San Carlos, la segunda etapa del programa de desarrollo urbano turístico “Centro Turístico Comondú”, la primera etapa del proyecto

integral para el desarrollo del circuito de Santuarios Balleneros en Puerto San Carlos y la primera etapa del proyecto integral para el desarrollo del circuito de Santuarios Balleneros en Puerto Adolfo López Mateos; en el municipio de Loreto se apoya la segunda etapa de la rehabilitación y mejoramiento de imagen urbana del centro histórico de Loreto; en el municipio de Mulegé se apoya la cuarta etapa del mejoramiento del centro histórico de Santa Rosalía, la tercera etapa de rehabilitación y mejoramiento turístico integral de Heroica Mulegé y Malecón Costero, y la primera etapa del proyecto integral para el desarrollo del circuito de Santuarios Balleneros en Guerrero Negro; y en el municipio de Los Cabos se apoya el “Par Vial Los Cabos”, regeneración de imagen urbana en el centro de Cabo San Lucas.

- **Colima:** en Manzanillo se apoya la octava etapa de rehabilitación del centro histórico, así como la construcción de un centro de convenciones en ese importante destino turístico; en el municipio de Tecomán se apoya la quinta etapa de rehabilitación centro histórico y la segunda etapa del andador peatonal Real Pascuales; por otra parte, en el municipio de Armería se apoya la mejora de la imagen urbana del balneario El Paraíso; y de manera global se desarrolla un proyecto de señalética turística estatal.
- **Guerrero:** En el municipio de Acapulco de Juárez, se apoya el mejoramiento integral de Puerto Marqués, la implementación de un sistema multimedia de “Luz y Sonido en la Quebrada”, el mejoramiento de accesos a playa en Acapulco (Bahía de Santa Lucia, Barra Vieja y Playa Bonfil), la construcción del Museo de las 7 Regiones, así como un programa de señalética en la costera y un programa de capacitación para la franja turística de Puerto Marqués, Playa Bonfil y Barra Vieja; en Zihuatanejo de Azueta, se apoya la primera etapa de rehabilitación integral de la imagen urbana de la localidad; en el municipio de Taxco de Alarcón se apoya la quinta etapa de Taxco Pueblo Mágico; en el municipio de Ixcateopan, se apoya el programa de mejoramiento de la imagen urbana que contempla la construcción del Museo de Resistencia Indígena; en el municipio de Chilpancingo de los Bravo se apoya la cuarta etapa del proyecto arqueológico de Tehuacalco y su camino de acceso, así como la mejora y rehabilitación de imagen urbana de las comunidades de influencia del sitio arqueológico de Tehuacalco; en el municipio de Petatlán se apoya la tercera etapa del proyecto arqueológico Soledad de Maciel.
- **Jalisco:** En el municipio de Cabo Corrientes se apoya el programa de creación de infraestructura, equipamiento turístico y rehabilitación de imagen urbana; en el municipio de Cihuatlán se apoya la rehabilitación de imagen urbana del corredor turístico local; en el municipio de Chapala se apoya la segunda etapa del programa de mejora y rehabilitación de infraestructura e imagen urbana; en el municipio de Lagos Moreno se apoya la construcción de Embarcaderos, así como la mejora de la imagen urbana, dentro del proyecto ecoturístico de Río Lagos y El Arroyo Guaricho; en Mazamitla se apoya séptima etapa del programa Mazamitla Pueblo Mágico; en Puerto Vallarta se apoya la tercera etapa del rescate del centro histórico; en San Juan de los Lagos se apoya la segunda etapa mejoramiento de imagen urbana; en Tapalpa se apoya la sexta etapa del programa Tapalpa Pueblo Mágico; en Tequila se apoya la séptima etapa del programa Tequila Pueblo Mágico; en Zapotlanejo se apoya los proyectos del Bicentenario; se apoyaron las rutas Sierra del Tigre, Ruta del Tequila; además de efectuarse un programa integral de capacitación y competitividad turística estatal.
- **Nayarit:** En la zona sur del estado se apoya el programa de dotación de infraestructura turística en la Riviera Nayarita, mediante la construcción de pasos a desnivel; se realiza la octava etapa de apoyo a la mejora de la imagen urbana de Mexcaltitán; asimismo se apoya el programa integral de capacitación y competitividad turística estatal. Asimismo se proporcionó un apoyo especial de promoción emergente, derivado de la contingencia ocasionada por el virus A (H1N1).
- **Oaxaca:** En la ciudad de Oaxaca, se apoya la primera etapa de construcción de un centro de convenciones, así como un plan de iluminación del centro histórico de la ciudad; en el municipio de Capulálpam de Méndez, se apoyó el programa Pueblo Mágico; por otra parte se apoya el programa de desarrollo de la costa oaxaqueña; así como un programa integral de capacitación y competitividad turística estatal.



- **Sinaloa:** En el municipio de Mazatlán se apoya la quinta etapa del proyecto de centro histórico; en el municipio de Cosalá se apoya la quinta etapa del programa cosalá Pueblo Mágico; en el municipio de San Ignacio se apoya el mejoramiento de la imagen turística; en el Municipio de Mocorito se apoya el mejoramiento de la imagen turística; en el municipio de El Fuerte se apoya el programa Pueblo Mágico en la tercera etapa mejoramiento de imagen urbana; y en el municipio de Guasave la tercera etapa mejoramiento de imagen urbana.

#### PUEBLOS MÁGICOS DEL PROGRAMA CENTROS DE PLAYA.

- **Todos Santos, Baja California Sur:** tercera etapa del programa de desarrollo turístico integral.
- **Taxco, Guerrero:** quinta etapa de Taxco Pueblo Mágico, rehabilitación de la imagen urbana.
- **Tequila, Jalisco:** séptima etapa del programa Tequila, Pueblo Mágico.
- **Tapalpa, Jalisco:** sexta etapa del programa Tapalpa, Pueblo Mágico.
- **Mazamitla, Jalisco:** séptima etapa del programa Mazamitla, Pueblo Mágico.
- **Capulálpam de Méndez, Oaxaca.:** Capulálpam de Méndez, Pueblo Mágico.
- **Cosalá, Sinaloa:** quinta etapa programa Cosalá, Pueblo Mágico.
- **El Fuerte, Sinaloa:** tercera etapa mejoramiento de la imagen urbana turística.

#### PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO

- **Distrito Federal:** En Tlalpan y Coyoacán, se apoyó la mejora de los barrios turísticos; en Tlahuac, se efectuó la segunda etapa del “Proyecto Ecoturístico Tlahuac”; se continúa apoyando la rehabilitación del corredor turístico Bellas Artes–Garibaldi, realizando mejoras a la Plaza Garibaldi, Museo del Tequila y Mezcal, se desarrolla el proyecto ejecutivo “Escuela del Mariachi”, la rehabilitación del mercado gastronómico San Camilito, la rehabilitación de la Plaza de la Amargura, la rehabilitación de la Plaza Aquiles Serdán, la rehabilitación de la Plaza Concepción; de igual manera se trabaja en la rehabilitación de la Plaza de la República; se implementa un programa integral de capacitación y competitividad turística; y por otra parte se apoya la elaboración del diagnóstico “Estudio de potencialidades de desarrollo ecoturístico de las comunidades rurales en las delegaciones”.
- **Hidalgo:** Se trabaja en la novena etapa del programa “Huasca de Ocampo, Pueblo Mágico”; en Mineral del Monte se apoya la sexta etapa del programa “Real del Monte, Pueblo Mágico”; en Huejutla de Reyes se lleva a cabo la cuarta etapa rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento turístico de su centro histórico; como parte de los preparativos de las fiestas del Bicentenario, en Pachuca de Soto se trabaja un proyecto de rehabilitación del centro histórico (Plaza Juárez); asimismo se rehabilita el Parque Ben Gurion de Pachuca; por otra parte se trabaja en la habilitación de la zona arqueológica de Tula; así como se implementa programa integral de capacitación y competitividad turística estatal.
- **Estado de México:** Se apoya la octava etapa del programa Pueblos Mágicos en Tepotzotlán; la sexta etapa del programa Valle de Bravo, Pueblo Mágico; la tercera etapa del programa de fortalecimiento al corredor turístico Ecatepec-Teotihuacan–Nopaltepec; la tercera etapa del programa de fortalecimiento a la competitividad de poblaciones típicas; así como se implementa un programa integral de capacitación y competitividad turística estatal.
- **Morelos:** Se apoyó el proyecto de fortalecimiento de Cuernavaca y zona conurbada; en una octava etapa se apoyó la mejora de la imagen urbana de Tepoztlán; de manera regional se apoyaron las rutas de “Los Conventos” y de “Zapata” y como parte de los festejos del Bicentenario, el proyecto

“Centenario de la Revolución Mexicana”; así como se implementa un programa de excelencia y competitividad turística estatal.

- **Tlaxcala:** En Santana Chiautempan, se realizó en una primera etapa, el mejoramiento de la imagen urbana; en el municipio de Huamantla, se apoyó la segunda etapa del “Programa Huamantla, Pueblo Mágico”; en la ciudad de Tlaxcala; asimismo se llevó a cabo el desarrollo ecoturístico en el Parque Nacional la Malinche; por otra parte y con el propósito de impulsar el segmento de congresos y convenciones, se efectuó el mejoramiento de la infraestructura turística del recinto ferial de Tlaxcala; de igual manera en la ciudad de Tlaxcala se llevó a cabo la iluminación escénica de inmuebles históricos; se llevó a cabo un programa señalización turística estatal; asimismo se realizó un programa integral de capacitación y competitividad turística estatal.

**PUEBLOS MÁGICOS DEL PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO**

- **Real Del Monte, Hidalgo:** sexta etapa programa Real del Monte, Pueblo Mágico.
- **Huasca De Ocampo, Hidalgo:** novena etapa programa Huasca de Ocampo, Pueblo Mágico.
- **Valle De Bravo, Estado de México:** sexta etapa del programa pueblos mágicos en Valle de Bravo, Pueblo Mágico.
- **Tepotzotlán, México:** octava etapa del programa Pueblos Mágicos en Tepotzotlán.
- **Huamantla, Tlaxcala:** segunda etapa programa Huamantla, Pueblo Mágico.

**PROGRAMA RUTA DE LOS DIOSES**

- **Puebla:** segunda etapa del mejoramiento de las instalaciones del Huey Atlíxcáyotl y acondicionamiento de la Pinacoteca Municipal de Atlixco; Cuetzalan, Pueblo Mágico; segunda etapa del mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico e instalación de señalética turística en el municipio de Puebla de Zaragoza; integración turística y urbana de los municipios de San Pedro y San Andrés Cholula; programa de competitividad del sector turístico; tercera etapa del club de calidad “Tesoros de México, Puebla”; sexta etapa del proyecto señalética turística carretera; segunda etapa del mejoramiento de los Exconventos Franciscanos, Patrimonio de la Humanidad en Huejotzingo, Tochimilco y Calpan.
- **Veracruz:** Municipio de Xalapa, tercera etapa del proyecto de rehabilitación de la imagen urbana de la avenida Ávila Camacho; municipio de Xico, tercera etapa de la regeneración de la imagen urbana del centro; municipio de Perote, segunda etapa de la revitalización del primer cuadro de la ciudad; municipio de San Andrés Tuxtla, segunda etapa de la remodelación de la imagen urbana del primer cuadro de la ciudad; municipio de Teocelo, tercera etapa de la regeneración de la imagen urbana del centro; municipio de Túxpam, tercera etapa del proyecto de rehabilitación de la imagen de playa e instalación de módulos de servicios; municipio de Coatzacoalcos, cuarta etapa del proyecto de equipamiento e imagen urbana del malecón costero, municipio de Coatepec, segunda etapa del proyecto integral de equipamiento turístico y mejora de la imagen urbana, así como del programa integral de capacitación.

**PUEBLOS MÁGICOS DE RUTA DE LOS DIOSES**

- **Cuetzalan:** se dio continuidad al proyecto Cuetzalan, Pueblo Mágico.
- **Coatepec:** segunda etapa del proyecto integral de equipamiento turístico y mejora de la imagen urbana.

## PROGRAMA TESOROS COLONIALES DEL CENTRO DE MÉXICO

- **Aguascalientes:** Centro de convenciones de Aguascalientes; proyecto "Si Este Jardín Hablara" consistente en el mejoramiento de la imagen urbana del Jardín de San Marcos en la ciudad de Aguascalientes; tercera etapa del mejoramiento de la imagen urbana del municipio de Asientos, Pueblo Mágico; tercera etapa del mejoramiento de la imagen urbana del municipio de Calvillo; programa integral de capacitación y competitividad.
- **Durango:** Imagen urbana en el centro histórico de la ciudad de Durango en su tercera etapa; Corredor Gastronómico en el Municipio de Canatlán; regeneración de la imagen urbana del centro histórico del municipio de San Juan del Río; regeneración de imagen urbana en el centro histórico de Mapimí; regeneración de imagen urbana en la cabecera municipal de Nombre de Dios y en la comunidad de Constanca; mejoramiento y accesibilidad de las Grutas del Rosario en el municipio de Lerdo; regeneración de imagen urbana y remozamiento de sitios históricos de Pedriceña del municipio de Cuencamé; restauración de la Exhacienda La Ferrería, tercera etapa; programa integral de capacitación y competitividad turística.
- **Guanajuato:** Se trabajó en el programa Pueblos Mágicos en Dolores Hidalgo con la tercera etapa de rehabilitación e imagen urbana; Ciudades Patrimonio de la Humanidad: cuarta etapa de mejoramiento de la imagen urbana y equipamiento del centro histórico de la ciudad de Guanajuato; dignificación y rescate de la imagen urbana de accesos, así como dentro y fuera de la zona de monumentos en San Miguel Allende y Atotonilco; restauración de patrimonio en San Miguel de Allende y Atotonilco; iluminaciones escénicas del patrimonio cultural e imagen urbana en San Miguel Allende; se apoyó la ruta del Bicentenario: con la segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico de Yuriria; la construcción del malecón en Yuriria (área peatonal y de servicios); segunda etapa de rehabilitación e imagen urbana de la ciudad de Celaya; segunda etapa del desarrollo ecoturístico "Presa de Cebolletas", del municipio de Coroneo; así como el programa de competitividad estatal, y señalética turística estatal.
- **Michoacán:** Plan Luz de Morelia con la iluminación y rehabilitación del centro histórico; Pueblos Mágicos: rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico municipio de Pátzcuaro; mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico; y construcción de módulos sanitarios, municipio de Cuitzeo; mejoramiento de la imagen urbana y construcción del centro artesanal y gastronómico, dos casetas de información turística y dos módulos sanitarios, municipio de Tlalpujahuá; nuevos productos turísticos creación de rutas: segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Tzintzuntzan; mejoramiento de la imagen urbana de Ihuatzio; tercera etapa del mejoramiento de la imagen urbana de Santa Clara del Cobre y construcción de módulos sanitarios, municipio de Salvador Escalante; mejoramiento de la imagen urbana de Santa Fe de la Laguna y construcción de módulos sanitarios, municipio de Quiroga; segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Zacán, municipio de Los Reyes; segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Paracho, municipio de Paracho; segunda etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Angahuan y construcción de módulo sanitario, municipio de Uruapan; formulación de estudios y proyectos "Ruta de Don Vasco"; áreas naturales protegidas: municipio de Angangueo: segunda etapa del mejoramiento de la imagen urbana de Angangueo y construcción de módulos de sanitario, proyecto ejecutivo Santuario Sierra Chincua; proyectos emergentes: municipio de la Piedad, segunda etapa de mejoramiento y rehabilitación de la imagen urbana del centro histórico de la Piedad, municipio de Taretan, primera etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Taretan; proyecto integral de capacitación y competitividad estatal.
- **Querétaro:** Tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana: cableado subterráneo; señalética turística y equipamiento en la ciudad de Querétaro; obra civil para el centro de congresos y convenciones en la ciudad de Querétaro; cuarta etapa del mercado gastronómico y tercera etapa de cableado subterráneo e imagen urbana en Peña de Bernal; tercera etapa del Mercado Artesanal y Gastronómico de Tequisquiapan, Querétaro; segunda etapa de imagen urbana en Tancoyol y continuación de trabajos de imagen urbana y cableado subterráneo en el centro de Jalpan de Serra;

imagen urbana e iluminación en el centro histórico de San Juan del Río y segunda etapa Paseo Ribera San Juan; imagen urbana en el centro histórico de Querétaro; programa de competitividad estatal.

- **San Luís Potosí:** Programa integral de capacitación y competitividad.
- **Zacatecas:** En la ciudad de Zacatecas se apoya la segunda etapa del proyecto “Zacatecas, Ciudad de Luces” espectáculo multimedia, la segunda etapa del proyecto "Zacatecas en Miniatura", así como la tercera etapa del Palacio de las Convenciones; en el municipio de Fresnillo, la segunda etapa del proyecto "Regeneración de la Imagen Urbana de Plateros"; en Jerez Pueblo Mágico, la segunda Etapa de regeneración de la imagen urbana; en el municipio de Pinos, la segunda etapa de regeneración de la imagen urbana; en el municipio de Teúl de González Ortega, la segunda etapa de regeneración de la imagen urbana; en Sombrerete, la segunda etapa de regeneración del centro histórico; así como un programa integral de capacitación estatal.

**PUEBLOS MÁGICOS DE TESOROS COLONIALES DEL CENTRO DE MÉXICO**

- **Real de Asientos, Aguascalientes:** tercera etapa del mejoramiento de la imagen urbana.
- **Dolores Hidalgo, Guanajuato:** tercera etapa de rehabilitación de la imagen urbana en Dolores Hidalgo, cuna de la Independencia.
- **Cuitzeo, Michoacán:** mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico y construcción de módulos sanitarios.
- **Tlalpujahuá, Michoacán:** mejoramiento de la imagen urbana y construcción del centro artesanal y gastronómico, dos casetas de Información Turística y dos módulos sanitarios.
- **Pátzcuaro, Michoacán:** rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del centro histórico.
- **Bernal, Querétaro:** tercera etapa de cableado subterráneo e imagen urbana en Peña de Bernal.
- **Jerez, Zacatecas:** segunda etapa del proyecto "Regeneración de la Imagen Urbana Centro Histórico de Jerez, Pueblo Mágico".

**PROGRAMA MUNDO MAYA**

- **Chiapas:** Mejoramiento de imagen urbana de Comitán, con la rehabilitación de fachadas; mejoramiento de imagen urbana de Ocosingo, rehabilitación del parque central; mejoramiento de imagen e infraestructura de Palenque, segunda etapa de rehabilitación de fachadas en la avenida Juárez; rehabilitación de la Plaza El Cerrillo; en San Cristóbal de las Casas, rehabilitación de pisos, áreas verdes, señalización, mobiliario urbano y arborización; unidad de servicios de la zona arqueológica de Izapa; programa de señalización turística en su segunda etapa; y programa de capacitación.
- **Yucatán:** Proyecto ejecutivo del parador de servicios turísticos en la zona arqueológica de Xcambo; rehabilitación del parador turístico en Halachó; segunda fase del programa integral para la consolidación del centro histórico de Izamal, Pueblo Mágico; construcción del muelle en Puerto Progreso; mejoramiento de imagen urbana en Puerto Progreso (Parque Cházaro Pérez); luz y sonido así como recorridos nocturnos en la zona arqueológica de Chichén Itzá; segunda fase del rescate del centro histórico de Valladolid; parador ecoturístico de los cenotes Hkeken y Samula; módulo de información turística en Xcan y programa de fomento a la competitividad empresarial, impulso a la inversión y certificación de la calidad turística.

## OTRAS ACCIONES

- Se participó activamente en la Organización Mundo Maya (OMM); a través del Consejo Directivo de dicha Organización, así como en las diversas reuniones de la comisión regional y del comité técnico del mismo.
- Cabe destacar, que la Presidencia de la Organización Mundo Maya, que ocupaba México, representada por la SECTUR, fue transferida a Guatemala en el mes de septiembre de 2008.
- En el mes de septiembre del 2008, conjuntamente con la Organización Mundial del Turismo (OMT), se llevó cabo el “Seminario Internacional sobre la Gobernanza en Turismo en las Américas” y la “Cuadragésima Octava Reunión de la Comisión de la OMT para las Américas”, dicho evento fue solicitado por la SECTUR para que México pudiera ser sede, específicamente para el estado de Tabasco, con el fin de que este evento internacional contribuyera a la reactivación del mismo por las afectaciones sufridas por las inundaciones, considerando su vocación como destino para el turismo de reuniones.

## PUEBLOS MÁGICOS EN MUNDO MAYA

- **San Cristóbal de las Casas, Chiapas:** Rehabilitación de la Plaza El Cerrillo, en San Cristobal de las Casas (rehabilitación de pisos, áreas verdes, señalización, mobiliario urbano y arborización.)
- **Izamal, Yucatán:** Segunda fase del programa integral para la consolidación del centro histórico de Izamal, Pueblo Mágico.

## PROGRAMA MÉXICO NORTE

- **Baja California:** Segunda fase de la construcción y equipamiento del centro de convenciones metropolitano Tijuana-Rosarito en el municipio de Playas del Rosarito; zonificación, equipamiento y señalética turística en la Ruta del Vino, municipio de Ensenada; cuarta fase de la remodelación y equipamiento en Puerto Nuevo, municipio de Playas del Rosarito; primera fase de zonificación y equipamiento de Playa Norte, municipio de Playas del Rosarito; modernización de la infraestructura del centro de convenciones CEART, municipio de Mexicali; segunda etapa de la construcción y equipamiento del Museo del Caracol, municipio de Ensenada; primera fase del Museo Integral Kumiai, Histórico-Contemporáneo, municipio de Tecate; plan maestro del corredor geoturístico Mexicali-San Felipe, municipio de Mexicali.
- **Coahuila:** Sexta etapa de programa Pueblos Mágicos en Parras de la Fuente; tercera etapa del plan de desarrollo urbano turístico de la Presa La Amistad, municipio de Acuña; segunda etapa del proyecto Paseo del Río, municipio de Piedras Negras; cuarta etapa de mejoramiento de imagen urbana, municipio de Saltillo; tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana del municipio de Cuatro Ciénegas; iluminación artística del Cristo de las Noas y calzada de la Cruz, municipio de Torreón; segunda etapa de señalización turística en el estado; programa de cultura turística y modernización.
- **Chihuahua:** Senderos interpretativos en la barranca de la Sinforosa, quinta etapa Parque Divisadero, tercera etapa Parque Basaseachi, teleférico en las Barrancas del Cobre, imagen urbana en Creel; misiones coloniales; Espectáculo de luz y sonido en monumentos patrimoniales; centro interactivo para visitantes en Casas Grandes; complejo ambiental y turístico de Samalayuca; señalización turística del estado; programa de capacitación en el estado.

- **Nuevo León:** Cuarta etapa de Pueblo Mágico Villa de Santiago; programa integral de capacitación y competitividad turística; equipamiento turístico del parque cinegético “La Paloma” en Santa María La Floreña, y segunda etapa de mejoramiento de imagen urbana del centro histórico, municipio de Pesquería; quinta etapa de equipamiento turístico en Grutas de García, Villas de García; sexta etapa equipamiento turístico del área recreativa del ojo de agua en el Cañón de la Gruta de Bustamante, municipio de Bustamante; segunda etapa de imagen urbana del centro histórico de Villaldama; sexta etapa de mejoramiento de imagen urbana del centro histórico, municipio de Lampazos; sexta etapa de equipamiento turístico del área recreativa en la Presa Cerro Prieto e imagen urbana del centro histórico de Linares; cuarta etapa de imagen urbana del centro histórico de Galeana; primera etapa de la construcción de la marina en el Paseo de Santa Lucía en Monterrey; mejoramiento de imagen urbana de los centros históricos y equipamientos de parques ecoturísticos de los municipios de Anáhuac, Cadereyta, Agualeguas, General Terán, Dr. Coss, Sabinas Hidalgo, Mina e Higuera.
- **Sonora:** Cuarta etapa de imagen urbana del centro histórico, municipio de Hermosillo; cuarta etapa del centro de visitantes “El Pinacate”; estudio de actualización de estadísticas y tendencias de visitantes.
- **Tamaulipas:** Tercera etapa del parque emblemático “El Cielo” en Gómez Farías; cuarta etapa de mejoramiento de imagen urbana de la avenida principal de Nuevo Progreso, en Río Bravo; tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana de la avenida principal de la localidad de La Pesca, en Soto la Marina; primera etapa del mejoramiento de imagen urbana en Gómez Farías; tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana de zona centro de cabecera municipal, en Mier; segunda etapa de desarrollo turístico en la Laguna de Campayán, en Altamira; primera etapa de centro ecoturístico religioso El Chorrillo en Hidalgo; tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana del centro histórico de la cabecera municipal, en Matamoros; segunda etapa de remodelación de alameda de cabecera municipal, en Mante; primera etapa de programa de capacitación.

## OTRAS ACCIONES

- Se continúa participando en la Mesa de Turismo de la Conferencia de Gobernadores Fronterizos en donde se llevaron a cabo las siguientes acciones conjuntas:
  - A través de la Mesa de Turismo se desarrollará una campaña de promoción integral con materiales del Departamento de Homeland Security (DHS) para informar a los viajeros potenciales sus derechos y obligaciones.
  - En la página de la SECTUR [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx) se mencionan también los derechos y obligaciones de los turistas extranjeros.
  - Informar a los ciudadanos a través de boletines de prensa, boletines informativos y las páginas de internet de turismo acerca de la WHTI, US VISIT y otras políticas para viajeros para facilitar viajes entre los dos países.
  - Los copresidentes (Sonora y Texas) de las mesas de trabajo de turismo se coordinarán con la DHS.
  - La SRE informó que a partir de junio del 2009 se empezarán a construir 4 nuevos cruces fronterizos.
- Se participó en el Grupo Intersecretarial de Puertos y Servicios Fronterizos, instancia de coordinación de las dependencias federales, estatales y municipales mexicanas que por Ley, tienen competencia o están involucradas en la negociación, construcción, operación y mantenimiento de los puertos fronterizos y en los servicios que en ellos se prestan, y que a su vez se proponen en el Grupo Binacional México–Estados Unidos sobre Puentes y Cruces Internacionales.
- Se celebraron reuniones con los funcionarios estatales de turismo, funcionarios municipales y la iniciativa privada para elaborar una agenda por cada entidad federativa, misma que sirvió para diseñar

la agenda de la Frontera Norte en donde se definieron 5 temas prioritarios que contienen 17 acciones a desarrollar. Los temas son:

- **Facilitación:** Problemas de cruce fronterizo y manejo de flujo de visitantes; incrementar la coordinación gubernamental; facilitación para la internación de visitantes y vehículos; creación de puertos de facilitación a turistas al menos uno por estado o región fronteriza; facilitación para la apertura de empresas y participación en el Consejo Consultivo de Turismo.
- **Infraestructura:** Imagen urbana en ciudades fronterizas; señalización y señalética; mejoramiento de carreteras; infraestructura y planeación de destinos; mejoramiento de transporte público urbano y Combate al comercio informal.
- **Inseguridad:** retenes militares modernizados.
- **Promoción y Relaciones Públicas:** Implementar un programa permanente de comunicación y relaciones públicas internacionales; desarrollar productos turísticos acordes a las necesidades de los mercados emisores y capacitación a personal de contacto.
- **Sistemas de Información:** Contar con un mecanismo confiable y oportuno de los flujos de visitantes.

## PUEBLOS MÁGICOS EN MÉXICO NORTE

- **Parras de la Fuente, Coahuila:** Sexta etapa de programa Pueblos Mágicos en Parras de la Fuente.
- **Creel, Chihuahua:** Senderos interpretativos barranca de la Sinforosa, quinta etapa parque Divisadero, tercera etapa Parque Basaseachi, teleférico en las Barrancas del Cobre, imagen urbana en Creel.
- **Santiago, Nuevo León:** Cuarta etapa de Pueblo Mágico, Villa de Santiago.
- **Mier, Tamaulipas:** Tercera etapa de mejoramiento de imagen urbana de zona centro de cabecera municipal.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

- Realizar actividades de mejoramiento de la imagen urbana y señalización turística en un mayor número de poblaciones.
- Incorporar un mayor número de pequeñas y medianas poblaciones con potencial turístico hacia los cuales se canalicen recursos económicos a través de los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos.

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

De agosto de 2008 a septiembre de 2009, el Fondo Nacional para el Fomento al Turismo (FONATUR) ha realizado diversas acciones en el ámbito de su competencia para incrementar, diversificar, diferenciar y regionalizar la oferta de destinos, productos y servicios turísticos. Todo esto con la finalidad de asegurar que la actividad turística sea una prioridad nacional que genere inversiones, empleos y combate a la pobreza en las zonas de atractivos turísticos.

Este esfuerzo se ve reflejado en la realización de obras de consolidación y mantenimiento de la infraestructura turística en sus Centros Integralmente Planeados (CIP's) y en sus nuevos desarrollos, como los Proyectos Turísticos Integrales (PTI's): Kino Nuevo y Marina Cozumel. Con estas acciones se busca, además de diversificar la oferta turística, captar inversionistas y desarrolladores turísticos.

Se han identificado nuevos proyectos de inversión, tal es el caso del CIP Loreto en Baja California Sur. Por primera vez en la historia de FONATUR, la entidad adquirió con recursos propios, los terrenos para edificar el denominado CIP Costa del Pacífico (Escuinapa, Sinaloa), en un ejercicio integral de planeación y programación; donde se prevé desarrollar centros turísticos con hoteles de calidad gran turismo, campos de golf, marinas turísticas, centros comerciales y vivienda urbana residencial, entre otros.

Respecto al proyecto del nuevo Centro Integralmente Planeado en Escuinapa, Sinaloa, en el periodo agosto de 2008-septiembre de 2009, se formalizó y concluyó la adquisición del predio, así como la adecuación de las oficinas regionales de FONATUR. A la fecha se eleboraron diversos estudios ambientales y de ingenierías para obtener los permisos y autorizaciones para iniciar las obras de la Fase 1 en su primera etapa (107 hectáreas) del CIP. La inversión realizada en este periodo para los conceptos señalados fue de 1 305 millones de pesos.

Para el periodo enero a agosto de 2009 la inversión en infraestructura turística de FONATUR, se estima en 1 161 millones de pesos, 107 por ciento mayor que la ejercida en el mismo lapso de 2008. La meta programada para este año es de 2 786 millones de pesos.

Con una inversión de 69.3 millones de pesos en el periodo septiembre a diciembre de 2008 y de 21.5 millones de pesos en el periodo de enero a agosto de 2009, en Litibú, Nayarit, se concluyó un conjunto de obras de infraestructura en el campo de golf y acciones sociales en Higuera Blanca, en el municipio de Bahía de Banderas.

## **PROYECTO MAR DE CORTÉS**

Dando continuidad a las obras realizadas durante 2008, se concluyó y se puso en operación la escala náutica de San Blas; se realizaron las obras de la tercera etapa de las escalas de Santa Rosalita y Topolobampo, así como el finiquito de las escalas de La Paz, San Felipe, Mazatlán y Guaymas, invirtiendo en este proyecto 145 millones de pesos.

## **NUEVO CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO (CIP) COSTA PACÍFICO**

El 17 de febrero de 2009, se dio a conocer la creación de un nuevo Centro Integralmente Planeado (CIP) en el municipio de Escuinapa, Sinaloa. Este nuevo Centro Integralmente Planeado de 2 381 hectáreas, será objeto de una inversión pública de 7 mil millones de pesos y se prevén más de 6.6 mil millones de dólares en inversión privada.

Ese flujo de inversión en la madurez del proyecto, prevista en un horizonte de 25 años generará más de 44 mil cuartos de alojamiento que atraerán a cerca de tres millones de turistas al año y derramarán 2 800 millones de dólares. Se crearán más de 150 mil empleos directos, lo que implica un nuevo polo de desarrollo regional.

Con la experiencia acumulada de FONATUR y el objetivo de responsabilidad social impulsado en esta administración, el nuevo CIP se concibe en convivencia armónica entre el desarrollo social, la ecología y la rentabilidad económica.

El desarrollo de este nuevo Centro Integralmente Planeado, planteado en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, contribuye al cumplimiento de objetivos como el "desarrollo regional" (objetivo 2), "de empleo de calidad" (objetivo 5) y "de fomento productivo" (objetivo 6), que propone el establecimiento de nuevos centros turísticos con amplio potencial de desarrollo.



A la fecha, se está elaborando la Manifestación de Impacto Ambiental (MIA) particular del polígono 3 (con una superficie de 89 hectáreas) y desarrollando reuniones de coordinación entre los consultores ambientales y el área de diseño de planes de desarrollo; con el fin de darle certeza técnico ambiental al plan maestro que se llevará a cabo en este polígono, así como responder ante la preocupación de preservar la riqueza medio ambiental que rodea este proyecto (Sistema Federal de Humedales).

## **CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO NAYARIT**

En 2009 se encuentran en su fase final los trabajos de mejoramiento del Polígono Litibú, con un monto de inversión de 6 millones de pesos. Se llevan a cabo trabajos tales como: la reposición de la red subterránea de alumbrado público, acometida eléctrica en media tensión del cárcamo de bombeo de aguas residuales, construcción y rehabilitación de banquetas, así como la adecuación de la glorieta de acceso al condominio.

En el mes de septiembre de 2008 los inversionistas Hotelera Playa Litibú, Grupo Litibú y Hasbani Arquitectos, iniciaron la construcción de sus obras consistentes en condominios y hoteles.

Con una inversión de 69.3 millones de pesos en el periodo septiembre-diciembre de 2008 y de 21.5 millones en el periodo de enero-agosto de 2009, en Litibú, Nayarit, se concluyó un conjunto de obras de infraestructura en el campo de golf y en el poblado de Higuera Blanca se concluyeron obras sociales de rehabilitación de la infraestructura y equipamiento urbano en beneficio de la población tales como: trabajos de obra civil y electromecánica para la terminación de la ampliación de la clínica; construcción de pavimentos a base de piedra de cantos rodados; construcción de guarniciones y banquetas en diversas calles del poblado; construcción de vados sobre arroyo en la intersección con las calles Litibú, Careyeros, Juan Escutia, Tamarindos, y Destiladeras. De la misma manera se construyó el puente alcantarilla sobre arroyo y su intersección con la calle Amado Nervo; se llevó a cabo el mejoramiento de la imagen urbana en la plaza cívica; la preparación del acceso a la playa; acondicionamiento de la telesecundaria; la construcción de unidad deportiva; reforestación con especies nativas; y la red eléctrica en media y baja tensión para la colonia Loma Bonita.

En el polígono de Litibú, se encuentra en operación el cuarto elemento de 10 litros por segundo (lps) de la planta desalinizadora de agua de mar para incrementar el abastecimiento de agua potable, así como la reforestación del campo de golf Litibú.

Por lo que se refiere al polígono El Capomo, en su segunda fase, se realizaron estudios y planes de negocios como apoyo para la gestión de recursos financieros. Se gestionó ante las autoridades locales mediante consulta pública con la sociedad, la autorización del "Plan Parcial de Desarrollo Urbano El Capomo, Municipio de Compostela, Nayarit", mismo que se publicó el 6 de mayo de 2009 en el Periódico Oficial del Estado de Nayarit.

En materia ambiental, se obtuvo la Manifestación de Impacto Ambiental Modalidad Regional con fecha 4 de febrero de 2009 y se encuentra pendiente el proceso de cambio de uso de suelo. También se encuentran en proceso las gestiones para garantizar el camino de acceso al polígono de "El Capomo", en seguimiento a los acuerdos tomados por el Comité Técnico del Fondo. Se han efectuado reuniones con las autoridades estatales, municipales y los particulares que llevarán a cabo la donación a favor de FONATUR de la superficie de terreno necesaria para construir el camino de acceso, mediante la firma del convenio correspondiente.

## **NUEVO PROYECTO TURÍSTICO INTEGRAL (PTI) MARINA COZUMEL**

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 se realizaron trabajos de construcción en el Proyecto Marina Cozumel como las obras de excavación de la marina y la construcción de la rampa de botado; posteriormente se procederá al inicio del equipamiento de la marina y muelles. Además se realizaron obras

de urbanización consistentes en terracerías, pavimentos con concreto estampado en vialidades, andadores y banquetas, creando la infraestructura para dotar de los servicios de agua potable, drenaje sanitario, alumbrado público, energía eléctrica, alcanzando el 80 por ciento de avance en urbanización.

**NUEVO PROYECTO TURÍSTICO INTEGRAL (PTI) KINO NUEVO**

La inversión para estudios y proyectos del PTI de Kino Nuevo ente enero y agosto de 2009 representó 2.3 millones de pesos.

Se concluyeron los proyectos ejecutivo de campo de golf, ejecutivo de casa club de campo de golf, ejecutivo de campamento, así como la pista de esquí y la puerta de acceso.

**PROYECTO BARRANCAS DEL COBRE**

El gobierno del estado de Chihuahua elaboró el proyecto de “Convenio Marco con Aeropuertos y Servicios Auxiliares” para dar sustento técnico a la operación del Aeropuerto Regional de Barrancas del Cobre.

Respecto a las obras del sistema de abastecimiento de agua potable, el gobierno estatal concluyó 20 kilómetros del acueducto, en el tramo Presa San Juanito-Bocoyna y se inició el tramo Bocoyna-Creel. También se concluyó la obra referente a la instalación y equipamiento de la planta potabilizadora de San Juanito.

En relación al mejoramiento de la imagen urbana de Creel, las autoridades estatales reportan un avance del 97 por ciento de la tercera etapa relativa a la construcción de los accesos norte y sur. Adicionalmente se informa que concluyó la construcción de caminos, andadores, miradores, puentes colgantes y estacionamientos en el parque ecoturístico de El Divisadero.

FONATUR realizó un estudio de plan de negocios del proyecto turístico Divisadero-Barrancas-Cascada de Basaseachi, Chihuahua, el cual será considerado por el Fideicomiso Barrancas del Cobre para promover inversiones.

**PROYECTO PALENQUE-CASCADAS DE AGUA AZUL**

Con el fin de que Palenque, Chiapas cuente con un nuevo aeropuerto de nivel internacional, actualmente Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA) cuenta con la reserva territorial necesaria y está formulando los proyectos ejecutivos.

Se iniciaron gestiones ante ASA, para analizar la posibilidad de aprovechar los terrenos donde se ubica actualmente el aeropuerto de Palenque en un proyecto turístico. Para ello, FONATUR elaboró un esquema conceptual de aprovechamiento de los terrenos, en el que se determinaron usos turísticos, comerciales y de equipamiento, así como para servicios urbanos de apoyo a las localidades de Palenque y Pakal Na.

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

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, FONATUR llevó a cabo obras de consolidación y mantenimiento de la infraestructura turística existente en los Centros Integralmente Planeados (CIP's) de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Huatulco y Loreto por un total de 149.8 millones de pesos, que representaron

un incremento de 23 por ciento en términos reales en comparación con el monto del mismo lapso anterior de 131.4 millones de pesos.

Durante este periodo, con el propósito de atender la normatividad aplicable a los CIP'S relacionada a la preservación y conservación del medio ambiente, se han mantenido reuniones de trabajo con las autoridades de la Dirección General de Impacto y Riesgo Ambiental (DGIRA), Dirección General de Gestión Forestal y de Suelos (DGGFS) y la Dirección General de Zona Federal Marítimo Terrestre y Ambientes Costeros (DGZFMTyAC), de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA).

En estas reuniones se ha dado seguimiento a múltiples estudios y trámites que incluyen manifestaciones de impacto ambiental, estudios técnicos justificativos, concesiones de zona federal marítimo terrestre y sus respectivos términos y condicionantes, destacando los siguientes:

- Se obtuvieron nueve autorizaciones en materia de impacto ambiental en Cancún, Huatulco y Costa Pacífico y se tienen cinco trámites en proceso en Huatulco, Nayarit, Kino Nuevo y Loreto.
- Se obtuvieron las autorizaciones correspondientes al cambio de uso de suelo en proyectos de Huatulco y Loreto y se tienen cinco trámites en proceso en Huatulco, Nayarit, Kino Nuevo y Loreto.
- El cumplimiento de condicionantes a veinte proyectos o polígonos ubicados en Cancún, Cozumel, Costa Maya, Palenque, Huatulco, Ixtapa, Nayarit y Loreto.

Se realizó la evaluación de diecinueve estudios en materia ambiental en Huatulco, Cancún, Cozumel, Loreto, Costa Pacífico, Ixtapa y Nayarit.

Para la obtención de concesiones ante la Dirección General de Zona Federal Marítimo Terrestre y Ambientes Costeros de la SEMARNAT, se tienen diez trámites en proceso en Costa Pacífico, Cancún, Huatulco, Nayarit e Ixtapa.

## CANCÚN

Se concluyó la urbanización de la tercera, cuarta, quinta y sexta etapas del proyecto Tajamar (antes Malecón Cancún) generando una superficie vendible de 37.80 hectáreas; se dio inicio al reequipamiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales (PTAR's) y la reestructura del puente Nichupté, así como obras complementarias en la zona turística.

Se realizaron obras de infraestructura de la segunda y tercera etapas de la rehabilitación del boulevard Kukulkán, así como la adecuación y construcción de la red de riego de agua tratada del mismo boulevard; y el reequipamiento y adecuación de Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales Pok-ta-Pok, Cucumatz, y El Rey, con el fin de mantener la infraestructura en óptimas condiciones y proporcionar servicios de alta calidad.

En el Boulevard Kukulkán, se rehabilitaron 44 mil 500 metros cuadrados de vialidad, para lo cual se ejecutaron las actividades de fresado y colocación de carpeta asfáltica de 7 centímetros de espesor así como la colocación de señalamiento horizontal.

Asimismo, se continuó con los trabajos de automatización y ampliación de la red de riego. Actualmente la red cubre 42 mil metros cuadrados de áreas verdes en mil mililitros de camellón central y 6 mil 150 mililitros de ciclopista.

En las PTAR's de la zona turística de Cancún, se logro eficientar el proceso del tratamiento mejorando la calidad de los lodos en las tres PTAR's (Pok Ta Pok, Gucumatx y El Rey), y se sustituyeron equipos electromecánicos cuya vida útil había sido rebasada.

En una sección de la PTAR Gucumatx se implementó un nuevo sistema de aeración y se suministró un equipo contra fugas, con lo que se dio cumplimiento a la norma de seguridad para el manejo del gas cloro. En la PTAR El Rey, se aumentó la capacidad de almacenamiento de agua tratada.

Se inició el proyecto de reestructuración del Puente Nichupté, llevando a cabo la primera etapa en la cual se incrementó la capacidad de carga de la subestructura mediante el reforzamiento del acero estructural y la ampliación de la sección de los elementos.

Con los trabajos de adecuación y construcción de la red de riego se continuó con la automatización y ampliación de la red lográndose regar con estas condiciones 42 mil metros cuadrados de áreas verdes en mil mililitros de camellón central y 6 150 mililitros de ciclopista. Asimismo, se instalaron 3 400 mililitros de la línea de conducción para la comercialización del agua tratada.

**IXTAPA**

A raíz de la modificación del “Plan Director de Desarrollo Urbano”, se trabajó en la identificación de nuevas reservas desarrollables para los segmentos de segundas residencias turísticas que pretenden ser incorporadas al inventario disponible para este destino turístico. Los proyectos resultantes son Lomas de Playa Linda, Residencial Don Juan, Lomas de las Garzas y Majahua Cantiles, que fueron incorporados al programa de inversión 2007-2013. Durante el periodo a reportar, se dio inicio a la urbanización en tres zonas del CIP: Playa Linda, Las Garzas y Residencial Don Juan, que al concluir las generarán 88.86 hectáreas vendibles.

**LOS CABOS**

En 2008 se registraron en la cartera de los programas y proyectos de inversión de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, los siguientes proyectos para Los Cabos:

- Urbanización de Rancho Misiones.
- Terminación de la urbanización de Lomas del Desierto.
- Rehabilitación de servicios en Cabo San Lucas (par vial y rehabilitación de red sanitaria).
- Andadores de acceso público a playa.
- Ampliación de la PTAR (de 150 a 250 litros por segundo) en San José del Cabo.

Durante 2009, de los cinco proyectos registrados se concluyó el de Lomas del Desierto con una inversión total de 4 995 millones de pesos, con lo que se generaron 2.79 hectáreas vendibles; se iniciaron las obras del reequipamiento de la PTAR, reotificación de Rancho Misiones, rehabilitación de servicios públicos y se están haciendo los estudios y proyectos para los andadores de acceso a la playa. Las acciones anteriores con una inversión programada de 295 millones de pesos aproximadamente.

El proyecto de relotificación y urbanización de Lomas del Desierto, con una superficie de 3.8 hectáreas y un monto de inversión de 30.2 millones de pesos, se concluyó a finales de diciembre de 2008. Asimismo, en 2009 se concluyeron obras como la rezonificación y urbanización de Rancho Misiones, proyecto que genera 22 lotes con una superficie de 1.2 hectáreas con una inversión de 15.8 millones de pesos; y la rehabilitación de la red de drenaje en la zona turística de Cabo San Lucas de casi dos kilómetros de longitud. También se concluyó la ampliación de la PTAR de 150 a 250 litros por segundo, con un costo de 122.5 millones de pesos que en agosto de 2009 alcanzó 96 por ciento de avance.

## LORETO

En 2008 se instrumentó el reposicionamiento del CIP Loreto mediante estrategias de impulso orientadas a promover el desarrollo turístico e inmobiliario de sus exclusivas reservas.

Las acciones en este CIP se orientan a obras de urbanización para incrementar la oferta inmobiliaria que cubrirán parte del déficit de vivienda en zonas habitacionales de densidad media, al igual que otros productos inmobiliarios, obras para incrementar la infraestructura existente y obras de equipamiento turístico en Puerto Escondido como producto ancla.

La urbanización de la Supermanzana VI; y la urbanización Supermanzana I y IA se concluyeron totalmente. Asimismo, se terminó la urbanización de 14 hectáreas de la fase inicial relativas a la primera etapa de Puerto Escondido del que se generaron 18 lotes.

Actualmente, se encuentra en proceso la urbanización del proyecto Polígono II, que se compone de 14 megalotes en una superficie de 87 hectáreas dentro del programa de “Reposicionamiento de Loreto”.

## HUATULCO

En 2007 el CIP Huatulco fue sujeto a una estrategia de relanzamiento, para la cual se estructuraron y operaron las “Acciones Prioritarias para el Relanzamiento de Huatulco”, en los que fueron incluidas las acciones definidas para cada una de las nueve bahías, el “Parque Nacional Huatulco”, el “Parque Eco arqueológico de Copalita”, y la zona de bajos Arenal y Coyula, así como la participación sectorial de otras dependencias gubernamentales. Entre las acciones prioritarias señaladas podemos establecer que el proyecto “Parque Eco-arqueológico de Copalita”, registra actualmente un avance significativo de tal manera se programa su puesta en operación en el ejercicio 2010.

El proyecto de relanzamiento denominado “Renacimiento de un Gran Destino” fue presentado al comité técnico en su sesión 183, siendo autorizadas las acciones que comprenden el conjunto de actividades para cada bahía en función a su aptitud, destinando a las bahías de Cacaluta, Maguey, Conejos y Órgano para promoción de desarrollos turísticos de alto nivel, al igual que proyectos de oferta urbana y turística a corto, mediano y largo plazo. Se determinó que el desarrollo es capaz de albergar 20 mil 002 cuartos hoteleros, incluidos los existentes, lo que implica una densidad bruta promedio de 1.37 cuartos por hectárea. Para la electrificación de las áreas urbanas Órgano, Maguey, Cacaluta y Conejos se estima una inversión total de 318.2 millones de pesos, de los cuales en el periodo septiembre 2008 a agosto 2009, se han invertido 192.6 millones de pesos, estando en proceso de ejecución la urbanización Residencial Conejos en su tercera etapa.

El 25 de marzo de 2008 fue anunciado el programa “Renacimiento de Huatulco” como destino turístico de talla internacional. A partir de este anuncio FONATUR ejerció en 2008, 597 millones de pesos, lo que representa un incremento de 254 por ciento con relación al importe original considerado. Para el presente año FONATUR ejercerá cerca de 477 millones de pesos adicionales, es decir, un total de 1 074 millones de pesos.

Con esta inversión se desarrollarán en total 521 hectáreas vendibles, incrementando el desarrollo turístico 17.8 veces más que en el año 2007. Lo anterior traerá consigo una inversión adicional privada de 10 077 millones de pesos en los próximos diez años. Se ha iniciado la construcción de 1 877 cuartos de hotel, con una inversión privada estimada de 388.25 millones de dólares. Fueron vendidos siete importantes lotes que generarán 3 911 cuartos, superando con esto la meta sexenal de 1 524 cuartos, lo que representa un incremento en la infraestructura hotelera de 257 por ciento aproximadamente.

La implementación de la estrategia de desarrollo “Renacimiento de Huatulco”, ha generado la necesidad de construir obras de infraestructura urbana y equipamiento para incrementar la existente, resaltar el atractivo turístico natural de esta bahía y por ende atraer a inversionistas nacionales y extranjeros, creando con esto un polo de desarrollo y derrama económica en la región.

Bajo esta premisa, entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, se iniciaron las siguientes obras: terminación del corredor turístico la Crucecita-Santa Cruz; urbanización del sector “O” tercera etapa; rehabilitación y reconstrucción de carpetas asfálticas en vialidades principales del CIP; remodelación de plaza Santa Cruz segunda etapa; ampliación de la marina Chahué segunda etapa; urbanización mirador Chahué segunda etapa; urbanización Residencial Conejos tercera etapa; terminación edificio administrativo Museo Eco Arqueológico Copalita; electrificación de las áreas urbanas Órgano, Maguey, Cacaluta y Conejos; mantenimiento de áreas verdes en el interior de CIP.

Actualmente se encuentran en proceso de ejecución las siguientes obras: urbanización del Sector “N” segunda etapa; terminación del corredor turístico la Crucecita-Santa Cruz; urbanización del Sector “O” tercera etapa; remodelación de Plaza Santa Cruz segunda etapa; electrificación de las áreas urbanizadas Órgano, Maguey, Cacaluta y Conejos; Mantenimiento de Áreas Verdes en el Interior de CIP.

Conscientes que el crecimiento del CIP se encuentra estrechamente ligado al desarrollo de las áreas conurbadas, FONATUR ha programado recursos para la construcción de infraestructura de beneficio social, encontrándose actualmente en proceso de ejecución las siguientes obras: construcción de Casa de Reunión, Tienda Municipal, y Molino de Nixtamal en la comunidad de Copalita; y la ejecución de trabajos diversos con el objeto de reubicar a los comuneros asentados de manera irregular en el interior del CIP.

## **OPERACIÓN DE LOS CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS**

Con el fin de que no pierda valor la inversión realizada en infraestructura, FONATUR realiza acciones de operación y mantenimiento para asegurar y garantizar su imagen atractiva y la prestación de servicios públicos con estándar internacional. Mientras tanto, no inicia el proceso de entrega de las instalaciones a los municipios locales.

Para los CIP’s en operación, se concluyeron las acciones programadas a cargo del FONATUR, que consisten en trabajos de saneamiento ambiental a través de la campaña antifauna nociva. Se conservan los estándares adecuados de salubridad y de comodidad, controlando y evitando la proliferación de la fauna nociva en los desarrollos, así como el pago de diferentes servicios (energía eléctrica, seguros, adquisición de productos para la campaña antifauna nociva) y operación de las instalaciones tales como plantas de tratamiento de aguas residuales y la operación de los sistemas de agua potable en el caso de Huatulco y Loreto.

En este escenario, FONATUR canalizó en este año, recursos por el orden de 56 millones de pesos para el programa de operación y mantenimiento del CIP, cumpliendo con los objetivos planteados. Como resultado de la aplicación de medidas de saneamiento ambiental cabe resaltar de manera significativa la revalidación de la Certificación Internacional Green Globe, considerando a Huatulco como “Uno de los Paraísos Mejor Conservados del Mundo”.

## CAPTACIÓN DE RECURSOS FINANCIEROS

De septiembre de 2008 al mes de agosto de 2009, se han ingresado recursos financieros provenientes de diversas instituciones financieras por 3 179.57 millones de pesos:

- 483.65 millones de pesos, provenientes 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 3 CIP's.
- 178.45 millones de pesos, correspondientes a la suma de los desembolsos del crédito destinado al Proyecto Marina Cozumel, contratado por 300.7 millones de pesos con Banobras, S.N.C.
- 300 millones de pesos, corresponden a una línea de crédito en cuenta corriente, revolvente, contratada con Banco Inbursa, S.A. y tramitada a solicitud de la Tesorería del Fondo, monto que se liquidará. Durante el tercer y cuarto trimestre de 2009.
- 400 millones de pesos, corresponden a la primera y única disposición de una línea de crédito simple contratada con Banco Inbursa, S.A. por 1 200 millones de pesos para el financiamiento de la reserva territorial del proyecto CIP Costa del Pacífico. Recursos que fueron desembolsados en el mes de septiembre de 2008 y pagados anticipadamente en febrero de 2009, prepago derivado de los recursos obtenidos de la asociación en participación realizada con el Fondo Nacional de Infraestructura.
- 1 212.6 millones de pesos, corresponden a la asociación en participación firmada con el Fondo Nacional de Infraestructura en enero de 2009, para el pago total por la adquisición de la reserva territorial del desarrollo Costa Pacífico en el estado de Sinaloa.
- 370 millones de pesos, corresponden a una línea de crédito en cuenta corriente, hasta por 1 200 millones de pesos, contratada el 29 de junio de 2009 con Banco Inbursa, S.A. y tramitada a solicitud de la Tesorería del Fondo.
- 60 millones de pesos, de un contrato de 334 millones de pesos firmado el 3 de agosto de 2009 con Banco Inbursa, S.A., que se destinan a la continuación de las obras de urbanización realizadas en la reserva estratégica del CIP Ixtapa, en los desarrollos Residencial Don Juan, Lomas de las Garzas y Lomas de Playa Linda.
- Contratación y utilización de dos líneas de factoraje financiero con Factor Banregio por 100 millones de pesos, firmada en 2008 y dispuesta por 99.9 millones de pesos en su momento y con Factor Bajío contratada por 150 millones de pesos en enero 2009 y disponiendo 74.97 millones de pesos, quedando disponibles las líneas por los montos no dispuestos adicional a lo ya amortizado a la fecha.

## PROGRAMA DE CALIFICACIÓN DE PROYECTOS

El objetivo de este programa es facilitar a los inversionistas del Sector Turismo, el acceso al financiamiento requerido para lograr sus proyectos, motivo por el cual el programa dictamina la capacidad de pago del crédito solicitado, así como la factibilidad de éxito del proyecto en forma integral. Lo anterior se determina mediante el análisis y la evaluación de los conceptos fundamentales, como son el estudio de mercado, la parte técnico arquitectónica, la administración del negocio y la parte financiera.

Durante el periodo septiembre 2008 a agosto 2009 se ha calificado un monto por 215.4 millones de dólares, lo que implicará la construcción de 1 870 unidades de alojamiento. Además de la generación de 350 empleos directos y 450 indirectos, en los estados de Campeche, México, Puebla y Sinaloa.

Adicionalmente se han realizado trece evaluaciones de proyectos turísticos privados por un monto de 203 millones de dólares, localizados en los estados de Campeche, Colima, Michoacán, Oaxaca, Quintana Roo, Sinaloa, Veracruz y el Distrito Federal.

Asimismo, se llevaron a cabo 33 acciones de promoción y difusión del “Programa de Calificación de Proyectos” en 31 estados, en coordinación con delegados estatales de la Secretaría de Economía (SE) y funcionarios locales del Sector Turismo y de desarrollo económico.

**PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE TERRENOS**

Al cierre de 2008 se realizaron ventas acumuladas de terrenos por 1 167.8 millones de pesos, lo que representó el 52 por ciento del presupuesto anual establecido para dicho periodo. En lo que respecta a 2009, de enero a julio, se han realizado ventas por 53.7 millones de pesos, las cuales representan el 2 por ciento de la meta fijada para este año. La crisis financiera mundial y el brote del virus A (H1N1), han influido notablemente en el estancamiento de la inversión prevista para este año, por lo que se trabaja en diferentes modelos de negocio para contrarrestar esta tendencia.

**PROGRAMA DE DESINCORPORACIÓN DE ACTIVOS**

Se obtuvieron los avalúos de los 6 hoteles Desert Inn (Ensenada, San Quintín, Cataviña, Guerrero Negro, San Ignacio y Loreto) en forma individual y en paquete. También se obtuvo la autorización del Comité Técnico para la modificación de la estrategia de venta de los hoteles Desert Inn.

Se concluyó el centro de información de prospecto de venta; asimismo, se publicó la convocatoria de la licitación pública internacional No. 01-09, con lo que se inicia el proceso de recepción de ofertas.

Respecto a otras inversiones a desincorporar como los campos de Golf Ixtapa, Huatulco y Litibú, además de las escalas náuticas del Mar de Cortés, está en proceso la integración de los respectivos centros de información para iniciar los procesos de licitación pública correspondientes.

**AUTOSUFICIENCIA OPERATIVA DE FONATUR**

Conforme al Sistema de Evaluación del Desempeño promovido por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la meta en la autosuficiencia operativa de FONATUR es financiar el 60 por ciento del gasto programable con los ingresos de operación obtenidos. Al respecto, al mes de agosto de 2009, los ingresos de operación representaron el 76.9 por ciento del gasto programable, dentro del cual destacan 1 203 millones de pesos recibidos del Fondo Nacional de Infraestructura; de éstos 803 millones de pesos se canalizaron para la liquidación de la reserva territorial del CIP Costa del Pacífico y 400 millones de pesos para el primer pago del crédito usado en 2008 por dicha reserva territorial.

**RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Gestionar y mejorar en los términos y condiciones que el mercado permita, los financiamientos requeridos por FONATUR y estructurar mecanismos financieros idóneos para atraer los recursos financieros necesarios para su operación, con el propósito de mejorar la posición financiera del Fondo Nacional del Fomento al Turismo.
- Detonar y consolidar la actividad turística del país, a través del programa de “Asesoría y Certificación de Proyectos Turísticos FONATUR”.
- Diseñar nuevas estrategias comerciales para neutralizar el efecto crítico de la anatomía económica mundial en materia de inversión.



## 5.3 PLANEACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO ESTATAL Y MUNICIPAL

### ALINEACIÓN DE PROGRAMAS ESTATALES DE TURISMO

Durante el periodo septiembre de 2008 a agosto de 2009, se concluyó la asesoría técnica para actualizar y alinear los planes estatales de turismo de Guanajuato, Morelos y Nayarit, con el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

De la misma manera se trabaja con las autoridades de turismo de los gobiernos de Aguascalientes, Baja California Sur, Baja California y Tlaxcala en la conformación de su programa estatal de turismo identificando sus programas prioritarios de desarrollo turístico así como sus objetivos generales, estrategias y acciones.

En coordinación con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), se incluyeron los programas institucionales de Pueblos Mágicos y la Agenda 21 para el Turismo Mexicano al Catálogo de Programas Federales para los Municipios 2009, los cuales impactan de manera sustancial al desarrollo de los municipios con vocación turística

## 5.4 IDENTIFICACIÓN Y PRIORIZACIÓN DE INVERSIONES EN ZONAS CON ALTO GRADO DE MARGINACIÓN

En el primer semestre de 2009 la inversión pública realizada en los ocho estados con mayor índice de marginación de pobreza<sup>1/</sup> fue de 68 millones de dólares, lo que representó un incremento de 36 por ciento respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se derivó por un aumento en la inversión en proyectos turísticos y complementarios en los ocho estados a través de los convenios de reasignación de recursos que la SECTUR ha firmado con los gobiernos de esas entidades federativas.

- En cuanto a la construcción de nuevos proyectos se están llevando a cabo obras para consolidar los Centros Turísticos Integralmente Planeados (CIPs) de Huatulco e Ixtapa Zihuatanejo en Oaxaca y Guerrero, respectivamente.
- La inversión pública y privada acumulada entre enero de 2007 y junio de 2009 en los ocho estados referidos sumó 1 076.8 millones de dólares, cifra mayor en 58.7 por ciento con relación a los 678.5 millones de dólares acumulados entre enero de 2001 y junio de 2003.

<sup>1/</sup> Comprende los estados de Chiapas, Durango, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Oaxaca, Veracruz y Tabasco.

## 6 CONCURRENCIA LEGAL Y NORMATIVA

### 6.1 MODERNIZACIÓN DEL MARCO JURÍDICO

#### LEY GENERAL DE TURISMO

La Secretaría de Turismo (SECTUR) trabajó durante dos años con legisladores en ambas cámaras para lograr los consensos que derivaron en una nueva Ley General de Turismo que pone al día el instrumento jurídico que le antecede, la Ley Federal de Turismo de 1992. La Ley establece entre otros puntos relevantes, las bases de coordinación entre los tres órdenes de gobierno, además otorga facultades al Sector Turismo en diversas materias para contar con un enfoque integral que impulse el desarrollo turístico, e introduce el concepto del ordenamiento turístico del territorio para dar certidumbre a los inversionistas y cuidar los recursos naturales, culturales e históricos del país.

El 15 de abril de 2009, el Pleno de la Cámara de Diputados aprobó el dictamen de la nueva Ley General de Turismo con el concurso de todos los partidos, mismo que fue ratificado en el Senado el 23 de abril, por lo que fue decretada el pasado 16 de junio de 2009 y publicada al día siguiente en el Diario Oficial de la Federación. La nueva Ley tiene como propósito fundamental, el fortalecer uno de los sectores de mayor relevancia para el desarrollo social y económico del país, como lo es la actividad turística.

### 6.2 FACILITACIÓN TURÍSTICA

La SECTUR, para dar cumplimiento a la estrategia 12.4 del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, impulsó las siguientes acciones de revisión, simplificación y mejora del marco normativo aplicable a los prestadores de servicios turísticos del país, que permitan alentar la inversión en el sector y verificar la adecuada operación de los establecimientos turísticos:

#### PROYECTO NACIONAL DE FACILITACIÓN TURÍSTICA

En el marco de la Comisión Ejecutiva de Turismo, el Proyecto Nacional de Facilitación Turística se desarrolla desde 2007 y está conformado por 25 temas propuestos por los integrantes de dicha Comisión, es decir, tanto del sector público como del privado. La atención de estos temas está encaminada a resolver diversas problemáticas detectadas en los segmentos de turismo cinegético, náutico, pesca deportiva, transportación turística, turismo en zonas culturales, turismo de negocios, así como de hospedaje e inversión, entre otros.

A la fecha, de los 25 temas que integran el Proyecto Nacional de Facilitación Turística 2007-2012, se cuenta con avances en 20 temas y 5 fueron concluidos. El avance acumulado de los temas que integran este proyecto a lo largo de la presente administración es del 60 por ciento.

Por lo que se refiere a los trabajos de facilitación del segmento de Turismo Náutico, se logró la homologación en toda la República Mexicana, del criterio de inscripción en el Registro Público de la Propiedad de cada entidad federativa, de las concesiones, permisos y autorizaciones que otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para usar, aprovechar o explotar bienes de dominio público, obteniendo como resultado un trámite mucho más ágil y unificado. Un ejemplo de ello es el otorgamiento de concesiones en Zona Federal Marítimo Terrestre para el establecimiento de marinas turísticas.

Para la atención a cruceros turísticos, ante la contingencia sanitaria, se instaló una mesa de trabajo intersectorial con la participación del sector público y privado, a fin de homologar los criterios sanitarios de operación en los puertos y de los prestadores de servicios turísticos. Como resultado, fue emitido el “Protocolo para la prevención y control en materia de influenza en los puertos mexicanos que operan cruceros”.

### CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

El Consejo Consultivo de Turismo, fue creado a partir del acuerdo publicado en el Diario Oficial de la Federación del 22 de mayo de 2008, fecha en la que sesionó por primera ocasión. Para el periodo que se reporta, la agenda del Consejo Consultivo de Turismo registró avances significativos, contribuyendo a la mejora de las condiciones en las que se desarrolla la actividad turística, en temas que van desde migración, hasta la resolución de conflictos de transportación turística a nivel local que afectan la imagen de un destino nacional, y por ende, del sector en general.

El objetivo del Consejo es coordinar, proponer y formular las estrategias y acciones de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal que lo conforman, a fin de lograr un desarrollo integral de la actividad turística nacional, al mantener activa la comunicación entre las diferentes dependencias gubernamentales y los empresarios del sector.

### TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA

Se logró resolver la problemática de la transportación turística, ejemplo de ello, es la solución de un conflicto de más de 18 años, acotando sustancialmente el riesgo de un problema social, a través del desarrollo de un modelo integral de atención interinstitucional con la participación de los tres órdenes de gobierno (Federal, Estatal y Municipal). Este modelo se encuentra operando en los Cabos, Baja California Sur y próximamente en Mazatlán, Sinaloa, Puerto Vallarta, Jalisco e Ixtapa-Zihuatanejo, Guerrero.

Se han coordinado diversos trabajos en materia de transportación aérea, entre dependencias, tales como Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y Secretaría de Turismo (SECTUR) junto con Asociaciones como Asociación Mexicana de Agencias de Viaje (AMAV), Cámara Nacional de Aerotransportes (CANAERO) y Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), a fin de diseñar el instrumento que logre proteger a los usuarios de este tipo de servicios en contingencias como, quiebras, suspensiones de servicio, etc., que afectan de manera significativa la imagen turística del país.

## 6.3 NORMALIZACIÓN TURÍSTICA

En el periodo que abarca este informe, se presentaron para aprobación del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística la modificación de cinco Normas Oficiales Mexicanas: NOM-01-TUR, Formatos foliados; NOM-06-TUR, Campamentos; NOM-08-TUR, Guías generales; NOM-09-TUR, Guías especializados y NOM-011-TUR, Empresas de Turismo de Aventura; asimismo, este Comité, ratificó la vigencia de la NOM-05-TUR, Operadoras de Buceo.

Se participó en proyectos de revisión de Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) que inciden en el turismo a cargo de otras dependencias de la Administración Pública Federal, como son:

- Anteproyecto de Norma Oficial Mexicana que establece las medidas especiales de conservación, protección, recuperación y manejo de las poblaciones de las tortugas marinas y su hábitat, durante su ciclo de vida.

- Modificación del anteproyecto de la NOM-034-SCT2-2010, “señalamiento horizontal y vertical de carreteras y vialidades urbanas”.
- Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-019-SCT4-2008, “Requisitos para estaciones que prestan servicio a equipos contraincendios de embarcaciones, artefactos navales e instalaciones portuarias”.
- Norma definitiva NOM-034-SCT4-2008 “Equipo mínimo obligatorio de seguridad, comunicación y navegación para embarcaciones nacionales, hasta 15 metros de eslora”.
- Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-038-SCT4-2008 “Especificaciones técnicas que deben cumplir las canastillas para embarque y desembarque, utilizadas para trasladar al personal con su equipo o herramientas entre una embarcación, un muelle y un artefacto naval”.
- Anteproyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-039-SCT4-2008 “Chalecos utilizados en actividades de turismo y deporte náutico. Especificaciones y métodos de prueba”.
- Anteproyecto de Norma Oficial Mexicana Anteproy-NOM-007-SCT2/2009, “Para el transporte terrestre de materiales y residuos peligrosos”, “Marcado de envases y embalajes destinados al transporte de sustancias y residuos peligrosos”.
- Norma Oficial Mexicana NOM-010-SCT2/2009, “Disposiciones de compatibilidad y segregación para el almacenamiento y transporte de sustancias, materiales y residuos peligrosos”.
- PROY-NOM-046-SCT2/2009, “Para el transporte terrestre de materiales y residuos peligrosos. Especificaciones y características relativas al diseño, construcción, inspección y prueba de cisternas portátiles de gases licuados no refrigerados”.
- Anteproyecto de Norma Oficial Mexicana ANTEPROY-NOM-024-SCT2/2009, “Especificaciones para la construcción y reconstrucción, así como los métodos de prueba de los envases y/o embalajes de las sustancias, materiales y residuos peligrosos”.
- Proyecto de Norma Oficial Mexicana NOM-028-SCT2/2009, “Disposiciones especiales y generales para el transporte de las sustancias, materiales y residuos peligrosos de la clase 3 líquidos inflamables”.
- Anteproyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-051-SCFI/SSA1-2009, “Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados. Información comercial y sanitaria”.

Respecto al trámite de acreditación de guías de turistas, se realizaron un total de 1 033 trámites, entre los que se encuentran solicitudes iniciales, refrendos, refrendos permanentes y canjes a guías generales, locales y especializados en actividades específicas.

## 6.4 VERIFICACIÓN TURÍSTICA

### ATENCIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

En lo relativo a la atención de quejas y sugerencias presentadas por los turistas, durante el periodo septiembre 2008-agosto 2009, se han atendido 244 quejas y sugerencias presentadas por los turistas a través de diversos medios, incluyendo la vía electrónica y formatos foliados de porte pagado.

### VERIFICACIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

En 2008 se analizaron para su dictaminación 581 expedientes, relativos a visitas de verificación practicadas en 2007, de las cuales en 487 casos, se inició el procedimiento administrativo de infracción por incumplimiento a la legislación y normativa turística federal.

De los 487 expedientes relativos a procedimientos administrativos de infracción, se dictaron 380 resoluciones con las que se concluyeron los correspondientes procedimientos, quedando pendientes para su desahogo y continuidad 107. Adicionalmente, otros 94 asuntos se encuentran en proceso para emitir dictamen.

Como parte de las acciones de fortalecimiento del marco normativo del sector y al identificar el proceso de verificación como un componente fundamental en el proceso de seguridad y calidad de los servicios turísticos, se realizó el programa de verificación 2008, ejecutándose 723 visitas en todo el país con excepción de Baja California Sur. Lo anterior permitió constatar el cumplimiento de las normas oficiales mexicanas turísticas aplicables establecimientos de hospedaje y agencias de viajes.

En virtud de la epidemia de influenza A (H1N1) que afectó nuestro país, se expidió el “Acuerdo por el que por causa de fuerza mayor se suspenden los procedimientos administrativos de infracción que se sustancian en la Dirección General de Mejora Regulatoria de la Secretaría de Turismo (SECTUR).” Publicado en el Diario Oficial de la Federación de fecha 15 de junio de 2009; el cual tiene por objeto que durante el periodo de su vigencia (190 días naturales), la SECTUR se abstenga de imponer sanciones dentro de los procedimientos administrativos de infracción que se encuentren en los supuestos que previene dicho acuerdo.

Se llevó a cabo el Primer Seminario Nacional de Verificación Turística, en el cual participaron funcionarios responsables de las tareas de verificación turística en cada entidad federativa, el cual tuvo como principal objetivo el difundir la importancia de la normativa turística y los beneficios que se pueden obtener para impulsar una oferta turística que ofrezca servicios con calidad.

Con el propósito de difundir el marco normativo del sector turismo, se realizaron tres foros regionales de mejora regulatoria en los estados de Nayarit, Oaxaca y Zacatecas; en los cuales participaron funcionarios estatales, municipales, asociaciones de prestadores de servicios turísticos e instituciones académicas.

En materia de inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT), se atendieron un total de 697 trámites, de los cuales 496 correspondieron a agencias de viajes, 47 a establecimientos de alimentos y bebidas, 127 a establecimientos de hospedaje y 27 a transportadoras turísticas.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

- Consolidar las acciones de coordinación impulsadas por la Comisión Ejecutiva de Turismo, como foro idóneo para incidir sobre la actuación de otras Instituciones que tienen temas relacionados con la actividad.
- Impulsar la emisión de aquellas normas para los servicios turísticos, en los que como prioridad se tome la calidad de los mismos.
- Consolidar el proceso de verificación a los prestadores de servicios turísticos para brindar mayor seguridad y calidad a los turistas.
- Fortalecer el Registro Nacional de Turismo, de acuerdo a la nueva Ley General de Turismo.
- Fortalecer las gestiones de facilitación para promover la inversión turística nacional.
- Reforzar las acciones de protección de la imagen turística por la prestación de los servicios de transportación turística.

## 7 OFERTA COMPETITIVA

### 7.1 DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

#### TURISMO CULTURAL

Para dar continuidad al programa de desarrollo de turismo cultural, durante el periodo que se reporta se dio seguimiento a las acciones de mejoramiento de imagen urbana y equipamiento para uso turístico en las ciudades de Campeche, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla y Zacatecas, emprendidas conjuntamente con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A.C.

El 2 de octubre de 2008, la Secretaría de Turismo (SECTUR) suscribió un convenio de colaboración con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) por un monto de 1 millón 750 mil pesos para llevar a cabo la rehabilitación monumental y ambiental de los jardines y linderos del centro comunitario Casa de Morelos ubicado en Ecatepec, Estado de México. Lo anterior, en el marco de los festejos conmemorativos del Bicentenario de la Independencia y el Centenario de la Revolución Mexicana.

Con el objeto de contar con información actualizada e impulsar un nuevo subsegmento del turismo cultural, el 22 de noviembre de 2008 se suscribió un convenio de colaboración con la Universidad de Guadalajara para llevar a cabo el estudio titulado "Dimensionamiento del Turismo Espiritual en México", investigación que permite conocer y analizar las implicaciones sociales, económicas y turísticas sobre este tipo de turismo en México, además de ofrecer un diagnóstico real del mismo. La inversión de la SECTUR para su realización fue de 414 mil pesos, del cual se realizó un fascículo de mil ejemplares que fueron distribuidos entre los actores directa e indirectamente involucrados en el impulso de este tipo de turismo.

El 6 de julio de 2009 se firmó un convenio de colaboración con el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA) para apoyar la realización del proyecto y construcción del Museo Virtual de Arte Rupestre en Baja California Sur, con una inversión por parte de la SECTUR de 5 millones de pesos.

El día 10 de julio de 2009 se signó otro convenio de colaboración con el INAH, para efectuar la segunda etapa de la rehabilitación monumental y ambiental de los Baños de Moctezuma en la primera sección del Bosque de Chapultepec, a través de acciones de museografía. Lo anterior, con una aportación de SECTUR de 1 millón de pesos.

Se organizó el Encuentro Nacional de Turismo Espiritual que se llevó a cabo el 27 de agosto de 2009, con la participación de expertos nacionales y extranjeros. Este evento tuvo como objetivo analizar la situación actual del Turismo Espiritual en México y su potencial como herramienta para el desarrollo económico y social de los sitios en los que se da esta práctica.

Conjuntamente con el Gobierno del Estado de Jalisco y el Consejo Regulador del Tequila, se llevaron a cabo acciones para impulsar la creación de productos turísticos y paquetes en la Ruta del Tequila, entre ellas, se realizó un taller para operadores de viajes, se llevó a cabo una rueda de prensa, un seminario de lanzamiento y se programaron acciones de seguimiento con los operadores involucrados.

En el seno del Grupo Interinstitucional para el Fomento del Turismo Cultural se integraron siete subgrupos de trabajo con los siguientes temas: a) investigación y divulgación, b) inversión en infraestructura y equipamiento, c) tematización de productos turísticos culturales, d) fortalecimiento de capacidades locales, e) desarrollo de actividades empresariales, f) profesionalización y g) marketing, cada uno con acciones específicas a desarrollar.

A iniciativa de la SECTUR, se integró un grupo interinstitucional para el impulso de Tlacotalpan, Ciudad Patrimonio Mundial, en el que participan las secretarías de Desarrollo Social (SEDESOL); de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT); la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA); el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH); la Universidad Veracruzana; el Gobierno del Estado de Veracruz a través de su Secretaría de Turismo y Cultura; la Asociación Tlacotalpan, Patrimonio Mundial, A.C. y el Gobierno Municipal de Tlacotalpan, con el objeto de llevar a cabo acciones de mejoramiento de infraestructura, servicios públicos y turísticos que permitan incrementar su competitividad como destino turístico.

En colaboración con el Gobierno del Estado de Michoacán y a través de un grupo interinstitucional en el que participa la Presidencia de la República, se impulsa el “Proyecto Ruta de Don Vasco”, cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de los habitantes de las poblaciones consideradas en este Programa, a través de un proceso destinado a combatir la pobreza y la marginación de los grupos sociales más desfavorecidos, mediante el aprovechamiento sustentable de sus recursos naturales y su patrimonio cultural.

En apoyo al programa emergente que impulsa la SECTUR y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) para enfrentar la contingencia sanitaria provocada por el virus A (H1N1), se solicitó, recopiló, revisó, corrigió y envió al CPTM la oferta de turismo cultural integrada por la red de operadores de Turismo Cultural, a fin de que sea incorporada a la página [www.ofertasvivemexico.com](http://www.ofertasvivemexico.com).

## **TURISMO DE NATURALEZA**

Con el objetivo de facilitar información y capacitación para el desarrollo de sus comunidades, se llevó a cabo en Morelia, Michoacán, el Séptimo Encuentro Nacional de Empresas Comunitarias Ecoturísticas.

En coordinación con el Grupo Interinstitucional para el Desarrollo del Turismo de Naturaleza, integrado por 14 dependencias del gobierno Federal (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Secretaría de la Reforma Agraria (SRA), Secretaría de Economía (SE), Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas CONANP, Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), Fideicomiso de Riesgos Compartidos (FIRCO), FINANCIERA RURAL y la SECTUR, se elaboraron los criterios de elegibilidad para el apoyo de proyectos turísticos de naturaleza, mismos que permitirán optimizar los recursos que se destinan para este segmento.

La Secretaría de Turismo suscribió un nuevo convenio de colaboración con la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), por un monto total de 8.8 millones de pesos, con el objetivo de conjuntar esfuerzos y recursos para impulsar y consolidar los servicios para el Turismo de Naturaleza en 9 Áreas Naturales Protegidas (ANPs), como son Yaxchilan y Bonampak; Yum Balam; Sian Ka'an; Xcalak; Sierra Gorda; Valle de Bravo; Insurgente Miguel Hidalgo y Costilla; El Pinacate y Gran Desierto de Altar, y Sumidero y Lagunas de Montebello.

En coordinación con el Grupo Interinstitucional para el Desarrollo del Turismo de Naturaleza, se realizó la planeación del programa de desarrollo de la Selva Lacandona, a fin de posicionar este destino como un producto turístico integral que atienda al mercado internacional.

## **TURISMO DE NEGOCIOS**

Para mejorar la competitividad y productividad del turismo de reuniones en México, se celebró el “Congreso Nacional de Turismo de Reuniones” cuyas decimoquinta y decimosexta ediciones tuvieron verificativo en

noviembre de 2008 en la Ciudad de México, y en Villahermosa, Tabasco en agosto de 2009, respectivamente, con la asistencia en ambos eventos de más de 500 participantes.

Con el fin de ofrecer información especializada para promover una adopción más rápida y eficiente de las políticas de organización de eventos ecológicamente sustentables, así como para impulsar el desarrollo de productos turísticos especializados en destinos de reuniones, se desarrolla el “Manual para la Organización y Operación de Eventos Verdes”, mismo que se concluirá el último trimestre de 2009.

Con el objetivo de divulgar los avances en materia de inmigración de turistas por motivo de reuniones hacia México, se reimprimió el folleto denominado “El ABC de la internación a México de turistas extranjeros para asistir a Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones”, para distribuirse en eventos, exposiciones y seminarios de turismo de reuniones, así como entre oficinas de convenciones y visitantes del país, recintos para eventos, la oficina de convenciones del Instituto Nacional de Migración (INM), en las oficinas en el extranjero del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), y a través de las oficinas de turismo de los estados.

Como parte de las acciones para impulsar el desarrollo de la oferta de congresos, convenciones y viajes de incentivos, se apoyó la organización y difusión de cuatro eventos orientados a la profesionalización y desarrollo de la oferta de turismo de reuniones, como son el Cuarto Seminario de Mercadotecnia Turística de *Hospitality Sales & Marketing Association International* (HSMAI, Capítulo México) en abril de 2009 en Veracruz, la Tercera Convención Anual de *Meeting Professionals International* (MPI) Capítulo México, en Saltillo; el Programa Educativo de la *National Business Travel Association* en la Cd. de México, la Segunda Conferencia Anual Educativa y *Tradeshows* de la *Association of Hispanic Meeting Professionals* (IAHMP Capítulo México) en Zacatecas, con la participación de más de 350 profesionales del sector en los cuatro eventos. Adicionalmente, se participó en la organización y difusión del evento de comercialización del segmento *Expo Meetings México*, realizado en la ciudad de México, evento al que asistieron más de 400 organizadores profesionales de eventos, representantes de destinos, compradores de servicios para eventos, entre otros especialistas del segmento.

Se reprogramó para el mes de agosto a causa de la contingencia sanitaria provocada por el virus de influenza A (H1N1), la organización del “Decimosexto Congreso Nacional de Turismo de Reuniones” a realizarse en Villahermosa, Tabasco.

## TURISMO DEPORTIVO Y NÁUTICO

Se firmó con las secretarías de Medio Ambiente (SEMARNAT), de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Asociación Nacional de Ganaderos Diversificados Criadores de Fauna (ANGADI) y Confederación nacional de Organizaciones Ganaderas (CNOG) el “Convenio de Turismo Cinegético”, que tiene como objetivo apoyar, promover y fomentar la protección, conservación y aprovechamiento sustentable de la vida silvestre, la ganadería diversificada, el turismo cinegético y el ecoturismo.

En apoyo al Primer Congreso Mundial del Deporte, el cual se llevó a cabo del 23 al 25 de Octubre de 2008 en el Centro Banamex de la Ciudad de México, la SECTUR apoyó con la participación de un consultor conferencista en el panel “Como medir el retorno de la inversión en un Patrocinio”. El Congreso contó con la presencia de grandes atletas nacionales e internacionales así como de expertos en mercadotecnia deportiva e institutos ligados al deporte.

Con el objeto de contar con elementos para sustentar y guiar las acciones de la SECTUR para el fomento del turismo deportivo en México, se realizó a través de la Agencia de Servicios Profesionales Integrales para el Deporte (SPID) la asesoría denominada “Dimensionamiento del Impacto Económico y Turístico de los Eventos Deportivos realizados en el País”.



Se coordinó con las Secretarías de Turismo de los estados y con el Comité Organizador de los Juegos Panamericanos 2011, las posibles rutas que integrarían el recorrido de la Antorcha Olímpica, evento que será de gran importancia para la promoción del país, en el cual participan un promedio de 5,500 atletas de 42 países y más de 1.5 millones de espectadores.

## **TURISMO DE SALUD**

Se continúan las acciones encaminadas a la profesionalización, certificación y comercialización de los establecimientos Spa en México a la fecha existen 2 establecimientos certificados y otros que están aplicando para su certificación de Los Cabos y Quintana Roo; se debe tomar en cuenta que es una Norma Mexicana de aplicación voluntaria y no Oficial. Adicionalmente, se brindó asesoría técnica e información a empresarios, gobiernos municipales, estatales, emprendedores y al público en general interesado en este segmento; en el periodo que se reporta se han atendido 20 solicitudes.

## **TURISMO PARA TODOS**

El programa federal “Un Turismo para Todos” busca elevar el nivel de bienestar de los mexicanos a través del ejercicio de viajes en sus vacaciones. Entre sus principales acciones se realizaron las siguientes:

- Se llevó a cabo el “Décimo Encuentro de la Red Nacional de Turismo para Todos” en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato, los días 4 y 5 de Junio de 2009, para el fortalecimiento del sector turístico como la competitividad turística, la importancia de los recursos humanos en el sector turismo, la responsabilidad social en la industria turística, la mercadotecnia en este segmento y cómo enfrentar la crisis económica desde el turismo.
- En el primer trimestre del año se elaboró e imprimió el Carnet del Turista Con Sentido, cuyo propósito es orientar al visitante sobre las conductas de respeto que debe mostrar cuando viaja por México, así también ofrecerle e invitarle a disfrutar la riqueza turística del país. 48, 000 folletos han sido repartidos en casetas, carreteras federales y agencias de viajes a lo largo de los meses de junio, julio y agosto.
- Fueron elaborados 250 juegos de carpetas conmemorativas del décimo aniversario del Consejo Nacional de Turismo Social, donde se divulgaron acciones como la organización de la oferta, el impulso de la demanda, la promoción y venta del producto turístico nacional. Por su parte, fueron firmados dos nuevos consejos estatales de “Un Turismo para Todos”, el de Puebla en marzo y el de Guanajuato en julio. Con estos ya son 22 los consejos estatales constituidos.
- Se realizaron diversas acciones en coordinación con el Instituto Nacional para Adultos Mayores (INAPAM) para lograr que el ejercicio de las vacaciones sea un derecho reconocido como una de las garantías individuales de este sector de la población, derecho que se pugna sea elevado a rango constitucional.
- Con la orquestación de diversas actividades de coordinación con la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), se logró poner en operación los viajes de sus agremiados dentro del país. Las herramientas para facilitar el acceso a las actividades de descanso y recreación de este sector fueron los sistemas de caja de ahorros, los de financiamiento y convenios directos con empresas turísticas, pudiéndose pactar tarifas preferenciales. Bajo estos esquemas 30 mil trabajadores han sido beneficiados.
- Con el apoyo de la Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos A.C. (AMERDIRH), se incorporaron a su página de *internet* ofertas de viajes nacionales, especializada tanto en grupos de

corporativos como no corporativos, enlazándola con 15 mil trabajadores de todos los niveles económicos.

- En coordinación con el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJ), a través de su tarjeta Poder Joven, se ofrece a este grupo poblacional una oferta turística diversificada y acorde a sus posibilidades económicas.
- En conjunto con varias universidades privadas, fueron organizados viajes de prácticas académicas y de convivencia para sus alumnos. Hasta la fecha 120 grupos de estudiantes han realizado viajes a distintos destinos del país.
- Conforme a lo establecido en el “Tratado Internacional de los Derechos de las Personas con Discapacidad” de la ONU y con la “Ley de los Derechos de las Personas con Discapacidad”, de manera conjunta con el Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad (CONADIS), se direccionaron diversas estrategias de sensibilización y de adaptación en instalaciones turísticas y en el transporte terrestre a fin de fomentar la inclusión de este sector de la población al turismo.
- La SECTUR participó conjuntamente con el Colegio de México, el Instituto Autónomo de México (ITAM) y la Universidad Anáhuac del Sur, en el análisis de temas como el turismo y la cohesión social, la competitividad turística, turismo y desarrollo, la responsabilidad social en la industria turística y los valores en el turismo como sustento de la vida democrática.

**TURISMO DE SEGMENTOS**

En coordinación con autoridades del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), se otorgó por cuarta ocasión el “Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano” en las categorías de Turismo Cultural, Turismo de Reuniones, Turismo de Naturaleza, Rutas y Circuitos, así como de Desarrollo de Actividades en Espacios Públicos, teniendo como marco la trigésimo cuarta edición del Tianguis Turístico.

Se distribuyeron mil 900 guías para el desarrollo de nuevos productos en las ocho rutas conmemorativas 2010 definidas por la SECTUR entre agentes de viajes, guías de turistas e integrantes de la industria turística.

**RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Impulsar el turismo nacional.
  - Generar un pacto nacional para reducir tarifas de los servicios turísticos, democratizando el acceso a la actividad turística de los mexicanos.
  - Aumentar los esquemas de financiamiento no bancario para multiplicar los canales de acercamiento a la actividad turística.
  - Operar 2 nuevos fines de semana largos.
  - Extender el disfrute a unas vacaciones más ordenadas de los trabajadores y sus familias mediante la ampliación de convenios con empresarios.
  - Iniciar el procedimiento para operar las vacaciones de los empleados bancarios.
  - Fortalecer las relaciones con organizaciones de la sociedad civil para impulsar el turismo de familias y jóvenes mexicanos.
  - Ahondar en las acciones que lleven a la implementación del turismo accesible.

- Tianguis Tus vacaciones en México.
  - Coordinar acciones con el Consejo de Promoción Turística.
  - Emplazamiento de estados y destinos nacionales.
  - Concepto de venta directa.
  - Asistencia de un mercado nacional con poder de compra.
- Catálogos de paquetes de viajes con tarifas preferenciales e implementar el sistema de bajo costo en el país.

## 7.2 ASISTENCIA TÉCNICA PARA EL FOMENTO DE LA OFERTA

### PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA A ESTADOS Y MUNICIPIOS

FONATUR transmite su experiencia de más de 30 años en materia de planeación urbana turística, mediante la asesoría a gobiernos estatales y municipales a través de programas de desarrollo turístico para definir las estrategias y líneas de acción que en el corto, mediano y largo plazos diversifiquen la oferta turística, no solamente en destinos de sol y playa, sino también al interior del país; y promuevan la atracción de inversiones públicas y privadas, complementen la infraestructura y equipamiento urbanos mejorando la imagen urbana de sitios con potencial turístico para posicionarlos o reposicionarlos en los mercados nacional e internacional.

En el periodo que se reporta se concluyeron 29 programas de desarrollo turístico, mediante los cuales se atendió a 20 estados y se inició la elaboración de 9 programas más, con lo cual se alcanzó la cobertura de un total de 21 entidades federativas a la fecha.

## 8 EMPLEO DE CALIDAD

A fin de apoyar a los principales destinos turísticos del país que resultaron afectados por la contingencia vinculada al virus de la influenza A (H1N1), la Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) implementaron un Programa de Apoyo Emergente a Trabajadores del Sector Servicios atendiendo a más de 58 mil trabajadores de la industria restaurantera y de hospedaje, durante los meses de junio, julio y agosto que fueron afectados en sus ingresos por las actividades que realizan; 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 el marco de este programa emergente la SECTUR gestionó el desarrollo de un programa de capacitación modular de 120 horas dirigido a los guías de turistas, atendiendo a 228 guías; quienes recibieron un apoyo de dos salarios mínimos por mes durante junio y julio que duró el programa de capacitación.

## 8.1 EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA

### ELEVAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Para satisfacer las necesidades que los turistas nacionales e internacionales demandan de manera creciente, resulta indispensable fortalecer los mecanismos que conduzcan a mejorar la calidad de los servicios. Para cumplir este fin, la Secretaría de Turismo (SECTUR) realiza programas de capacitación, así como procesos de certificación que fortalecen las aptitudes de los prestadores de servicios turísticos, y contribuyen a elevar la competitividad turística.

De enero a junio de 2009 se impartieron 531 cursos de capacitación de manera directa y por efecto multiplicador, en coordinación con las entidades federativas, se capacitó a 15 675 prestadores de servicios que participaron. Estas cifras representan un incremento de 79 por ciento en relación con los 140 cursos impartidos entre enero y junio de 2008, así como de 77 por ciento en comparación con los 4 721 prestadores de servicios capacitados a través del efecto multiplicador durante el mismo lapso.

Entre los principales temas abarcados, destacan los de manejo higiénico de alimentos para empresas comunitarias, atención a comensales, atención a huéspedes, calidad en el servicio, cultura turística, preparación de alimentos, preparación de bebidas, servicio a cuartos y áreas públicas y actualización de guías de turistas.

La SECTUR en coordinación con las oficinas estatales de turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, llevó a cabo la XXIII Reunión Nacional de Interlocutores Estatales de Turismo 2009, en la ciudad de San Cristóbal de las Casas cuyo tema central fue "Programa Integral de Capacitación y Competitividad, una alternativa al modelo de desarrollo turístico".

Esta reunión tuvo como objetivo principal contribuir a las acciones en materia de competitividad turística nacional, fortaleciendo la gestión local con la finalidad de elevar el desarrollo de la cultura turística. En dicho evento se contó con la participación de representantes de 20 estados de la República.

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, se emitieron 49 opiniones técnicas en materia de cursos y diplomados para guías de turistas, de las cuales 49 corresponden a la NOM-08-TUR. A su vez, 33 cursos corresponden a actualización y refrendo y 16 a diplomados para la formación y acreditación de guías generales.

## 8.2 CERTIFICACIÓN DE INSTITUCIONES DE ENSEÑANZA TURÍSTICA

En el marco de la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT), al mes de agosto de 2009 se ha fortalecido el acercamiento con diversas instituciones de educación superior con el fin de continuar incorporando un mayor número de investigadores, de productos de investigación turística, así como centros e instituciones educativas de nivel superior y de posgrado nacionales.

En seguimiento de las bases de coordinación suscritas con la Secretaría de Educación Pública (SEP), se emitieron 103 opiniones técnicas de las cuales, 14 corresponden a nivel medio superior (8 positivas y 6 negativas), y 89 a nivel superior (87 positivas y 2 negativas), en atención a las solicitudes presentadas por particulares ante la SEP para la obtención o refrendo del Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios (RVOE) en carreras relacionadas con la actividad turística.

## 8.3 VINCULACIÓN DEL SECTOR CON INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN

Se llevó a cabo la séptima edición del Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil con el tema “Turismo para vivir” en el cual participaron niñas y niños de 30 entidades federativas en el que fueron presentados 184 135 dibujos.

## 8.4 EQUIDAD DE GÉNERO

De conformidad con lo establecido en el Artículo 25 del Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2009 y Anexo 9-A; a finales de 2008, le fueron asignados 3 millones de pesos a la SECTUR por primera ocasión para contribuir a la prevención, atención y sanción de la trata de personas, con especial referencia a las niñas, niños adolescentes y mujeres.

Para tal efecto la SECTUR ha llevado a cabo las siguientes acciones:

- Comunicación Inclusiva
  - Boletín electrónico trimestral “Mujeres y la Igualdad de Género”, instrumento de difusión orientado al personal de la SECTUR, del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). A través de él, se informan los avances de la política pública en materia de género e igualdad entre mujeres y hombres permitiendo reforzar la instrumentación de la política de género en el sector turismo, al 31 de agosto de 2009 se cuenta con el primer Boletín, a distribuirse a través de la página electrónica de la SECTUR y por correo electrónico a más de 2 500 funcionarios.
- Mesa intrainstitucional de perspectiva de género en el Sector Turismo.
  - Es un espacio permanente y transversal que combate la discriminación entre hombres y mujeres mediante acciones específicas para incorporar la perspectiva de género en el Sector Turismo. Al 30 de agosto de 2009 se han llevado a cabo cuatro sesiones ordinarias de esta Mesa.
- Programa de cultura institucional con perspectiva de género en la SECTUR
  - Unidades responsables de la SECTUR, llevaron a cabo la formulación e integración del Plan de Acción del Sistema de Cultura Institucional de la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción.
  - En 2008 se aplicó el cuestionario diagnóstico sobre cultura institucional con perspectiva de género y no discriminación, participando 1 005 colaboradores (61 por ciento del total) cuyos resultados fueron difundidos en las diversas áreas de la institución y actualmente se está trabajando en la articulación del referido programa cultura institucional.
- Institucionalización de la Perspectiva de Género en el Sector Turismo.
  - Entre los meses de marzo y junio de 2009 se llevaron a cabo diez talleres de sensibilización en materia de género para mujeres y hombres trabajadores de la SECTUR, el FONATUR y el CPTM.

## CONTRATACIÓN DE PERSONAL

En el marco del servicio civil de carrera, los 26 servidores públicos contratados entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 por la SECTUR fueron contratados en igualdad de circunstancias. Este monto se constituye de un 58 por ciento por hombres y 42 por ciento por mujeres.

## RETOS Y OPORTUNIDADES

- Una oportunidad es la creación de una unidad administrativa en temas de género que atiende de manera integral la transversalidad de la política al interior de la Institución y a la vez promueva la concurrencia con los estados y municipios.
- Un reto es la atención en acciones preventivas de la trata de personas en destinos turísticos con alta incidencia de este tipo de delitos, por lo que se deberán encauzar esfuerzos en esta materia con los prestadores de servicios turísticos en coordinación con estados y municipios.

# 9 FOMENTO PRODUCTIVO

## 9.1 LÍNEAS DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Dentro de las acciones y resultados para los esquemas de financiamiento, la SECTUR en coordinación con el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT), se implementó en julio de 2007 el Programa de Financiamiento para el Sector Turismo, cuyos resultados de enero a junio de 2009 reportan la asignación de 215 empresas apoyadas por un monto total de 216.2 millones de pesos dirigidos a micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas.

Los datos acumulados por este Programa de julio de 2007 en que inició operaciones a junio de 2009 son de 1 953 MIPYMES turísticas apoyadas por 550.7 millones de pesos

## 9.2 INVERSIÓN TURÍSTICA

Durante el periodo enero-junio de 2009, se captó una inversión turística privada de 1 428.7 millones de dólares, integrada por 81.3 por ciento de capital nacional y el 18.7 por ciento restante por inversión extranjera. La inversión se orientó al desarrollo de 141 proyectos, entre los que destacan los destinos de playa con una participación de 83 por ciento, en tanto que los proyectos del mundo maya, frontera norte y la región centro del país concentraron el restante 17 por ciento.

Como parte de los resultados para otorgar certeza jurídica a las nuevas inversiones turísticas, en el periodo enero-agosto de 2009 el Gobierno Federal ha dado seguimiento a los proyectos de inversión turística que enfrentan obstáculos en trámites ambientales. Se continuó gestionando la agenda de trabajo integrada por 55 proyectos de inversión turística, que representan una inversión total de 11 573.9 millones de dólares, de los cuales se lograron resolver 28 lográndose una inversión de 7 268.1 millones de dólares.

Con el propósito de hacer más productivo al sector turístico, durante la octava edición de la Expo Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística (antes denominada Bolsa Mexicana de Inversión

Inmobiliaria y Turística), celebrada del 29 de septiembre al 1 de octubre de 2008, se incluyó al sector inmobiliario, difundándose proyectos por un valor aproximado de 13 132 millones de dólares, principalmente en Cabo Cortés en Baja California Sur, Cancún en la Riviera Maya, así como proyectos inmobiliarios a nivel internacional en Campeche y Quintana Roo.

## 9.3 PROGRAMAS DE MODERNIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas tienen una importante participación a nivel nacional. No obstante su gestión, administración, y servicios presentan diversos rezagos respecto a los sistemas utilizados por las grandes empresas, cuyas inversiones están asociadas a procesos modernos y a personal altamente capacitado. Por ello, si se apoya a este tipo de establecimientos, se podrán lograr servicios de calidad y competitividad a nivel nacional en los servicios turísticos tanto en las grandes empresas como en las pequeñas y microempresas turísticas del país.

En este sentido, para la Secretaría de Turismo (SECTUR) cobra una importancia estratégica apoyar a este tipo de establecimientos a través de diferentes acciones:

El Programa Moderniza es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las empresas turísticas podrán incentivar a sus colaboradores para incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística. Este programa está enfocado en cuatro apartados: calidad humana; satisfacción del cliente; gerenciamiento de los procesos y gerenciamiento de mejoras.

La SECTUR en coordinación con la Secretaría de Economía (Fondo PYME), la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS), cámaras y asociaciones turísticas, así como los gobiernos de los estados de Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán, llevaron a cabo de forma conjunta con consultores “M”, el establecimiento del Programa de Calidad Moderniza, conformando 143 grupos con la participación de más de 1 500 MIPYMES turísticas.

Durante el periodo septiembre de 2008-junio de 2009 y relativo a las 1 500 MIPYMES turísticas participantes en el Programa, fueron entregados 1 254 Distintivos “M” al mismo número de establecimientos turísticos de los estados de Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán, logrando una cobertura de 24 entidades federativas que implementaron mejores prácticas en la prestación de sus servicios. Para 2009, derivado de los apoyos otorgados por el Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME), operado por la Secretaría de Economía (SE) y los gobiernos estatales se estima que de las más de 2 300 MIPYMES turísticas participantes en el Programa, al menos el 80 por ciento obtengan este reconocimiento.

Durante 2008 y con el propósito de apoyar el mayor número de MIPYMES turísticas a nivel nacional, fue concluido satisfactoriamente el programa de formación de 50 consultores “M” en el estado de Quintana Roo y en el Distrito Federal.

Con el apoyo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) y de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB), se concretó la transferencia del Programa de Calidad Moderniza a la República de El Salvador. De

esta forma, concluyó de forma exitosa la formación de Consultores “M” y su establecimiento en empresas, al lograr los primeros 28 Distintivos “M” y 21 registros de Consultores “M”.

En el mes de diciembre de 2008 se atendió a la misión guatemalteca en México con la finalidad de capacitar a sus miembros en la operación y administración del Programa Moderniza, así como para concretar las actividades para la transferencia de dicho Programa a ese país. En el segundo semestre de 2009, dieron inicio las actividades para formar 25 consultores e implementar el Programa en 50 MIPYMES turísticas guatemaltecas.

## 9.4 CERTIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

Con el propósito de mejorar la calidad e higiene en la preparación y servicio en los establecimientos de alimentos a nivel nacional, la SECTUR otorgó en el periodo septiembre 2008 a julio 2009, un total de 1 787 Distintivos “H”, lo que representa un incremento del 12.4 por ciento en relación con los 1 458 otorgados durante el periodo septiembre de 2007–junio de 2008. Del total de distintivos “H” otorgados en el periodo que se reporta, 621 fueron distintivos nuevos y 1 166 corresponden a renovaciones a nivel nacional.

# 10 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN INTEGRADA

## 10.1 INVERSIÓN EN PROMOCIÓN TURÍSTICA NACIONAL E INTERNACIONAL

El gobierno de México invierte en 2009 una cantidad sin precedente en la promoción del turismo. Hasta el mes de abril, se comprometieron recursos por 800 millones de pesos que detonaron una bolsa mayor con la participación en cooperativos por parte de las entidades federativas y un buen número de empresas. La meta era hacerle frente a las condiciones particularmente adversas de la economía internacional.

A partir del mes de mayo, y para contrarrestar los efectos que provocó en el sector turístico la contingencia sanitaria derivada del brote del virus de influenza humana A (H1N1), la Secretaría de Turismo (SECTUR), en coordinación con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), estableció un programa de acciones e inversiones promocionales para reposicionar la imagen del país y reactivar el turismo. Este programa se basa en tres objetivos: a) colaborar con otras secretarías del Gobierno Federal para proteger la planta productiva y el empleo; b) mantener la conectividad aérea; c) reposicionar a México como un destino turístico atractivo y seguro en los principales mercados emisores.

Para estos propósitos, el Gobierno Federal ha destinado recursos por 1 200 millones de pesos. Entre las acciones instrumentadas sobresale el lanzamiento del programa “Vive México” con objeto de llamar a los mexicanos a ser solidarios viajando por su país, que conozcan las bellezas naturales y la riqueza cultural de nuestras ciudades y regiones. Esta campaña ha tenido amplia difusión en los diferentes medios de comunicación y cuenta con la presencia de personalidades de diversos sectores de la sociedad, quienes participan como embajadores con mensajes y acciones especiales para promover los diferentes destinos turísticos de México.



En el mes de junio se pusieron en marcha las campañas de promoción para atraer al turismo de América del Norte en lo particular, pues esa región representa el 85 por ciento del turismo internacional que visita nuestro país; así como en Europa y otros mercados emisores de relevancia para México.

En total, en 2009 el CPTM invertirá más de 2 mil millones de pesos en la promoción de la oferta turística de México para lograr incrementar la demanda hacia los destinos nacionales, del monto total 555.6 millones de pesos corresponden a la publicidad institucional y 1 173 millones de pesos a la publicidad cooperativa. En campañas de relaciones públicas, acciones promocionales, ferias y exposiciones, servicios en centros de contacto y mercadeo digital se invierten los 272 millones de pesos restantes.

Como se observa, se ha dado prioridad a la publicidad cooperativa, tomando en cuenta su efecto multiplicador para incrementar los recursos obtenidos entre las aportaciones del CPTM, los destinos y los socios comerciales, así como por las ventajas que tiene la publicidad cooperativa para dirigir la demanda turística hacia destinos específicos.

El CPTM en 2008 participó en 15 ferias internacionales de turismo más importantes de Asia, Europa, Norteamérica y Latinoamérica donde se logró reunir a 787 expositores de la industria turística nacional y se apoyó la participación de la oferta de México en 14 nuevas ferias enfocadas a los segmentos de naturaleza, cultura, y *premium*.

Como muestra del buen uso de los recursos, el indicador “incrementar la eficiencia publicitaria internacional” pasó de 42.7 en 2008 a 41.4 pesos por cada turista internacional; sin embargo para 2009 se estima llegar a 45 pesos, debido a los efectos que han tenido las crisis económica y sanitaria en la llegada de turistas.

Por su parte, el indicador “incrementar la eficiencia publicitaria nacional” pasó de 2.42 a 2.35 pesos por cada turista nacional en 2008; en tanto que para 2009 se estima que podría llegar a 2.6 pesos, por las mismas razones indicadas anteriormente.

## 10.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

A partir del conocimiento del comportamiento reciente de los mercados y las tendencias que se vislumbran para el futuro, se desarrollaron estrategias de mercadotecnia teniendo como objetivo alinear las acciones por cada mercado y por cada categoría de producto: turismo de sol y playa, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo de lujo, turismo para todos y segmentos especiales.

Dichas estrategias fueron vinculadas mediante la definición básica de los atributos único, diverso y más allá de la hospitalidad que caracterizan a la marca “MÉXICO”.

La información se transmitió a las agencias de publicidad y creatividad para el desarrollo adecuado de los mensajes de las campañas de promoción, de acuerdo a los públicos objetivo de cada producto con el fin de incrementar la afluencia turística a nivel nacional e internacional.

### INVESTIGACIÓN

Por lo que se refiere a las tareas y actividades de investigación de mercados e inteligencia comercial, durante el periodo septiembre 2008 a agosto 2009 se concluyeron los trabajos de investigación correspondientes al “Tracking publicitario para la temporada de invierno 2009” para los mercados nacional, europeo,

latinoamericano y norteamericano; y la “Medición del Desempeño de la Participación Mexicana en Ferias y Exposiciones Internacionales de Turismo, para 13 ferias seleccionadas en 2009”.

Con objeto de conocer el mercado, su entorno y comportamiento se adquirieron diversas publicaciones sindicadas para la región de Norteamérica, principal mercado emisor de visitantes internacionales a México.

De igual forma se realizaron diversos trabajos de análisis para el fortalecimiento de las metodologías de medición y muestreo para su aplicación en las investigaciones de mercado.

Actualmente se encuentran en ejecución los proyectos de “Tracking Publicitario para la Temporada de Verano 2009” para los mercados nacional, europeo, latinoamericano y norteamericano; y la “Medición del Desempeño de la Participación Mexicana en Eventos de Turismo 2009”.

Se dio continuidad al desarrollo del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), para el mejor aprovechamiento de la información a la que tienen acceso vía Internet las áreas internas del CPTM, sus oficinas en el extranjero y funcionarios de la Secretaría de Turismo (SECTUR) y el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Asimismo, se completó el proceso de habilitación de claves de acceso al SIIMT para las oficinas estatales y municipales de turismo así como las Organizaciones de Convenciones y Visitantes (OCV).

Adicionalmente se ha fortalecido la elaboración de productos desarrollados por la Coordinación de Investigación de Mercados. Entre ellos se encuentran los “Análisis de Coyuntura” para las temporadas de invierno 2008 y verano 2009, el de “Segmentos Estratégicos de Mercado Turístico”, del “Análisis de Mercado Hispano en Estados Unidos” y el “Análisis del Mercado Internacional de Turismo de Cultura” mismos que se encuentran disponibles para consulta a través del SIIMT.

Como parte de los trabajos de inteligencia de mercado se realizaron diversos análisis entre los que se encuentran “Efectos sobre el proceso de visado en los visitantes internacionales hacia México. Casos: Rusia, China, India y Brasil”, el “Monitoreo de reservaciones hacia México desde los principales mercados emisores internacionales a raíz de la alerta del virus de la influenza humana A (H1N1)”, y el “Análisis sobre los destinos internacionales que compiten con México”.

## 10.3 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD TURÍSTICA EN EL EXTERIOR

Para 2009 se invirtieron 555.6 millones de pesos en publicidad institucional; de este monto, 159 millones de pesos se dirigirán al mercado de Norteamérica, 250 millones de pesos al mercado nacional, para Europa y Latinoamérica se invertirán 86.2 millones de pesos. Los recursos restantes se dirigirán a campañas emergentes y gastos de producción y creatividad.

La mayor parte del presupuesto se canalizará al mercado nacional y a Norteamérica debido a que, en época de crisis, son los mercados con mayor potencial para movilizar, en el corto plazo, turistas hacia los destinos del país.

## EN NORTEAMÉRICA

La campaña de publicidad en el mercado norteamericano abarcó diferentes canales de difusión como medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (internet y televisión) y publicidad exterior (espectaculares).

Durante 2008, después de varias propuestas de campañas creativas se eligió la denominada “Movies”. Se realizó la postproducción de dicha campaña, incluyendo televisión y medios impresos para que posteriormente fuese transmitida en diversos medios en los que se incluye cine y televisión.

Dicha campaña estuvo enfocada para los segmentos de spa, aventura, romance, arquitectura, cultura, gastronomía, golf y playa, logrando incentivar a los turistas a venir a México en las vacaciones de invierno. De igual manera se apoyó el segmento de congresos y convenciones.

Se promovió la marca “México” en cruceros, mediante la transmisión de videos institucionales a los pasajeros.

Para el periodo 2009, se comenzó a trabajar desde diciembre del año anterior en la investigación y el lanzamiento de la nueva campaña “*Planet México*”, la cual comenzó en el mes de febrero.

De igual manera se utilizó la campaña para el mercado de Canadá en revistas y televisión en inglés y francés.

Las campañas que se llevaron a cabo durante este periodo apoyaron el incremento del turismo a través de los diferentes productos y medios que se utilizaron para la promoción y el posicionamiento de la marca “MÉXICO”.

En mayo de 2009 se suspendieron las campañas de publicidad durante dos meses, como consecuencia de la epidemia por el virus de influenza humana A (H1N1). Pasada la etapa más crítica de la contingencia sanitaria se reorganizaron las campañas de publicidad institucional, con el propósito reactivar los flujos de turismo del mercado de Norteamérica hacia México y recuperar los niveles de ocupación hotelera.

La campaña institucional en televisión para Estados Unidos, inició el 12 de junio con el mensaje “Confía” (*Believe it*) que enfatizaba que el Gobierno de México respondió rápida y decisivamente para prevenir que el virus de la influenza humana A (H1N1) se esparciera. Posteriormente “La Magia de México no ha cambiado” y “Bienvenidos de Nuevo” (*Welcome Back*).

La campaña está dirigida a la población de entre 35 y 64 años de edad, con ingresos mayores a 75 mil dólares y se busca alcanzar una cobertura del 80 por ciento de la población objetivo con una frecuencia de nueve impactos.

Esta campaña se ha transmitido en diferentes medios, impresos (revistas y prensa), exteriores, televisión abierta y de paga, radio e internet, lo que le ha generado un gran impacto y posicionamiento. Asimismo, se realizó una campaña especial para el mercado hispano.

## EN EUROPA

La campaña de publicidad en el mercado europeo, se realizó a través de diferentes canales de difusión como medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (internet) y publicidad exterior (autobuses y carteleras).

Durante los últimos meses de 2008, se continuó con la campaña “México, más allá de tu imaginación” y se comenzó en España, Italia, Francia, Alemania y Reino Unido desde el periodo de 2008 a ejecutar una campaña con el lema “Hay muchos Méxicos, Descubre el tuyo”, en revistas especializadas y publicidad exterior. Para la publicidad exterior se utilizaron autobuses, anuncios en estaciones ferroviarias, parabuses y en estaciones del metro.

En 2009 se lanzó la campaña “*Planet México*” en los países europeos, abarcando diferentes canales de difusión: medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (internet) y publicidad exterior (autobuses y carteleras). En dicha campaña se apoyaron los segmentos de cultura, sol y playa. Dichas actividades se orientaron a motivar a los turistas a viajar a México, ante la crisis mundial que se presentó.

Al igual que en otras regiones, en mayo de 2009 se suspendieron las campañas de publicidad durante dos meses, derivado de la epidemia por el virus de influenza humana A (H1N1), reactivándose a finales del mes de junio. Para lograr el reposicionamiento de México como destino turístico, en Europa se continuó con la campaña “*Planet México*”.

## EN LATINOAMÉRICA

Se llevaron a cabo los servicios de publicidad abarcando diferentes canales de difusión: medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (internet) y publicidad exterior (autobuses y carteleras) en los mercados de Argentina, Brasil y Chile.

Con el fin de estimular la intención de viaje a nuestro País en el mercado de Latinoamérica y de posicionar la marca “MÉXICO”, se contrataron diferentes medios para promover a México con la leyenda “Más de lo que te imaginas”.

Esta campaña se realizó en los países de Brasil, Argentina y Chile, en medios como: impresos, internet y exteriores, durante el ejercicio de los últimos meses de 2008 y el objetivo fue el mantener el posicionamiento de la marca MÉXICO en estos países.

De igual forma en 2009 se utilizó la campaña “*Planet México*” en el mercado latinoamericano. Esta campaña se realizó a través de canales de difusión como: medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (internet) y publicidad exterior (autobuses y carteleras). Los segmentos apoyados fueron los de cultura, sol y playa. Los mensajes se dirigieron a motivar a los turistas a viajar a México.

En el mes de mayo de 2009, en este mercado también se suspendieron las campañas de publicidad por dos meses, debido a la epidemia por el virus de influenza humana A (H1N1), reactivándose a finales del mes de junio, de tal forma que se reorientaron a recuperar los flujos turísticos hacia el país.

Para lograr el reposicionamiento de México, en Latinoamérica se continuó con la campaña “*Planet México*”, la cual ha generado un impacto favorable.

## 10.4 CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD TURÍSTICA A NIVEL NACIONAL

Con el fin de estimular e incentivar a los mexicanos a viajar no sólo en temporadas vacacionales, sino durante todo el año, abriendo la oportunidad de conocer los destinos turísticos de México.

De septiembre a diciembre de 2008 se realizaron diversas acciones que apoyaron e impulsaron los periodos vacacionales a nivel nacional, entre ellas:

- Se reforzaron los productos de Sol y Playa, Naturaleza, Cultura y Premium, con la campaña “Haz clic con México”. Los medios utilizados fueron: televisión abierta y de paga, prensa, internet y revistas.
- Se dio continuidad a la promoción de la campaña táctica de “Mundo Maya” a nivel nacional y se difundió en revistas y en exteriores: espectaculares, kioscos de revistas y lotería.
- De igual forma se elaboró una campaña para la temporada de día de muertos, en la cual se utilizaron medios como televisión y espectaculares.

Para 2009 se continuó apoyando el periodo vacacional de invierno y se mantuvieron a los servicios de publicidad en revistas, televisión abierta, televisión de paga, prensa, cine, radio, internet, medios alternos y exteriores con las campañas de puentes para febrero y marzo, con la finalidad de motivar al turista nacional a viajar los fines de semanas, puentes y la campaña de vacaciones de semana santa. En dichas campañas tácticas se incluyeron creatividades diversas para reforzar los productos de Sol y Playa, Naturaleza, Cultura y Premium.

A partir del mes de mayo, y para contrarrestar los efectos que provocó en el sector turístico la contingencia sanitaria derivada del brote del virus de influenza humana A (H1N1), la SECTUR, en coordinación con el CPTM, estableció un programa de acción y de inversiones para reposicionar la imagen del país y reactivar el turismo.

La estrategia se ha venido desarrollando en tres fases y contempló en su origen, un presupuesto de 1 200 millones de pesos.

La primera fase se implementó entre finales de abril y todo el mes de mayo de 2009, con el fin de mitigar los efectos de la crisis, y consistió en mantener informados a los principales actores de la industria y al público, tanto en México como en el exterior, sobre la evolución de la situación y las acciones tomadas por las autoridades mexicanas. Acciones que se realizaron como parte de esta primera fase fue la suspensión de las campañas de promoción turística que se encontraban en ejecución, así como, a través del sitio [www.méxico-update.com](http://www.méxico-update.com), se proporcionó información actualizada de manera permanente. Como resultado, se contribuyó a disminuir la incertidumbre existente sobre la contingencia sanitaria y con ello, generar confianza en la industria turística.

La segunda fase consistió en una campaña cuyo objetivo fue reactivar el turismo nacional y se realizó durante los meses de junio y julio. Esta etapa fue definida entre la SECTUR y el CPTM en coordinación con los destinos turísticos, los principales socios comerciales y agentes económicos de la industria turística. El 25 de mayo, se realizó el lanzamiento de un amplio movimiento para invitar a los mexicanos a que conozcan y visiten su país, a través de la campaña “VIVE MÉXICO”. La campaña utilizó una amplia mezcla de medios para llegar al mayor número de la población con posibilidades de viajar e informarla de las oportunidades para conocer nuestro país y, al mismo tiempo, solidarizarse con el sector turístico. Esta campaña contó con la participación de los destinos turísticos y los socios comerciales y como parte de los logros es que en un período corto de tiempo los niveles de ocupación hotelera hayan alcanzado una notable recuperación.

La tercera fase de la estrategia es una campaña internacional de alto impacto, focalizada principalmente en el mercado de Norteamérica, aunque también incluye acciones en Europa, Asia y Latinoamérica.

## 10.5 CAMPAÑAS DE RELACIONES PÚBLICAS EN EL EXTERIOR

### CAMPAÑAS DE RELACIONES PÚBLICAS

#### EN NORTEAMÉRICA

Se llevó a cabo la campaña de relaciones públicas para el mercado norteamericano, integrada por programas de información general, relación con los medios de comunicación, relación con la industria turística de Norteamérica, eventos dirigidos a la industria y al consumidor, oportunidades promocionales y la generación de una respuesta inmediata a situaciones de crisis.

Durante el periodo de septiembre de 2008 a agosto de 2009, se recibieron y atendieron 1 597 consultas telefónicas a través de los centros de prensa 1 800 929 455 y 1 866 895 5297 y del sitio de prensa [www.visitmexicopress.com](http://www.visitmexicopress.com) correspondientes a Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

Se llevó a cabo la actualización y operación del sitio de prensa mediante el cual se promovieron 89 boletines de prensa elaborados en los idiomas inglés, francés y español. Adicionalmente, se elaboraron 37 boletines electrónicos dirigidos a los medios de comunicación. De cada boletín elaborado se distribuyeron alrededor de 534 ejemplares.

Entre los meses de septiembre de 2008 y agosto de 2009, como resultado de la campaña de relaciones públicas para la promoción turística de México en el mercado Norteamericano y de Canadá, se identificaron aproximadamente 2 302 artículos positivos sobre la imagen de México como destino turístico en medios impresos y electrónicos, estimándose un alcance de 304.8 millones de pesos en valor de difusión en los Estados Unidos de Norteamérica y Canadá.

Se llevó a cabo para este periodo la distribución del reporte del monitoreo diario de noticias de medios impresos a la industria turística de México, se realizaron 560 reportes.

Por otra parte, se elaboraron 37 boletines electrónicos con el fin de fortalecer las relaciones públicas con la industria turística en este mercado. Este boletín se distribuye de manera mensual por correo electrónico a un aproximado de 4 162 tour operadores y agentes de viajes de dicho mercado.

Para este lapso, se realizaron 90 viajes de familiarización dirigidos a representantes de medios de comunicación norteamericanos y 15 para representantes de la industria. En estos viajes se atendieron a 130 medios de comunicación y a 56 representantes de empresas turísticas.

Se participó en 50 eventos en los que se distribuyeron materiales para los medios de comunicación y coordinación de entrevistas a diversos miembros de la industria turística como parte importante de la presencia de México en el mercado norteamericano. En seguimiento del programa de respuesta inmediata, en coordinación con los destinos turísticos, se llevaron a cabo 45 monitoreos especiales con temas relevantes para la atención de los mismos.

## EN EUROPA

Se llevó a cabo la campaña de relaciones públicas para el mercado de Europa, en los cinco mercados principales: Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido, a través de los programas de información, relaciones con los medios, relaciones con la industria, al consumidor, eventos, oportunidades promocionales, atención de asuntos críticos, posicionamiento y evaluación de resultados. También se llevaron a cabo viajes de familiarización, oportunidades promocionales y atención a situaciones de crisis en los mercados secundarios.

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, se recibieron y atendieron 1 200 llamadas telefónicas en los diferentes centros de prensa en Europa ubicados en España, Alemania, Italia, Francia y Reino Unido.

Durante este lapso, se realizaron 51 boletines de prensa para los cinco países antes mencionados. Los materiales de prensa se elaboraron en los idiomas: alemán, español, francés, inglés e italiano, y fueron distribuidos por correo electrónico.

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, como resultado de la campaña de promoción de México en el mercado europeo, fueron identificados alrededor de 3 290 artículos positivos sobre la imagen de México como destino turístico en medios impresos y electrónicos, con un valor de difusión de 581.7 millones de pesos.

Se llevó a cabo la distribución del reporte del monitoreo diario de noticias de medios impresos de Europa a la industria turística de México. Durante el período de septiembre 2008 a agosto de 2009 se elaboraron 1 400 reportes.

Se realizaron 63 viajes de familiarización a diferentes destinos turísticos mexicanos dirigidos a los medios de comunicación del mercado europeo, donde participaron 94 periodistas, así como 18 viajes para la industria con un total de 103 participantes.

Se realizó la elaboración y distribución de 28 comunicados de prensa “*newsletters*” con el propósito de fortalecer las relaciones públicas con la industria turística y medios de comunicación del mercado europeo.

Se participó en 80 eventos en los cuales se distribuyeron materiales para los medios de comunicación y se coordinaron entrevistas a diversos miembros destacados de la industria turística. Lo anterior como parte importante de la presencia de México en el mercado europeo.

Hasta agosto de 2009 se realizaron, en coordinación con los destinos turísticos, 39 monitoreos especiales con temas relevantes para la atención de los mismos, como parte del programa de respuesta inmediata. El objetivo principal fue promover los diversos destinos turísticos y especialmente contrarrestar la imagen negativa del país originada por la violencia. A partir de abril de 2009, se intensificaron las acciones de promoción, creando nuevas campañas que motivarán al turismo a regresar a México, después del brote del virus de influenza humana A (H1N1), como es la campaña de “*Welcome Back*”

## EN LATINOAMÉRICA

Durante el periodo de 2008, se llevó a cabo la campaña de relaciones públicas para el mercado latinoamericano, en Argentina, Brasil, Chile y Colombia, integrada por programas de información general, relación con los medios de comunicación, relación con la industria turística de Latinoamérica, eventos dirigidos a la industria y al consumidor, oportunidades promocionales y la generación de una respuesta inmediata a situaciones de crisis.

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 se han recibido y atendido 212 solicitudes de medios de comunicación de Latinoamérica a través de los números telefónicos gratuitos disponibles y de la página de Internet exclusiva para la prensa. En este periodo se elaboraron 62 boletines de prensa que fueron distribuidos a los medios de comunicación de Latinoamérica.

Se elaboraron 312 reportes diarios de noticias, que se enviaron a 300 contactos. Asimismo, fueron realizados 24 comunicados de prensa “*newsletters*” para medios de comunicación con noticias de destinos turísticos mexicanos e información de acciones del Consejo de Promoción Turística de México en Latinoamérica.

En este periodo se gestionaron e identificaron 1 062 artículos positivos sobre México, destinos turísticos de México y/o sobre el accionar del CPTM en medios de comunicación de Latinoamérica, con un valor de difusión de 480 millones de pesos.

Asimismo, durante el periodo se realizaron 7 viajes de familiarización de medios de comunicación grupales y 5 viajes de familiarización de medios de comunicación individuales, sumando un total de 28 medios de comunicación, así como 6 viajes para industria con un total de 29 tour operadores.

Con el objetivo de difundir la imagen de México en Argentina, Chile y Brasil, se participó en 40 eventos en los que se concertaron entrevistas con los medios asistentes y se distribuyó material de prensa. Durante ese periodo se elaboraron 23 boletines especiales para dar seguimiento a temas que necesitaban respuesta inmediata en coordinación con los destinos turísticos.

## 10.6 CAMPAÑAS DE RELACIONES PÚBLICAS A NIVEL NACIONAL

En el Centro de Prensa se atendieron 82 solicitudes de diversos medios impresos y electrónicos a nivel nacional a través de su línea 01 800 714 9399 en el 01 800 823 2306, así como de la página [www.visitemexicoprensa.com.mx](http://www.visitemexicoprensa.com.mx). Se cuenta con un registro de 7 mil contactos de medios de comunicación que se actualiza de manera continua.

Para este periodo se elaboraron 387 boletines y 12 comunicados de prensa “*newsletters*” que fueron distribuidos a 7 mil contactos de los medios de comunicación y 3 mil contactos de la industria turística nacional.

Se coordinaron 50 conferencias de prensa, con el propósito de impulsar la promoción de los destinos turísticos del país, las cuales generaron una gran cobertura por parte de los medios de comunicación nacionales.

Hasta agosto de 2009, se llevaron a cabo 55 viajes de familiarización a diversos destinos de la República Mexicana, se apoyaron tres eventos de la industria y se organizaron 6 rifas de viajes dobles dirigidos al consumidor en coordinación con representantes de diversos destinos turísticos. Adicionalmente, se realizó un seminario de crisis para servidores públicos del Sector Turismo.



## 10.7 MERCADEO DIRECTO EN EL EXTERIOR

### EN EUROPA

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 se atendieron 27 258 interacciones telefónicas por medio del centro de llamadas con número único 00 800 11 11 22 66 en Europa, a través de las cuales se proporcionó información a turistas y agentes de viajes en los mercados principales de Europa: España, Alemania, Italia, Francia y Reino Unido, mercados secundarios de Europa Occidental: Portugal, Bélgica, Holanda, Austria, Suecia y Suiza. Asimismo, se respondieron 3 569 consultas a través de correo electrónico y se realizaron 29 743 envíos de material promocional.

### EN NORTEAMÉRICA

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 se atendieron 454 610 interacciones telefónicas por medio del centro de llamadas con número único 1 800 44 México (63942) para Norteamérica (E.U.A. y Canadá), a través del cual se proporcionó información a turistas y agentes de viajes. Asimismo, se respondieron 21 190 consultas a través de correo electrónico y se realizaron 47 633 envíos de material promocional.

## 10.8 PARTICIPACIÓN DE LA MARCA MÉXICO EN FERIAS INTERNACIONALES

En el periodo septiembre 2008 a agosto 2009, México estuvo presente en 15 de las principales ferias internacionales de turismo en los mercados de Europa, Asia, Norteamérica y Latinoamérica con una inversión de 49.6 millones de pesos. En dichos eventos congregó a 623 expositores de la industria turística nacional. Durante este periodo se llevaron a cabo 17 ferias en 2008 y 14 en 2009 entre las que destacan:

1. Top Resa 2008 en París, Francia
2. JATA 2008 en Tokio, Japón
3. The Motivation Show 2008 en Chicago, Estados Unidos
4. SITV 2008 en Montreal, Canadá
5. ABAV 2008 en Río de Janeiro, Brasil
6. WTM 2008 en Londres, Inglaterra
7. FIT 2008 en Buenos Aires, Argentina
8. CITM 2008 en Shanghai, China
9. EIBTM 2008 en Barcelona, España
10. FITUR 2009 en Madrid, España
11. BIT 2009 en Milán, Italia
12. ITB 2009 en Berlín, Alemania
13. COTTM 2009 en Beijing, China
14. IMEX 2009 en Frankfurt, Alemania
15. Incentive Works 2009 en Toronto, Canadá

Adicionalmente, México estuvo presente en 15 ferias especializadas de nichos como: cruceros, buceo, turismo de naturaleza, viajes de lujo, en los mercados de Europa, Asia y Norteamérica, con una inversión de 8.5 millones de pesos. En dichos eventos se congregó a 156 expositores de la industria turística nacional. Siendo éstas las siguientes:

1. Otdykh Leisure Rusia 2008 en Moscú, Rusia
2. ITB Asia 2008 en Suntec, Singapur
3. Dema Show 2008 en Las Vegas, Estados Unidos
4. TTG Incontri 2008 en Rimini, Italia
5. Luxury Travel Expo 2008, en Las Vegas Estados Unidos
6. International Luxury Travel Market 2008 en Cannes, Francia
7. EXPO! EXPO! IAEE 2008 en Miami, Estados Unidos
8. Adventures in Travel Expo Chicago 2009 en Chicago, Estados Unidos
9. Adventures in Travel Expo Los Angeles 2009 en Los Angeles, Estados Unidos
10. Adventures in Travel Expo Washington 2009 en Washington, Estados Unidos
11. New York Times Travel Show 2009 en Nueva York, Estados Unidos
12. PEC 2009 en Chicago, Estados Unidos
13. Educational Travel Conference 2009 en Nueva Orleans, Estados Unidos
14. Sea Trade Cruise Shipping Convention 2009 en Miami, Estados Unidos
15. WEC 2009, EUA

Adicionalmente a las ferias enlistadas anteriormente, a través de las oficinas de México en el exterior (OME) del CPTM, se tuvo representación en 40 ferias de turismo, 144 exhibiciones comerciales, 136 seminarios de capacitación, 63 viajes de familiarización, 50 caravanas, 56 presentaciones en diversos foros, incluyendo Congresos y Convenciones, así como en 46 muestras gastronómicas de los destinos turísticos del país.

## UNIDAD ESTRATÉGICA DE NEGOCIOS

La Unidad Estratégica de Negocios (UEN), en su carácter de oficina regional y con el objeto de enriquecer, diversificar y fortalecer la promoción turística de México en Estados Unidos, enfocó su actividad en:

La consolidación de las alianzas estratégicas de turismo de reuniones *American Society of Association Executives* (ASAE), *Meeting Professionals International* (MPI), *Professional Convention Managment Association* (PCMA), *Society for Incentive Travel Executives* (SITE), *Destination Managment Association International* (DMAI), *Hospitaltty Sales and Marketing Association International* (HSMAI) e *International Association for Exhibitions and Events* (IAEE) con el fin de posicionar fuertemente a México como el destino principal en el extranjero para el mercado de reuniones, congresos y convenciones de los Estados Unidos. Lo anterior, mediante estrategias de promoción y la activa participación en los eventos de dichas asociaciones, al extender los beneficios de las alianzas estratégicas a los destinos turísticos nacionales que cuentan con infraestructura para congresos y convenciones internacionales. Asimismo, se creó una sólida duradera y comprometida relación con los más importantes "*Meeting Planners*" con potencial de negocio para nuestro país.

Se promovió la consolidación de las alianzas estratégicas de turismo de placer, con las principales asociaciones y consorcios de la Industria Turística en Estados Unidos (*Virtuoso*, *United States Tour Operators Association* (USTOA), *American Society Of Travel Agents* (ASTA), AARP (denominada *Association Retired Person*), *National Tour Association* (NTA) y *American Bus Association* (ABA), con el

fin de lograr incorporar nuevos productos turísticos mexicanos a su oferta. También se llevaron a cabo esfuerzos de entrenamiento a intermediarios de viajes en Norteamérica, a través de una plataforma integral en línea y en vivo denominada Programa de Certificación “*Magic of México*” y “*México Specialist*” con el consorcio Virtuoso enfocado al segmento de lujo.

Se impulsó la optimización del intercambio de información para mejorar el proceso de toma de decisiones y de planeación de los actores de la industria. En este sentido, se proporcionó asesoría a las entidades federativas y destinos turísticos de México con el objeto de contar con una mejor planeación estratégica, al orientar a la oferta y a la demanda de manera congruente. Se obtuvo información de mercado con tour operadores, aerolíneas y agentes de viajes a quienes se les brindó apoyo para incrementar los flujos turísticos a México y abrir nuevas rutas hacia nuestro país.

Se condujeron investigaciones y estudios de mercado como son: el dimensionamiento del turismo de reuniones en Estados Unidos y Canadá, el Barómetro de Turismo para obtener información sobre los resultados respecto a las temporadas y expectativas de viaje, la medición del impacto de la influenza en el turismo mexicano su recuperación y el monitoreo de la ocupación hotelera.

Se formuló una estrategia para planear, evaluar y monitorear las diferentes campañas y acciones de promoción turística que realiza el CPTM en Norteamérica, a través de un instrumento consistente que permite una constante retroalimentación y mejora continua de la labor que se desarrolla en esta región.

Adicionalmente la UEN trabajó conjuntamente con la Embajada de México en Estados Unidos y las agencias de relaciones públicas del CPTM, en el manejo de la crisis mediática derivada de las alertas de viaje emitidas por el Departamento de Estado de los Estados Unidos a nuestro país.

## 10.9 PROGRAMAS COOPERATIVOS

Para 2009 en Norteamérica se estima realizar 260 campañas de publicidad cooperativa con una inversión conjunta de 1 295.9 millones de pesos, para Latinoamérica se estima efectuar 66 campañas con una inversión conjunta de 60.2 millones de pesos, en Europa se están ejecutando 70 campañas con una inversión conjunta de 150.8 millones de pesos, para el mercado de Asia se prevén 5 campañas y una inversión conjunta de 39.4 millones de pesos, para el mercado nacional a la fecha de este reporte, se estima efectuar 142 campañas de publicidad cooperativa registrando una inversión conjunta de 648.5 millones de pesos.

### NORTEAMÉRICA

En relación a las actividades de publicidad cooperativa realizadas durante el año 2008 en el mercado de Norteamérica, se llevó a cabo la coordinación de 264 campañas con la participación de 44 socios comerciales y 61 destinos turísticos que registraron una inversión conjunta de 678.9 millones de pesos integrados de la siguiente forma: el CPTM tuvo una aportación de 302.7 millones de pesos, los destinos contribuyeron con 201.7 millones de pesos y los socios comerciales aportaron 174.5 millones de pesos.

Para el ejercicio fiscal 2009, se estima una inversión cooperativa por parte del CPTM de 519.5 millones de pesos, por parte de los destinos es de 416.2 millones de pesos, por parte de los socios comerciales es de 360.2 millones de pesos lo que nos da como resultado una inversión conjunta de 1 295.9 millones de pesos, alcanzando aproximadamente 260 programas de publicidad cooperativa.

## EUROPA

Por lo que respecta a las actividades realizadas durante el 2008, dentro de la publicidad cooperativa en el mercado europeo se logró la formalización de 81 programas cooperativos ejercidos durante todo el año, con la participación de 34 tour operadores y 17 destinos turísticos.

En dichos programas se mantuvo la presencia de la marca “MÉXICO” y se llevó a cabo un importante cierre de venta, difundiendo la oferta de servicios y atractivos turísticos de los destinos mexicanos a través de medios impresos, radio, televisión y publicidad exterior principalmente.

Los operadores que participaron en 2008 fueron: Air Europa, Barceló, Julia Tours, Iberia, Mexicana, Viva Tours, Halcón, Viajes Iberia, Corte Inglés, Kirunna, Marsans, Mucho Viaje, VAT, South Hope, CONANP, Marsans, Look Voyages, Fram, First Choice, Cox & King, Thomas Cook, Cosmos, Journey Latin America, Intercontact, TUI, Siam Travel, Viaggi del Ventaglio, Viaggi dell'Elefante, Viajes Meca, Hotelplan, Oltremare, Konrad, Golfacilities y Aeroméxico.

Los destinos que participaron en el 2008 fueron: Nuevo León, Chihuahua, Riviera Maya, Puebla, Ciudad de México, Oaxaca, Tlaxcala, Cancún, Cozumel, Campeche, Guanajuato, Michoacán, Quintana Roo, Chiapas, Tabasco, Yucatán y Jalisco.

La inversión publicitaria global para el mercado europeo por concepto de programas cooperativos en el 2008 fue de 164.3 millones de pesos, de los cuales el CPTM aportó 67.8 millones aproximadamente. El resto de la inversión se logró con la conjunción de los esfuerzos de los socios comerciales quienes participaron con 58.7 millones de pesos y los destinos con 37.8 millones de pesos.

Durante el primer trimestre del 2009, se recibieron propuestas de participación para campañas cooperativas en Europa para el 2009 por parte de los siguientes destinos: Chiapas, Ciudad de México, Jalisco, Oaxaca, Riviera Maya, Cancún y Yucatán.

La inversión publicitaria para 2009 por parte del CPTM es de 60.6 millones de pesos, que detonará una inversión total por 150.8 millones de pesos, al conjuntar recursos de los destinos participantes.

En las ferias turísticas de Europa celebradas en: enero FITUR en Madrid, España; febrero BIT en Milán, Italia y marzo ITB en Berlín, Alemania, se realizaron negociaciones entre los destinos y los socios comerciales para la definición de los montos de inversión que se ejercerán durante todo el año.

Por otra parte se realizan esfuerzos para lograr una mayor diversificación de la promoción de la oferta de atractivos turísticos y beneficiar así a más destinos mexicanos mediante una mezcla de medios que abarquen desde prensa, revistas al consumidor, revistas a la industria, radio, televisión, exteriores, Internet, material colateral, correo directo, así como seminarios a la industria.

## ASIA

En el mercado japonés, se realizaron insertos y sobretiros en las principales revistas y publicaciones japonesas dedicadas exclusivamente a la industria (*Wing Travel Weekly* y *Travel Journal*) y en aquellas revistas especializadas en turismo y viajes dirigidas al consumidor final (*Travel Diver* y *Marine Diving*). Su difusión se llevó a cabo en el segundo semestre del 2008.

En el mes de septiembre, iniciaron las acciones de relaciones públicas, por medio de la agencia Houei Internacional, que incluyeron seminarios en las ciudades de Chiba, Kanazawa, Yokohama, Nagoya, Osaka, Monoka, Niigata, Sapporo, Sendai, Shizuoka, Hiroshima y Fuoka, con el fin de impulsar la venta de los distintos destinos de México.

Durante el Festival de cine “Latin Film Festival 2008” llevado a cabo en el mes de septiembre en Osaka y Nagoya, el CPTM realizó acciones promocionales por medio de proyecciones del video institucional, después de cada proyección de todas las películas de la muestra, colocación de posters promocionales de México fuera de todas las salas, inclusión de la marca “MÉXICO” en posters durante todo el festival, volantes y materiales impresos entre otras cosas.

En noviembre se desarrolló la promoción de México en medios de transporte público (metro) la cual consistió en publicidad posters y carteles luminosos, ubicados en un lugar visible y transitado en el Metro de Tokio, con el objetivo de impulsar la venta dura dentro del mercado consumidor de la región de Kanto.

En el mes de diciembre, se desarrollo la promoción en el complejo de Roppongi Hills “Metro Hat”, con motivo de la campaña con la aerolínea mexicana “Aeroméxico” por medio de un espectacular monumental de México en el espacio central externo e interno de dicho complejo, así mismo publicidad en el café del complejo.

En el mes de noviembre en el mercado de China se contrató a una agencia de publicidad y relaciones públicas (Yomiko), con el fin de dar una mayor promoción a los destinos turísticos de México. Las acciones que se llevaron a cabo fueron las que a continuación se detallan:

- Promoción en Pantalla de barco en la zona de “Waitan” en Shanghai: se contrató una pantalla de 30 metros de largo por 8 metros de alto para mostrar por un lapso de 3 minutos y 40 segundos imágenes de México, así como la marca la cual estaba sobre un barco.
- Promoción de México en la pantalla monumental céntrica en la calle principal de Shanghai de *Nanjing West Road*: igualmente y como complemento necesario para llegar a nuestros mercados y objetivos, donde se proyectaron imágenes de México con una frecuencia de 28 días.

Se recibió una solicitud de apoyo por parte de las empresas *China Consulting* y Viajes Olin, para la visita de seis tour operadores principales de China. El viaje de familiarización se realizó del 29 de noviembre al 6 de diciembre del 2008, obteniendo diversos apoyos por parte de la Ciudad de México, Campeche, Yucatán y Cancún, destinos a los cuales fueron visitados.

Durante el primer bimestre del 2009, se revisó y autorizó el presupuesto de operación para el mercado asiático principalmente Japón, China y mercados emergentes por un monto de 29 millones de pesos.

En el mercado de India (mercado emergente) se realizó por primera vez insertos en dos de las principales revistas dedicadas a la industria del turismo siendo estas *Travel + Leisure* y *Swagat Magazine*.

En el mes de marzo, se aprobó la incorporación de Australia a la cobertura territorial de la Dirección Regional del CPTM en Asia, para dar inicio con la promoción de México en ese país.

En el marco del XXXIV Tianguis Turístico que tuvo lugar del 26 al 29 de abril de 2009 en Acapulco, Guerrero se llevaron a cabo viajes de familiarización pre y post Tianguis, hacia los principales destinos y atractivos turísticos de nuestro país (Cancún, la Riviera Maya, Ciudad de México, Mérida y Acapulco, participando los mercados de China, India y Rusia.

Como parte de las acciones de promoción en el Mercado Chino, se realizó en el mes de abril un seminario denominado “Cancún: Puerta de entrada a México y al Mundo Maya”, incluyendo una explicación del proceso general para la obtención de una visa de turista para viajar a México y las ventajas para las agencias ADS (*Approved Destination Status*), dentro de dicho seminario se dio la introducción al producto México y en específico de Cancún y sus alrededores (Mundo Maya) como producto líder del mercado.

También en el mercado de China, se iniciaron las gestiones administrativas para la contratación de nueve publipreportajes en la revista líder en la industria turística de ese país “*Elite Travellers*” los cuales saldrán en publicación en diferentes meses del 2009.

## **LATINOAMÉRICA**

Para el mercado de Latinoamérica durante el 2008, se concretaron un total de 73 programas cooperativos con un total de 37 socios comerciales, los destinos promocionados fueron: Querétaro, Michoacán, Guanajuato, Mazatlán, Jalisco, Puerto Vallarta, Cancún y Distrito Federal con una inversión cooperativa de 58.9 millones de pesos integrados de la siguiente forma: una inversión del CPTM de 29.2 millones de pesos, 7.2 millones de pesos de los destinos y 22.5 millones de pesos de los socios comerciales.

Durante el presente año 2009 se estima que en el mercado de Latinoamérica se realicen 66 campañas de publicidad cooperativa, con la participación estimada de 32 socios cooperativos (5 destinos y 27 socios comerciales aproximadamente) que suman una inversión conjunta aproximada de 60.2 millones de pesos, integrados por una inversión del CPTM de 25.6 millones de pesos, 15.6 millones por parte de los destinos y 19 millones de los socios comerciales.

## **MÉXICO**

En el mercado nacional, el CPTM coordinó durante el año de 2008, la ejecución de 269 programas cooperativos con una inversión por parte del CPTM de 344.7 millones de pesos, para fortalecer la publicidad turística de 71 destinos del país de las 32 entidades federativas, con una aportación de éstos por 330.9 millones de pesos y junto con las aportaciones de 54 socios comerciales del sector privado por importe de 63.3 millones de pesos, se alcanzó una inversión conjunta de 738.9 millones de pesos.

Durante el presente año de 2009, se estima que en el mercado nacional se realizarán 142 campañas de publicidad cooperativa con la participación de 93 socios cooperativos (72 destinos y 21 socios comerciales aproximadamente) que suman una inversión conjunta de 648.5 millones de pesos, integrados por una inversión estimada del CPTM de 316.7 millones de pesos, 315.2 millones de los destinos y 16.6 millones de pesos de los socios comerciales.

## **RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Continuar la promoción de los destinos turísticos de México en los principales mercados emisores y segmentos objetivo con base en las fortalezas de la oferta de productos y servicios de calidad y fortalecer los flujos de turismo doméstico.
- Detonar nuestro portal de internet como principal motor de promoción y comercialización.
- Potenciar el posicionamiento de la Marca “MÉXICO”.
- Incrementar la oferta turística competitiva en los mercados nacional e internacional a través de programas cooperativos.
- Motivar al turismo nacional a que realice viajes a los destinos nacionales e incrementar su estadía.

- Focalizar esfuerzos en destinos y mercados con mayor eficacia
- Posicionar a México como destino seguro y competitivo.
- Aprovechar el posicionamiento de México como destino de sol y playa, posicionarlo como destino de cultura y negocios.
- Aprovechar nuestra relación con los socios comerciales para duplicar la inversión en promoción y publicidad del CPTM.
- Aprovechar las festividades y eventos que se van a realizar en el 2010 con motivo del Bicentenario para invitar al turista a conocer México.

## 10.10 CONGRESOS Y CONVENCIONES

En 2009 la *International Congress and Convention Association* (ICCA) ubicó a México en el lugar 24 en cuanto al número total de congresos internacionales por país, por sus 112 congresos celebrados en 2008.

En el primer semestre del 2009 se apoyaron a 17 nuevas postulaciones de congresos internacionales 2009-2014, de los cuales se ganaron 5, se perdieron 5 y siguen su proceso de selección 7 postulaciones.

Para el área de convenciones internacionales e incentivos se registraron 13 apoyos de gestión en donde se beneficiaron 5 destinos. Se ha incrementado el número de asesorías a destinos y recintos, con el fin de aumentar la postulación a eventos internacionales

En lo relativo a ferias y eventos especializados en turismo de reuniones, el CPTM participó promocionando la oferta del segmento, en 19 eventos nacionales y 11 internacionales.

En apoyo a la realización de congresos nacionales en los mercados emergentes, se realizaron en el lugar sede tres intercambios de información a través de los cuales 64 destinos y empresas intercambiaron información valiosa de 404 congresos y convenciones, que lograron una asistencia aproximada de 480 mil personas y se reflejara en una ocupación promedio de 834 mil cuartos noche, lo que generan una derrama económica estimada en casi 668 millones de pesos.

Se dio inicio a grupos de trabajo con el fin de establecer alianzas estratégicas con los destinos y asociaciones. Tal es el caso de los subcomités de: postulación de sedes, estadísticas, ferias y exposiciones, competitividad y profesionalización; con el fin de diseñar una estrategia de mercado adecuada a las necesidades y demandas de los clientes nacionales e internacionales.

## 10.11 TIANGUIS TURÍSTICO

### XXXIV TIANGUIS TURÍSTICO

Del 26 al 29 de abril de 2009 se llevó a cabo la trigésimo cuarta edición del Tianguis Turístico celebrado en Acapulco, Guerrero. En este evento, mediante el sistema de citas preestablecidas interactuaron prestadores de servicios turísticos mexicanos con compradores nacionales e internacionales, bajo un esquema de suites de negocios. Durante este evento, participaron 2 572 expositores y 1 051 compradores de 25 países incluyendo el nuestro. El Tianguis Turístico ofreció un potencial de negocio de 18 930 citas, 14.3 por ciento menos respecto a la edición anterior, como consecuencia de la situación económica internacional y la alerta sanitaria dada a conocer la semana anterior al Tianguis Turístico.

En esta edición, la comercialización nacional del evento se concluyó con un total de 420 Suites de Negocios con la participación de 2 572 expositores nacionales (12 por ciento menos que en 2008), se contó con la presencia de un pabellón internacional dedicado a los países pertenecientes a la Organización Mundo Maya Internacional, teniendo como países expositores a Belice, El Salvador y Guatemala. Asimismo, se recibieron 1 051 compradores de los cuales el 55 por ciento fueron internacionales provenientes de 25 países; se formalizaron 18 930 citas de negocios y se contó con la participación de 223 medios locales y nacionales así como 88 periodistas procedentes de Norteamérica, Latinoamérica, y Europa.

## 10.12 PRESENCIA DEL SECTOR EN INTERNET

### PÁGINA DE INTERNET

Durante el periodo de septiembre de 2008 a agosto de 2009, se reforzó la plataforma tecnológica que soporta la operación de los portales. Esto permitió incrementar la publicación de nuevas versiones de la página [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) durante el mismo periodo. De igual forma se realizaron mejoras en los servicios de búsqueda, directorio de proveedores, presentador de paquetes turísticos, banco de imágenes, salas de prensa, videos sobre destinos y la inclusión de motores de reservaciones para incrementar la competitividad del portal.

Durante el periodo comprendido entre septiembre 2008 y agosto de 2009, el portal [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) ha incrementado más del 12 por ciento su número de visitas en relación al mismo periodo del año anterior pasando de 8 a 9 millones de visitantes.

El portal [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com), proporciona información en 8 idiomas la cual se ofrece en 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 100 portales en diferentes países.

Asimismo [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com), respalda en sus diferentes secciones las campañas que genera el CPTM en medios tradicionales.

Durante el mismo periodo se desarrolló el portal [www.mexico-update.com](http://www.mexico-update.com) para proporcionar los servicios de comunicación oficial sobre la situación del turismo ante situaciones de crisis (Inseguridad e Influenza). De la misma forma se desarrolló el portal [www.ofertasvivemexico.com](http://www.ofertasvivemexico.com) para incentivar el turismo nacional y apoyar a la industria en la promoción de sus productos y servicios.

## 10.13 INFORMACIÓN, ASISTENCIA Y AUXILIO TURÍSTICO

La Corporación Ángeles Verdes tiene a su cargo la prestación de servicios de información, orientación, asesoría, asistencia, de emergencia mecánica, auxilio y apoyo al turista nacional y extranjero, agrupados en el Programa Presupuestario denominado “Servicios de Orientación y Asistencia Turística”.

A partir del 15 de noviembre del 2008, por decreto presidencial la Dirección General de Servicios al Turista, se transformó en el Órgano Administrativo Desconcentrado Corporación Ángeles Verdes de la



Secretaría de Turismo. En el marco de las facultades contenidas en el citado decreto, se han realizado las acciones y gestiones para la conformación del Fideicomiso de Administración y Pago, de esa manera poder captar recursos económicos y materiales para cubrir las necesidades prioritarias de la Corporación y financiar su modernización y expansión.

Se elaboró el Proyecto del Reglamento de Administración y Funcionamiento de la Corporación Ángeles Verdes, sometiéndolo a las instancias correspondientes, para su revisión, aprobación y en su caso publicación.

Durante el periodo que se informa, se ha avanzado en la consolidación de un sistema de información abarcando no solo aspectos operativos, sino también procesos administrativos que se han homogeneizado y simplificado.

En el periodo septiembre 2008 a agosto 2009, se prestaron servicios a 104 882 vehículos; se auxilió a 408 768 turistas, recorriendo 26.3 millones de kilómetros.

En el Centro Integral de Atención al Turista se atendieron a 105 633 turistas en sus diferentes modalidades, entre las cuales se destaca, la atención telefónica. Se amplió la cobertura del número 078 cubriendo todo el país.

La operación del Programa Paisano, se realizó con la participación y colaboración de las diferentes dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y de los gobiernos estatales, informando, asesorando y orientando a 1 903 933 connacionales.

**RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Continuar con la instrumentación de la reingeniería de la Corporación.
- Proyecto de Modernización operativa y administrativa de la Corporación.
- Reconversión tecnológica del Sistema de Comunicación.
- Renovar el 48 por ciento del parque vehicular (147 unidades) para las 31 entidades federativas y el Distrito Federal.
- Dotar de equipo de cómputo necesario a las Jefaturas de Servicio y sus retenes, para el mejor desempeño de sus funciones.

**11 DEMANDA TURÍSTICA DOMÉSTICA E INTERNACIONAL**

**11.1 PROGRAMAS DE TURISMO ORIENTADO AL MERCADO DOMÉSTICO**

Con el propósito de fortalecer la oferta turística nacional se desarrolla el nuevo Centro Integralmente Planeado de la Costa Pacífico un megadesarrollo de 2 381 hectáreas. El desarrollo será objeto de una inversión pública total de 7 mil millones de pesos y se prevén más de 6 mil millones de dólares en inversión

privada. Ese flujo de inversión, en la madurez del proyecto prevista en un horizonte de 25 años, va a generar más de 44 mil cuartos de alojamiento que atraerán a cerca de tres millones de turistas al año y derramarán 2 mil 800 millones de dólares. Se generarán más de 150 mil empleos directos. La inversión pública realizada por FONATUR hasta agosto de 2009 asciende a 1 305 millones de pesos, y se tiene proyectado que para el año 2012 contará con una inversión de 2 605 millones de pesos.

## 11.2 ASUNTOS INTERNACIONALES

La Secretaría de Turismo (SECTUR) realiza acciones tendientes a impulsar y fortalecer diversos temas internacionales que resultan prioritarios para el fortalecimiento de la actividad turística del país, a través del fomento de las relaciones con las administraciones nacionales de turismo de otros países, la participación en organismos internacionales, principalmente en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), Organización Mundial del Turismo (OMT), Asociación de Estados del Caribe (AEC) y el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC por sus siglas en inglés), relacionados con el sector y a través de la celebración de convenios de cooperación bilateral y multilateral.

Asimismo, la SECTUR junto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) impulsa conjuntamente nuevas rutas aéreas que unen los destinos turísticos de nuestro país con el mundo a fin de beneficiar e incrementar los flujos turísticos.

Con el objetivo de incrementar la calidad de los servicios en los aeropuertos internacionales, que son la principal puerta de entrada al país, la SECTUR realizó una evaluación durante 2008 mediante el programa *Airport Service Quality* (ASQ) aplicado por el Consejo internacional de Aeropuertos con sede en Ginebra, Suiza. Los usuarios emitieron sus opiniones por encuestas en los aeropuertos de Los Cabos, Puerto Vallarta, Cancún, Toluca, Iztapa-Zihuatanejo y Acapulco. El programa no aborda asuntos relativos a la operación técnica o de seguridad de las terminales aéreas, sino mide la experiencia de los pasajeros en distintos puntos de contacto con los servicios que ofrece el aeropuerto, el personal en tierra de las aerolíneas, las empresas de transporte local, y entidades gubernamentales como migración y aduanas.

En un comparativo internacional, Puerto Vallarta y Cancún obtuvieron las calificaciones más altas con los lugares 18 y 25, respectivamente, entre 149 aeropuertos evaluados alrededor del mundo; los aeropuertos de Acapulco y Toluca ocuparon los lugares 108 y 119. Los resultados en mayor detalle fueron dados a conocer públicamente en abril de 2008.

De igual manera, la SECTUR hizo un esfuerzo especial que se ha traducido finalmente en un cambio sustancial de algunos aspectos de la política migratoria del país, facilitando la emisión de visas para atraer a los turistas de los principales mercados del mundo. Se puso especial énfasis en Brasil, Rusia, China y la India, con medidas que se detallan adelante. Participó junto con los secretarios de Gobernación, Relaciones Exteriores, y Economía (PROMÉXICO) en delinear la nueva política de facilitación migratoria.

La SECTUR se empeña en identificar nuevos segmentos del mercado en los que México tiene una oportunidad potencial para generar mayores inversiones, empleo y divisas. Este es el caso del turismo médico, que consiste en atraer a personas de otros países interesadas en los beneficios que representan la buena calidad de los servicios médicos, y los precios competitivos que ofrece México. La SECTUR coordinó el esfuerzo inicial del Gobierno Federal, por encargo de la Presidencia de la República, gracias a lo cual se cuenta con un estudio muy detallado de la demanda internacional y de la oferta de servicios del país.

Una vez concluida la etapa de organización interna del Gobierno Federal para instrumentar una estrategia efectiva en pro del desarrollo de este segmento, se contemplan acciones en conjunto con los grupos empresariales que ofrecen servicios médicos. Por cada peso que ingrese por estos servicios, se estima que habrá una derrama en beneficio del sector turismo equivalente a 30 centavos adicionales, por lo que el

potencial es muy alto. Esto significa que hay una oportunidad para las agencias que se especialicen en ofrecer todos los servicios que requiere el turista médico durante su visita.

Finalmente, junto con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), se dieron nuevos pasos para la modernización de la oferta de los productos y servicios turísticos del país vía el Portal Integral de Turismo, que incluye la página web [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com). El proyecto contempla facilitar el acceso a las PYMES turísticas sin importar su ubicación en el territorio nacional, de tal suerte que el turista de cualquier país pueda consultar esta oferta, y aún contratarla, previo a su visita a México.

Para este propósito, un convenio entre SECTUR y el Fondo Pymes de la Secretaría de Economía (SE) permite contar con la plataforma tecnológica que se requiere para la tención de las empresas que ofrecerán sus servicios. En el mediano plazo, dichas empresas recibirán capacitación vía internet, así como información estratégica útil para la toma de decisiones.

## VISAS

La SECTUR participó junto con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) y la Secretaría de Economía en la mesa de trabajo interinstitucional encabezada por el secretario de Gobernación, para identificar acciones de simplificación y facilitación para el otorgamiento de visas, en particular de viajeros provenientes de Brasil, Rusia, India y China.

Las medidas acordadas de aplicación general son:

- Expedición de la Visa Consular de Larga Duración por 10 años con entradas múltiples, destinada a los turistas y personas de negocios que viajan con frecuencia.
- A las personas que requieren de visa mexicana y sean residentes permanentes en Estados Unidos, Canadá, Japón, y Europa (Reino Unido y espacio Schengen), sin importar su nacionalidad, se les exime del requisito de visa y pueden viajar a México con el documento que acredite su legal estancia en esos países. Los residentes temporales y turistas, sin importar su nacionalidad, podrán solicitarla y obtenerla, por 10 años en los consulados mexicanos al acreditar su legal estancia en dichos países. Estas visas se entregarán en un máximo de 48 horas.
- Las personas de negocios de los países miembros del APEC que viajen a México, pueden tramitar la “visa especial ABTC” (*APEC Business Travel Card*).

Las medidas acordadas para Rusia, Brasil, India y China son:

- **Rusia:** Se podrá tramitar la visa sin acudir personalmente al Consulado a través de dos opciones: 1) por las agencias de viajes acreditadas que operan en muchos puntos de su geografía; y, 2) en fecha próxima, los turistas y las personas de negocios también tendrán la opción de presentar su solicitud a través de empresas, que revisen el cumplimiento de los requisitos que solicita el Consulado de México para otorgar la visa.
  - Además, iniciará en junio de 2009 un programa piloto para realizar la solicitud de visa por vía electrónica, con lo que el viajero tiene la certeza de ir al Consulado de México a recibir la visa correspondiente. Esta modalidad se aplicará en Brasil en una segunda fase.
- **Brasil:** Se podrá tramitar la visa a través de las agencias de viajes acreditadas que operan en muchos puntos de su geografía. La solicitud por vía electrónica estará disponible próximamente.
- **India:** Se establecerá un mecanismo de colaboración con empresas que revisen el cumplimiento de los requisitos para que el Consulado de México otorgue la visa, y el viajero recibirá la visa sin tener que trasladarse personalmente al Consulado de México en Nueva Delhi. India será el primer país donde aplicará este programa, y luego se incorporará Rusia.

- **China:** El Gobierno de México impulsará la operación del “Programa ADS” (*Approved Destination Status*) que facilita los viajes en grupo de turistas chinos a México. Cuando las condiciones sean propicias, se impulsará una campaña especial de difusión y de promoción turística en el mercado chino. Mantener los vuelos directos México-China es un objetivo de largo plazo para reforzar esta estrategia.
- El 28 de marzo de 2009, inició el programa para “viajeros con conexiones en México,” que beneficia a los pasajeros provenientes de Brasil y Perú viajando a través de México en el vuelo directo de Aeroméxico y de regreso. Podrán solicitar por vía electrónica una “Visa de Transmigrante” que les permite circular libremente en los aeropuertos mexicanos de embarque, siempre y cuando porten la visa consular de alguno de los siguientes países o regiones: Estados Unidos, Canadá, Japón o Europa.

## COOPERACIÓN BILATERAL

### AMÉRICA DEL NORTE

El 19 y 20 de noviembre de 2008, el Titular del Ramo realizó una gira de trabajo a Florida, para participar como ponente en la Conferencia “*Hotels & Money Latin America*”, para exponer el caso del turismo en México en el panel *Industry Outlook: Tourism Ministers Perspectives*.

Del 19 al 21 de abril de 2009, realizó una gira de trabajo a Nueva York para participar en reuniones con agentes turísticos y en grupos de análisis del mercado con expertos convocados por el grupo *Condé Nast Traveler*; también sostuvo una reunión con la oficina del CPTM para evaluar el mercado regional de América del Norte.

A mediados del mes de junio de 2009, y como parte de las acciones de promoción para reposicionar a México como destino turístico a nivel internacional, a causa de los daños ocasionados por el brote de la influenza humana en México, la SECTUR y el CPTM, impulsaron la campaña multimedia “*Welcome Back*”, en las principales ciudades de Estados Unidos y Canadá. La cobertura se enfoca hacia 12 ciudades de Estados Unidos y 6 de Canadá, quienes en conjunto representan más del 80 por ciento de los turistas internacionales que recibe nuestro país. Esta campaña se suma al movimiento nacional “Vive México”.

En el caso de Canadá, se participó junto con otras dependencias y entidades del Ejecutivo Federal, en las reuniones del Grupo de Alerta Temprana para la Atención de Casos Consulares que involucran a ciudadanos canadienses. El 4 de noviembre de 2008, se llevó a cabo una reunión bilateral con las autoridades canadienses para actualizar e intercambiar información sobre estos casos. Asimismo, el 24 de julio de 2009, SECTUR participó en una reunión del grupo a la que asistieron funcionarios de la Embajada de Canadá en México, para determinar mecanismos más ágiles que respondan a las solicitudes de información de las autoridades mexicanas para casos de connacionales que requieran de asistencia consular por la reciente imposición del requisito de visa canadiense.

### COOPERACIÓN CON CENTROAMÉRICA, EL CARIBE Y SUDAMÉRICA.

La SECTUR apoya a los países centroamericanos a través de acciones donde se enmarcan en los convenios bilaterales de cooperación que México ha suscrito, así como en los mecanismos regionales. La SECTUR pone especial empeño en uno de los principales pilares de la política exterior de México junto con la Cancillería, que es el fomento al desarrollo en América Latina y el Caribe.

## **BELICE**

Con miras a la próxima reunión de la Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica, la SECTUR coordinó la visita de campo a Belice de un funcionario del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) del 25 al 27 de febrero de 2009, para intercambiar información con las autoridades beliceñas, en dos proyectos: Plan de Gestión para el Sistema de Cuevas de Chiquibul; y Desarrollo y Manejo de Parques Turísticos en las zonas arqueológicas de Belice. Estos proyectos eventualmente serán incorporados en el próximo programa de cooperación.

## **EL SALVADOR**

En el marco del Programa de Cooperación Técnica y Científica México-El Salvador, la SECTUR otorgó asesorías técnicas a funcionarios salvadoreños y personal de la industria, a través de dos Seminarios en ese país: “Competitividad Turística”, el 8 y 9 de octubre de 2008 y, “Producto Ecoturístico”, el 10 y 11 de noviembre.

Asimismo, la SECTUR concluirá las actividades de este Programa la segunda semana de noviembre de 2009, mediante la pasantía que realizará en México un funcionario de El Salvador, a fin de conocer el Sistema de Normas Oficiales y Turísticas en nuestro país.

## **GUATEMALA**

En el marco del Programa de Cooperación Técnica y Científica, entre México y Guatemala para el periodo 2008–2009, en el que se incluye el proyecto Desarrollo y Fortalecimiento de Instituciones Relacionadas con la Actividad Turística, Segunda etapa, la SECTUR otorgará en el último trimestre de 2009, una asesoría en las áreas de “planificación y gestión en el aspecto de turismo para personal técnico de las oficinas de planificación municipal guatemalteca”.

Asimismo, la SECTUR coordinó la participación del FONATUR para exponer el tema de calificación y evaluación de proyectos de inversión turística, en el “Primer Foro Centroamericano sobre Financiamiento al Sector Turístico”, celebrado en Tegucigalpa, Honduras, el 15 y 16 de octubre de 2008.

En el primer trimestre de 2009, Guatemala solicitó a la SECTUR su apoyo para conocer la experiencia del Programa Data-Tur como fue el caso con El Salvador. La SECTUR otorgó asesoría a las autoridades guatemaltecas sobre el funcionamiento del programa y sus requerimientos.

## **CUBA**

La SECTUR participó en la decimo tercera Sesión del Grupo de Trabajo Intergubernamental Mexicano–Cubano para la Colaboración Económica e Industrial, celebrado en la Ciudad de México, el 9 y 10 de septiembre de 2008, en donde se acordó con las autoridades cubanas, estrechar la relación existente a través de la identificación de temas que permitan generar mayores beneficios para sus respectivos sectores. Uno de los temas identificados por ambas partes fue el turismo multidesestino para incrementar los flujos de turistas provenientes de China, Rusia y Japón.

**MECANISMO DE DIÁLOGO Y CONCERTACIÓN DE TUXTLA**

La SECTUR está en espera de que las autoridades centroamericanas definan los términos de referencia de los proyectos que en materia turística se incorporarán en el marco del Programa Mesoamericano de Cooperación para el bienio 2009-2010.

**ORGANIZACIÓN MUNDO MAYA**

El 11 de septiembre de 2008, México entregó la Presidencia Pro Témpore de la Organización Mundo Maya a Guatemala, ocasión en que también se firmó el “Acuerdo para el Establecimiento de un Mecanismo Latinoamericano de Consulta y Concertación entre los Ministerios de Turismo de los Países Receptores de Cruceros”, firmado por México, Honduras, Belice, Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Nicaragua. En el último trimestre de 2009 se pretende llevar a cabo la reunión de la Organización en Guatemala.

**BOLIVIA**

En el marco de la cuarta Reunión de la Comisión Mixta de Cooperación México–Bolivia, se aprobó el proyecto “Fortalecimiento del Sistema de Información Estadística de Turismo (SIET), como parte del Programa de Cooperación Técnica 2007-2009, que incluye una asesoría en materia de estadísticas en el turismo. Esta actividad tuvo que ser pospuesta en fecha aún por definir, en virtud del brote del virus de influenza humana.

**EUROPA**

**ESPAÑA**

El Titular del Ramo realizó una gira de trabajo a Madrid, España, del 25 al 31 de enero de 2009, para participar en la feria FITUR 2009. Además de inaugurar el pabellón de México en esta feria, sostuvo encuentros con el Secretario General y con el Representante Regional para las Américas de la Organización Mundial de Turismo (OMT), para tratar asuntos relativos a las postulaciones de los candidatos a Secretario General de la OMT, así como el interés de Jalisco, para ser sede de la reunión de Parlamentarios de los países miembros de la OMT en 2010. Asimismo, se reunió con empresarios españoles del sector hotelero, y con medios de comunicación.

**ALEMANIA**

Realizó una gira de trabajo el Titular del Ramo por Berlín y Alemania, del 9 al 14 de marzo de 2009, para asistir a la “Feria Internacional de Turismo ITB 2009”. Inauguró el pabellón de México y el Pabellón del Caribe Mexicano. También sostuvo encuentros con el entonces Secretario General ad interim de la OMT, Taleb Rifai; con el candidato de Pakistán para ocupar el cargo de Secretario General de la OMT; con empresarios de la industria turística alemana y con medios de comunicación.

## COOPERACIÓN CON ASIA Y MEDIO ORIENTE

### CHINA

La SECTUR continúa con las gestiones ante las autoridades de la Administración Nacional de Turismo de China, para la acreditación formal de la oficina del CPTM en Beijing, conforme a los lineamientos que establece el Gobierno de ese país.

### JAPÓN

En la Cuarta Reunión del Comité de Mejora del Ambiente de Negocios México-Japón (30 de septiembre 2008). Se trataron entre otros temas, la devolución del IVA a los turistas japoneses, mejoramiento de las instalaciones en sitios turísticos, y promoción conjunta.

Asimismo, el 4 y 5 de febrero de 2009, la SECTUR participó en el taller “Desarrollo Turístico en Centroamérica y el Caribe”, organizado por la Agencia Japonesa de Cooperación Internacional en México (JICA) y la Oficina de Soporte Regional para Centroamérica y el Caribe. En este taller, se dio a conocer la experiencia de México en temas como turismo rural; la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas turísticas, así como las acciones de cooperación turística con Centroamérica.

### LÍBANO

El 25 de septiembre de 2008, en atención a la importante comunidad libanesa que reside en México la SECTUR y el Ministerio de Turismo de la República Libanesa, suscribieron el “Acuerdo sobre Cooperación Turística”, estableciendo las bases para fortalecer los rubros turísticos de ambos países, así como otorgar apoyo a los prestadores de servicios turísticos e inversionistas que participen en proyectos de desarrollo del sector turístico de cada país.

## NEGOCIACIONES EN MATERIA DE TRANSPORTE AÉREO

La SECTUR participa en las reuniones de negociación de los convenios bilaterales aéreos, encabezadas por la Dirección General de Aeronáutica Civil de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a fin de beneficiar a los destinos turísticos con la apertura de nuevas rutas aéreas, que permitan mejorar la conectividad e incrementar los flujos de turistas internacionales.

En el periodo que se informa, la SECTUR ha participado en las reuniones de negociación con República Dominicana, el 5 de septiembre de 2008; con España, el 18 y 19 de septiembre de 2008; con Costa Rica, el 23 y 24 de octubre de 2008; con Bélgica, el 21 y 22 de enero de 2009; con el Reino Unido, el 12 y 13 de febrero de 2009; y con Colombia el 23 y 24 de abril de 2009.

## COOPERACIÓN MULTILATERAL

### ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT)

En coordinación con la SECTUR y Desarrollo del Estado de Tabasco, la SECTUR organizó la trigésima octava “Reunión de la Comisión de la OMT para las Américas” y el “Seminario Internacional sobre la Gobernanza en Turismo de las Américas”, celebradas en la ciudad de Villahermosa, Tabasco, los días 12 y 13 de septiembre de 2008. Durante la reunión se firmó el Acuerdo de Cooperación para la Transferencia del

Programa Calidad Moderniza Distintivo “M”, entre las autoridades de turismo de México y de El Salvador. El 17 de diciembre de 2008, concluyó la transferencia a El Salvador del Programa Distintivo “M”, beneficiando a 28 empresas y 21 consultores salvadoreños.

A principios de 2008, la SECTUR acordó conjuntamente con El Salvador y la OMT, un proyecto piloto orientado a establecer el Modelo Data-Tur en El Salvador. El 20 de enero 2009 culminó la transferencia del programa Data-Tur dando a conocer los primeros resultados del monitoreo de los servicios de alojamiento de ese país. Este programa es operado por su Ministerio de Turismo y administrado por la SECTUR.

La SECTUR participó en la “Reunión del Consejo de Administración del Centro Mundial de Excelencia de Destinos (CED)” realizada en Burdeos, Francia, 17 de septiembre de 2008.

La SECTUR participó en la “octogésima cuarta Reunión del Consejo Ejecutivo de la OMT”, realizada en Madrid, España, el 14 y 15 de octubre de 2008, donde se destaca la decisión de crear un Comité de Reactivación del Turismo, para reforzar la capacidad de reacción del sector frente a la crisis actual.

En la “octogésima quinta Reunión la SECTUR participó con el Consejo Ejecutivo de la OMT”, celebrada en Bamako, Mali, el 7 y 8 de mayo de 2009. En esta reunión destaca el pronunciamiento favorable del Consejo sobre la forma en que México se condujo ante el brote del virus de la influenza humana. También emitió una resolución para recomendar a la Asamblea General al candidato de Jordania para el cargo de Secretario General de la OMT para el período 2010-2013. Asimismo se aprobó el Programa de Trabajo para el periodo 2010-2011.

## **ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE)**

El 9 y 10 de octubre de 2008, la SECTUR participó en la “Reunión de Alto Nivel del Comité de Turismo de la OCDE” y en la “octogésima segunda Reunión del Comité de Turismo”, realizadas en Riva del Garda, Italia. El Titular del Ramo presidió la Delegación de México, misma que presentó avances sobre el modelo de evaluación del impacto de la inversión en promoción turística, considerando que México preside el Grupo de Trabajo encargado del análisis de este importante tema.

Asimismo, con la presencia de 300 líderes de la comunidad cultural de México, se llevó a cabo en la Ciudad de México, el 23 de enero de 2009, un evento organizado conjuntamente entre la OCDE y la SECTUR “Turismo y Cultura: Una Relación Estratégica”, en el que se presentó la publicación “Cómo aumentar el atractivo de los destinos mediante los recursos culturales”. Al día siguiente, el programa de actividades continuó en Morelia y Cuitzeo, en donde se expuso la experiencia de Michoacán como caso de éxito en el impulso del turismo cultural.

México encabeza el Grupo de Trabajo sobre Evaluación y Desempeño Políticas de Programas Turísticos en el que participan Canadá, Austria, Dinamarca, Hungría, Polonia y Portugal. En seguimiento a la reunión en Riva del Garda, se presentarán avances y estudio de caso en París, en octubre de 2009, que serán la base de una nueva publicación de la OCDE en 2010 sobre este importante tema.

## **FORO DE COOPERACIÓN ECONÓMICA ASIA-PACIFICO (APEC)**

La SECTUR apoyó la celebración del taller “*The Training of APEC Skills Standard Concept and System*”, celebrado en la Ciudad de México, del 9 al 11 de septiembre de 2008, en donde se dieron cita diversos expertos en el desarrollo de recursos humanos del sector turístico de México, Perú y Tailandia.



## ASOCIACIÓN DE ESTADOS DEL CARIBE (AEC)

La SECTUR participó el 24 de marzo de 2009, en una reunión intersecretarial convocada por la Secretaría de Relaciones Exteriores, para evaluar las prioridades de México con relación a los temas y proyectos que se realizan en el marco de la AEC.

La SECTUR participó en la veinteava Reunión del Comité Ejecutivo de Turismo Sostenible (CETS) y en la segunda Reunión de Ministros de Turismo del Gran Caribe, celebradas el 23 y 24 de abril, respectivamente, en la ciudad de Barranquilla, Colombia. En la reunión del CETS se abordaron temas como los indicadores de turismo sostenible de la AEC, tema en el que México ha jugado un papel relevante. En la reunión Ministerial, destaca la propuesta de Nicaragua para crear un grupo de trabajo para tratar el tema de cruceros.

## CONFERENCIA IBEROAMERICANA DE MINISTROS DE TURISMO

El 1 y 2 de julio de 2009, se celebró en Estoril, Portugal, la novena Conferencia Iberoamericana de Ministros de Turismo". En esta reunión México destacó la importancia de la formación y la capacitación orientada a impulsar las competencias requeridas por la industria turística como aspectos fundamentales para el desarrollo sostenible y la creación del empleo cualificado en el sector. Asimismo, los Ministros destacaron la propuesta de elaborar un proyecto de Red Iberoamericana de formación Turística.

## OTROS FOROS

Participación de la SECTUR en la "Conferencia sobre Turismo Creativo", que se celebró en Santa Fe, Nuevo México, del 28 de septiembre al 2 de octubre.

Participación de la SECTUR en el programa "15th Annual Cruise Conference & Trade Show-Florida Caribbean Cruise Association", realizada en Trinidad y Tobago, del 27 al 30 de octubre.

# 12 INNOVACIÓN Y CALIDAD

## 12.1 MODERNIZAR Y PROFESIONALIZAR LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL TURISMO

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009 se llevó a cabo la actualización del 25 por ciento de los manuales de organización específicos y de los manuales de procedimientos y se emitieron dos documentos normativos de las unidades administrativas que conforman la Secretaría de Turismo (SECTUR).

Se continuó con la operación de la política de mejora regulatoria interna en sus cuatro apartados, entre los que destaca la continuidad en la administración de la normateca interna. Asimismo, se actualizó la página en *internet* de la normateca interna, cuyo objetivo es ofrecer más y mejores facilidades para su utilización. Así también, se elaboró y está en operación el Acuerdo por el que se establece el proceso de calidad regulatoria en la SECTUR, a fin de que la regulación interna sea eficaz, eficiente, consistente y clara.

La Secretaría de la Función Pública (SFP) evalúa la aplicación de esta política mediante cuatro evaluaciones trimestrales. Las calificaciones obtenidas por la SECTUR, se mantuvieron en 100 puntos de una escala del 1 al 100 en las cuatro ocasiones.

**ALINEACIÓN ESTRATÉGICA**

Durante 2008 se convocó a diversas instituciones con la intención de que formularan y presentaran propuestas técnicas para la alineación estratégica y organizacional en la Secretaría de Turismo, con motivo de las nuevas exigencias operativas y de responsabilidad determinadas por el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, así como por lo enmarcado en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

En ese sentido, en el mismo año de 2008 el organismo ganador completó una primera fase teniendo como resultado la definición de tres modelos: organizacional, operativo y tecnológico, mismos que deberán quedar implantados dentro de la dependencia en una segunda fase, ya que son indispensables para que la SECTUR cuente con una estructura organizacional y funcional capaz de responder a los retos actuales.

**12.2 COORDINACIÓN SECTORIAL**

En el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio 2009, a las entidades coordinadas le fueron asignados un total de 1 587.2 millones de pesos de recursos fiscales, cifra sin precedente en el Sector Turismo. Dichos recursos quedaron distribuidos de la siguiente manera: para FONATUR 1 024.7 millones, para el CPTM 347.8 millones y para FONATUR Mantenimiento Turístico 214.7 millones.

Por otra parte se continúan simplificando los trámites de adecuación presupuestal de las entidades coordinadas del Sector Turismo, dando atención a los mecanismos implementados en el Sistema del Portal Aplicativo de la Secretaría de Hacienda (PASH) y dando el aval de los movimientos presupuestarios por parte de esta coordinadora sectorial, registrándose un total de veinticinco adecuaciones en el periodo de septiembre de 2008 a agosto de 2009.

Se participó en el replanteamiento de las estructuras organizacional y funcional de FONATUR y sus filiales, así como del CPTM y se realizó el seguimiento puntual de los trámites correspondientes. Se lleva a cabo la atención del Sistema de Aprobación y Registro de Estructuras Organizacionales (SAREO), que implementó la SFP. Además, se continúa con el seguimiento de los trámites y estudios solicitados por las entidades coordinadas.

**12.3 EFECTIVIDAD, TRANSPARENCIA E INNOVACIÓN DEL SECTOR TURISMO**

Se dio puntual atención y respuesta a las 476 solicitudes de información presentadas en el periodo a través del Sistema de Solicitudes de Información (INFOMEX), reafirmando el impulso a la cultura de la transparencia dentro de la dependencia. De igual forma, se mantuvo actualizada la información relacionada con la SECTUR dentro del Portal de Obligaciones de Transparencia (POT), de acuerdo con lo que establece la ley en la materia.

Los compromisos y acciones del Programa de Transparencia y Rendición de Cuentas 2008 dispuesto por la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción en la Administración Pública Federal, se cumplieron satisfactoriamente, obteniéndose una calificación de 9.3, en el denominado “Índice

de Seguimiento de Transparencia”, a través del cual se mide el grado de cumplimiento por parte de las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal.

Entre los principales resultados de este programa, al cierre de 2008 y avances al mes de agosto de 2009, se destacan los siguientes:

**TRANSPARENCIA FOCALIZADA**

Se establecieron acciones de “transparencia focalizada” sobre el proceso de acreditación de guías de turistas, que incluyó la reestructuración de la información que sobre ese proceso se ofrece vía internet y en la operación de ventanilla de atención al público. Asimismo, se realizaron foros regionales de difusión del marco normativo en la materia, los cuales tuvieron como sedes los estados de Nayarit, Oaxaca y Zacatecas.

**BLINDAJE ELECTORAL**

Para garantizar que durante los procesos electorales todos los recursos públicos se administren de forma transparente, sin fines político-electorales, se instrumentó el programa denominado “Blindaje Electoral”. Este programa está integrado por un conjunto de acciones preventivas de control interno, de transparencia y difusión; incluyendo capacitación para todo el personal en materia de blindaje electoral impartida por la Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales (FEPADE) y difusión de la “Guía de Responsabilidades Administrativas y Elecciones”, editada por la Secretaría de la Función Pública.

Conforme al calendario electoral 2008, este programa se instrumentó en las oficinas ubicadas en entidades federativas que registraron procesos electorales (Nayarit, Coahuila, Guerrero e Hidalgo) para el ejercicio 2009. Las acciones se instrumentaron en todo el país, tanto en oficinas centrales, como en las regionales.

**12.4 PARTICIPACIÓN CIUDADANA**

Se consolidó el documento Diagnóstico de Mecanismos de Atención y Participación Ciudadana, siguiendo los lineamientos establecidos por la Secretaría de la Función Pública, en particular en el portal del Programa de Mejora de la Gestión Pública (PMG). Dicho diagnóstico analiza y determina qué acciones de mejora y control se han llevado a cabo en los años 2007 a 2008 para este tema en específico. En la carpeta que contiene el diagnóstico final, se determina el total de Oficinas de Atención al Público en la Dependencia, sus características principales, así como las acciones realizadas en materia de :

- Evaluaciones Ciudadanas del Servicio.
- Verificaciones.
- Sistemas de Atención Inmediata, Quejas y Sugerencias de Servicio.
- Centro de Atención Telefónica.

En 2008 se concluyó el proceso de integración de las cédulas sobre los mecanismos institucionales de participación ciudadana que incluyeron información sobre su propósito, requisitos y medios de participación. Las cédulas de cada uno de estos mecanismos (Comisión Ejecutiva de Turismo, Consejo Consultivo de Turismo, Comité Consultivo de Normalización Turística, Consejo Consultivo del CESTUR, Grupo de Trabajo de Cruceros Turísticos de la Comisión Ejecutiva de Turismo y Boletín Electrónico de la Industria de Cruceros en México) fueron difundidas en el portal oficial de la SECTUR vía internet.

Por otra parte, en el contexto de acciones para impulsar la transparencia y la rendición de cuentas, así como para fomentar la vinculación entre sociedad y gobierno entre los servidores públicos de la institución, se difundieron materiales de sensibilización sobre la importancia del tema. En noviembre de 2008, se realizó un primer ejercicio de rendición de cuentas sobre la acción gubernamental “Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos”, cuyas características la clasifican como de alto impacto. Derivado de este ejercicio, que contó con la participación del Consejo Nacional Empresarial Turístico, se derivaron comentarios y sugerencias sobre el tema y posteriormente en julio de 2009, se realizó una segunda reunión en la que se dio respuesta a los planteamientos del referido organismo empresarial, quien expresó un reconocimiento al trabajo público comprometido de la SECTUR y consideró atendidas sus observaciones sobre el tema.

## 12.5 ÉTICA Y RESPONSABILIDAD

Para promover el valor del servicio público y la identidad institucional, con recursos propios se imparten sesiones informativas para personal técnico y administrativo, en las que entre otros, se destacan los principios y valores contenidos en los Códigos de Ética y de Conducta de los Servidores Públicos del Sector Turismo. Al mes de agosto de 2009 la cobertura acumulada de ese segmento de personal de oficinas centrales se ubica en un 70 por ciento, es decir, 419 de 589 colaboradores vigentes han sido capacitados. Por lo que se refiere al personal adscrito a las Jefaturas de Servicios de la Corporación Ángeles Verdes (nivel regional) en seis de sus 32 oficinas regionales, se han impartido las referidas sesiones informativas donde han participado 91 colaboradores (13 por ciento del total).

Por otra parte, como estrategia para comunicar un mensaje de rechazo a la corrupción y de impulso a la integridad y la transparencia en audiencias externas clave y en foros o reuniones internos y externos, se dio amplia difusión a los cortometrajes “Cineminutos Hagamos lo Correcto”. Fueron enviados mensajes periódicos en recibos de pago de nómina y a través de la red institucional de correo electrónico y se publicaron en internet e intranet; así mismo se instalaron rótulos en las diversas áreas de la institución.

## 12.6 REZAGO EDUCATIVO

Se continuó con el proceso de acreditación y certificación de educación básica de los servidores públicos, realizando acciones de promoción y difusión de la jornadas nacionales de acreditación conducidas por el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) en marzo y agosto de 2009. De igual forma, se continuó con el proceso interno para incorporar al mayor número posible de colaboradores, con la impartición de sesiones de facilitación para el grupo de estudio y la programación periódica de exámenes. Al mes de julio de 2009 el INEA ha expedido 21 certificados de estudios para colaboradores de nuestra institución (4 de educación primaria y 17 de secundaria).

## 12.7 CAPACITACIÓN Y MEJORA DE LOS PROCESOS ADMINISTRATIVOS Y SUSTANTIVOS CONFORME AL PROGRAMA DE LA MEJORA DE LA GESTIÓN

En marzo y abril de 2009 se realizaron tres talleres de “Herramientas para el análisis y mejora de procesos” contando con una asistencia de 40 participantes de mandos medios a los que se dieron a conocer las técnicas más útiles para implementar hacia el interior de sus unidades responsables la mejora de procesos. Lo anterior como una acción de soporte a lo establecido en el Programa de Mejora de la Gestión 2008-2012.

Por otra parte, desde noviembre de 2008 y hasta la fecha se ha emprendido un proceso de medición de cargas administrativas en 15 procesos administrativos de la dependencia y se está ejecutando la mejora de cada uno de ellos, en los términos establecidos por la Secretaría de la Función Pública.

Para desarrollar el “Análisis de los procesos seleccionados a fin de identificar mejoras en su desempeño”, se han realizado un total de 36 reuniones de trabajo con los dueños de los procesos y personal involucrado en siete de los procesos seleccionados por la Secretaría de la Función Pública, en dichas reuniones se han identificado las actividades que no agregan valor al proceso, triangulación de información, indefinición de responsabilidades, necesidad de homologación en el uso de formatos o en su caso su unificación, necesidad de digitalización de documentos y necesidad de eliminación de documentos, entre otros.

Durante los meses de abril, mayo y junio de 2009 se integró al Sistema de Procesos Eficientes del Programa de Mejora de la Gestión Pública (PMG), el trámite “Inscripción al Registro Nacional de Turismo”. Lo anterior en concordancia con la recientemente publicada Ley General de Turismo, que determina las nuevas características de obligatoriedad de dicho proceso. Para lo anterior se emitieron comunicados dirigidos a al Grupo Técnico del Sistema, en la Secretaría de la Función Pública y se culminó la acción dando de alta el nuevo proceso en el sistema informático del PMG, en las oficinas de dicha dependencia. De esta manera el Registro Nacional de Turismo queda inmerso en un proyecto integral de mejora y seguimiento al proceso hasta que el mismo sea un trámite obligatorio y que finalizará el 18 de junio de 2010, como lo marca la propia ley.

## 12.8 MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA

En el periodo septiembre 2008–agosto 2009 se realizaron acciones con el objetivo de reforzar y actualizar la infraestructura dentro de la SECTUR para brindar mejores servicios a los usuarios dentro y fuera del sector turismo, así como para incrementar la calidad de los mismos apegados a un Decreto de Austeridad y a un criterio de reducción de costos.

Entre septiembre de 2008 y agosto de 2009, se encaminaron esfuerzos para fortalecer y actualizar la plataforma tecnológica de la SECTUR, así como para la implantación de nuevas tecnologías con el fin de proporcionar mejores herramientas de trabajo, canales de comunicación y una más amplia capacidad de almacenamiento y seguridad en la transmisión y manejo de la información.

Asimismo, se desarrollaron aplicaciones tanto públicas como privadas ayudando en el proceso de automatización de la operación cotidiana, hecho que también permitió crear y fortalecer vínculos de oferta e intercambio de comunicación y colaboración estadística con los estados y municipios, así como con otros organismos nacionales e internacionales.

### RETOS Y OPORTUNIDADES

- Contar con el 100 por ciento de los manuales de organización específicos, de procedimientos, operativos y de servicios y diversas disposiciones administrativas de las unidades que integran la SECTUR; que garanticen la certeza jurídica de las acciones que se realicen en el cumplimiento de las atribuciones conferidas a esta Secretaría. Llevar a cabo acciones de mejora continua en los manuales para optimizar el desarrollo de las funciones de las unidades administrativas que conforman la Secretaría.
- Cumplir con el objetivo de mejorar el marco normativo interno de la SECTUR, mediante la aplicación del proceso de calidad regulatoria dentro del marco del Proyecto Integral de Mejora de la Gestión.
- Habilitar plataformas de comunicación a través de nuevas tecnologías que permitan mayores alcances a menores costos.

- Implantación de plataformas de colaboración e intercambio de información a nivel nacional e internacional para contar con espacios de colaboración, discusión, revisión e intercambio de información en línea.
- Buscar estrategias en materia de Tecnologías de la Información y Comunicaciones a nivel sectorial que permitan fortalecer la infraestructura tecnológica actual.
- Buscar la mejora continua a través de la revisión, actualización y certificación de los procesos operativos y de servicios a usuarios, bajo la norma ISO-9000 (2008) con la finalidad de ofrecer mejores servicios y una mayor calidad y competitividad a nuestros usuarios.
- Continuar con el fomento de una cultura del servicio público sustentada en valores y principios éticos que se reflejen en el quehacer cotidiano de las instituciones y los servidores públicos.
- Profundizar e instrumentar acciones concretas en el conjunto de instituciones del Sector Turismo para prevenir la corrupción, principalmente en las áreas con procesos críticos.
- Promover la participación ciudadana en todos los ámbitos del Sector Turismo y fomentar la difusión de información sistemática, oportuna y completa para acceso de la población en todos los asuntos públicos de su interés.

## ANEXO I RECURSOS PRESUPUESTARIOS

En el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) para el Ejercicio Fiscal 2009, al Ramo 21 “Turismo” le fueron asignados un total de 4 001.3 millones de pesos.

Dichos recursos quedaron distribuidos de la siguiente forma: para la Secretaría de Turismo (SECTUR) 2 414.1 millones de pesos; para el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) 1 024.7 millones de pesos; para el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) 347.8 millones de pesos; y para FONATUR-MANTENIMIENTO 214.7 millones de pesos.

El Congreso de la Unión autorizó que de los recursos generados por concepto del Derecho de No Inmigrante (DNI) que pagan los extranjeros que se internan al territorio nacional con esa calidad migratoria, el 70 y el 10 por ciento se le transfieran al CPTM y al FONATUR respectivamente. Se estima que por este concepto se recibirán aproximadamente 1 909.0 millones de pesos durante en el ejercicio 2009, con lo cual el presupuesto total del CPTM asciende a 2 022.8 millones de pesos y los recursos fiscales autorizados al FONATUR a 1 258.7 Millones de pesos.

De esta forma, los recursos fiscales que ejerce el Sector Turismo en 2009 sumando los del presupuesto original del Ramo y el DNI, ascienden a 5 910.3 millones de pesos.

# ANEXO II ESTADÍSTICAS

Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas, 2007-2008			
País	2007	País	2008 <sup>P/</sup>
	Millones de Turistas		Millones de Turistas
Total Mundial	904.0	Total Mundial	922.0
Francia	81.9	Francia	79.3
España	58.7	Estados Unidos	58.0
Estados Unidos	56.0	España	57.3
China	54.7	China	53.0
Italia	43.7	Italia	42.7
Reino Unido	30.9	Reino Unido	30.2
Alemania	24.4	Ucrania	25.4
Ucrania	23.1	Turquía	25.0
Turquía	22.2	Alemania	24.9
México <sup>1/</sup>	21.4	México <sup>1/</sup>	22.6
Malasia	21.0	Malasia	22.1
Austria	20.8	Austria	21.9
Federación Rusa	n.d.	Federación Rusa	n.d.
Canadá	17.9	Hong Kong	17.3
Grecia	17.5	Canadá	17.1
Hong Kong (China)	17.2	Grecia	n.d.
Polonia	15.0	Arabia Saudita	14.8
Tailandia	14.5	Tailandia	14.6
Portugal	12.3	Polonia	13.0
Arabia Saudita	11.5	Portugal	n.d.

<sup>1/</sup> Cifras registradas por Banco de México  
<sup>P/</sup> Preliminar  
Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT Junio 2009)

Principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo, 2007-2008			
País	2007	País	2008 <sup>p/</sup>
	Miles de Millones de Dólares		Miles de Millones de Dólares
Total Mundial	857.0	Total Mundial	944.0
Estados Unidos	96.7	Estados Unidos	110.1
España	57.6	España	61.6
Francia	54.3	Francia	55.6
Italia	42.7	Italia	45.7
Reino Unido	38.6	China	40.8
China	37.2	Alemania	40.0
Alemania	36.0	Reino Unido	36.0
Australia	22.3	Australia	24.7
Austria	18.9	Turquía	22.0
Turquía	18.5	Austria	21.8
Tailandia	16.7	Tailandia	17.7
Grecia	15.5	Grecia	17.1
Canadá	15.3	Hong Kong	15.3
Malasia	14.0	Malasia	15.3
Hong Kong (China)	13.8	Canadá	15.1
Macao (China)	13.6	Suiza	14.4
Países Bajos	13.3	Macao (China)	n.d.
México <sup>1/</sup>	12.9	Países Bajos	13.4
Suiza	12.2	México <sup>1/</sup>	13.3
Suecia	12.0	Suecia	12.5

<sup>1/</sup> Cifras registradas por Banco de México

<sup>p/</sup> Preliminar

Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT Junio 2009)



Llegadas de Turistas Internacionales por subregiones (Millones de turistas)												Cuota de Mercado %		Variación %
Concepto	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008p/	2009	1995	2008	08/07
Mundo	545.4	682	683.9	702.7	688.9	765.5	802.4	847	904	922	n.d.	100	100	1.9
Europa	316.3	391	387.8	397.3	395.9	424.5	438.2	462.2	487.3	487.9	n.d.	58	52.9	0.1
Europa del Norte	41.5	42.6	44.9	46.4	44.5	49.7	51	56.4	58.1	57.0	n.d.	7.6	6.2	-1.9
Europa Occidental	112.2	139.7	135.8	138	136.1	139	142.6	149.5	154.9	153.2	n.d.	20.6	16.6	-1.1
Europa Central/Oriental	60	69.4	63.4	65.3	67.7	86.3	87.8	91.5	96.5	98.9	n.d.	11	10.7	2.5
Europa del Sur/Mediterráneo	102.6	139.3	143.7	147.6	147.6	149.5	156.8	164.8	177.9	178.9	n.d.	18.8	19.4	0.6
Asia y el Pacífico	85.6	110.6	120.6	131	119.7	145.4	155.4	167	181.9	184.1	n.d.	15.7	20.0	1.2
Nordeste Asiático	44.1	58.3	65.9	74.1	67.6	79.4	87.6	94.3	100.9	101.0	n.d.	8.1	11.0	0.1
Sudeste Asiático	29.2	36.9	39.8	42	36.3	48.3	49.3	53.1	59.7	61.6	n.d.	5.4	6.7	3.3
Oceanía	8.1	9.2	9.1	9.1	9	10.1	10.5	10.5	11.2	11.1	n.d.	1.5	1.2	-1.0
Sur de Asia	4.2	6.1	5.8	5.8	6.8	7.6	8	9.1	10.1	10.4	n.d.	0.8	1.1	3.3
Américas	109	128.2	122.2	116.6	113	125.8	133.2	135.8	142.9	147.2	n.d.	20	16.0	3.0
América del Norte	80.7	91.25	86.4	83.2	77.4	85.8	89.9	90.6	95.3	97.8	n.d.	14.8	10.6	2.6
México	20.2	20.6	19.8	19.7	18.7	20.6	21.9	21.4	21.4	22.6	n.d.	3.7	2.5	5.9
El Caribe	14	17.1	16.9	16.1	17.1	18.1	18.8	19.4	19.8	20.3	n.d.	2.6	2.2	2.4
América Central	2.6	4.3	4.4	4.7	4.9	5.7	6.3	7.1	7.8	8.3	n.d.	0.5	0.9	7.2
América del Sur	11.7	15.3	14.5	12.6	13.6	16.2	18.2	18.7	20.0	20.8	n.d.	2.1	2.3	3.9
África	20.7	27.9	29.3	29.9	30.7	33.5	37.3	41.4	45.1	47.0	n.d.	3.8	5.1	4.1
África del Norte	7.3	10.2	10.7	10.4	11.1	12.8	13.9	15.1	16.3	17.2	n.d.	1.3	1.9	5.4
África Subsahariana	13.4	17.7	18.6	19.5	19.6	20.7	23.4	26.3	28.8	29.7	n.d.	2.5	3.2	3.4
Medio Oriente	13.8	24.4	24	27.9	29.6	36.3	38.3	40.9	47.0	55.6	n.d.	2.5	6.0	18.2

1/ La suma de los parciales puede no coincidir con el total, debido al redondeo de las cifras.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 7, No. 2, junio de 2009

Captación de Turistas por Turismo según región en el Mundo						
Año	Total	América	Europa	Asia y el Pacífico	África	Oriente Medio
Millones de Turistas						
1980	278.2	62.3	177.5	23.6	7.3	7.5
1981	278.6	62.5	174.6	25.4	8.1	8.0
1982	277.1	59.7	174.8	26.6	7.5	8.5
1983	282.1	59.9	179.1	27.1	8.2	7.8
1984	306.9	67.4	192.6	30.1	8.8	8.1
1985	320.2	65.1	203.4	33.6	9.6	8.5
1986	330.5	70.9	205.3	37.6	9.3	7.4
1987	359.8	76.6	222.7	43.1	9.8	7.5
1988	385.5	83.0	230.5	50.1	12.5	9.4
1989	410.2	86.9	249.2	50.8	13.8	9.5
1990	439.5	92.8	265.6	56.1	15.2	9.6
1991	443.9	95.3	263.5	59.7	16.0	9.4
1992	481.5	102.2	281.4	67.8	18.3	11.8
1993	494.7	102.2	287.4	74.5	18.7	11.9
1994	519.5	105.1	300.4	82.2	19.1	12.7
1995	541.0	109.0	315.0	82.7	20.4	13.7
1996	575.0	114.5	323.0	94.0	22.1	16.0
1997	599.0	116.2	343.3	93.0	23.0	17.0
1998	617.0	119.2	355.7	92.4	25.5	18.9
1999	640.0	121.9	360.5	102.3	26.9	22.5
2000	684.0	128.2	395.9	111.4	28.3	24.2
2001	687.0	122.2	395.8	116.6	28.9	25.0
2002	707.0	116.7	407.4	126.1	29.5	29.2
2003	694.0	113.2	407.1	114.2	31.6	29.5
2004	761.0	125.7	424.4	144.2	33.8	36.3
2005	802.5	133.2	438.3	155.4	37.3	38.3
2006	847.0	135.8	462.2	167.0	41.4	40.9
2007 <sup>p/</sup>	904.0	142.9	487.3	181.9	45.1	47.0
2008	922.0	147.2	487.9	184.1	47.0	55.6
2009	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

<sup>p/</sup> Preliminar.

n.d. No disponible

Nota1: Las sumas parciales pueden no coincidir debido al redondeo

Nota2:La información de 1980 a 2003 fue actualizada con los datos de noviembre de 2006

Nota3: La información de llegadas de turistas e ingresos de 2004-2005 se actualizó con el barómetro publicado en enero de 2007

Nota4: La información de llegadas de turistas e ingresos de 2006-2007 se actualizó con el barómetro publicado en junio de 2008

Fuente: Organización Mundial de Turismo.

Captación de Ingresos por Turismo según región en el Mundo						
Año	Total	América	Europa	Asia y el Pacífico	África	Oriente Medio
Miles de Millones de Dólares						
1980	106.5	24.7	63.7	11.3	3.4	3.5
1981	108.1	27.8	59.4	13.2	3.7	4.1
1982	104.3	25.7	58.0	13.4	3.4	3.9
1983	104.9	26.3	56.7	14.1	3.5	4.3
1984	113.7	32.0	58.8	15.1	3.2	4.6
1985	120.8	33.3	63.9	16.3	3.1	4.2
1986	146.6	38.4	80.2	21.0	3.6	3.4
1987	181.1	43.1	101.0	28.0	4.6	4.5
1988	210.2	51.3	112.2	36.7	5.5	4.3
1989	230.0	60.3	118.1	41.0	5.7	4.9
1990	273.2	69.3	145.6	46.7	6.4	5.1
1991	286.0	76.4	150.4	48.0	6.0	5.3
1992	328.7	83.7	174.4	56.3	6.8	7.5
1993	334.9	89.2	168.7	62.1	6.9	8.0
1994	366.0	92.5	183.8	72.8	7.6	9.3
1995	411.3	98.4	211.9	82.0	8.5	10.5
1996	447.5	108.3	224.2	93.5	9.7	11.9
1997	452.3	114.5	224.7	90.8	9.5	12.8
1998	448.9	115.2	234.1	76.6	10.3	12.6
1999	462.0	120.0	233.1	83.7	11.1	14.1
2000	474.0	130.8	232.5	90.2	10.5	17.6
2001	467.0	119.8	226.7	93.5	11.5	15.5
2002	481.6	113.7	241.2	99.1	11.8	15.7
2003	534.6	114.2	283.4	98.4	16.1	22.5
2004	633.0	132.0	328.5	129.5	19.2	25.5
2005	677.5	144.7	350.5	134.5	21.6	26.2
2006	742.0	154.1	376.9	156.5	24.6	29.9
2007	857.0	171.3	435.1	187.0	29.0	34.7
2008 <sup>p/</sup>	944.0	188.1	473.5	207.6	30.2	45.0
2009	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.

<sup>p/</sup> Preliminar.

n.d. No disponible

Nota1: Las sumas parciales pueden no coincidir debido al redondeo

Nota2:La información de 1980 a 2003 fue actualizada con los datos de noviembre de 2006

Nota3: La información de llegadas de turistas e ingresos de 2004-2005 se actualizó con el barómetro publicado en enero de 2007

Nota4: La información de llegadas de turistas e ingresos de 2007-2008 se actualizó con el barómetro publicado en junio de 2009

Fuente: Organización Mundial de Turismo.

Indicadores del Turismo										
Concepto	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 <sup>p/</sup>
PIB Turismo Base 2003* <sup>1/</sup>	n.d	n.d	n.d	n.d	629,973.	705,285.	742,150.	809,406.	856,173.	n.d
Balanza Turística** <sup>2/</sup>	2,681.6	2,795.06	2,698.74	2,798.32	3,108.44	3,836.54	4,203.02	4,068.31	4,477.16	4,763.15
Ingresos ** <sup>2/</sup>	7,222.8	8,294.21	8,400.61	8,857.99	9,361.73	10,795.5	11,803.4	12,176.5	12,851.9	13,289.0
Egresos ** <sup>2/</sup>	4,541.2	5,499.15	5,701.87	6,059.67	6,253.29	6,959.02	7,600.39	8,108.26	8,374.75	8,525.85
Crédito otorgado por el sistema bancario a la actividad turística* <sup>2/</sup>	17,613.1	18,048.7	15,080.7	16,752.1	16,726.8	14,612.9	17,244.9	16,769.6	28,562.4	38,092
Banca comercial <sup>2/</sup>	16,192.	15,467.4	12,297.7	12,850.1	12,913.4	11,370.9	14,668.2	14,295.4	26,879.5	3,5287.5
Banca de desarrollo <sup>2/</sup>	1,421	2,581.3	2,783	3,902	3,813.4	3,242	2,576.7	2,474.2	1,682.9	2,804.5
Crédito aprobado por Fonatur* <sup>3/</sup>	254	245	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión extranjera directa ** <sup>4/</sup>	329.2	448.2	411.8	402.5	437.8	663.9	703.5	733.2	984.2	n.d
PIB de turismo /PIB total (%) <sup>1/</sup>	8.4	8.4	8.4	8.0	7.9	7.8	7.7	n.d.	n.d.	n.d.
Ingresos por turismo respecto a ingresos en cuenta corriente %)	4.5	4.3	4.5	4.7	4.8	4.8	4.6	4.1	4.0	3.9

p/ Preliminar

\*Millones de Pesos

\*\*Millones de Dólares

<sup>1/</sup>/ INEGI

<sup>2/</sup>/ Banco de México

<sup>3/</sup>/ FONATUR

<sup>4/</sup>/ Scretaría de Economía

Visitantes internacionales a México (miles) <sup>p/</sup>									
Concepto							Enero -Junio		Variación (%) 09/08
Número de personas	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	2008	2009	
Visitantes Internacionales a México	7,588.8	7,089.8	7,800.5	7,349.8	6,208.0	6,585.2	46,814	42,622	-9.0
Turistas Internacionales	2,055.2	1,931.5	2,050.0	1,868.7	1,289.5	1,536.6	11,417	10,732	-6.0
Turismo al Interior	1,167.3	1,181.9	1,287.7	1,058.6	501.0	882.8	7,098	6,079	-14.4
Turismo Fronterizo	887.9	749.7	762.3	810.1	788.5	653.8	4,319	4,652	7.7
Excursionistas Internacionales	5,533.6	5,158.3	5,750.5	5,481.2	4,918.5	5,048.7	35,397	31,891	-9.9
Excursionistas Fronterizos	4,889.6	4,562.5	5,116.4	4,899.4	4,890.6	4,874.9	31,864	29,233	-8.3
Pasajeros en Crucero	644.0	595.8	634.1	581.8	27.9	173.8	3,533	2,657	-24.8

p/ Preliminar

Fuente :Banco de México

Gasto de Visitantes Internacionales a México (Millones de Dólares) <sup>p/</sup>									
Concepto							Enero -Junio		Variación (%) 09/08
GASTO	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	2008	2009	
Visitantes Internacionales a México	1,192.1	1,192.3	1,247.9	1,066.0	542.2	807.0	7,286	6,048	-17.0
Turistas Internacionales	1,003.8	1,017.4	1,058.9	878.0	402.0	658.5	6,006	5,019	-16.4
Turismo al Interior	945.7	976.0	1,009.8	825.6	353.5	614.4	5,674	4,725	-16.7
Turismo Fronterizo	58.1	41.5	49.1	52.4	48.5	44.0	332	294	-11.5
Excursionistas Internacionales	188.3	174.9	189.0	188.0	140.2	148.6	1,280	1,029	-19.6
Excursionistas Fronterizos	136.0	126.8	137.1	141.8	138.1	135.8	1,017	816	-19.8
Pasajeros en Crucero	52.3	48.1	51.9	46.2	2.1	12.7	263	213	-18.8

p/ Preliminar

Fuente :Banco de México

Resumen General del Turismo Internacional				
Concepto		Enero – Junio		Variación (%) 09/08
Número de personas	Unidades	2008 <sup>P/</sup>	2009	
Visitantes Internacionales a México	Miles	46,814	42,622	-9.0
Turistas Internacionales	Miles	11,417	10,732	-6.0
Turismo al Interior	Miles	7,098	6,079	-14.4
Turismo Fronterizo	Miles	4,319	4,652	7.7
Excursionistas Internacionales	Miles	35,397	31,891	-9.9
Excursionistas Fronterizos	Miles	31,864	29,233	-8.3
Pasajeros en Crucero	Miles	3,533	2,657	-24.8
Gasto				
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dólares	7,286	6,048	-17.0
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	6,006	5,019	-16.4
Turismo al Interior	Millones de Dólares	5,674	4,725	-16.7
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	332	294	-11.5
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1280	1,029	-19.6
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1,017	816	-19.8
Pasajeros en Crucero	Millones de Dólares	263	213	-18.8
Visitantes Internacionales de México al Exterior				
Visitantes Internacionales de México	Miles	54,300	47,725	-12.1
Turistas Internacionales	Miles	6,977	6,192	-11.3
Turismo al Exterior	Miles	4,367	3,958	-9.4
Turismo Fronterizo	Miles	2,610	2,234	-14.4
Excursionistas Internacionales	Miles	47,323	41,533	-12.2
Excursionistas Fronterizos	Miles	47,323	41,533	-12.2
Gasto				
Visitantes Internacionales de México	Millones de Dólares	4,056	4,392	-18.8
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	2,293	1,940	-15.4
Turismo al Exterior	Millones de Dólares	2,109	1,802	-14.6
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	184	138	-24.8
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1,763	1,352	-23.3
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1,763	1,352	-23.3

<sup>P/</sup> Preliminar

Fuente :Banco de México Cifras  enero-junio de cada año.

Indicadores de Turismo Interno				
Enero - Junio	2008	2009	Variación (%) 09/07	Variación (%) 09/08
Llegada De Turistas Nacionales A Hoteles (Miles)	29,682	26,159	-7.1	-10.1
Turistas Nacionales - Noche (Miles)	47,680	42,958	-10.0	-9.9
Estadía Promedio (Noches/Turista)*	1.6	1.6	n.s	n.s

\* Diferencia porcentual

Fuente: SECTUR

Turismo Receptivo por Vía de Acceso <sup>p/</sup>				
		Enero -Junio		Variación (%) 09/08
Concepto	Unidades	2008	2009	
Número de Personas <sup>1/</sup>				
Por Vía de Acceso		7,097.8	6,079.2	-14.4
Aérea	Miles	6,062.4	5,177.5	-14.6
Terrestre	Miles	1,035.4	901.7	-12.9
Gasto				
Por Vía de Acceso	Millones de Dólares	5,674.0	4,725.0	-16.7
Aérea	Millones de Dólares	5,361.2	4,442.5	-17.1
Terrestre	Millones de Dólares	312.7	282.5	-9.7
Gasto Medio				
Por Vía de Acceso	Dólares	799.4	777.2	-2.8
Aérea	Dólares	884.3	858.0	-3.0
Terrestre	Dólares	302.1	313.3	-3.7

p/ Preliminar  
<sup>1/</sup> La información del número de turistas podría no coincidir con la publicada por el INM  
Fuente :Banco de México

Llegada de Pasajeros a los Aeropuertos 2008 <sup>p/</sup> - 2009 <sup>p/</sup>			
Concepto	Enero - Junio		Variación (%) 09/08
	2008	2009	
Total	22,411,407	18,575,994	-17.1
Nacionales	14,726,616	12,167,063	-17.4
Regulares Nacionales	14,532,898	12,073,395	-16.9
Chárter Nacionales	193,718	93,668	-51.6
Internacionales	7,684,791	6,408,931	-16.6
Regulares Internacionales	6,934,530	5,781,677	-16.6
Chárter Internacionales	750,261	627,254	-16.4

<sup>p/</sup> :Preliminar  
FUENTE: ASA.

Llegada de Vuelos a los Aeropuertos 2008 <sup>p/</sup> -2009 <sup>p/</sup>			
Concepto	Enero - Junio		Variación (%) 09/08
	2008	2009	
Total	317,690	250,889	-21.0
Nacionales	243,635	186,075	-23.6
Regulares Nacionales	240,703	184,763	-23.2
Chárter Nacionales	2,932	1,312	-55.3
Internacionales	74,055	64,814	-12.5
Regulares Internacionales	69,034	60,401	-12.5
Chárter Internacionales	5,021	4,413	-12.1

<sup>p/</sup> : Preliminar  
FUENTE: ASA.

Porcentaje de Ocupación Hotelera		
	Acumulado al mes de Junio	
	2009 <sup>P/</sup>	Variación (%) 09/08
<b>Centros De Playa</b>	52.77	-9.7
Cip's	54.42	-8.0
Tradicionales	47.68	-8.7
Otros	58.30	-12.4
<b>Ciudades</b>	39.98	-7.4
Grandes	41.64	-10.2
Del Interior	39.24	-6.3
Fronterizas	42.84	-10.6
<b>Total</b>	45.95	-8.6

<sup>P/</sup>:preliminar  
Fuente: con base en el reporte de ocupación semanal

# ANEXO III GLOSARIO

## A. 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.

## B. 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.

## C. 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 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.

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 en 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.



## D. 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.

Turismo Interior. Es la suma del Turismo Interno o Doméstico y del Turismo Receptivo.

Turismo Nacional. Es la suma del Turismo Interno o Doméstico y del Turismo Egresivo.

Turismo Internacional. Es la suma del Turismo Receptivo y del Turismo Egresivo.



**DIRECTORIO**

**Rodolfo Elizondo Torres**

Secretario de Turismo

**Jacqueline Arzoz Padrés**

Subsecretaria de Planeación Turística

**Alejandro Moreno Medina**

Subsecretario de Operación Turística

**Roberto Isaac Hernández**

Subsecretario de Innovación y Calidad

**Oscar Fitch Gómez**

Director General del Consejo de Promoción Turística de México

**Miguel Ángel Gómez Mont**

Director General del Fondo Nacional de Fomento al Turismo

**Rodrigo Hurtado Escalante**

Coordinador de la Unidad Técnica de Evaluación

**Everardo Francisco Franco Cortés**

Subdirector de Evaluación Sectorial

**Vivian Patrón Courtney**

Subdirectora de Evaluación Coyuntural

**Ivonne Reyes García**

Enlace de la Unidad Técnica de Evaluación