

# ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
1. MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL	7
1.1 Misión	7
1.2 Visión	7
2. ORGANIGRAMA DEL SECTOR	7
3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	8
3.1 El Turismo en el Mundo	8
3.2 El Turismo en las Américas	9
3.3 El Turismo en México	10
3.4 Transporte Carretero, Aéreo y Marítimo	13
4. PLANEACIÓN TURÍSTICA	14
4.1 Planeación Estratégica y Política Sectorial	14
4.2 Desarrollo Sustentable del Turismo	16
4.3 Información Estadística y Económica	18
4.4 Estudios e Investigaciones	21
5. OPERACIÓN TURÍSTICA	26
5.1 Desarrollo Regional, Estatal y Municipal	26
5.2 Dotación de Infraestructura en Apoyo al Turismo	29
5.3 Mejora Regulatoria	38
5.4 Desarrollo y Diversificación de Productos Turísticos	43
5.5 Desarrollo de la Cultura Turística	49
5.6 Modernización de las Empresas Turísticas	51
6. INNOVACIÓN Y CALIDAD	54
6.1 Desarrollo Institucional e Innovación	54
6.2 Servicios de Información, Auxilio y Asistencia al Turista	58
7. INSERCIÓN EN LA GLOBALIDAD	60
7.1 Asuntos Internacionales	60
8. FOMENTO A LA OFERTA TURÍSTICA	66
8.1 Fondo Nacional de Fomento al Turismo	66
9. PROMOCIÓN TURÍSTICA	72
9.1 Consejo de Promoción Turística de México	72
ANEXO I. RECURSOS PRESUPUESTARIOS	85
ANEXO II. ESTADÍSTICAS	86
ANEXO III. GLOSARIO	93



# 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 Primer 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 diciembre de 2006 al 31 de agosto de 2007.

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

El primer capítulo “Misión y Visión Institucional” describe aquellas que han sido asignadas al Ramo.

El segundo capítulo “Organigrama del Sector” 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 en el mundo, del turismo en las Américas y del turismo en México, con énfasis en este último. Se alude de manera específica 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 han incluido datos al cierre de 2006, para poder compararlos con el mismo periodo del año previo. Asimismo, los datos aquí reportados mantienen un estricto apego a los reportados en el Primer Informe de Gobierno.

En el Cuarto Capítulo “Planeación Turística”, presenta los trabajos realizados en materia de planeación estratégica y política turística; de sustentabilidad en la actividad turística; de integración y difusión de información estadística y de análisis económico y prospectivo; así como de estudios e investigaciones que fortalecen la toma de decisiones del Sector.

El Quinto Capítulo “Operación Turística”, contiene los proyectos realizados en el marco de los programas regionales; así como las acciones para impulsar el desarrollo de nuevos productos, la mejora regulatoria y el desarrollo de la cultura turística.

El Sexto Capítulo “Innovación y Calidad” considera las actividades realizadas en lo relativo a la innovación gubernamental, a la profesionalización de los servidores públicos de la SECTUR y sus entidades coordinadas, así como a los servicios de información, seguridad y asistencia al turista.

El Séptimo Capítulo “Inserción en la globalidad” describe los principales avances en materia de cooperación turística bilateral y multilateral.

El Octavo Capítulo “Fomento a la Oferta Turística” se refiere a las labores coordinadas por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), para fomentar la oferta turística, así como mantener y consolidar los destinos turísticos del país.

El Noveno Capítulo “Promoción Turística” señala las acciones y resultados alcanzados por el Consejo de Promoción Turística de México a través de sus campañas de publicidad, relaciones públicas y de mercadeo directo instrumentadas en los principales mercados emisores de turistas.

En el Anexo I se señalan los recursos presupuestales que ejerció el Sector Turismo en 2006, 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; así como los recursos autorizados para el Sector en 2007.

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

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

# 1. MISIÓN Y VISIÓN INSTITUCIONAL

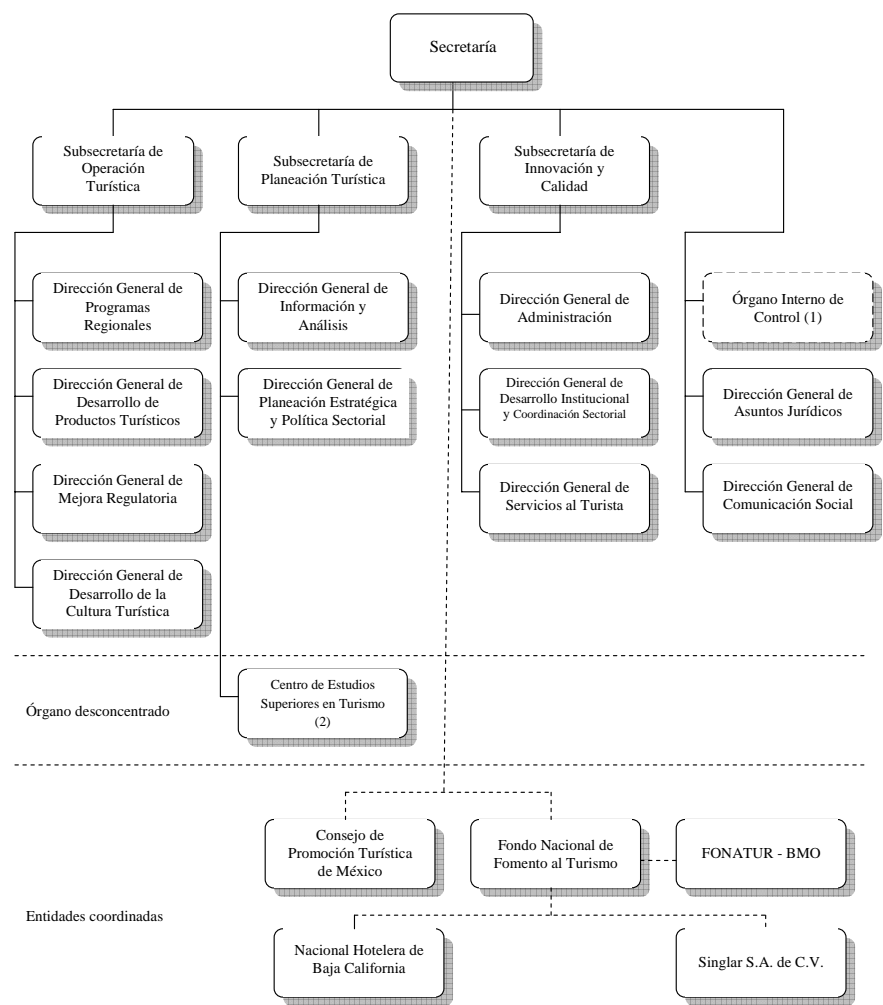
## 1.1 MISIÓN

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.

## 1.2 VISIÓN

Para 2030 la visión es que 46 millones de turistas internacionales visiten México cada año y que el turismo genere un ingreso anual de divisas de 39 mil millones de dólares.

# 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.

(2) Mediante acuerdo publicado en el DOF el 30 de agosto de 2001, la coordinación funcional del CESTUR se delegó en el Subsecretario de Planeación Turística

### 3. RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

#### 3.1 EL TURISMO EN EL MUNDO

Los ingresos mundiales por turismo ascendieron a 735 mil millones de dólares en 2006, cifra que representa un incremento del 8.5 por ciento en comparación con 2005, en que alcanzó los 678 mil millones de dólares.

La llegada de turistas internacionales continúa con una tendencia creciente como no se había visto en los últimos 20 años, pues se registraron 842 millones de llegadas de turistas a los diferentes destinos del mundo durante 2006, según resultados preliminares de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Este dato representa un crecimiento de 4.9 por ciento en comparación con 2005.

La región que experimentó un mayor aumento en la llegada de turistas internacionales fue África, al registrar un crecimiento estimado de 9.8 por ciento en comparación con 2005, destacándose el caso de Sudáfrica que en 2006 registró un crecimiento de 13.9 por ciento con respecto al año anterior.

##### LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES POR SUBREGIONES: 1995-2006.

Llegadas de turistas internacionales por (subregiones)										
REGIONES	Llegadas de Turistas Internacionales (millones)							Cuota de Mercado %		Variación %
	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	1995	2006 p/	06/05
Mundo	545	684	703	689	766	802	842	100	100	5.0
Europa	316.3	387.8	397.3	395.9	424.5	438.3	456.9	58.0	54.3	4.2
Europa del Norte	41.5	44.9	46.4	44.5	49.7	51.0	54.3	7.6	6.4	6.5
Europa Occidental	112.2	135.8	138.0	136.1	139.0	142.6	149.8	20.6	17.8	5.0
Eur. Central/Oriental	60.0	63.4	65.3	67.7	86.3	87.8	89.1	11.0	10.6	1.5
Eur. del Sur/Mediterráneo	102.6	143.7	147.6	147.6	149.5	156.8	163.7	18.8	19.4	4.4
Asia y el Pacífico	85.6	120.5	131.1	119.7	145.4	155.4	167.4	15.7	19.9	7.7
Nordeste Asiático	44.1	65.9	74.1	67.6	79.4	87.6	94.1	8.1	11.2	7.4
Sudeste Asiático	29.2	39.8	42.0	36.3	48.3	49.3	53.9	5.4	6.4	9.3
Oceanía	8.1	9.1	9.1	9.0	10.1	10.5	10.5	1.5	1.2	0.0
Sur de Asia	4.2	5.8	5.8	6.8	7.6	8.0	8.9	0.8	1.1	11.3
Américas	109.0	122.2	116.6	113.0	125.8	133.2	136.0	20.0	16.2	2.1
América del Norte	80.7	86.4	83.2	77.4	85.8	89.9	90.7	14.8	10.8	0.9
El Caribe	14.0	16.9	16.1	17.1	18.1	18.8	19.4	2.6	2.3	3.2
América Central	2.6	4.4	4.7	4.9	5.7	6.3	7	0.5	0.8	11.1
América del Sur	11.7	14.5	12.6	13.6	16.2	18.2	18.9	2.1	2.2	3.8
África	20.7	29.2	29.9	30.6	33.5	37.3	40.9	3.8	4.9	9.7
África del Norte	7.3	10.7	10.4	11.1	12.8	13.9	14.9	1.3	1.8	7.2
África Subsahariana	13.4	18.6	19.5	19.6	20.7	23.4	26	2.5	3.1	11.1
Medio Oriente	13.8	24.0	27.9	29.6	36.3	38.3	40.7	2.5	4.8	6.3

p/ Datos preliminares.  
Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Vol. 5, Núm. 2, Junio de 2007.

En cuanto a la región de Asia y el Pacífico, el crecimiento en la llegada de turistas internacionales fue de 7.8 por ciento en promedio, mismo nivel de crecimiento que el registrado el año anterior. Sobresale el Sur de Asia con un 11.7 por ciento de crecimiento como la zona más dinámica, seguida por el Sudeste Asiático con 9.3 por ciento de incremento anual.

Para Europa se registró un modesto crecimiento del 4.3 por ciento en la llegada de turistas internacionales con respecto al 2005. Este resultado muestra un nivel muy similar de crecimiento al registrado durante los dos años previos. El crecimiento más elevado se dio en la Europa septentrional con un 6.5 por ciento, sobre todo por el comportamiento observado en el Reino Unido, que alcanzó un

crecimiento estimado de 7.3 por ciento. La segunda subregión más dinámica fue la de Europa Occidental con 5 por ciento de crecimiento anual.

Respecto al comportamiento de los ingresos por turismo internacional al nivel de regiones, el crecimiento más elevado se registró en Asia y el Pacífico con un 14.1 por ciento, seguida de África (12 por ciento), Europa (7.7 por ciento), América con el 6 por ciento y el Medio Oriente con el 2.3 por ciento. Durante 2006, los ingresos por turismo internacional crecieron a un ritmo superior al registrado por llegadas de turistas internacionales, lo que puede atribuirse al impulso recibido gracias a factores tales como la fortaleza de la economía mundial, las tarifas de las compañías aéreas de bajo costo, así como la absorción por parte de las empresas de los altos precios del petróleo y con ello el aumento en costos incrementando su competitividad.

Al considerar los principales destinos turísticos en el mundo para 2006, en comparación con 2005, las clasificaciones de los diez destinos principales fueron prácticamente las mismas. Respecto a los ingresos, el cambio que sobresale es que China continúa su ascenso y en este año desplaza al Reino Unido del quinto puesto después de desplazar en el 2005 a Alemania del sexto lugar. Es interesante remarcar el caso de China que continúa dando muestra de un crecimiento dinámico al consolidarse en su posición como líder de la región Asia y el Pacífico y a nivel mundial acercándose cada vez más a los Estados Unidos en cuanto a llegada de turistas.

Por su parte, si consideramos las llegadas de turistas internacionales, el principal cambio se debió al salto de Alemania del octavo al séptimo lugar como consecuencia del incremento de 9.6 por ciento anual, debido principalmente a que fue el país sede de la Copa Mundial de Fútbol.

Los resultados del turismo mundial en lo que va de 2007, referente a los cuatro primeros meses del año, reflejan un nivel estimado de llegadas de turistas internacionales de 252 millones a nivel mundial; esto representa un aumento del 6 por ciento respecto al mismo periodo de 2006. Algunos de los factores que más han contribuido a la tendencia actual de crecimiento se relacionan con factores como una coyuntura económica favorable en los principales mercados generadores, la confianza de los turistas, así como los esfuerzos de los gobiernos por desarrollar y promover el turismo, a través del aumento de las inversiones en infraestructura y fomento, el desarrollo de mercados internos y la mejora de la cooperación intrarregional.

Según la información disponible, la OMT indica que las regiones con mejores resultados en el arribo de turistas internacionales para el inicio de 2007, fueron lideradas por Asia y el Pacífico con un 8.6 por ciento de crecimiento, seguida de África y el Medio Oriente, ambas con 8.1 por ciento de incremento, Europa con el 5.8 por ciento y finalmente las Américas con el 3.8 por ciento de crecimiento anual.

## **3.2 EL TURISMO EN LAS AMÉRICAS**

Durante 2006 se inició la recuperación de la región, lo que en el balance del año arrojó tasas de crecimiento positivas, sobretudo después de un segundo semestre de 2005 bastante agitado debido a los huracanes que afectaron la región y que provocaron numerosos daños materiales.

El crecimiento registrado en la llegada de turistas internacionales durante 2006, respecto al año anterior, alcanzó el 2.1 por ciento con Norteamérica mostrando la menor tasa de crecimiento con 0.9 por ciento en tanto que América Central fue la más dinámica con un incremento del 10.8 por ciento. Entre los principales destinos de esta región, los Estados Unidos continuaron la recuperación iniciada en 2004 (3.8 por ciento), mientras que Canadá y México vieron disminuidos sus arribos de turistas internacionales en -2.8 y -2.6 por ciento, respectivamente. Por su parte el Caribe y América del Sur registraron crecimientos moderados del orden del 3.3 y 4 por ciento, en ese orden.

Sin embargo, los primeros cuatro meses de 2007 muestran un panorama mucho más alentador que en 2006, con un crecimiento del orden del 4 por ciento, esto es, dos puntos por arriba del mismo periodo de 2006. Este crecimiento tiene su origen en el buen crecimiento de todas las regiones a excepción del Caribe que decrece en un 2.2 por ciento, pero que en el caso de América del Norte, América del Sur y América Central se registran crecimientos del 9.1, 8.5 y 7.1 por ciento, respectivamente.

Los meses de mayo a agosto comprenden la temporada turística más importante para los destinos de América del Norte, por lo que las tendencias para esta temporada de 2007 en la demanda de viajes suelen reflejar las tendencias del mercado a más largo plazo. Un sector que se espera tenga resultados especialmente buenos es el de cruceros, lo que impactaría de forma positiva los resultados para las Américas.

## **3.3 EL TURISMO EN MÉXICO**

### **La importancia económica del turismo en México**

Durante 2006, la actividad turística generó en promedio, 1 millón 893 mil empleos remunerados. De acuerdo con cifras preliminares estimadas por la Secretaría de Turismo, en los primeros seis meses de 2007 se han generado 65 mil ocupaciones remuneradas.

#### **VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO<sup>1</sup>**

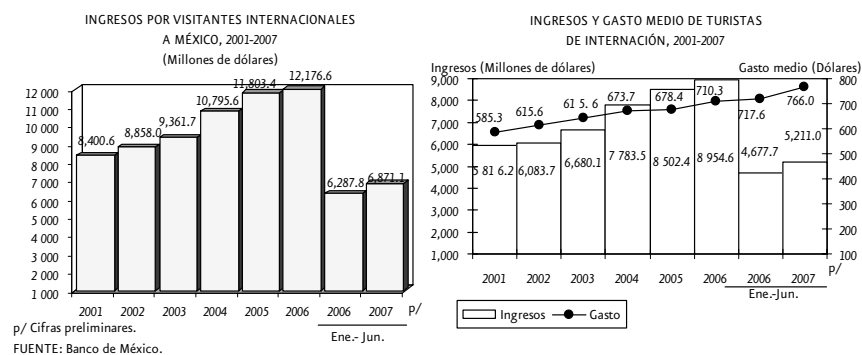
El año 2006 registró decrecimiento en el arribo de visitantes internacionales a México, debido principalmente a que durante toda la primera parte del año la zona del Caribe mexicano (principal destino turístico del país), se abocó a la reconstrucción de los daños causados por el huracán Wilma hacia finales del 2005. Sin embargo, la recuperación en el caso de los turistas internacionales ha venido cobrando fuerza durante la primera parte de 2007 como veremos a continuación.

Al cierre del 2006, el número de turistas internacionales a México fue de 21.4 millones de personas. En tanto que, durante enero-junio de 2007, el número de turistas internacionales registró 11 millones, cifra superior en 1 por ciento a la registrada en el mismo periodo del año anterior.

---

<sup>1</sup> Para la definición de éste y de otros conceptos, ver el Glosario de Términos al final de este Informe.





Los ingresos por visitantes internacionales a México al cierre de 2006 ascendieron a 12 176.6 millones de dólares, 3.2 por ciento más que lo registrado al cierre de 2005. Para el periodo enero-junio de 2007, el ingreso por visitantes internacionales fue de 6 871 millones de dólares, de los cuales 5 528 corresponden a ingresos por turistas internacionales. Es importante destacar que estas cantidades fueron superiores, respectivamente en 9.3 y 11.1 por ciento, a lo obtenido en el mismo periodo de 2006.

Del total de turistas internacionales en lo que va de 2007, 6.8 millones de personas corresponden a turistas de internación, mientras que 4.2 millones a turistas que visitaron la zona fronteriza; cifras que representan un incremento de 4.4 por ciento y un decremento de -4.1 por ciento respecto a lo observado en los primeros seis meses de 2006. Cabe señalar que el gasto medio de los turistas de internación, pasó de 718 dólares en el periodo enero-junio de 2006 a 766 dólares en el mismo periodo de 2007, lo que significa un crecimiento del 6.7 por ciento.

## EXCURSIONISTAS INTERNACIONALES A MÉXICO

Los excursionistas internacionales hacia México, entre enero y junio de 2007 disminuyeron en 8 por ciento con respecto al mismo periodo de 2006. Lo anterior obedece al decrecimiento del 10.1 por ciento de los excursionistas fronterizos, caída que no ha podido ser compensada por el crecimiento de 14.5 por ciento registrado por los pasajeros en crucero, debido a que representan una proporción mucho menor dentro del total.

El ingreso por estos visitantes sin pernocta se incrementó en 2.2 por ciento en términos de ingreso, durante los primeros seis meses de 2007 en comparación con el mismo periodo de 2006, producto del aumento de 18.6 por ciento registrado en el rubro de los pasajeros en crucero y de un decremento del 1.4 por ciento de los excursionistas fronterizos.

## VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR

El número de turistas internacionales de México al exterior ascendió a 7 millones durante los primeros seis meses de 2007, lo que significó un incremento de 9.7 por ciento contra el mismo lapso del año anterior. El gasto de este segmento experimentó un aumento de 10.3 por ciento al pasar de 1 948.8 a 2 159.6 millones de dólares.

## BALANZA TURÍSTICA

La Balanza Turística registró en 2006, un saldo positivo de 4 068.3 millones de dólares. Este saldo resulta inferior en 3.2 por ciento al observado en el año 2005. Durante el periodo de enero a junio de 2007, la balanza turística alcanzó un superávit de 2 940.7 millones de dólares, 22.2 por ciento superior al observado en el mismo periodo del año previo.

## **TURISMO INTERNO**

La llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel durante 2006 aumentó 1.1 por ciento con respecto a 2005, para alcanzar 54.1 millones de llegadas, lo mismo que las pernoctas totales que registraron un total de 92.1 millones de noches, lo que significa un incremento del 1.3 por ciento. La estadía promedio se mantuvo en 1.70 noches. Sin embargo, entre enero y junio de 2007 la llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel creció 5.8 por ciento contra el mismo periodo de 2006 y sumó 27.3 millones de llegadas.

Los visitantes a los museos administrados por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) registraron 7.54 millones de visitantes en 2006, lo que representa un decremento de 16.5 por ciento con respecto al año previo. Por lo que respecta a monumentos históricos, al cierre de 2006 éstos tuvieron una afluencia de 257 mil personas esto es, un incremento de 8.8 por ciento, en tanto que para zonas arqueológicas la misma fue de 9 millones, decreciendo ésta última en 5.6 por ciento respecto al año previo.

El número de visitantes a museos, monumentos históricos y zonas arqueológicas, fue de 9.8 millones de personas, de acuerdo con cifras preliminares en el lapso enero-junio de 2007, lo que significa un 0.9 por ciento respecto del mismo periodo de 2006.

## **OFERTA TURÍSTICA**

La oferta de alojamiento nacional fue de 556 399 habitaciones, de las cuales 450 428 corresponden a cuartos de hotel de categorías turísticas, de acuerdo con información proporcionada por los estados de la República y el Distrito Federal con corte al mes de diciembre de 2006. De conformidad con los datos proporcionados a la SECTUR, las entidades federativas que en el periodo registraron un mayor incremento en su oferta de cuartos de hotel fueron Nayarit, Quintana Roo Baja California Sur y Jalisco. Por otra parte, se estima que en los primeros seis meses de 2007 se incorporaron 5 753 cuartos adicionales para sumar una oferta total de 562 152 habitaciones.

Respecto a otro tipo de servicios turísticos, a finales de 2006 se contaba con 30 669 establecimientos de alimentos y bebidas, de los cuales 3 511 son bares, 1 106 centros nocturnos y discotecas y 26 052 restaurantes. Asimismo, dentro de la oferta turística se tienen registradas 5 342 agencias de viajes, 2 960 guías de turistas, 958 arrendadoras de autos, 334 instalaciones para reuniones de grupos o convenciones y 105 marinas.

## **OCUPACIÓN HOTELERA**

Durante el periodo enero-junio de 2007, el porcentaje de ocupación hotelera en centros turísticos seleccionados se ubicó en 58.91 por ciento, 1.63 puntos por abajo de lo observado en el mismo lapso de 2006. Los destinos turísticos con mayor porcentaje de ocupación fueron los Centros Integralmente Planeados (CIPs), con 74.87 por ciento, en los que a pesar de reducir su nivel en 2.35 por ciento en comparación con 2006, observaron un sensible incremento del 16.1 por ciento en el número de llegadas de turistas a cuartos de hotel en el mismo lapso.

### **3.4 TRANSPORTE AÉREO, CARRETERO Y MARÍTIMO**

#### **AÉREO**

Los aeropuertos del país recibieron 546 902 vuelos de pasajeros en 2006, 8.5 por ciento más que durante 2005. Del total de vuelos, el 75 por ciento son vuelos nacionales regulares, el 23 por ciento son internacionales regulares y el resto son vuelos fletados. Por tipo de destino, las ciudades abarcaron el 86 por ciento de los vuelos, el restante 14 por ciento correspondió a centros de playa.

Por número de pasajeros, durante 2006 se presentó un aumento de 8.3 por ciento en relación con 2005, registrándose la cifra de 37.2 millones. Los destinos que tuvieron un mejor desempeño por el número de pasajeros en vuelos regulares fueron los “Otros Centros de Playa”, ya que aumentaron los pasajeros tanto nacionales como internacionales, así como las ciudades del interior.

El número total de vuelos presentó un crecimiento del 17 por ciento para el periodo enero-junio de 2007, respecto al mismo periodo del año anterior. Por número de pasajeros, se han recibido 20.8 millones durante los primeros seis meses de 2007, lo que representa una variación positiva del 14.6 por ciento contra el mismo periodo de 2006.

#### **CARRETERO**

Los autobuses y automóviles que se desplazaron durante los primeros cinco meses de 2007 por las autopistas de cuota, tuvieron un decremento del 6.3 por ciento, al pasar de 96.5 millones de vehículos en el mismo periodo del año anterior a 90.4 millones.

#### **MARÍTIMO**

De acuerdo con cifras proporcionadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 6.1 millones de pasajeros en cruceros arribaron a las costas mexicanas durante 2006, lo que significó un decremento del 6 por ciento con respecto a 2005. Lo anterior es una secuela de los daños causados por el huracán Wilma lo que se reflejó sobre todo durante el primer semestre de 2006 en que el número de cruceros entre enero y junio de ese año fue de 1 562 y el de pasajeros de 3.1 millones, cifras inferiores en 15.3 por ciento y 12.5 por ciento respectivamente a lo observado en el mismo periodo de 2005.

En tanto que, durante el primer semestre de 2007 se muestra ya una recuperación de las cifras con un arribo de 1 811 cruceros y 3.7 millones de cruceristas, lo que se traduce en incrementos del 15.9 y 16.6 por ciento, respecto al mismo periodo del año pasado.

## **4. PLANEACIÓN TURÍSTICA**

### **4.1 PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y POLÍTICA SECTORIAL**

#### **4.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

- El 31 de mayo de 2007, en cumplimiento al Artículo 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y de acuerdo a lo establecido en la Ley de Planeación, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 (PND).

En este documento se establece como objetivo prioritario, convertir a México en un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como el fomento a la competitividad de las empresas del sector. Dichas estrategias institucionales tienen como propósito elevar en un 35 por ciento el número de turistas internacionales para el año 2012.

Durante el mes de junio de 2007, se realizó el análisis del documento final del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, en el cual se identificaron los compromisos en materia de turismo, para que a partir de ellos, se conduzca la actividad del Sector Turismo de la Administración Pública Federal a través del diseño del Programa Nacional de Turismo 2007-2012.

En el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 se establecieron las siguientes estrategias:

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

Cabe destacar que a través de las políticas establecidas en el PND 2007-2012, la actividad turística estará en posibilidad de desarrollarse plenamente, pues se establecen estrategias interinstitucionales que beneficiarán directamente al sector como lo son: la ampliación y modernización de la infraestructura; el fortalecimiento a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas; el impulso al desarrollo sustentable; la conducción de una política exterior responsable; y la promoción de acciones entre los tres niveles de gobierno y la sociedad para contar con destinos turísticos seguros.

## **ALINEACIÓN DE PROGRAMAS ESTATALES DE TURISMO**

- Durante el periodo diciembre de 2006-agosto de 2007, se participó en la alineación de los planes estatales de turismo de las entidades federativas de Coahuila, Oaxaca, Sinaloa y Zacatecas a los programas, procesos y proyectos de la SECTUR y sus entidades sectorizadas.
- Como parte de las acciones de planeación estratégica a nivel institucional, se llevaron a cabo labores de asesoría técnica a las unidades responsables de la SECTUR, del FONATUR y del CPTM con el propósito de dar un adecuado seguimiento a los objetivos, metas e indicadores institucionales.

## **DEFINICIÓN Y APLICACIÓN DE POLÍTICAS**

- En el marco de la Política Pública de Cruceros publicada en el Diario Oficial de la Federación el 26 de agosto de 2004, se dio continuidad a las tareas de instalación de los Comités Locales de Cruceros, para fortalecer la coordinación interinstitucional, habiéndose establecido el 21 de junio de 2007, el primer Comité de la presente administración en Puerto Chiapas, Chiapas y el 2 de agosto el de Guaymas, Sonora.
- Adicionalmente y para impulsar nuevas rutas de cruceros, se trabajó en la elaboración de la ruta del Golfo de México conjuntamente con la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, Funcionarios Estatales de Turismo y Administraciones Portuarias Integrales de los estados de Tamaulipas, Veracruz, Tabasco, Campeche y Yucatán, previéndose que se inicien recorridos a partir de 2008.
- Como parte de la promoción del desarrollo sustentable del principal destino receptor de cruceros en el país, se participó en el Plan de Acción para el manejo sustentable de los pasajeros en cruceros que arriban a Cozumel, Quintana Roo; proyecto financiado por *Cruise Lines International Association*, *National Fish and Wildlife Foundation*, bajo la coordinación del Ayuntamiento de Cozumel.
- El 30 y 31 de agosto, se llevó a cabo el “Primer Seminario sobre Competitividad para la Industria de Cruceros en México”, celebrado en la Ciudad de México, organizado por la SECTUR y la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, con la colaboración de la Asociación de Cruceros Florida-Caribe.
- Se estructuró conjuntamente con el Consejo de Promoción Turística de México, la elaboración de una estrategia de promoción para el retorno de los cruceristas al país, habiéndose presentado el mes de agosto, dentro del marco del Seminario sobre competitividad para la Industria de Cruceros en México.
- Del 10 al 14 de marzo de 2007, se participó en el pabellón de México, dentro del evento de cruceros, denominado “*Seatrade Cruise Shipping Convention*” fomentando de manera conjunta con la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, así como con los destinos que reciben cruceros en México, el incremento en el número de arribos, así como el fomento de otras rutas y puertos emergentes.

- Con el propósito de fortalecer al grupo intersectorial de trabajo, se celebraron diversas reuniones de trabajo y proyectos conjuntos con la Coordinación General de Puertos y Marina Mercante de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- En el marco del seguimiento de la Política de Derechos Humanos, se participó en la plática “Grupos vulnerables” impartida por la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal el 27 de junio de 2007, como parte de las acciones comprometidas y de seguimiento por el Grupo de Trabajo interno de la SECTUR.

### **4.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Poner en operación los Comités Locales de Cruceros instalados, para instrumentar estrategias orientadas a incrementar el gasto de los cruceristas y el retorno al país.
- Definir y articular la operación de políticas concurrentes que fortalezcan el papel del Sector Turismo en el desarrollo económico y social del país.

## **4.2 DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO**

### **4.2.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

#### **AGENDA 21 PARA EL TURISMO MEXICANO**

- En el periodo de este informe se instalaron dos Comités Agenda 21 Local en Parras de la Fuente, Coahuila y Santa María Colotepec, Oaxaca, (Puerto Escondido), y se espera que al finalizar el año se instalen ocho nuevos comités en igual número de destinos.
- Fue concluido y presentado en forma oficial el Plan Estratégico de Turismo de Naturaleza 2006 - 2015 (antes denominado Plan Rector de Ecoturismo, Turismo Rural y demás Actividades del Turismo de Naturaleza 2005-2015) durante la Reunión de Funcionarios Estatales de Turismo, que se celebró en la Ciudad de Aguascalientes, Ags.
- Los días 30 y 31 de mayo del presente año, se llevó a cabo el “IV Seminario-Taller sobre la aplicación de la Agenda 21 Local en destinos Turísticos”, en la Ciudad de México. El objetivo fue dar a conocer los avances que se han tenido en los destinos turísticos, que están participando en el Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, así como las acciones y apoyos que diversas instituciones federales llevan a cabo en el tema de desarrollo sustentable. En el evento se contó con la participación de representantes de 29 entidades y 49 destinos, así como de académicos y organizaciones no gubernamentales (ONG’s).
- Se participó el 24 de abril en la reunión del Grupo de Trabajo para definir estrategias y políticas de adaptación de cambio climático, organizada por el Instituto Nacional de Ecología (INE). Asimismo, los días 15 y 16 de marzo, se participó en el Foro Mariposa Monarca y en la Sesión del Comité

Técnico de Ordenamiento Ecológico de la Región Mariposa Monarca en la Ciudad de Morelia; y del 28 al 30 de marzo, en la sesión del Órgano Técnico del Comité del Ordenamiento Ecológico, Marino y Regional del Golfo de México y Mar Caribe, evento organizado en la Ciudad de Mérida por la Secretaría de Medio Ambiente y recursos naturales (SEMARNAT).

- Se participó el 27 de abril en la Tercera Sesión plenaria del Comité de Ordenamiento Ecológico Marino del Golfo de California en Ensenada, B.C., en donde se presentaron las acciones programadas por la SECTUR para dicha región.
- Se presentó el pasado 3 de mayo el Programa Agenda 21 Local en el marco del Congreso de la Federación Española de Agencias de Viaje, en Zacatecas, Zac.
- Se participó en las Jornadas Regionales para las Américas organizadas por la OMT y dedicadas a las normas de calidad y sostenibilidad en destinos turísticos, los días 14 y 15 de mayo en Caracas, Venezuela, presentándose el Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano.

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

- Se llevó a cabo la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo, que permite medir y monitorear las condiciones de cada destino, destacando cuatro grandes temas y 12 subtemas como son medio ambiente (agua, energía, aire, desechos, educación ambiental); entorno socioeconómico (beneficios económicos del turismo, impacto social); turismo (oferta y demanda turística); y desarrollo urbano (planeación urbana y ambiental, desarrollo urbano integral e imagen urbana).
- En el lapso enero-junio de 2007 dio inicio la elaboración de diagnósticos en 25 destinos, que comprende la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo en 18 nuevos destinos (Álamos, Bacalar, Bernal, Coatepec, Cosalá, Cuitzeo, Dolores Hidalgo, Irapuato, Izamal, Nuevo Casas Grandes, Papantla, Santiago, Tepotzotlan, Tlapujahua, Todos Santos, Catemaco, Guadalupe y Zatlán) así como la actualización de este Sistema en siete destinos (Cancún, Cozumel, Guanajuato, Mazatlán, Nuevo Vallarta, Puebla y Valle de Bravo). Dichos 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 sus principales indicadores se encuentra el tratamiento de aguas residuales; la generación, el manejo y la disposición de desechos; la certificación en materia ambiental; el desempleo; la presión demográfica; el ambulante; la satisfacción de los turistas; la derrama económica por turismo; el ordenamiento ecológico y la cobertura de servicios básicos, entre otros.
- En este sentido, los días 14 y 15 de febrero, se presentaron los diagnósticos para la implantación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo en los municipios de Cozumel y Solidaridad (Playa del Carmen) en Quintana Roo.

## **SISTEMA NACIONAL DE INFORMACIÓN SOBRE LA CALIDAD DEL AGUA EN PLAYAS MEXICANAS**

- De enero a mayo, la SECTUR participó en cinco sesiones del Grupo Interinstitucional de Playas Limpias, en donde se analizó la situación del Programa Playas Limpias y se definieron actividades coordinadas con las Secretarías del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), Marina y Salud, así como con la Comisión Nacional del Agua (CNA).
- El día 18 de abril, se participó en una reunión en las oficinas de la Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), para conocer el avance de los monitoreos de playas y su difusión vía Internet.
- Los días 15 y 16 de febrero, la SECTUR participó en la Primera Sesión sobre Compensación Ambiental y Desarrollo, organizada por la SEMARNAT y el Instituto Nacional de Ecología (INE), con el propósito de conocer la forma en que se maneja este programa.

### **4.2.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Consolidar el funcionamiento de los Comités Locales Agenda 21, en los destinos en donde ya se ha instalado, así como promover la instalación y funcionamiento en los destinos restantes.
- Llevar a cabo la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad en 18 nuevos destinos y actualizar el diagnóstico en siete destinos.
- Fomentar la incorporación de más empresas al Programa de Calidad Ambiental Turística.

## **4.3 INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y ECONÓMICA**

### **4.3.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

#### **SISTEMA DE INFORMACIÓN DATATUR**

- El Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DataTur, cumplió cinco años de servicio en el mes de junio de 2007, posibilitando que la ciudadanía consulte las estadísticas y principales indicadores de la actividad turística en México, así como los análisis de carácter económico y prospectivo que en torno al turismo se generan en la SECTUR, a través de la página en Internet de la dependencia (<http://www.sectur.gob.mx>) y de su propia dirección (<http://datatur.sectur.gob.mx>).

DataTur ha sido consultado en más de 880 mil ocasiones desde el inicio de sus operaciones y hasta el mes de agosto de 2007. Cabe señalar que a través de este sistema actualmente se monitorea el comportamiento de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje en 74 de los principales destinos turísticos del país. Dentro de los principales avances registrados durante el periodo,



destaca la incorporación de tres de los seis centros turísticos adicionales trazados como meta para el ejercicio 2007.

Para asegurar la confiabilidad, cobertura y oportunidad de las estadísticas de turismo que difunde la SECTUR, por cuarto año consecutivo se aplicó a éstas una auditoría de calidad en el mes de diciembre de 2006, por parte de *Internacional Certification of Quality Systems, S.C.*, organismo de certificación acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), que extendió el certificado N° IQS7483/2006 al Sistema de Gestión de la Calidad del Proceso DataTur, por haber demostrado la conformidad con los requisitos de la norma NMX-CC-9001-2000/ISO 9001-2000. Cabe señalar que para agosto de 2007, la estadística de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje de 58 monitoreos que se desarrollan en 55 destinos turísticos del país está incorporada al Sistema de Gestión de la Calidad.

Entre los meses de diciembre de 2006 y agosto de 2007, se elaboraron y difundieron 38 reportes con resultados semanales de la ocupación hotelera, generados mediante el monitoreo permanente que se lleva a cabo en un total de 71 destinos turísticos del país (29 centros de playa y 42 ciudades). Dicho reporte se difunde a través de las direcciones <http://www.sectur.gob.mx> y <http://datatur.sectur.gob.mx>.

Al mes de agosto de 2007, el Monitoreo DataTur logró una cobertura de 240 986 cuartos y 3 790 hoteles, que representan respectivamente el 53.5 por ciento y el 41.8 por ciento de la oferta turística total nacional.

En este periodo se integró el cierre preliminar 2006 de los resultados anuales por centro turístico, de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje para 70 destinos monitoreados a través del Programa DataTur y siete más a través del Sistema de Información Turística Estatal (SITE); así como de tres monitoreos especializados para cabañas, villas y similares. Asimismo, se integraron resultados anuales en 30 entidades federativas. Cabe indicar que el estado de Hidalgo, es el primero que presenta resultados en el marco del Programa de Monitoreo DataTur, mientras que para el resto se presentan como resultados estimados.

## **PUBLICACIONES**

- Finalizó la elaboración del inventario de la oferta de hospedaje correspondiente al ejercicio 2006, con información proporcionada por las autoridades de turismo de 32 entidades federativas.
- Se distribuyeron 11 979 ejemplares del informe estadístico “Resultados de la Actividad Turística” entre diciembre de 2006 y agosto de 2007 entre instituciones públicas y privadas involucradas en el tema. Además de poder ser consultado a través de la página en Internet, el informe “Resultados de la Actividad Turística” se encuentra disponible tanto en forma impresa como a través de correo electrónico. Adicionalmente, se distribuyeron 911 ejemplares de la publicación “El Turismo en México 2005”, 821 ejemplares de la publicación “El Turismo en México 2006”, 932 ejemplares de la publicación “Turismo de Internación 2001-2005” y 928 ejemplares de la publicación “Turismo de Internación 2006” en español. Los documentos antes mencionados se encuentran disponibles para su consulta en la página en Internet del sistema DataTur.

- Al finalizar el primer semestre de 2007, se distribuyeron 843 ejemplares en disco compacto, 27 por correo electrónico, así como 56 con información parcial.
- Se elaboraron y distribuyeron durante el periodo diciembre de 2006 y agosto de 2007 a través de correo electrónico, 36 reportes económicos semanales que incluyen información de coyuntura y noticias relevantes en materia económica. El propósito de este documento es proporcionar información que mantenga actualizados a los funcionarios del sector, para la mejor comprensión de los fenómenos económicos nacionales e internacionales.
- Para este lapso, se elaboraron y distribuyeron los ejemplares No. 18 y 19 del Boletín Cuatrimestral de Turismo; y se encuentra en proceso de elaboración el No. 20. La totalidad de las ediciones del Boletín se encuentran disponibles en Internet en la página del Sistema DataTur.
- Se elaboraron los números 62 al 69, encontrándose en proceso de elaboración el número 70 del Boletín “Hechos y Tendencias del Turismo” entre diciembre de 2006 y agosto de 2007. Este Boletín incluye los resultados del monitoreo permanente a medios de comunicación, prensa especializada, sitios de Internet, así como documentos técnicos y publicaciones periódicas, además de un análisis de las tendencias de la actividad turística a nivel mundial y su impacto en el ámbito nacional. El Boletín “Hechos y Tendencias del Turismo” es distribuido por correo electrónico a aproximadamente 600 de los principales actores del sector, además de publicarse en el portal de la SECTUR y en el sistema de información estadística, DataTur.
- Considerando la relevancia que tienen el conocimiento de los principales mercados emisores de turismo a México, se planteó la necesidad de monitorear algunas de las variables más significativas de los mismos, generando información que permita el análisis de comportamientos tendenciales del mercado y la construcción de escenarios, ejes fundamentales de la planeación estratégica. En este sentido entre diciembre de 2006 y agosto de 2007 se elaboraron los números seis al 10 del Boletín “Perfil de los Mercados Turísticos Emisores”. El boletín es distribuido por correo electrónico a aproximadamente 600 de los principales actores del sector, además de publicarse en el portal de la SECTUR y en el sistema en Internet de información estadística, DataTur.
- Como parte de los trabajos del Comité Técnico de Estadística y de Información Geográfica del Sector Turismo (CTEIGST), entre diciembre de 2006 y agosto de 2007 se inició el proceso de actualización de las Bases de Coordinación para dar la continuidad a la operación de esta instancia de participación colegiada, sometiéndose a las áreas jurídicas el proyecto correspondiente.

## **INFORMACIÓN ECONÓMICA**

- Se llevó a cabo la actualización de la Cuenta Satélite de Turismo de México (CSTM) para el año 2004, con información procedente de las 32 entidades federativas, así como de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal. Al mes de agosto de 2007, se continúa recopilando información para la actualización de la CSTM al 2005.
- En el marco de los compromisos adquiridos entre la SECTUR y el INEGI, concluyó la generación de tabulados de las Estadísticas de Turismo con base en los Censos Económicos 2004, con resultados por entidad federativa con desagregación geográfica por municipio y centro turístico.

- Aunado a lo anterior y con objeto de maximizar el aprovechamiento de esta información, se generaron 32 discos de instalación (uno por entidad federativa) y un desarrollo web con la plataforma IRIS desarrollada por el INEGI, que contienen todas las estadísticas de turismo generadas con base en los Censos Económicos 2004, desagregadas a nivel de Área Geoestadística Básica (AGEB), así como la referencia geoespacial al nivel de manzana de los poco más de 280 mil establecimientos que suministran directa o indirectamente servicios al turista.
- Con base en la Encuesta Nacional de Empleo Urbano se ha actualizado los resultados del Módulo de Empleo, los cuales se encuentran en revisión en términos de su consistencia estadística y metodológica.
- Se ha elaborado el Índice Nacional de Precios Turísticos. Los resultados se encuentran publicados en la página del sistema de información estadística DataTur.
- Durante el periodo que abarca el presente informe, fueron ajustadas las variables exógenas y endógenas de la base de datos del Modelo Económico del Turismo en México. Este modelo es de utilidad para generar escenarios y proyecciones, dentro de las cuales destacan las realizadas para las variables que conforman las metas del Sector, entre las que se encuentran los ingresos por visitantes internacionales así como las llegadas de turistas internacionales.

### **4.3.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Ampliar la cobertura del monitoreo de la ocupación en servicios turísticos de hospedaje a través del Programa DataTur y agregar nuevos monitoreos al Sistema de Gestión de la Calidad.
- Iniciar el programa de formación y difusión de estadísticas para el segmento turismo de negocios en congresos, convenciones y ferias especializadas. Así como poner en marcha los trabajos para la creación de un Sistema de Indicadores de Turismo por entidad federativa.
- Ampliar y consolidar la generación de la información estadística que genera el Sector Turismo de manera que coadyuve al fortalecimiento del mismo.
- En cuanto a la generación de información, particularmente con la Cuenta Satélite de Turismo de México, elaborar convenios de cooperación con las dependencias y entidades públicas a fin de mejorar la calidad de la información estadística que incide en el desarrollo del Sector.
- Elaborar estudios con información económica bajo una visión prospectiva del turismo en México que permitan potenciar la toma de decisiones para la generación de políticas públicas.

## 4.4 ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

### 4.4.1 ACCIONES Y RESULTADOS

- La SECTUR aplica la encuesta Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas desde 2001 con el propósito de conocer la percepción de los turistas internacionales que viajan por avión sobre la calidad de los servicios turísticos que reciben y sobre diversos atributos del destino visitado. Durante el periodo enero-junio de 2007, se evaluaron 29 destinos turísticos, cuyos resultados reflejaron un índice de satisfacción global de 8.3, en una escala de 1 a 10 puntos. El rubro con mayor índice de satisfacción fue la atención recibida por el personal de establecimientos turísticos con 9.5 puntos y el de menor calificación fue el transporte público con 7.0 puntos. Al cierre de 2006 el índice de satisfacción global fue de 8.2 puntos.
- Se llevó a cabo el proceso de fortalecimiento del “Estudio Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas” en destinos seleccionados para la temporada vacacional de Verano 2007 ya que los cambios en la administración de los gobiernos de los estados durante el 2007, así como la reorganización de sus estructuras orgánicas, hicieron que el levantamiento de los cuestionarios en Acapulco, Cancún y Villahermosa se suspendieran de manera temporal por lo que se decidió apoyar el levantamiento de la información en segmentos clave a fin seguir contando con información confiable y consistente sobre el perfil y grado de satisfacción de los turistas.
- Se llevó a cabo la contratación de la asesoría para la consolidación y análisis de bases de datos históricas del “Estudio Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas” 2001-2006, con el propósito de realizar un análisis de tendencia sobre los hábitos de consumo y el grado de satisfacción de los turistas nacionales e internacionales para el periodo 2001-2006, que muestre el perfil y grado de satisfacción de los turistas que viajan por motivos de sol y playa, visita a familiares y/o amigos, luna de miel, negocios, que permita conocer con profundidad los hábitos de viaje de estos segmentos con el propósito de contribuir con elementos para mejorar las estrategias de planeación, desarrollo y promoción del sector turístico nacional.
- Se realizó el análisis “Expectativas de Viaje de los Principales Mercados Emisores de Turismo Doméstico” para las temporadas vacacionales de semana santa y verano de 2007. Este estudio tiene como principal objetivo generar información de forma anticipada que permita conocer las tendencias y comportamientos de los viajeros. En 2005, se determinó que la expectativa de viaje se podía proyectar haciendo una correlación estadística, utilizando el índice generado en conjunto por el INEGI y el Banco de México sobre la “Confianza del Consumidor”, por lo cual, para el año 2007 la información se genera a través de un modelo econométrico el cual permite obtener el índice sobre la expectativa de viaje con pernocta dentro del país de los habitantes en los principales mercados emisores de turismo doméstico.
- Se realizó el estudio “Medición de la incidencia de viaje del turista nacional en la temporada vacacional de semana santa de 2007”, con el propósito de determinar la incidencia real de viaje con pernocta del turista nacional para la temporada vacacional de semana santa y aportar elementos que contribuyan a estimar la derrama económica generada en el sector turístico nacional.

- Se realizó la actualización del “Estudio de Líneas Aéreas de Bajo Costo” (ABC) al mes de marzo de 2007, con la información proporcionada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con el propósito de estimar la demanda de las ABC, en el mercado doméstico y determinar las diferencias y similitudes con las líneas regulares, así como sus motivadores de compra.
- Se definieron los objetivos, alcances y metodologías de los siguientes estudios y asesorías a llevarse a cabo durante el segundo semestre de 2007, Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares; Rediseño Metodológico del Estudio Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas; Diagnóstico Integral sobre la Aplicación de la Tasa Cero por Ciento de IVA en Congresos, Convenciones, Ferias y Exposiciones internacionales en México; *Benchmarking* del Bicentenario de la Independencia de México y Centenario de la Revolución Mexicana; Elementos para evaluar el impacto económico, social y ambiental del turismo de naturaleza en México; Asesoría para elaborar el Plan de Acción y Visión Estratégica para el Sector Turístico de la Frontera Norte de México, y Manual de Gestión para la nominación del Área de Protección de Flora y Fauna “Laguna de Términos” Patrimonio Natural de la Humanidad.

## COMITÉ TÉCNICO DE ESTUDIOS E INVESTIGACIONES

- El Comité Técnico de Estudios e Investigaciones del Sector Turismo, cuyo propósito es el de dictaminar las propuestas de elaboración de estudios e investigaciones de las unidades administrativas de la SECTUR y de sus entidades coordinadas, sesionó cuatro veces de manera ordinaria y dos veces de forma extraordinaria durante el periodo diciembre de 2006-julio de 2007. Los estudios presentados corresponden a distintas áreas de la SECTUR, el FONATUR y el CPTM. En dichas sesiones se revisaron 16 casos de los cuales se aprobó el 100 por ciento.

## DIVULGACIÓN Y ACTUALIZACIÓN

- A lo largo del periodo diciembre de 2006-agosto de 2007 y con el fin de divulgar los resultados de diversos estudios realizados por la SECTUR, se participó en diversos foros de amplia convocatoria, contando con la participación de diversos actores del sector así como de los sectores privado y académico. Destacan la presentación de los resultados del “Estudio de Expectativas de Viaje de los principales Mercados Emisores de Turismo Doméstico en la temporada invierno 2006”; la conferencia de prensa para presentar los resultados de los estudios “Expectativas de Viaje del Turismo Doméstico para la Temporada de Semana Santa 2007”, a las que se convocaron a medios impresos y electrónicos. Asimismo, se llevó a cabo el primer evento del programa de presentaciones de estudios CESTUR 2007 “Conocimiento, Información y Estrategias para el Desarrollo Turístico”, en la Ciudad de Puebla y con el apoyo de las Secretarías de Turismo del Estado y del H. Ayuntamiento de Puebla. De igual manera, se tuvo una participación en el evento de AMDETUR llevado a cabo en la Ciudad de México, con un stand para promoción y entrega de folletos de los estudios e investigaciones del CESTUR. Estos estudios también se encuentran disponibles en el sitio en Internet de la SECTUR.
- Durante el lapso que se reporta diciembre de 2006 a la fecha, se registraron más de 63 362 consultas en Internet a la sección correspondiente de los estudios e investigaciones de CESTUR. Adicionalmente, se llevó a cabo la divulgación de estas publicaciones por medio de correo electrónico a una base de datos de más de 3 000 actores del sector turístico público y privado.

- En el mismo periodo, fueron distribuidos más de 4 000 folletos promocionales de los estudios realizados por el CESTUR. También se tuvo participación en eventos como el XXXII Tianguis Turístico, la XXII Reunión de Funcionarios Estatales de Turismo, y en el evento anual de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos A.C. (AMDETUR), mismos en los que fueron distribuidos los folletos antes mencionados.
- El CESTUR, con el propósito de actualizar a los principales actores del sector, coordinó el programa de seminarios del XXXII Tianguis Turístico, realizando un foro de discusión con el tema “Turismo Cultural y Sitios Arqueológicos como Oportunidades para el Desarrollo Regional”, en el cual se contó con la asistencia de poco más de 300 personas. Este programa fue evaluado como muy bueno o bueno por los encuestados en un 84 por ciento de acuerdo a los resultados de la encuesta de satisfacción aplicada a los asistentes.
- El Centro de Documentación Turística (CEDOC) mantuvo para 2007 la certificación de calidad bajo la norma ISO 9001-2000. Este centro de documentación tiene como objetivo compilar y difundir información especializada relativa al turismo en México. En este sentido, se registraron 6 490 consultas entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, de las cuales 622 consultas se llevaron a cabo en las instalaciones del propio CEDOC y las 5 868 de las consultas restantes se realizaron a través del sitio en Internet de la SECTUR. Asimismo, ingresaron 415 títulos para su catalogación en el acervo del Centro de Documentación.

## **SERVICIOS DE EXTENSIÓN**

- En el marco de la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo, al mes de agosto de 2007 se cuenta con 160 investigadores, 159 productos de investigación y 31 instituciones educativas. En lo relativo a las tareas de promoción de esta red, se fortaleció el acercamiento con instituciones académicas de nivel superior para incorporar un mayor número de investigadores, de resultados y productos de investigación turística así como de centros e instituciones educativas de nivel superior y de posgrado nacionales. Adicionalmente, se incorporó al portal en Internet de la SECTUR, una página dedicada a proporcionar a los investigadores del área turística diversos canales de servicios y recursos para fomentar la investigación turística en el país.
- En este sentido, se promovió el intercambio de apoyos institucionales mas puntuales con organismos e instancias nacionales e internacionales que desarrollan e impulsan la investigación turística dentro de las cuales destacan el Instituto de Investigaciones Sociales, la Universidad Anáhuac del Sur, el Colegio de Tlaxcala y la Universidad Iberoamericana.
- Se dio continuidad al ciclo de seminarios denominado “Conversando con los Expertos” que tiene como propósito la actualización de cuadros directivos de SECTUR, FONATUR y CPTM. En este ciclo, se llevó a cabo el primer seminario con el tema: ¿Qué es el ROI en Mercadotecnia y cómo aplicarlo? Este seminario se llevó a cabo el pasado 19 de junio y fue presentado por el Dr. Jorge Alagón de la empresa *Millward Brown México*.

## TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

- Con el propósito de mejorar su conocimiento de los usuarios de su Portal Oficial en Internet, y de mejorar el contacto de la entidad con la ciudadanía, la SECTUR a través del mismo llevó a cabo entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, el registro de 25 936 nuevos usuarios, lo que ha permitido obtener más información respecto al perfil de los mismos, así como de sus preferencias e intereses, a través de la obtención material como boletines, estudios y comunicados que son distribuidos electrónicamente. El total de usuarios registrados en el portal fue de 70 368 al mes de agosto de 2007, reflejándose un crecimiento del 17 por ciento con respecto al mismo periodo del año anterior. Al cierre de julio de 2007 se registraron 937 063 visitas acumuladas, que representan un promedio de 4 420 visitas diarias.
- El pasado 28 de junio en el Hotel Fiesta Americana Reforma de la Ciudad de México, se llevó a cabo la sexta edición del Foro e-Turismo con el tema: “Internet al Servicio del Turismo”. En este foro 2007, se analizó cómo el Internet se ha convertido en un medio indispensable para la promoción y comercialización del producto turístico y de cómo la industria turística ha tomado provecho de esta tecnología para enfrentar un mercado mucho más demandante y exigente, ampliando sus alcances de promoción y venta, acercando su oferta y mejorando la experiencia de los viajeros.

Esta edición se enriqueció con la exposición de temas a cargo de empresas e instituciones como IDC, Amadeus, Galileo, Google, IATA, la Universidad de Colima y Nacional Financiera, entre otras. El evento contó con la asistencia de más de 150 participantes, especialmente empresarios de MIPYMES turísticas, quienes lo calificaron de forma positiva y expresaron su interés porque el Centro de Estudios Superiores en Turismo continúe realizando el evento.

- La SECTUR mantuvo su participación en los sitios e-México y e-Gobierno, a través de la aportación de contenidos informativos del Sector Turismo y mediante asesoría técnica para el diseño de contenidos del portal [www.e-visitantes.gob.mx](http://www.e-visitantes.gob.mx), así como para el canal de turismo en el Portal [www.gob.mx](http://www.gob.mx).
- Se desarrolló y presentó la fase II del Sistema de Inteligencia Institucional, que representa la base de una comunidad virtual para la presentación, análisis e intercambio de información sustantiva del Sector Turismo para apoyar el proceso de toma de decisiones.

### 4.4.2 RETOS Y OPORTUNIDADES

- Buscar la participación comprometida de las Unidades Administrativas que tienen un espacio específico para contenidos en el Sistema de Inteligencia Institucional, para su viabilidad, consolidación y eficiencia operativa.
- Mantener y expandir la cobertura del Foro e-Turismo buscando permanentemente impactar la cultura informática e innovación de las Pequeñas y Medianas Empresas MIPYMES turísticas en todo el país.

- Establecer convenios y acuerdos con cámaras/asociaciones, ONG's, universidades e instituciones como NAFINSA, Secretaría de Economía y Secretaría del Trabajo, para la promoción de programas de capacitación para empresarios de MIPYMES turísticas en temas esenciales de tecnologías de información y comunicaciones (TIC's), para coadyuvar a su adopción e incidir en su cultura informática.
- Fortalecer las acciones de difusión y promoción del CESTUR emprendidas durante 2007, así como fortalecer la divulgación de información estratégica para el sector turístico a través de programas de eventos, cursos de actualización, producción y distribución de materiales y herramientas de comunicación de los resultados de estudios e investigaciones, así como la consolidación, puesta en marcha y promoción de la biblioteca virtual especializada en turismo de la SECTUR, CEDOC-virtual.

## **5. OPERACIÓN TURÍSTICA**

### **5.1 DESARROLLO REGIONAL, ESTATAL Y MUNICIPAL**

#### **5.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

##### **CONVENIOS DE COORDINACIÓN EN MATERIA DE REASIGNACIÓN DE RECURSOS**

- Con el fin de promover el Federalismo y el desarrollo regional equilibrado, así como para fortalecer las capacidades de los gobiernos estatales y municipales, la SECTUR ha suscrito en 2007 Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos con gobiernos de las entidades federativas, que les permiten ejecutar acciones concretas para elevar la competitividad y la calidad de los destinos turísticos. Para el ejercicio presupuestal 2007, al mes de agosto se han firmado 31 convenios entre la SECTUR y las entidades federativas, quedando pendiente el Estado de Morelos.
- Los propósitos de los mencionados convenios consisten en reasignar recursos federales a los estados de la República, con la consecuente transferencia a éstos de la responsabilidad de su ejercicio, así como determinar los mecanismos de evaluación y control sobre la utilización de dichos recursos. En dichos convenios, se señalan los montos que los gobiernos estatales y municipales aportan, con objeto de que los proyectos que se lleven a cabo sean compartidos entre los tres niveles de gobierno, así como los que los propios gobiernos de los estados gestionen ante los sectores social y privado.



Los convenios son los siguientes:

Estado	RECURSOS			Total
	Federales	Estatales	Municipales y Sectores privado y Social	
Aguascalientes	15 000 000	19 000 000	1 000 000	35 000 000
Baja California	20 000 000	20 000 000	8 500 000	48 500 000
Baja California Sur	18 000 000	36 000 000	0	54 000 000
Campeche	10 600 000	18 200 000	3 500 000	32 300 000
Coahuila	16 000 000	22 000 000	10 000 000	48 000 000
Chiapas	8 250 000	16 500 000		24 750 000
Chihuahua	11 500 000	11 500 000	9 650 000	32 650 000
Colima	14 200 000	13 900 000	13 900 000	42 000 000
Distrito Federal	15 000 000	29 500 000	0	44 500 000
Durango	20 580 619.16	40 661 239	500 000	61 741 858.16
Guanajuato	20 500 000	21 634 300	19 065 702	61 200 002
Guerrero	12 000 000	20 349 999	1 750 000	34 099 999
Hidalgo	16 000 000	16 000 000	15 750 000	47 750 000
Jalisco	12 000 000	12 000 000	12 000 000	36 000 000
México	28 800 000	14 400 000	14 150 000	57 350 000
Michoacán	16 107 669	13 445 832	18 554 625	48 108 126
Morelos	0	0	0	0
Nayarit	4 500 000	4 500 000	4 500 000	13 500 000
Nuevo León	20 000 000	40 000 000		60 000 000
Oaxaca	11 125 000	22 000 000	0	33 125 000
Puebla	10 000 000	10 000 000	10 000 000	30 000 000
Querétaro	20 000 000	20 250 000	19 750 000	60 000 000
Quintana Roo	19 200 000	26 983 334	11 416 666	57 600 000
San Luís Potosí	20 000 000	25 455 000	15 655 000	61 110 000
Sinaloa	20 000 000	20 000 000	20 000 000	60 000 000
Sonora	20 000 000	19 000 000	19 250 000	58 250 000
Tabasco	5 000 000	5 000 000		10 000 000
Tamaulipas	15 000 000	15 000 000	15 000 000	45 000 000
Tlaxcala	12 000 000	12 000 000	11 500 000	35 500 000
Veracruz	12 000 000	17 045 000	16 365 000	45 410 000
Yucatán	12 000 000	13 250 000		25 250 000
Zacatecas	15 000 000	80 000 000	50 750	95 050 750
<b>TOTAL</b>	<b>470 363 288</b>	<b>655 574 704</b>	<b>271 807 743</b>	<b>1 397 745 735</b>

- Del monto autorizado de 495.1 millones de pesos, al mes de agosto de 2007 ya se habían asignado a los estados 470.4 millones de pesos.
- Los montos a los que se refieren los convenios suscritos podrían variar durante el ejercicio según lo acuerden las partes, para lo cual se firmarán los correspondientes convenios modificatorios.
- Por línea de producto tenemos la siguiente distribución: 63 por ciento para turismo cultural; 17.8 por ciento para turismo alternativo; 11.3 por ciento para sol y playa; 1.4 por ciento para turismo social; y el 6.5 por ciento restante para otros segmentos. Con estos recursos se impulsaron 213 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 anterior 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 213 proyectos.

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, que son los estados de Hidalgo, México, Morelos, Tlaxcala y el Distrito Federal. Complementariamente se inserta en este programa el estado de Guerrero.

### **PROGRAMA RUTA DE LOS DIOS**

Las entidades de Distrito Federal, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz, que conforman este programa, 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 Luis 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 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, es un programa complementario a los programas regionales anteriormente señalados, que 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 debe tener cercanía a algún sitio turístico, accesibilidad por carretera, valor o motivo histórico y/o religioso y voluntad de la comunidad y gobierno local.

### 5.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES

- Continuar con los esfuerzos necesarios para integrar a las 32 entidades federativas al esquema de suscripción de Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos.
- Obtener un mayor volumen de recursos fiscales en el Presupuesto de Egresos de la Federación, a efecto de estar en condiciones de incrementar los montos de las transferencias a las entidades federativas a través de los convenios.
- Gestionar ante los gobiernos de los estados, el incremento de sus aportaciones destinadas al desarrollo de infraestructura turística.

## 5.2 DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO

### 5.2.1 ACCIONES Y RESULTADOS

En este rubro se reportan en forma detallada las acciones llevadas a cabo en el marco de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos, así como en los Convenios de Colaboración, que se comentaron en el análisis previo.

## PROGRAMA CENTROS DE PLAYA

- Baja California Sur: en la Ciudad de La Paz se apoyó la construcción parque acuático "El Coromuel", así como la rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana del Centro Histórico (calle Esquero y 16 de Septiembre); como parte de la estrategia de fortalecimiento de los destinos turísticos complementarios del estado se apoyó la rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana integral del poblado Los Barriles, la primera etapa del programa "Todos Santos Pueblo Mágico", la segunda etapa de mejora del Centro Histórico de Santa Rosalía (en zona de fundidora), el apoyo al programa de desarrollo turístico integral de Heroica Mulegé, así como la creación del circuito turístico de Puerto San Carlos y Malecón costero en Comondú; así como el estudio Integral de desarrollo turístico del Estado de B.C.S.
- Colima: en Manzanillo se apoyó la sexta etapa de remodelación del Centro Histórico de Manzanillo (Calles Juárez y México), la realización de obras complementarias en el Muelle Fiscal de Manzanillo, así como la implementación del SARE en el H. Ayuntamiento de Manzanillo; en la Ciudad de Colima se apoyó la primera etapa de remodelación de su Centro Histórico; como parte de la estrategia de fortalecimiento de los destinos turísticos complementarios del estado, en el Municipio de Tecomán se apoyó la tercera etapa mejoramiento de la imagen urbana del Centro de la Ciudad de Tecomán, la construcción del Corredor Turístico Tecuanillo-Pascuales y el mejoramiento y rehabilitación de la imagen del Cocodrilario Laguna la Encantada, Alcuahue-La Colorada; por otra parte se apoyó la tercera etapa de mejoramiento de la imagen urbana del Malecón de Cuyutlán, la cuarta etapa del Programa Comala Pueblo Mágico (Incluye Zona Mágica) y la remodelación del Centro Histórico de Coquimatlán.
- Guerrero: como parte de la estrategia de fortalecimiento de los destinos turísticos complementarios del estado se apoyó la segunda etapa del Proyecto Zona Arqueológica Tehuacalco, la segunda etapa del Camino de acceso al Proyecto Arqueológico Tehuacalco, la sexta etapa del Programa Taxco Pueblo Mágico, el Proyecto Arqueológico Soledad de Maciel, la rehabilitación del muelle de embarque en Playa Paraíso en la Costa Grande, la rehabilitación del Museo de la Resistencia Indígena en Ixcateopan, la remodelación del Parador Turístico Artesanal de Xalitla, el Desarrollo Integral Ecoturístico Parque Natural El Huixteco en Taxco, la remodelación integral de la imagen urbana de Pie de la Cuesta de Acapulco; así como el apoyo al programa mercadológico del Programa Regional "En el Corazón de México".
- Jalisco: se apoyó el rescate del Centro Histórico de Puerto Vallarta, la quinta etapa del Programa Tequila Pueblo Mágico, la quinta etapa del Programa Tapalpa Pueblo Mágico, la quinta etapa Programa Mazamitla Pueblo Mágico, así como la rehabilitación de la imagen urbana de Chapala.
- Nayarit: se apoyó la segunda etapa de construcción del Mercado Artesanal en Rincón de Guayabitos y la sexta etapa del Programa Mexcaltitán Pueblo Mágico.
- Oaxaca: en la zona de la costa oaxaqueña se apoyó la construcción de un embarcadero en Chacahua, así como la segunda etapa de construcción de infraestructura y equipamiento turístico para el turismo alternativo en Santa María Tonameca; a nivel estatal se apoyó el programa de equipamiento, seguridad y servicios para comunidades con proyectos de ecoturismo, así como el programa de señalamiento turístico carretero, urbano y de rutas. Asimismo, se apoyó la

construcción del sendero "Los Milagros" en Santa Catarina Juquila; mientras que en la zona norte se continuó con el apoyo al Programa de Desarrollo Turístico de la "Sierra Juárez"; por otra parte se brindó apoyo al Programa Regional "Ruta de los Dioses".

- Sinaloa: en Mazatlán se apoyó la tercera etapa del Proyecto Centro Histórico, la tercera etapa del Proyecto Urbano Playa Gaviotas, la rehabilitación e iluminación artística del Fuerte 31 de marzo, la rehabilitación del Paseo del Centenario, además de la construcción de servicios sanitarios en la Glorieta Sánchez Taboada; como parte de la estrategia de fortalecimiento de los destinos turísticos complementarios del estado se apoyó la tercera etapa del Programa Cosalá Pueblo Mágico, la cuarta etapa de mejora de imagen de la Laguna del Iguanero en El Rosario, el mejoramiento de la imagen urbana turística del Centro Histórico de El Fuerte, el mejoramiento de la imagen urbana turística de Guasave, el proyecto ecoturístico El Perico en Badiraguato, la segunda etapa de rehabilitación y mejoramiento de la imagen urbana de San Ignacio, el mejoramiento de la imagen urbana de Copala, la tercera etapa del Mirador Presa Eustaquio Buelna en Salvador Alvarado, el Malecón y Embarcadero El Conchal en Culiacán y el Proyecto Turístico Molino del Mineral de Pánuco, Concordia.

#### **OTRAS ACCIONES**

- La SECTUR participó en el seno del grupo de trabajo del Programa Nacional de Atención a Zonas con Litoral, que encabeza la Secretaría de la Reforma Agraria (SRA), el cual tiene como propósito fundamental el propiciar la regularización de la tenencia de la tierra; promover el ordenamiento de las actividades productivas y los usos del suelo, garantizando el aprovechamiento sustentable; la protección y conservación de los recursos naturales y ecosistemas costeros; la inversión en un marco de equidad y legalidad; así como el nivel de vida de la población de los destinos turísticos.
- En el marco del Programa de Calidad del Agua de Uso Recreativo en Playas, en coordinación con otras dependencias del Sector Público Federal como son la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Secretaría de Marina (SEMAR), la Secretaría de Salud (SSA) y la Comisión Nacional del Agua (CNA), se participó en la elaboración de la Norma Mexicana para la Certificación de Playas.

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

- Comala, se apoyó la cuarta etapa del mejoramiento de la imagen urbana en dicha localidad.
- Taxco, se apoyó la quinta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Tequila, se apoyó la cuarta etapa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Tapalpa, se apoyó la quinta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Mazamitla, se apoyó la segunda etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Mexcaltitán, se apoyó la quinta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Cosalá, se apoyó la primera etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.

#### **PROGRAMA EN EL CORAZÓN DE MÉXICO**

- Distrito Federal: se apoyó la quinta etapa del Programa Corredores Turísticos y Culturales del Distrito Federal (Bellas Artes-Garibaldi), la primera etapa del programa de mejora de la imagen

urbana de la Zona Rosa, así como se brindó apoyo a los Programas Regionales “En el Corazón de México” y “Ruta de los Dioses”.

- Hidalgo: se apoyó la segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento turístico de Huejutla, la cuarta etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento turístico en el Pueblo Mágico Real del Monte, la séptima etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento turístico en el Pueblo Mágico de Huasca de Ocampo, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana de Ixmiquilpan, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana de Acaxochitlan, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana y equipamiento turístico de Tula, la primera etapa de mejoramiento de la infraestructura de la Presa de Zimapán, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana de Mineral del Chico, así como el Centro de Recepción de Visitantes del Parque Nacional del Chico.
- México: se apoyó la cuarta etapa del Programa Pueblo Mágico Valle de Bravo, la sexta etapa del Programa Pueblo Mágico Tepotzotlán, el Programa de Fortalecimiento a la Competitividad Turística de Poblaciones Típicas, la primera etapa del Parque Ecoturístico “Sabanillas” en Lerma, la primera etapa del Parque Ecoturístico “El Vivero” en Amecameca, la rehabilitación de cabañas en el Balneario municipal de Ixtapan del Oro, la segunda etapa del Parque Ecoturístico San Miguel Almaya en Calpulhuac, la segunda etapa de ampliación y remodelación del Balneario Municipal de Tonatico, la segunda etapa del Parque Ecoturístico “El Llano” en Jilotepec, el mejoramiento integral del Parque Nacional Insurgente Miguel Hidalgo y Costilla en “La Marquesa”; así como el apoyo mercadológico al Programa Regional “En el Corazón de México”.
- Tlaxcala: se apoyó la quinta etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Tlaxcala, la segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Huamantla, la tercera etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Ixtacuixtla, la segunda etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Apetatitlán, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro de la Ciudad de Chiautempan, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Apizaco, la primera etapa de rehabilitación de la imagen urbana del Centro Histórico de la Ciudad de Tlaxco, así como el apoyo mercadológico a los Programas Regionales “En el Corazón de México” y “Ruta de los Dioses”.

## OTRAS ACCIONES

- Se realizaron seminarios de comercialización con agencias de viajes y operadores turísticos de los principales mercados emisores del país, así como caravanas con la Asociación Mexicana de Mercadotecnia y Ejecutivos de Ventas de la Hospitalidad (AMEVH) por la región del Bajío y Puebla-Veracruz.
- Se elaboró un paquete básico de información turística de la región con identidad corporativa considerando piezas clave, como son las Guías Temáticas Regionales “Congresos y Convenciones” y “Spas y Golf”; así como el mantenimiento de la página en Internet “En el Corazón de México”, además de la reimpresión de folletos temático y de guías además de otros materiales informativos.

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

- Real del Monte, se apoyó la tercera etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Huasca de Ocampo, se apoyó la sexta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Valle de Bravo, se apoyó la tercera etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Tepotzotlán, se apoyó la quinta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.
- Tepotztlán, se apoyó la quinta etapa del programa de rehabilitación de la imagen urbana.

## **PROGRAMA RUTA DE LOS DIOSES**

- Puebla: se apoyó la señalética turística de la carretera del estado de Puebla en su cuarta etapa, el mejoramiento de la imagen urbana de Xicotepec de Juárez, el aprovechamiento turístico de la Laguna de Chignahuapan, y el Programa Club de Calidad Tesoros de Puebla.
- Veracruz: se apoyó la segunda etapa del Programa de Desarrollo Turístico Integral de Coscomatepec, la rehabilitación del Centro Urbano de Coatzacoalcos en su primera etapa, el programa de imagen urbana y la segunda etapa Desarrollo Turístico Integral en la Congregación de Santa Rosa en Teocelo, el Proyecto Andador Turístico en la Playa de Tuxpan en su tercera etapa, la remodelación del inmueble que albergará al Museo de la ciudad de Xalapa, apoyo al Mercado de Artesanías en La Antigua, rehabilitación de Empedrado Banquetas, Guarniciones e Infraestructura urbana para la Calle del Pintor en el Municipio de Xico, el programa de mejoramiento de la imagen urbana en el municipio de Naolinco, la rehabilitación del acceso al Palacio Municipal y la remodelación del Parque 21 de mayo así como el mantenimiento y pintura en inmuebles del Centro Histórico de la Ciudad de Córdoba, y el módulo de atención e información turística y servicio de estacionamiento con sanitarios en el Municipio de Boca del Río.

## **OTRAS ACCIONES**

- Se canalizaron 2.5 millones de pesos al Programa Ruta de los Dioses, de los cuales un millón corresponde a aportaciones federales y el resto son aportaciones de los gobiernos estatales. Lo anterior, en el marco de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos 2007. Se realizó un programa cooperativo con el Consejo de Promoción Turística de México para el mercado europeo, en coordinación con el touroperador Viva Tours y se destinaron recursos para la elaboración de materiales impresos.

## **PUEBLOS MÁGICOS DE RUTA DE LOS DIOSES**

- Coatepec: la primera etapa de imagen urbana y la segunda etapa de cableado subterráneo Centro Histórico.
- Papantla: la segunda fase del programa de imagen urbana.

## **PROGRAMA TESOROS COLONIALES DEL CENTRO DE MÉXICO**

- Aguascalientes: se desarrollaron los trabajos correspondientes a la regeneración de la Feria Nacional de San Marcos en su tercera etapa; el apoyo al Desarrollo Turístico en el Municipio de San José

de Gracia; la regeneración del Centro Histórico del Municipio de Calvillo; se apoyó al XII Festival de las Calaveras; y el apoyo a la información turística estatal.

- Durango: se continúa con la rehabilitación de la imagen urbana e iluminación de fachadas en edificios del Centro Histórico de la Ciudad de Durango; el cableado subterráneo en el Centro Histórico de la Ciudad de Durango y la rehabilitación de la Ex Hacienda de la Ferrería en Durango, Durango.
- Guanajuato: se continúa apoyando la imagen urbana e iluminación de la Ciudad de Guanajuato, Patrimonio Mundial de la Humanidad; el Parque Ecoturístico Embarcadero Irámucu, en el Municipio de Acámbaro; la restauración de capillas del Señor de los Trabajos, de San Antonio de Padua y de Santa Casa, en Mineral de Pozos, en el Municipio de San Luis de la Paz; la construcción de servicios sanitarios y estacionamiento público en la zona arqueológica Plazuelas, en el Municipio de Pénjamo; el reciclaje y la dignificación del Ex Convento Carmelita de San Ángel Mártir, Municipio de Salvatierra; la imagen urbana en Yuriria, Gto. (construcción de barandal perimetral en el jardín principal; la restauración del Portal Iturbe; la restauración del Portal Morelos y la restauración del área de estacionamiento y plazoleta adjunta a la Calle Hidalgo); la imagen urbana en Celaya, Gto. (Plazuela de los Agustinos, en el Centro Histórico y rehabilitación del andador Corregidora); la señalización turística del Cerro del Culiacán, región del corredor Aztlán; el estudio de tendencia económico del Corredor Turístico Aztlán; y el Plan Estatal de Desarrollo Turístico.
- Michoacán: se apoyaron los proyectos de iluminación artística del patio interior del Palacio de Gobierno de Morelia; la iluminación artística de la Biblioteca Pública de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo en Morelia; la iluminación artística del Palacio Federal de Morelia; la iluminación artística del templo de Nuestra Señora de Guadalupe (también llamado Templo de San Diego) en Morelia; la iluminación artística de la Calzada Fray Antonio de San Miguel en Morelia; la rehabilitación de empedrado y banquetas en calles Matamoros y Allende y la construcción del andador en Av. Morelos Ote. de Santa Clara del Cobre, en el Municipio de Salvador Escalante; la señalización turística estatal; la imagen urbana en la Av. Morelos Oriente, en Santa Clara del Cobre, Michoacán (construcción de banquetas tipo Pueblo Mágico); continuación de la construcción del Mercado de Antojitos y Artesanías (conclusión) e iluminación artística de la Plaza Gertrudis Bocanegra, Biblioteca Gertrudis Bocanegra y Teatro Emperador Caltzontzin, en Pátzcuaro, Pueblo Mágico; y el mejoramiento de la imagen urbana en banquetas de las calles Libertad, Torbellino y Juárez, cableado subterráneo (terminación de la red subterránea de media y baja tensión) y mobiliario urbano para el mejoramiento de la imagen urbana de Tlalpujahua, Pueblo Mágico.
- Querétaro: se continúan apoyando los trabajos de imagen urbana en la Cabecera Municipal de Pinal de Amoles; la continuación de trabajos de imagen urbana en Cabecera Municipal de Jalpan de Serra en su cuarta etapa; el Campamento Ecoturístico de San Pedro, en el Municipio de Huimilpan en su tercera etapa; el apoyo a la imagen urbana de la Misión de Concá; el rescate de imagen urbana y cableado subterráneo en el Centro Histórico de la Ciudad de Querétaro, Patrimonio Mundial de la Humanidad; la construcción del Mercado Turístico Artesanal de Tequisquiapan; la primera etapa del proyecto Paseo Ribera “San Juan”, en San Juan del Río; asimismo, se apoyó el proyecto de senderos, señalización y equipamiento urbano en la zona arqueológica del “Cerrito”, Municipio de Corregidora; la iluminación exterior de la Misión de Landa de Matamoros y servicios sanitarios; la segunda etapa de la iluminación exterior de la Misión de Jalpan y rescate del curato, así como el equipamiento de la explanada “Grutas Los Herrera” y el Parador Turístico en San Joaquín.



- San Luís Potosí: se continuó con el apoyo para la cuarta etapa del Plan Maestro de iluminación arquitectónica en edificios históricos y monumentos en la Ciudad de San Luís Potosí; el mejoramiento de la imagen urbana en el Municipio de Santa María del Río, “Cuna Nacional del Rebozo”, en su tercera etapa, así como el equipamiento turístico en la Huasteca Potosina; el equipamiento turístico en la ruta “Caminos del Agua...Voces de la Sierra”; el equipamiento turístico en las Cuevas del Barrio de Mantetzulel; el mejoramiento de la imagen urbana en el Municipio de Armadillo de los Infante, “Cuna de la Imprenta” así como la primera etapa del Museo Interactivo “Laberinto de las Ciencias”, en la Ciudad de San Luís Potosí.
- Zacatecas: se apoyó el rescate del Centro Recreativo “Parque y Lago de La Encantada”; la museografía e iluminación del Museo Francisco Gotilla, en la ciudad de Zacatecas; el cableado subterráneo en la zona del Centro Histórico de la Cabecera Municipal de Guadalupe, en su segunda etapa; la construcción del Palacio de Convenciones de Zacatecas y el programa mercadológico de Tesoros Coloniales del Centro de México.

## **PROGRAMA MUNDO MAYA**

- Campeche: se apoyó al centro de comunicación y cultura para la conservación de los petenes y la unidad de servicios de la Isla de Jaina (Hecelchakán); el mejoramiento de la imagen urbana del Barrio de San Francisco en la Ciudad de Campeche; el mejoramiento de la imagen urbana de la ciudad de Palizada; la conservación de la imagen urbana del Barrio de Guadalupe en la Ciudad de Campeche; el centro de comunicación y cultura para la conservación de Calakmul y la unidad de servicios de acceso a Calakmul; la conservación y el mantenimiento de caminos a zonas arqueológicas; se llevó a cabo el estudio de identificación y puesta en valor de los recursos y sitios turísticos en la Laguna de Términos y área de influencia; el equipamiento del centro de capacitación en lenguas extranjeras de Champotón y el rescate del retablo de la Iglesia de San Francisquito en su segunda etapa.
- Chiapas: se colocó la iluminación escénica del Palacio Municipal, del Palacio de Gobierno, del Parque Central, del Edificio de la Tesorería, de la Catedral de San Marcos y del Parque de la Catedral en Tuxtla Gutiérrez; se apoyó el mantenimiento del Parador Turístico Crucero de Catazajá; del Centro Ecoturístico La Palma – Acapetahua; los servicios turísticos de Izapa–Tuxtla Chico; el mejoramiento de la imagen en la Plaza Central y la entrada a Puerto Arista en Tonalá e iluminación escénica de la Catedral de la Asunción, Museo Rosario Castellanos, Palacio Municipal, Teatro de la Ciudad, Portales y Parque Central de Comitán.
- Quintana Roo: se llevó a cabo el mejoramiento de la imagen urbana en Bacalar Pueblo Mágico; la primera etapa de mejoramiento de la imagen urbana de Isla Mujeres; la primera etapa del Malecón Costero de Mahahual; la imagen urbana en Puerto Morelos; el programa de Señalización Turística en el Caribe Mexicano; la segunda etapa de módulos de información turística con tecnología *touch-screen*; el Parador Turístico en José Ma. Morelos; así como el mejoramiento urbano y turístico de Chetumal.
- Yucatán: se apoyó la iluminación arquitectónica exterior del Convento de San Antonio de Padua en Izamal Pueblo Mágico y la renovación de luz y sonido de la zona arqueológica de Uxmal.

## **OTRAS ACCIONES**

- Se continúa participando 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.
- Se han llevado a cabo reuniones de la Comisión Regional, en donde se acordó elaborar un estudio de mercado que permita reorientar los esfuerzos de comercialización de la región.
- En cuanto al Mundo Maya Mexicano se está realizando la reingeniería del programa y se llevarán a cabo entre otras acciones las siguientes:
  - La realización de un estudio para conocer las estrategias a seguir a mediano plazo, aprovechando las nuevas agencias en Europa, América, Nacional y Norteamérica.
  - Se llevará a cabo un programa cooperativo de 50 mil dólares, para realizar un tiraje de 10 000 folletos para la promoción en WTM con 5 000 y el resto para el mercado de USA.
  - En cuanto a los programas de Fortalecimiento y Competitividad de la Actividad Turística, se han celebrado diversas reuniones como seguimiento al Programa Mundo Maya y en ella se reportaron avances en más de la mitad de los proyectos; y se establecieron compromisos para el avance de acciones en los proyectos restantes.
  - Se continúa participando en los Programas de Fortalecimiento y Competitividad de la Actividad Turística de Cancún y Cozumel. En el primero se han presentado significativos avances, destacando el programa de recuperación de playas, en donde ya se concluyeron las obras.

## **PUEBLOS MÁGICOS EN MUNDO MAYA**

- Izamal: se apoyó la iluminación arquitectónica exterior del Convento de San Antonio de Padua en Izamal Pueblo Mágico.
- Bacalar: se instaló el cableado subterráneo de la avenida principal del centro de la localidad.

## **PROGRAMA MÉXICO NORTE**

- Baja California: se llevarán a cabo los siguientes proyectos: la cuarta etapa de la Galería (Sala Museo) Internacional de Exposiciones CECUT y segunda etapa de los kioscos interactivos multimedia en Tijuana; el umbral de acceso y módulo en La Bufadora; el equipamiento del Centro Estatal de las Artes Unidad Ensenada e imagen urbana del Malecón de Ensenada; regeneración y equipamiento de un centro de turismo alternativo en el Río Hardy; la segunda etapa de la regeneración y equipamiento en Puerto Nuevo, municipio de Playas de Rosarito y la segunda etapa de la Señalética Turística en Tecate-Ruta del Vino.
- Coahuila: la cuarta etapa de Parras Pueblo Mágico; se apoyó el Programa de Desarrollo Urbano Turístico de Cuatro Ciénegas; la rehabilitación de la Playa Tlaloc en las instalaciones de La Presa de la Amistad; el mejoramiento de imagen urbana en el Centro Histórico de Torreón; la adecuación de la Plaza de las Culturas en Piedras Negras; la segunda etapa de la rehabilitación de la Alameda Zaragoza en Saltillo.

- Chihuahua: la construcción del Teatro Indígena en Bocoyná; la imagen urbana de Creel; construcción del Parque Ecoturístico Divisadero; construcción del Parque Ecoturístico Basaseachi; el mejoramiento de la imagen urbana en San Francisco de Conchos; el mejoramiento de la señalización turística del estado y la remodelación de las Misiones Coloniales.
- Nuevo León: la modernización del Parque Ojo de Agua de San Diego; la infraestructura y servicios en las Grutas de El Palmito, Municipio de Bustamante; la tercera etapa del equipamiento del Parque Recreativo La Turbina en Sabinas Hidalgo; infraestructura, servicios e imagen urbana en el Municipio de Villa de García; segunda etapa del Pueblo Mágico Santiago; cuarta etapa del Parque El Sabinal, municipio de Hualahuises; equipamiento e infraestructura en Linares; tercera etapa del equipamiento del Paraje Las Presitas en Mamulique en Salinas Victoria y equipamiento e infraestructura en la rehabilitación del Parque Público en Pesquería.
- Sonora: segunda etapa de imagen urbana y rescate del Barrio Antiguo de Villa de Seris en Hermosillo; tercera etapa del Centro Histórico de Guaymas; primera etapa de la imagen urbana del Centro Histórico de Magdalena de Kino; segunda etapa del centro de visitantes El Pinacate; señalización turística en el estado; segunda etapa del centro de capacitación en Banamichi y tercera etapa de Pueblos Mágicos en Álamos.
- Tamaulipas: mejoramiento de la imagen urbana de la avenida principal de La Pesca; Centro Interpretativo y de senderismo en La Biosfera de El Cielo; segunda etapa de remodelación de zona peatonal de escolleras en Playa Miramar; señalización turística en el estado; primera etapa de mejoramiento de la imagen urbana en Mier; segunda etapa de mejoramiento de imagen urbana de la avenida principal de Nuevo Progreso y Granjas Cocodrilos Isla Guayabas, Ejido Jacinto Canek en La Presa Vicente Guerrero.

#### OTRAS ACCIONES

- Se llevaron a cabo diversas reuniones con los funcionarios estatales de turismo de los estados que integran el Programa (Baja California, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Sonora y Tamaulipas), con la finalidad de tomar acciones para contrarrestar la imagen de inseguridad que se está dando en la frontera.
- Se sostuvieron diversas reuniones con funcionarios del CPTM para realizar una campaña emergente de promoción institucional de los estados de la Frontera Norte.
- Esta campaña emergente se llevará a cabo en el sur de los Estados Unidos, que incluye la inserción de encartes de tres páginas editoriales, con una distribución total de 590 mil ejemplares y un estimado de tres millones 300 mil impactos. Los medios considerados son: La Opinión, de Los Ángeles; El Tiempo Latino, de San Diego; Rumbo, de San Antonio; Al Día, de Dallas; El Paso Times, de El Paso; La Voz, de Phoenix; y La Voz, de Houston.

#### PUEBLOS MÁGICOS EN MÉXICO NORTE

- Parras de la Fuente, continuación de la red eléctrica y telefónica, rehabilitación de fachadas, cambio de tomas y descargas del Centro Histórico.

- Álamos, se continuará con la rehabilitación de fachadas en el Centro Histórico y obras de cableado subterráneo.
- Santiago, se realizarán obras de imagen urbana que incluyen colocación de laja en banquetas, rehabilitación de fachadas, nomenclatura en calles.

## 5.2.2 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 las cuales se canalicen recursos económicos a través de los Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos.
- Incrementar el número de localidades incorporadas al Programa de Pueblos Mágicos.

## 5.3 MEJORA REGULATORIA

### 5.3.1 ACCIONES Y RESULTADOS

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:

#### CREACIÓN DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

- El pasado 6 de marzo de 2007, al celebrar la primera sesión de la Comisión Intersecretarial de Turismo de la presente administración, el Presidente de la República anunció la transformación de esta Comisión en el Consejo Consultivo de Turismo. En esta fecha, el Presidente asumió el compromiso de presidir las sesiones del nuevo organismo, que se llevarán a cabo tres veces por año.

El Consejo Consultivo de Turismo se encuentra conformado por los titulares de la Secretaría de Turismo (SECTUR); de la Secretaría de Gobernación (SEGOB); de Relaciones Exteriores (SRE); de la Defensa Nacional (SEDENA); de Marina (SEMAR); de Seguridad Pública Federal (SSP); de Hacienda y Crédito Público (SHCP); de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT); de Economía; de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA); de Comunicaciones y Transportes (SCT); y de la Función Pública, así como por los responsables del FONATUR y del CPTM.

Durante esta sesión, se anunció que la SECTUR, además de formar parte del Gabinete de Infraestructura y Turismo, se incorporó también al de Economía y Competitividad; y se dio a conocer la creación de una Ventanilla Única en la SECTUR para agilizar trámites vinculados a los organismos del Gobierno Federal.

## **COMISIÓN EJECUTIVA DE TURISMO**

- La Comisión Ejecutiva de Turismo, bajo la presidencia del titular de la SECTUR, está integrada por 44 instituciones, 21 de ellas de la Administración Pública Federal y 23 correspondientes al sector privado, incluidos el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) y la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (CONCANACO-SERVYTUR).

Esta Comisión sesionó en pleno en una ocasión durante el periodo diciembre de 2006-agosto de 2007 (11 de julio). En esta sesión, se analizó la problemática que se genera en perjuicio de la actividad turística, derivada de su dinamismo así como de las disposiciones jurídicas y administrativas que aplican y de las prácticas operacionales de las diversas dependencias y entidades públicas; y se llevó a cabo una revisión de los avances del Proyecto Nacional de Facilitación Turística.

## **PROYECTO NACIONAL DE FACILITACIÓN TURÍSTICA**

- En el marco del Proyecto Nacional de Facilitación Turística, al mes de agosto de 2007 se han concluido 37 de los 38 temas generales que lo conforman. El avance acumulado que presenta este Proyecto es del 97 por ciento. Estas acciones, corresponden en su mayoría a trabajos de simplificación administrativa y mejora regulatoria, en beneficio del turismo náutico, deportivo, de la internación de vehículos al territorio nacional, de cruceros y de la industria fílmica.

### **FACILITACIÓN MIGRATORIA**

- En materia de facilitación migratoria, entre abril y agosto de 2007 se han obtenido los siguientes avances: se redujo el tiempo de expedición de visas de 25 a 12 días en la primera etapa que se llevó a cabo entre abril y mayo de 2007; y de 12 a 6 días en la segunda que iniciará en septiembre de 2007; se homologó a cinco años la vigencia de las visas de larga duración para turistas e inversionistas, ya que anteriormente su duración era de tres años; se amplió a 180 días la autorización de estancia en México para turistas; asimismo, se ha dispuesto que los residentes en Estados Unidos, Canadá y Japón, no requieran de visa para internarse al territorio mexicano.

### **INDUSTRIA FÍLMICA**

- El 4 de diciembre de 2006 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Reglamento de la Ley del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Esta publicación representa un gran avance en materia de mejora regulatoria, para el sector turístico, toda vez que se elevaron a nivel de Reglamento las disposiciones para aplicar la tasa del cero por ciento de IVA, sin mayores cambios, en lo relativo a considerar como exportación los servicios provenientes de la industria fílmica, contenidas en la Resolución Miscelánea Fiscal para 2006.

Por su parte, se autorizó a los residentes en el extranjero, a importar temporalmente vehículos especializados para la industria fílmica, con pedimento y aviso del uso específico y una carta expedida por la Comisión Nacional de Filmaciones; y se logró eximir de la inscripción en el padrón de importadores, los materiales que se consuman o destruyan durante el rodaje de películas y documentales (vestuario, maquillaje, cinta).

## **TURISMO NÁUTICO**

- Se otorgó la posibilidad de que los mexicanos importen temporalmente sus embarcaciones por un periodo de 10 años, sin pago de aranceles ni impuestos.

## **ACCIONES PARA FACILITAR EL ESTABLECIMIENTO DE NUEVAS INVERSIONES EN DESTINOS TURÍSTICOS**

- Para establecer un negocio de cualquier tamaño en México intervienen los tres órdenes de gobierno en diferentes etapas de su desarrollo. Esto conlleva a que el emprendedor esté obligado a realizar diversos trámites administrativos.
- Atendiendo a esta demanda, la Secretaría de Turismo en coordinación con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, ha puesto en marcha el Sistema de Apertura Rápida de Empresas (SARE) Turístico para Proyectos MIPYMES, el cual actuará bajo la metodología operativa del SARE, reduciendo en forma sustancial los tiempos que se requieren cumplir a nivel federal, estatal y municipal, para abrir una empresa destinada a la actividad turística.

Este mecanismo tendrá cobertura nacional en los principales destinos turísticos, a nivel municipal, facilitando la recepción de documentos, ofreciendo asesoría cuando se requiera; realizando una primera revisión documental, antes de ser enviados a las autoridades competentes; así como el seguimiento respectivo de los proyectos hasta su conclusión. A partir del análisis de evaluación de los municipios que actualmente cuentan con el SARE y que pueden ser transformados en municipios con SARE Turístico (MST), se tiene como meta incorporar 15 destinos para 2007 y llegar a 80 al final del sexenio.

El SARE brindará al empresario turístico una mayor certidumbre jurídica y facilidad para llevar a cabo, las gestiones necesarias para abrir una empresa, con los siguientes beneficios:

- Certidumbre jurídica para el ciudadano
- Productividad y eficiencia en trámites y plazos de respuesta
- Facilitación hacia la ciudadana
- Productividad y eficiencia gubernamental

## **NORMALIZACIÓN**

- La Secretaría de Turismo realizó la entrega de la Presidencia de la Comisión Nacional de Normalización a la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- De acuerdo a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, el Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística, ratificó la vigencia y aplicación de las Normas Oficiales Mexicanas: NOM-10-TUR-2001, "Elementos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas" y la NOM-11-TUR-2001, "Requisitos de seguridad y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de Turismo de Aventura".

- Se aprobó, revisó y amplió el carácter de las unidades de verificación que realizan la evaluación de la conformidad de las NOMs y NMX del sector, como son: *Factual Services*, Asociación Nacional de Normalización y Certificación (ANCE), y Normalización y Certificación Electrónica (NYCE). *Quality Network Verificación y Sistemas de Calidad*, S.A. de C.V., (*QUALITY*).
- Se encuentran en proceso de modificación las Normas Oficiales Mexicanas: NOM-08-TUR-2002, “Que establece los elementos a que deben sujetarse los guías generales y especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural”, así como la NOM-09-TUR-2002, “Elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas”.
- Se participó en la revisión de Normas Oficiales Mexicanas (NOMs) que inciden en el turismo a cargo de otras dependencias de la Administración Pública Federal, como son:
  - NOM-017-PESC-1994, de pesca deportivo-recreativa.
  - NOM-029 PESC-2006, de pesca responsable de tiburones y rayas.
  - PROY-NOM-251-SSA1-2007, de prácticas de higiene para el procesamiento de alimentos, bebidas y suplementos alimenticios.
  - PROY-NOM-000-SSA1-2005 de requisitos sanitarios y de calidad del agua en albercas para uso recreativo humano.
  - PROY-NOM-140-SEMARNAT-2005, de requisitos ambientales generales para campos de golf y desarrollos inmobiliarios que los incluyan.
  - NOM-022-SEMARNAT-2003, de humedales costeros en zonas de manglar.
  - NOM-029-SCFI-1998, de comercialización del servicio de tiempo compartido.
- Por lo que se refiere a normas mexicanas (NMXs) voluntarias que buscan incrementar la calidad y la competitividad, se participó en la formulación de proyectos relativos a la NMX-AA-119-SCFI-2005, “requisitos y criterios de protección ambiental para la selección del sitio, diseño, construcción y operación de marinas turísticas”; NMX-R-050-SCFI-2006, “especificaciones de seguridad para la accesibilidad de personas con discapacidad al medio construido”; NMX-AA-120-SCFI-2006, “certificación de calidad de playas”; NMX-TT-010-IMNC-2006 “elementos de operación para la clasificación del giro y la calidad de las agencias de viajes; de las operadoras de turismo, y requisitos”, NMX-618-NORMEX-2006, “Manipulación de los alimentos preparados que se ofrecen en establecimientos fijos” y NMX-AA-133-SCFI-2006, “especificaciones de los servicios turísticos para obtener la certificación ambiental de ecoturismo”.
- Se participó en la XXX Asamblea de la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT), llevada a cabo en Cartagena de Indias, Colombia del 23 al 26 de abril de 2007. Entre los proyectos más relevantes sobre los que se trabajó durante la asamblea se encontraron el de Terminología Turística y el de Turismo Alternativo.

## VERIFICACIÓN

### INSCRIPCIÓN AL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO

- En materia de inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT), de enero a junio de 2007 se atendieron 584 trámites, de los cuales 332 correspondieron a nuevas inscripciones de agencias de viajes, 50 a establecimientos de alimentos y bebidas, 54 a establecimientos de hospedaje, y 6 a transportadoras turísticas y especiales.

Asimismo, se presentaron 75 cambios de datos por parte de agencias de viajes, 21 de establecimientos de alimentos y bebidas y 40 de establecimientos de hospedaje.

### ACREDITACIÓN DE GUÍAS DE TURISTAS

- En esta materia se han reforzado los mecanismos de atención al público, mejorando notablemente la imagen de transparencia y eficiencia gubernamental, lo cual ha permitido mantener los estándares de calidad establecidos en la Carta Compromiso al Ciudadano expedida por la SECTUR, así como la certificación de la SECTUR en la norma de calidad ISO-9001, en lo referente a los procesos de acreditación de guías de turistas y al Registro Nacional de Turismo.

En este sentido, en el periodo se atendieron 583 trámites relacionados con la acreditación de guías de turistas, emitiéndose así las credenciales de reconocimiento correspondientes. Además, se acreditaron 233 nuevos guías de turistas; se refrendaron credenciales a 304 guías y los 46 trámites restantes correspondieron propiamente a canjes y reposiciones de credenciales.

### ATENCIÓN DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

- Por lo que hace a la atención de quejas y sugerencias presentadas por los turistas, destaca la suscripción de un convenio de colaboración celebrado el pasado 11 de julio en el marco de la Comisión Ejecutiva de Turismo, entre la SECTUR y la Procuraduría Federal del Consumidor, a fin de que aquellas quejas que incidan en el ámbito de competencia de dicha Procuraduría se ventilen a través de los procedimientos pertinentes.

En ese tenor, en el primer semestre de 2007, se han atendido 354 quejas y sugerencias presentadas por los turistas, a través de diversos medios, tales como vía electrónica y formatos foliados y de porte pagado.

### VERIFICACIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

- En el periodo que abarca este informe, se han atendido 2 392 asuntos en materia de verificación, que van desde la acreditación de guías de turistas hasta la imposición de sanciones a prestadores de servicios turísticos, con lo cual se promueven y robustecen los mecanismos de fomento al cumplimiento de la legislación de la materia.
- En el periodo enero-junio 2007, se iniciaron 635 procedimientos administrativos de infracción a diversos prestadores de servicios turísticos por el probable incumplimiento a la legislación y normativa turística federal.



- Se dictaron 335 resoluciones con las que se concluyen los correspondientes procedimientos administrativos de infracción y 582 acuerdos de desahogo para dar continuidad a los mismos.
- Se suscribieron dos acuerdos de coordinación para la descentralización de funciones en materia de verificación, a favor de los estados de Oaxaca y de Tlaxcala, con los cuales se robustecen los mecanismos de colaboración entre la Federación y las entidades federativas y se refuerza la presencia de las autoridades de turismo estatales frente a los prestadores de servicios turísticos.

### **5.3.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Integración de las nuevas acciones de mejora regulatoria para el Proyecto Nacional de Facilitación Turística 2007-2012.
- Fortalecer las acciones de facilitación que incidan en el marco jurídico del Sector.
- Difundir la normatividad turística aplicable al Sector y la evaluación de la conformidad de las Normas Oficiales Mexicanas entre todos los prestadores de servicios turísticos.
- Promover la acreditación-aprobación de unidades de verificación que evalúe la conformidad de las normas oficiales aplicables al sector.
- Participar en aquellos Comités Consultivos Nacionales que elaboran normas oficiales y que inciden de manera directa o indirectamente en el sector.
- Fortalecimiento de vínculos interinstitucionales que permitan emprender acciones de vigilancia de los prestadores de servicios Turísticos.
- Modernización del RNT, a fin de desarrollar nuevos mecanismos de atención a los prestadores de servicios turísticos y a los turistas, a través de medios electrónicos.

## **5.4 DESARROLLO Y DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS**

### **5.4.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

#### **IMPULSO AL DESARROLLO DEL TURISMO DOMÉSTICO**

- Se llevó a cabo, en el mes de febrero de 2007, la Primera Sesión Plenaria del Consejo Nacional de Turismo Social, incorporándose como miembros activos La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL), la Procuraduría federal del Consumidor (PROFECO), la Comisión Nacional para el desarrollo de los Pueblos indígenas (CDI) y la empresa Volaris. En este espacio y aprovechando la experiencia de sus miembros se le brinda apoyo a diversas entidades para constituir los consejos

estatales de Un Turismo para Todos; entre ellos destacan los ya firmados de Coahuila y Oaxaca y los pactados con Guanajuato y Jalisco.

- Con la participación de funcionarios de los gobiernos estatal, municipal y federal, diputados de diversos partidos y representantes de los sectores privado y social se llevó a cabo, del 26 al 28 de abril del año en curso, el Octavo Encuentro de la Red Nacional de Un Turismo para Todos, en la Ciudad de Durango, Dgo., con el objetivo de fortalecer una red de trabajo por todo el territorio nacional, que sirva para motivar las estrategias que mejoren la calidad de los viajes de los turistas nacionales, la competitividad de las empresas turísticas, la diversificación de los productos y su promoción hacia la conquista de mercados más amplios, además de acercar a expertos en diversas materias (cultura, desarrollo, promoción, segmentos poblacionales, etc.) que guían en la implementación de una visión estratégica que sirva al desarrollo regional.
- Como parte de los acuerdos de colaboración con los empresarios del sector turístico se elaboraron paquetes especializados en varios segmentos de la población, destacándose aquellos que lograron integrar los compromisos establecidos en la Convención Internacional de los Derechos para las Personas con Discapacidad, llevada a cabo en la ONU, el 13 de diciembre de 2006, abriendo el protocolo para su ratificación el 30 de marzo de 2007, facilitando el acceso a la actividad turística de este segmento de la población e impulsando las obras de accesibilidad en los servicios del Sector. Por otra parte y conforme con la línea estratégica de mejorar el segmento de turismo cultural, se acordó entre los miembros del Consejo Nacional de Turismo Social promover los recorridos culturales con el INAH, haciendo hincapié en aquellos especializados en atender a niños invidentes. También, y para fomentar el aprecio a nuestra cultura y tradiciones entre los jóvenes, fue firmado un acuerdo entre el Instituto Mexicano de la Juventud (IMJUVE), *Hostelling International* y la representación de las Ciudades Patrimonio de la Humanidad del País, para instalar hospedajes alternativos para ser aprovechados por este grupo social. Esta oferta turística ha sido promocionada en diversas universidades del país.
- En el mes de febrero de 2007, fue elaborado el Programa de Turismo para la Tercera Edad con la colaboración del Instituto Nacional de las Personas Adultas Mayores (INAPAM), el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA), la Asociación Mexicana de Parques Acuáticos y Balnearios (AMPABA), la Cámara Nacional del Autotransporte, Pasaje y Turismo (CANAPAT) y el Consejo Nacional de Turismo Social (CNTS). Este programa se dirige a crear paquetes especializados en la atención del segmento (transporte formal, seguro de turista, alimentación sana y hospedaje de calidad) a precios accesibles. Los destinos seleccionados son: Campeche, Chiapas, Coahuila, Durango, Oaxaca, San Luís Potosí y Tabasco. El mercadeo se realizó en las casas de la cultura y clubes de la tercera edad.
- Otras actividades orientadas a ofrecer paquetes turísticos accesibles son: la Asociación Mexicana de Parques Acuáticos y Balnearios (AMPABA) elaboró paquetes para las familias de escasos recursos con el propósito de aprovechar los fines de semana largos. Con el grupo FAMSA, quedaron armados servicios turísticos integrales a bajo costo, facilitando el acceso al turismo de muchas más familias mexicanas y, finalmente, con el grupo MEGA-Empresarial, especializado en operar paquetes turísticos para alumnos de la educación básica, se ofertaron viajes que incluyen cuidados especiales y servicios de calidad.

- Con el propósito de atraer turistas a las diferentes regiones del país y diversificar la oferta turística, así como abrir nuevas opciones de viaje, se acordó con diversos municipios de Michoacán, Tlaxcala, Jalisco y Veracruz la creación de nuevas rutas turísticas. A este programa se le ha denominado “Los nuevos caminos en...México”. Incluye acciones de folletería, promoción y mercadeo de los nuevos recorridos y las tarifas atractivas que les acompañan.

## **DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS**

Entre diciembre 2006 y agosto de 2007, la SECTUR participó de manera coordinada con gobiernos estatales, municipales y organismos no gubernamentales con el propósito de consolidar la diversificación de la oferta turística del país en los segmentos que se detallan a continuación:

### **TURISMO ALTERNATIVO**

- Las dependencias gubernamentales que conforman el Grupo Interinstitucional de Turismo de Naturaleza encabezado por la SECTUR acordaron reafirmar el “Convenio de Colaboración Interinstitucional de Turismo de Naturaleza 2007-2012” con el objeto de conjuntar esfuerzos y recursos para impulsar acciones para la planeación, fomento, desarrollo y promoción del Turismo de Naturaleza, dentro de un marco de sustentabilidad y competitividad.
- Derivado de lo anterior, dio inicio la primer acción de coordinación entre SECTUR y Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) con la preparación de un Convenio de Colaboración para el presente ejercicio fiscal por un monto total de 60.6 millones de pesos, con el objetivo de conjuntar esfuerzos y recursos para impulsar y consolidar los servicios para el Turismo de Naturaleza en la Reserva de la Biosfera de Mariposa Monarca tanto para el Estado de México como para Michoacán, en Valle de Bravo como parte del corredor de la Mariposa Monarca y el Parque Nacional Miguel Hidalgo en el Estado de México, comúnmente conocido como La Marquesa.
- Se continuó la distribución de los materiales: “Cómo Desarrollar Proyectos de Ecoturismo”, “Diseño y Operación Senderos Interpretativos”, “Diseño y Operación de Rutas y Circuitos de Ciclismo de Montaña”, “Guía para la Operación de Rutas de Caminata”, “Diseño de Servicios Turísticos Básico en Sitios Naturales”, “Conceptualización del Turismo Alternativo”, “Guía de Equipo Recomendado para Actividades de Turismo de Aventura y Ecoturismo”, “Guía de Señalética para Áreas Naturales, Conceptos Básicos de Alojamientos Ecoturísticos”, “Diseño de alojamiento ecoturístico en la Zona Maya” y la “Guía para la presentación de proyectos a dependencias federales, oficinas estatales de turismo, ONG’s, asociaciones y autoridades municipales”.
- En el mes de diciembre de 2006 se impartieron dos talleres de “Desarrollo de Productos Ecoturísticos” a los integrantes del Comisariado de Bienes Comunes de San Jerónimo Aculco, Municipio de Ocoyoacac, Estado de México, quienes representan a prestadores de servicios turísticos del parque conocido como La Marquesa.
- En apoyo a la Comisión Nacional Forestal durante junio y julio se realizó el análisis técnico para evaluar la viabilidad turística de 629 proyectos de turismo de naturaleza presentados ante la CONAFOR para ser apoyados, contando con la colaboración y opinión de autoridades estatales de turismo.

## TURISMO CULTURAL

- Con fecha 24 de enero de 2007, se dieron por concluidas las acciones de mejoramiento en la Capilla del Santísimo Sacramento de la Antigua Basílica de Guadalupe, desarrolladas de manera conjunta con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA).
- El 26 de enero de 2007, se organizó y llevó a cabo un encuentro de operadores de viaje con los responsables de turismo de las Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial a fin de crear una red que permita impulsar este segmento.
- La Secretaría de Turismo presentó su Programa de Desarrollo de Turismo Cultural 2007-2012, mismo que se sustenta en 7 líneas de acción: Coordinación interinstitucional, inversión en infraestructura y equipamiento, desarrollo de actividades empresariales, fortalecimiento de capacidades locales, animación de los sitios culturales, investigación y promoción.
- Se dio continuidad al Programa de Desarrollo de Turismo Cultural, a través de la firma de un Convenio General y un Anexo de Ejecución con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A. C., mediante el cual se otorgarán 4.5 millones de pesos a través de la partida de donativos para llevar a cabo acciones de infraestructura y equipamiento turístico en las Ciudades de Puebla, Querétaro y Zacatecas; el apoyo a las Ciudades de Campeche, Guanajuato, México, Morelia y Oaxaca se realizará a través de los Convenios de Reasignación de Recursos con los gobiernos de las respectivas entidades federativas.
- Conjuntamente con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes se programaron acciones de conservación y restauración de los Templos y Exconventos de Huejotzingo y Calpan en Puebla y de Yecapixtla en Morelos, en la Catedral de Durango, en la Antigua Basílica y en la Capilla del Pocito, Distrito Federal, todo esto con una inversión de la SECTUR de 5 millones de pesos.
- El 23 de abril de 2007 se impartió un Taller de Inducción al Turismo Cultural a los miembros de la Asociación Mexicana de Escuelas de Español a fin de que conozcan las acciones desarrolladas por SECTUR para el fomento del Turismo Cultural y que de este modo, tengan las herramientas para el desarrollo de nuevos productos turísticos. Asimismo, se les ha brindado asesoría para el diseño y puesta en marcha de su programa de trabajo que incluye acciones de desarrollo de producto turístico-cultural, capacitación y promoción.
- El 31 de mayo de 2007, se organizó una rueda de prensa para dar a conocer el Festival Cuetzalan 2007. Asimismo, los días 8 y 9 de junio se participó en dicho Festival organizado por “Le Cordon Bleu” y la cooperativa de productores cafetaleros “Tosepan” con el apoyo de la Universidad Anáhuac, a fin de dar a conocer la cultura y gastronomía de ese sitio ubicado en la Sierra Norte de Puebla.

## TURISMO DE NEGOCIOS

- Dentro de los trabajos de coordinación interinstitucional, la Dirección de Turismo de Negocios gestionó ante la Dirección de Normatividad, Control y Evaluación del Instituto Nacional de Migración (INM), la creación de un área especializada para la atención y seguimiento de trámites

migratorios para extranjeros que visitan nuestro país por motivos del turismo de reuniones como congresos, convenciones, ferias, exposiciones y viajes de incentivo. Asimismo, se elaboró de manera conjunta con el INM un folleto que otorga información especializada a organizadores de eventos (OPCs), Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCVs) y recintos, sobre los procesos, tiempos y lugares para el trámite y expedición de visas para los asistentes a este tipo de eventos.

- En seguimiento al proyecto “*Your Best Reward is Mexico*”, se organizó el 12 de diciembre del 2006 conjuntamente con la asociación de viajes de incentivos *Society of Incentive & Travel Executives* (SITE) y la Oficina de Convenciones y Visitantes de Guadalajara, el seminario “Casos de Creatividad en Viajes de Incentivos” con el propósito de preparar a los prestadores de servicios locales en la recepción y atención de viajes de incentivos en este destino.
- Con el objetivo de ofrecer un documento técnico con información especializada que coadyuve a las oficinas de convenciones y visitantes en la mejora de su organización, fuentes de financiamiento y actividades de mercadeo, se distribuyó el manual titulado: “Organización y actividades de mercadeo de destinos turísticos”. Este documento ha sido repartido a nivel nacional entre todos los organismos de promoción turística de destinos, así como entre las oficinas de turismo de estados y municipios turísticos.
- Se han llevado a cabo varios seminarios de profesionalización sobre el uso y aplicación del incentivo fiscal de la tasa cero por ciento de IVA para congresos, convenciones, ferias y exposiciones provenientes del extranjero, a funcionarios estatales, oficinas de convenciones y visitantes, contralores y directores comerciales de hoteles, organizadores profesionales de convenciones (OPC) así como a *destination management companies* (DMC) en distintos destinos como: Monterrey, Nuevo León y Puebla, Puebla en marzo; Cd. de México en los meses de abril y mayo; Torreón, Coahuila en junio, y Cancún, Quintana Roo en el mes de agosto. Sobre esta misma línea de profesionalización, en el mes de junio se impartió un seminario especial de dos días de trabajo para todo el personal de la Dirección de Turismo de Negocios y Promoción de la recientemente creada Secretaría de Turismo de Coahuila. Los temas tratados en este seminario fueron: Organización y actividades de mercadeo de los destinos turísticos, el ABC de la internación a México de turistas de congresos y convenciones de origen extranjero, así como sobre la Tasa cero por ciento de IVA.
- Con objeto de impulsar la competitividad y productividad de los destinos turísticos con vocación de turismo de negocios, del 23 al 25 de mayo se realizó la XII Reunión Nacional de Turismo de Negocios en San Luis Potosí, con la participación de 250 asistentes, entre representantes de organismos públicos y privados especializados en el tema, empresarios, profesionales en la organización de eventos, prestadores de servicios, entre otros especialistas del segmento provenientes de 28 estados de la República y 47 destinos turísticos.
- Con el objetivo de impulsar el desarrollo y generación de nuevos proyectos de inversión turística, del 20 al 22 de junio se apoyó en la organización y logística de la XXI Edición del Congreso Nacional de AMDETUR, realizado en la Ciudad de México, con la participación de más de 400 empresarios del sector, prestadores de servicios y funcionarios de turismo de los estados.
- Con el doble propósito de impulsar la comercialización así como para profesionalizar el recurso humano dedicado a la promoción y mercadotecnia de destinos turísticos enfocados al turismo de

negocios, en el mes de junio se apoyó en la organización de los eventos Coloquio de *Meeting Planners* en el marco del *trade show* “*Meeting Place Mexico 2007*” que se realizó en Puerto Vallarta, Jalisco y de la Primera Convención de MPI Capítulo México que se realizó en Veracruz, Ver., a los que asistieron más de 200 y 150 participantes respectivamente, entre empresarios, prestadores de servicios, representantes de turismo de los estados, oficinas de convenciones y visitantes y compradores nacionales e internacionales para conocer la oferta nacional de turismo de negocios.

#### **TURISMO NÁUTICO Y DEPORTIVO**

- Se firmó un “Convenio de Colaboración Interinstitucional entre la SECTUR, La Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE) y el CPTM para el desarrollo del Turismo Deportivo en México” a fin de conjuntar esfuerzos y recursos disponibles para el desarrollo del turismo deportivo a través de eventos y actividades de fomento, desarrollo, difusión y promoción deportiva y turística, dentro de un marco de sustentabilidad y competitividad. Este convenio permitirá entre otras cosas, el desarrollo de producto turístico, el desarrollo de sistemas deportivos, la creación de infraestructura, la creación de empleos y la derrama económica directa.
- Se trabajó en conjunto con diferentes desarrolladores de producto turístico deportivo para apoyar eventos y promover la capacitación de este segmento.

#### **DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL**

- Durante el periodo que se reporta, se impartieron dos seminarios sobre Planeación y Gestión para el Desarrollo Turístico Municipal, en Hermosillo, Sonora en el mes de febrero, y en Papantla, Veracruz en el mes de mayo, a los que asistieron 114 representantes de 71 municipios.
- Durante el mes de junio se dictó un seminario de Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos para pequeños emprendedores del municipio de San Martín de las Pirámides, Estado de México, asistiendo 26 participantes al evento.

### **5.4.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Consolidar la representación del Consejo Nacional de Turismo Social en el Sector.
- Establecer 20 Consejos Estatales de Un Turismo para Todos.
- Continuar el fortalecimiento de la Red Nacional de Un Turismo para Todos en el territorio nacional.
- Fortalecer los programas de turismo para las personas adultas mayores, estudiantes y familias, así como aquellos dirigidos a personas con discapacidad.
- Fomentar mecanismos que permitan operar sistemas de crédito dirigidos a los turistas y ampliar las opciones para el acceso a los viajes con tarifas preferenciales.

- Consolidar la diversificación de los productos turísticos que contribuya a mejorar la experiencia turística.
- Buscar la simplificación para el uso y aplicación del Tasa cero por ciento de IVA en eventos del turismo de reuniones, así como la inclusión de los viajes de incentivo, más servicios complementarios, y a los organizadores profesionales de convenciones (OPC's) como una más de las personas morales autorizadas para facturar con tasa del cero por ciento .
- Desarrollar las capacidades locales para que los destinos que busquen ser anfitriones de eventos de turismo deportivo, incrementen su conocimiento, vocación, analicen su capacidad, establezcan sus objetivos, construyan una visión y elaboren una planeación estratégica de acuerdo a sus expectativas particulares.

## 5.5 DESARROLLO DE LA CULTURA TURÍSTICA

### 5.5.1 ACCIONES Y RESULTADOS

#### EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA

- En seguimiento de las Bases de Coordinación suscritas con la Secretaría de Educación Pública (SEP), se emitieron 60 opiniones técnicas de las cuales, 14 corresponden a nivel medio superior (12 positivas y 2 negativas), y 46 a nivel superior (25 positivas y 21 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.
- Se llevó a cabo la quinta edición del Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil con el tema “Forum Universal de las Culturas 2007. El turismo, motor de intercambio cultural”, en el cual participaron niñas y niños de todas las entidades federativas y del Distrito Federal, en el que fueron presentados 121 816 dibujos.
- En relación con los concursos 2007 de carteles ambientales y de ensayos en inglés organizados por la *Florida Caribbean Cruise Association* (FCCA), la SECTUR dio seguimiento a la difusión de las convocatorias y a la recepción de las propuestas de 96 niños mexicanos (44 en el concurso de carteles y 52 en el de ensayos en inglés). Los dos carteles enviados para representar a México en la ronda final obtuvieron el segundo (categoría *senior*) y el tercer lugar (categoría *junior*) a nivel internacional, y el ensayo en inglés categoría *senior* obtuvo el tercer lugar.
- La SECTUR quedó a cargo del mantenimiento de los contenidos de la página de Internet de la SEP [http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep\\_Sabes\\_que\\_es\\_el\\_TURISMO](http://www.sep.gob.mx/wb2/sep/sep_Sabes_que_es_el_TURISMO), “Temas de Turismo”, cuyo propósito es despertar el interés de la infancia por los atractivos turísticos de las entidades federativas, así como el fomento de una cultura turística en los menores. Esta página contiene información precisa sobre el significado del turismo, sobre México como país con vocación turística, sobre México en el turismo internacional, sobre la cultura turística y los atractivos turísticos en los estados de la

República, además de incorporar 14 cartillas turísticas estatales digitalizadas y ligas a la página en Internet de la SECTUR.

## **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 SECTUR realiza programas de capacitación, así como procesos de certificación que fortalecen las aptitudes de los prestadores de servicios turísticos.

- En el periodo que se reporta, fueron impartidos 2 941 cursos de capacitación considerando su efecto multiplicador. 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, actualización de guías de turistas, entre otros, cuya asistencia ascendió a 137 135 participantes.
- La SECTUR en coordinación con las oficinas estatales de turismo del Gobierno del Estado de Tamaulipas llevó a cabo la XX Reunión Nacional de Interlocutores Estatales de Turismo del 16 al 19 de mayo del 2007, en la que se contó con la participación de 35 asistentes de 27 estados de la República, con la finalidad de establecer conjuntamente las bases de operación de los programas de capacitación, modernización y educación en el marco de la cultura turística y la competitividad; así como establecer los lineamientos de trabajo para el periodo 2007–2012.
- Entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, se emitieron 12 opiniones técnicas en materia de cursos y diplomados para guías de turistas, de las cuales seis corresponden a la NOM-08-TUR, de las cuales dos cursos corresponden a actualización y refrendo y cuatro diplomados para la formación y acreditación de guías generales. En lo que corresponde a la NOM-09-TUR-2002 se emitieron seis opiniones técnicas.
- 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 diciembre de 2006-agosto de 2007, un total de 1 169 Distintivos “H”, de los cuales 364 fueron distintivos nuevos y 805 fueron renovados, en los estados de Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.
- Se puso en operación el Sistema de Administración de la Capacitación en Turismo “TURISAC”, desarrollado como una herramienta tecnológica en Internet, para vincular de forma interactiva y a nivel nacional, a empresas, instituciones y usuarios que ofrezcan y demanden servicios y productos de capacitación turística por giro ocupacional y segmento de mercado, registrando a la fecha 130 personas físicas y morales oferentes de servicios de capacitación turística, 459 demandantes que buscan servicios de capacitación turística y 92 cursos de capacitación registrados en diversas ramas



del Sector Turismo principalmente alimentos y bebidas, hospedaje, turismo de aventura, capacitación a distancia y desarrollo humano.

## **5.5.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Habilitar el portal del manejo higiénico de alimentos en la página en Internet de la SECTUR para lograr una mejor operación del programa.
- Impulsar el Centro de Oficios Turísticos en la Riviera Maya con el fin de ofrecer mecanismos eficientes de capacitación para y en el trabajo, destinados al personal en línea que labora en el sector turístico.
- Desarrollar una estrategia de promoción y difusión de los beneficios y alcances del Programa de Manejo Higiénico de Alimentos.
- Promover la certificación en competencias laborales del personal en línea que labora en el sector turístico.
- Fomentar un modelo de gestión participativa que promueva el asociacionismo entre los guías de turistas.

## **5.6 MODERNIZACIÓN DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS**

### **5.6.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas representan una porción importante de los establecimientos a nivel nacional, no obstante su gestión, administración, y servicios presentan rezagos respecto a los sistemas utilizados por las grandes empresas, cuyas inversiones están asociadas a procesos modernos y 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.

En este sentido, para la SECTUR tiene una importancia estratégica apoyar a este tipo de establecimientos a través de diferentes acciones.

- Durante el mes de diciembre de 2006, la SECTUR en coordinación con las Oficinas de Turismo de los estados de México y Morelos llevaron a cabo las ceremonias de entrega de 49 Distintivos “M”, estos eventos tuvieron la participación de aproximadamente 180 asistentes, destacando la participación de los secretarios de turismo de los estados, así como la presencia de presidentes de cámaras y asociaciones del sector privado.
- Con objeto de implementar el mayor número de MIPYMES turísticas a nivel nacional, fue concluido satisfactoriamente en el mes de diciembre de 2006, el Programa de formación de 32 Consultores

“M” en la Ciudad de Mazatlán, Sinaloa, sede seleccionada a fin de cubrir la zona norte del país donde existe el menor número de Consultores “M” especializados.

- En diciembre de 2006, la Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría de Economía (Fondo PYME), la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (Programa de Apoyo a la Capacitación (PAC), el Centro para el Desarrollo para la Competitividad Empresarial (CRECE), Consultores “M”, cámaras y asociaciones del Sector Turístico y los gobiernos de los estados de Campeche, Coahuila, Morelos y Tabasco, llevaron a cabo la implementación del Programa de Calidad Moderniza, conformando siete grupos con 82 MIPYMES turísticas.
- De igual forma la SECTUR con el apoyo de las Secretarías de Turismo de los estados de Aguascalientes, Baja California y Coahuila se llevaron a cabo tres talleres de sensibilización del Programa de Calidad Moderniza, beneficiando a un total de 43 micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.
- En este sentido, entre enero y agosto de 2007 fueron otorgados 284 Distintivos “M” al mismo número de establecimientos turísticos de los estados de Campeche, Colima, Coahuila, Chihuahua, Hidalgo, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y el Distrito Federal que implementaron mejores prácticas en la prestación de sus servicios; y para 2007, derivado de los apoyos otorgados por el Fondo de Apoyo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa (Fondo PYME) de la Secretaría de Economía se estima que más de 1 500 MIPYMES turísticas obtengan este reconocimiento.
- Para el periodo que se reporta, la Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría de Economía (Fondo PYME), la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (Programa de Apoyo a la Capacitación (PAC), el Centro para el Desarrollo para la Competitividad Empresarial (CRECE), Consultores “M”, cámaras y asociaciones del Sector Turístico y los gobiernos de los estados de Aguascalientes Chihuahua, Coahuila, Estado de México, Hidalgo, Morelos, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sonora, San Luis Potosí, y Veracruz, llevaron a cabo la implementación del Programa de Calidad Moderniza, conformando 36 grupos con 321 MIPYMES turísticas.
- Asimismo, se llevaron a cabo 18 foros de Promoción del Programa de Calidad Moderniza en los estados de Hidalgo, Morelos, Puebla, Sonora, Veracruz y el Distrito Federal contando con la participación de 270 directivos de micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, esperando con ello conformar grupos para implementar el Programa Moderniza.
- Como resultado de las acciones de formación empresarial de enero a agosto de 2007 la SECTUR en coordinación con los gobiernos de los estados de México, Puebla y Zacatecas, se llevaron a cabo ocho acciones de capacitación empresarial, apoyando a un total de 135 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas.
- El 10 de julio del año en curso, la SECTUR, en coordinación con la Secretaría de Economía y Nacional Financiera presentaron ante el sector turístico del país el “Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística”, con el fin de ofrecer a las MIPYMES Turísticas herramientas útiles para mejorar su desempeño; incrementar la satisfacción de

las necesidades de sus clientes; generar más y mejores empleos, y mejorar sus resultados financieros.

- El Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística se encuentra integrado por tres estrategias fundamentales:
  - Profesionalización y Modernización.
  - Financiamiento Competitivo.
  - Ventanilla única para gestión de proyectos turísticos.
- o Referente a la profesionalización y modernización la Secretaría de Economía con recursos del Fondo PYME, canalizará subsidios por un monto de 15 millones de pesos para beneficiar a 200 empresas con la implementación del Programa de Calidad Moderniza en MIPYMES Turísticas. De igual forma, la SECTUR desarrollará el Club “M”, a través del cual se otorgarán beneficios a las empresas turísticas que ya ostentan el Distintivo “M” en materia de capacitación, acceso a tecnología y asociacionismo.
- o Con respecto a Financiamiento Competitivo, la SECTUR en forma coordinada con la Secretaría de Economía y Nacional Financiera, pusieron en marcha el Programa de Financiamiento para el Sector Turismo para dar atención integral en tres niveles:
  - Crédito a MIPYMES del sector (pequeños hoteles, ecoturismo, servicios complementarios): dirigido a la profesionalización y modernización de los pequeños hoteles y servicios turísticos en México.
  - Apoyo a Proveedores: Líneas de factoraje a empresas medianas del sector, garantizando a la banca un porcentaje del riesgo. Usando el sistema factoraje electrónico (cadenas productivas).
  - Financiamiento a hoteles y proyectos turísticos pequeños, segmento actualmente no atendido por la banca.
  - Con este programa se crea un fondo para financiar proyectos turísticos por un monto de 3 000 millones de pesos.
- FONATUR, asesoró a 15 inversionistas sobre los estudios que conforman un proyecto de inversión, en los temas arquitectónicos, de mercado, y financiero.

## 5.6.2 RETOS Y OPORTUNIDADES

- Estructurar un Programa de Emprendedores y de Incubadoras de Empresas Turísticas en las escuelas de turismo, propiciando la generación de proyectos susceptibles de recibir financiamiento o apoyos para su implementación.
- Establecer una Campaña Integral de Cultura Turística, con tres objetivos principales: promover la importancia del turismo en lo general, incentivar la anfitriona o buen trato a los turistas en términos de calidad y calidez, y sensibilizar a los turistas para que viajen responsablemente.

- Posicionar al Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística, como un instrumento de coordinación capaz de generar mejoras en la calidad de la oferta turística de México.
- Incrementar el número Consultores “M” que permitan lograr una cobertura nacional.
- Fortalecer los vínculos y apoyos con la Secretaría de Economía para que a través del Fondo PYME, se obtengan recursos que permitan impulsar el Programa de Calidad Moderniza, a las MIPYMES del sector turístico, así como aprovechar los programas de capacitación operados por esa dependencia.
- Impulsar a los organismos empresariales del sector para que participen como receptores y administradores de apoyos y subsidios otorgados por el Fondo PYME operado por la Secretaría de Economía en la implementación del Programa de Calidad Moderniza en beneficio de las MIPYMES Turísticas.

## **6. INNOVACIÓN Y CALIDAD**

### **6.1 DESARROLLO INSTITUCIONAL E INNOVACIÓN**

#### **6.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

##### **MODERNIZAR Y PROFESIONALIZAR LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL TURISMO**

- En el marco de la presente administración, el presupuesto de la SECTUR en 2007 se elaboró con base en un cruce analítico entre las líneas estratégicas de la política turística y el presupuesto para proyectos y programas estratégicos de las distintas unidades administrativas, mismo que fue elaborado a lo largo de 2006.
- En este periodo, se llevó a cabo el análisis del estado del ejercicio programático por unidad administrativa para 2007, con el propósito de cruzar mensualmente el avance en la ejecución de los proyectos y programas estratégicos con el presupuesto, así como para determinar el avance del ejercicio presupuestal para la oportuna toma de decisiones.
- Continuaron las labores de alineación de Objetivos Estratégicos y Operativos e Indicadores de Gestión a Metas Estratégicas, que formará parte de un Modelo Integral de Control Interno Institucional.
- Se aplicó la metodología sugerida por la Unidad de Recursos Humanos y Profesionalización de la Administración Pública Federal de la Secretaría de la Función Pública, para el proceso de Evaluación del Desempeño Anual que aplica a los servidores públicos pertenecientes al Servicio Profesional de Carrera. Este proceso fue aplicado en los meses de enero y febrero de 2007 para evaluar el año 2006 y en los meses de julio y agosto de 2007 para la evaluación semestral de ese ejercicio.

- En cumplimiento a la Ley del Servicio Profesional de Carrera y su Reglamento se elaboraron los reactivos de las 11 capacidades técnicas específicas (desarrollo de productos turísticos, desarrollo turístico regional, marco normativo de la cultura turística, derecho administrativo y legislación turística federal, desarrollo institucional y coordinación sectorial, orientación y auxilio turístico, evaluación de las políticas sectoriales para la rendición de cuentas, generación y difusión de información estadística y análisis económico del turismo, planeación turística, marco regulatorio en materia turística y gestión y vinculación académica) para su aplicación a los servidores públicos de libre designación para obtener el nombramiento como Servidores Públicos de Carrera.
- En el periodo que se reporta, se llevó a cabo la actualización del nueve por ciento de los Manuales de Organización Específicos y de los Manuales de Procedimientos y se emitieron siete nuevos documentos normativos de las unidades administrativas que conforman la SECTUR.
- Se dio continuidad a la operación y actualización de la Normateca Interna, que tiene el objetivo de registrar, difundir y actualizar las disposiciones normativas internas que regulan la operación y funcionamiento de la SECTUR. Al mes de julio de 2007, la evaluación que se tiene por parte de la Secretaría de la Función Pública se mantuvo en 100 puntos en una escala del 1 al 100.
- Durante el periodo diciembre de 2006-agosto de 2007, de acuerdo a la Ley del Servicio Profesional de Carrera y su Reglamento se contrataron a través de convocatorias públicas y abiertas a siete servidores públicos de carrera; los cuales acumulados a las contrataciones realizadas desde el inicio de vigencia de la Ley, suman 42 Servidores Públicos de Carrera de un universo total de 242 puestos sujetos al Sistema, lo cual representa que el 17.35 por ciento de esa plantilla se ha contratado bajo esa modalidad.
- Se actualizó de forma mensual la información relativa al Registro Único de Servidores Públicos de la SECTUR (RUSP). Esta información fue remitida a la Secretaría de la Función Pública.

## **EFFECTIVIDAD, TRANSPARENCIA E INNOVACIÓN DEL SECTOR TURISMO.**

- Se integró el reporte sectorial de cierre del ejercicio del programa operativo para la transparencia y el combate a la corrupción 2006 y sobre el cumplimiento de los acuerdos dispuestos por la comisión intersecretarial en las materias señaladas.

Los compromisos y acciones establecidos en los 10 procesos clasificados como críticos y de alto impacto para la sociedad, que se inscribieron en el Programa Operativo para la Transparencia y el Combate a la Corrupción 2006, se cumplieron satisfactoriamente.

Para medir el cumplimiento de los referidos programas operativos y de los Acuerdos de la Comisión Intersecretarial, en las materias señaladas, se estableció el “Indicador de Seguimiento de Transparencia” (IST), mismo que formó parte del “Sistema de Metas Presidenciales”, específicamente del apartado “Gobierno Honesto y Transparente”.

Al cierre del ejercicio 2006, el puntaje alcanzado por la SECTUR fue de 884 puntos, de una meta sobresaliente de 950, programada para el cierre del ejercicio.

- Por lo que respecta a la difusión de resultados en 2006, se articuló información sobre los principales resultados alcanzados sobre el programa, disponiéndose su difusión vía Internet e Intranet, además de correo electrónico a toda la red institucional y tríptico informativo que se distribuyó en áreas de atención al público.
- En lo relativo a ética, valores y conducta institucional, se concluyó el programa de autoestudio “Ética, Valores y Conducta Institucional” que se utilizará para capacitar, en una primera fase, al personal de mando, concluyéndose las bases de datos del personal y un catálogo de reactivos y evaluación que se aplicará sobre su entendimiento y conocimiento.
- El programa fue instalado en la Intranet y convocado a un grupo de colaboradores para participar en una prueba piloto. Asimismo, se concluyó el modelo de constancia al personal participante para promover la identidad institucional, el valor del servicio público y la ética profesional de todos los colaboradores de la institución.
- Como parte del Código de Conducta, se concluyó un programa de autoestudio “Ética, Valores y Conducta Institucional” del cual se está realizando una prueba piloto para posteriormente, ampliarlo como herramienta de capacitación para todo el personal.

Se concluyó el diseño de carteles alusivos para destacar los principios y valores contenidos del código de conducta, material que una vez impreso, se distribuirá entre las diversas áreas del Sector.

- Asimismo, permanece la inclusión de mensajes periódicos en los recibos de pago de nómina del personal (talón de cheque) motivando al personal a cumplir con el código de conducta, cuya versión en Internet e Intranet fue actualizada en su apartado de directorio.
- En reconocimiento a la efectividad, transparencia e innovación durante 2007, se concluyó el anteproyecto del reconocimiento para el presente año, para lo que se elaboraron las respectivas bases, guía y formato de participación. Asimismo, con un equipo de enlace sectorial integrado con personal de las diversas áreas de la SECTUR y sus entidades sectorizadas y la participación de los órganos internos de control, se ésta delineando la estrategia que se aplicaría en el actual ejercicio.
- Por lo que toca al Blindaje Electoral 2007, se atendieron los requerimientos de información de la Secretaría Ejecutiva de la Comisión Intersecretarial para la Transparencia y el Combate a la Corrupción, identificándose en la etapa inicial, las oficinas regionales del Sector, la descripción de los recursos federales asignados, así como de otros conceptos para conformar el diagnóstico en la materia.

Posteriormente, se procedió a coordinar la difusión sectorial del programa dispuesto y de los reportes periódicos que sobre el tema se deberán rendir, iniciando propuesta de acciones para asegurar el cumplimiento del referido programa en el ámbito de la SECTUR.

- Se concluyó la integración del “Diagnóstico de Riesgos de Corrupción”, tanto de la SECTUR, como de las entidades sectorizadas. Asimismo, se participó en la integración de la encuesta para la evaluación del control interno de la institución.

## **CERTIFICACIÓN DE PROCESOS DE ALTO IMPACTO**

- Durante este periodo, se realizaron las auditorías de seguimiento a nueve procesos de alto impacto de la dependencia: adquisiciones, DataTur, normalización, elaboración de nómina, Registro Nacional de Turismo, acreditación de guías de turistas, formación a MPyMES, Centro de Documentación e INFOTUR–CIAT, correspondientes al ejercicio 2006, a cargo del organismo que había extendido los respectivos certificados de conformidad ISO 9001-2000. Como resultado de las auditorías, se realizó la entrega de oficios de ratificación de la vigencia de dichos certificados.
- En lo que va del presente año, se trabajó con las direcciones generales de Administración y de Servicios al Turista, a fin de lograr la certificación integral de dichas áreas en el mediano plazo.

## **MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA**

- Se llevaron a cabo acciones de cumplimiento del decreto que establece las medidas de austeridad y disciplina del gasto de la Administración Pública Federal publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de diciembre de 2006, para sentar las bases de diseño, de las soluciones tecnológicas que implementará la institución para renovar los equipos de cómputo y los servidores institucionales.
- Se instrumentó el Programa de Desarrollo Tecnológico 2007–2012 recopilando las necesidades de la dependencia para actualizar la plataforma informática de la SECTUR, ofreciendo soluciones de calidad a los usuarios y servidores públicos.
- Para el periodo diciembre 2006–agosto 2007, se optimizaron las aplicaciones y los servidores, a través de actualizaciones e incrementos en memoria y espacio, para apoyar las actividades institucionales de carácter administrativo y sustantivo, dentro de las cuales destacan el Sistema de Indicadores de Procesos, la aplicación del Directorio Nacional de Spa’s y el Sistema de Registro Nacional del Turismo 2007.

## **6.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Continuar con el análisis del estado del ejercicio programático, con el propósito de conocer el avance en la ejecución de los proyectos y programas estratégicos para la oportuna toma de decisiones.
- Implantar un Modelo Integral de Control Interno Institucional en la SECTUR.
- Incrementar los servicios electrónicos a través de Internet e intranet a fin de hacer más ágil la comunicación y el ahorro de los recursos, así como la utilización de las tecnologías de la información concebidas como herramientas de una nueva gestión pública.

- Contar con el 100 por ciento de los manuales de organización específicos, de procedimientos, operativos y de servicios de todas las unidades administrativas que integran la SECTUR.
- Continuar con el fomento de una cultura de servicio público sustentada en valores y principios éticos que se reflejen en el quehacer cotidiano de las instituciones y los servidores públicos, para prevenir la corrupción, principalmente en las áreas con procesos críticos.

## **6.2 SERVICIOS DE INFORMACIÓN, AUXILIO Y ASISTENCIA AL TURISTA**

### **6.2.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

La SECTUR ha mejorado de manera constante los servicios de información, orientación, asistencia, prevención, auxilio y protección para la seguridad turística dentro de un programa integral e intersecretarial, el cual es determinante para lograr que los turistas se desplacen dentro del territorio nacional con tranquilidad y en las mejores condiciones. En este sentido, la SECTUR puso en operación el Centro Integral de Atención al Turista (CIAT) que permite reforzar los servicios que se brindan a los turistas nacionales y extranjeros a nivel nacional. El CIAT incorpora nuevos esquemas de operación, fortaleciendo, ampliando y modernizando los servicios que se brindan a través del Programa Paisano e INFOTUR.

Las principales acciones bajo este nuevo esquema de operación llevadas a cabo entre diciembre de 2006 y agosto de 2007 fueron las siguientes:

- Como parte de las labores de seguimiento de la puesta en marcha del Programa de Modernización de la Atención al Turista, a través del CIAT, por medio del número telefónico 078, se proporcionaron servicios integrales de información, orientación, asistencia, auxilio y protección para la seguridad de turistas nacionales y extranjeros que viajan por el territorio nacional. Este Programa integra operativamente las acciones que se realizan mediante el Sistema INFOTUR y el Programa Paisano.
- A través del CIAT se proporcionaron servicios integrales de información, orientación, asistencia, auxilio, protección y seguridad a 2 115 155 personas durante el periodo diciembre de 2006- agosto de 2007, lo que representó un decremento anual de 1.6 por ciento.
  - El 95 por ciento de las personas atendidas en este periodo acudieron para recibir apoyo del Programa Paisano con la colaboración de diversas dependencias de la Administración Pública Federal (1.9 millones de personas), monto inferior en 1.2 por ciento a la del mismo periodo del año anterior. El cinco por ciento restante (115 231 personas) se refiere al total de turistas atendidos a través del Sistema INFOTUR.



- La Corporación Ángeles Verdes proporcionó entre diciembre de 2006- agosto de 2007, servicios de auxilio a 338 626 turistas en carreteras al cubrir 17.5 millones de kilómetros a través de sus operaciones de radiopatrullaje en 262 rutas carreteras del país, lo que significó un decremento de 10.1 por ciento en el número de personas atendidas y un decremento de 16.6 por ciento en los kilómetros recorridos; sin embargo el número de vehículos atendidos en este periodo fue de 112 829, lo que representa un incremento de 18.8 por ciento en relación con el mismo periodo anterior.

Adicionalmente, la SECTUR estableció para el periodo que abarca este informe, a través de la Corporación Ángeles Verdes, el operativo de escolta a caravanas en los principales cruces fronterizos del norte del país.

## **COMISIÓN NACIONAL PARA LA SEGURIDAD EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**

En el marco de los trabajos de la Comisión Intersecretarial para el Sector Turismo (ahora Consejo Consultivo de Turismo), se integraron los trabajos relativos a seguridad turística para fortalecer las acciones coordinadas entre las dependencias responsables de proporcionar las condiciones de seguridad y además involucrar, a los gobiernos estatales y municipales.

Los compromisos adquiridos comprenden las siguientes acciones:

1. Operar un sistema de información para turistas nacionales y extranjeros a través de un teléfono de emergencia disponible las 24 horas, los 365 días del año.

Puesta en marcha del Centro Integral de Atención al Turista (CIAT) vía telefónica, Internet y telefonía celular, con un número de marcación rápida de cobertura nacional: a través del número 078 facilitando el acceso a los siguientes servicios.

- Prevención antes y durante los viajes.
  - Información y orientación sobre destinos, atractivos, servicios y enlace a las áreas de atención a los turistas.
  - Asistencia de la Corporación Ángeles Verdes por medio de auxilio vial y primeros auxilios básicos (de emergencia), así como auxilio mecánico en carreteras.
  - Comunicación con la Policía Federal Preventiva (PFP), Caminos y Puentes Federales (CAPUFE); así como con autoridades de Seguridad Pública y Procuraciones de Justicia Federal, Estatal y Municipal.
  - Apoyo de acciones de Protección Civil en caso de contingencias y desastres.
2. Reforzar y mantener la seguridad de los destinos turísticos y posicionar a México como un país seguro para el turista.
    - Como parte de las acciones de anfitrión y asistencia a connacionales y turistas procedentes del extranjero, se han coordinado esfuerzos dentro de la Comisión Intersecretarial del Programa Paisano para llevar a cabo tareas conjuntas en 20 entidades federativas de la República

principalmente en cruces fronterizos, aeropuertos internacionales y centrales de autobuses con la finalidad de consolidar una buena imagen del país brindando servicios de calidad.

## **6.2.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Concluir el proceso de reingeniería de la Corporación Ángeles Verdes.
- Continuar con el proceso de modernización del Sistema de Comunicaciones en la tercera etapa, para contar con equipos de Comunicación con GPS, en las 300 radio patrullas de la Corporación Ángeles Verdes.
- Renovar el parque vehicular en un 30 por ciento.
- Reestructurar las rutas en las que los Ángeles Verdes tienen presencia, con el fin de atender las de mayor aforo vehicular.

# **7. INSERCIÓN EN LA GLOBALIDAD**

## **7.1 ASUNTOS INTERNACIONALES**

### **7.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

En coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), la SECTUR lleva a cabo acciones para impulsar los temas internacionales de mayor trascendencia para la actividad turística nacional, mediante el fortalecimiento de las relaciones con las administraciones nacionales de turismo de otros países, así como con organismos internacionales relacionados con el sector y a través de la celebración de convenios de cooperación bilateral y multilateral en materia de turismo; y junto con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se impulsan conjuntamente nuevas rutas aéreas que unen los destinos turísticos de nuestro país con el mundo.

### **COOPERACIÓN BILATERAL**

#### **AMÉRICA DEL NORTE**

- El 19 de enero del presente año, se llevó a cabo una reunión con el Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en la Ciudad de Washington, D.C., para impulsar el estudio y estimación de costos que permitan dotar de servicios urbanos básicos a destinos turísticos como Acapulco, Ixtapa, Puerto Vallarta, Puerto Peñasco, Cancún, y Riviera Maya. También para intercambiar experiencias internacionales para la identificación, desarrollo, financiamiento y promoción del turismo rural. En dicho encuentro participaron representantes de SEMARNAT y SAGARPA. Asimismo, se sostuvo una reunión con funcionarios del Departamento de Comercio de los Estados Unidos, y representantes de la industria turística de Estados Unidos, en donde se abordaron temas relevantes como la cooperación sobre estadísticas del sector turístico y la medición del impacto de la inversión en los programas de promoción turística.

- Del 22 al 26 de abril, se realizó una visita de trabajo a San Diego, para asistir a la conferencia sobre “Retos y Oportunidades para el Turismo Sustentable en el Noreste de México”; que continuó en Nueva York, con los presidentes de importantes agencias de viajes, tour operadores y medios de comunicación con la finalidad de fortalecer las campañas para atraer turismo a México.
- La SECTUR, el CPTM y la Fundación para la Alianza para el Patrimonio Mundial firmaron una Carta de Intención a través de la cual México se adhiere como socio de la Alianza para el Patrimonio Mundial, con la cual nuestro país recibirá apoyo para promover y preservar los Sitios Patrimonio de la Humanidad.

## **CENTROAMÉRICA Y EL CARIBE**

### **GUATEMALA**

- En el cumplimiento a los acuerdos suscritos entre México y Guatemala y para dar continuidad a la colaboración con la región centroamericana, la SECTUR asistió a la VI Reunión de la Comisión Mixta de Cooperación Técnica y Científica entre México y Guatemala, celebrada en la Ciudad de México, el 9 de marzo y en donde se aprobó el Programa de Cooperación para el bienio 2007-2009. Este programa incluye el proyecto denominado Desarrollo y Fortalecimiento de Instituciones Relacionadas con la Actividad Turística. La SECTUR acordó asesoría técnica a las autoridades guatemaltecas.
- En su visita de trabajo a Guatemala, los días 9 y 10 de agosto, la SECTUR participó en las negociaciones entre las autoridades aeronáuticas de los cinco países integrantes de la Organización Mundo Maya (OMM), las cuales derivaron en la firma del Convenio para Facilitar las Operaciones Aéreas en la Región Mundo Maya. Dicho instrumento fortalecerá la conectividad aérea de la región.
- En esta misma gira de trabajo, los Ministros de Turismo de la OMM acordaron que el concepto y producto turístico “Mundo Maya” sea presentado por primera vez en la Feria Internacional de Turismo (WTM) que se llevará a cabo en el mes de noviembre en Londres, Inglaterra.

### **JAMAICA**

- Derivado de la VII Reunión de la Comisión Binacional México–Jamaica, celebrada en la ciudad de Kingston el 27 de julio, ambos países se comprometieron a evaluar las posibilidades de adoptar acciones conjuntas para promover la cooperación en las áreas de entrenamiento, promoción de destinos turísticos, inversión, desarrollo de infraestructura y viajes entre los dos países.
- La SECTUR participó en la ronda de negociaciones orientadas a formalizar un Convenio sobre Transporte Aéreo entre México y Jamaica, realizada en la Ciudad de México, el 20 de junio de 2007. Como resultado de estas conversaciones, las autoridades aeronáuticas de ambos países acordaron un proyecto de Convenio de Servicios de Transporte Aéreo, que incluye la propuesta de un Cuadro de Rutas.

- En el marco de la Cuadragésima Sexta Reunión de la Comisión de las Américas de la OMT, en San Salvador, El Salvador el 22 de junio de 2007, la SECTUR firmó dos Cartas de Intención: con el Instituto Guatemalteco de Turismo y la OMT; y con el Ministerio de Turismo de El Salvador y la OMT, para iniciar el proceso de transferencia del Programa de Calidad Moderniza (Distintivo M) para las MIPYMES en Guatemala y El Salvador, respectivamente.

## **EUROPA**

- Del 27 de enero al 1 de febrero de 2007, la SECTUR participó en la Feria Internacional de Turismo (FITUR), además de inaugurar el pabellón de México en esta feria. En el marco de FITUR, se celebró una reunión a la que asistieron los gobernadores de Guerrero, Quintana Roo, así como los directores del FONATUR y el CPTM, y los presidentes de diversos consorcios españoles, entre lo que destacan Barceló, Globalia, Fadesa, Fiesta, Ibberia, Iberoestar, Iberojet, Grupo Mall, Grupo Occidental Sol Meliá, NH, OHL, Piñeiro, Riú, Spanair y Soltour.
- Del 5 al 9 de julio, se llevó a cabo una visita de trabajo a España y Portugal, en la primera se sostuvieron entrevistas con el Presidente del Consejo Superior de la Cámara de Comercio de España, a fin de establecer los temas de conversación que se discutieron en la mesa de trabajo de turismo durante la visita oficial del Presidente de España a México.

En Portugal, se asistió a la ceremonia de declaración de las “Siete Nuevas Maravillas del Mundo”, en donde Chichén Itzá fue declarada una de las nuevas Siete Maravillas del Mundo.

- Del 14 al 17 de julio, como parte de la comitiva que recibió al Presidente de España, la SECTUR participó en el Seminario de Empresarios Españoles del Sector Turístico en Cancún, Quintana Roo. En la Ciudad de México, en la mesa de trabajo del sector con funcionarios y empresarios españoles se abordó el tema de los nuevos polos de desarrollo: Huatulco, Baja California Sur, la solidez de las líneas de bajo costo, así como la importancia del turismo de Norteamérica para las inversiones españolas y los planes del sector para toda la administración.

## **RUMANIA**

- En el marco de la visita de una delegación parlamentaria encabezada por el Presidente de la Cámara de Diputados de Rumania, se sostuvo un encuentro con el Ministro de PYMES, Comercio, Turismo y Profesiones Liberales de Rumania de Turismo, y con funcionarios de ese país, en el que se abordaron diversos temas de interés mutuo, relacionadas con el desarrollo del turismo entre ambos países, y manifestaron su interés y disposición para trabajar e identificar aspectos de colaboración, derivados del Convenio de Cooperación Turística que ambos gobiernos firmaron el 25 de febrero de 1994.

## ASIA Y MEDIO ORIENTE

### JAPÓN

- En el ámbito de la relación turística con Japón, la SECTUR participó en la reunión del Comité de Mejora del Ambiente de Negocios México-Japón, que se llevó a cabo el 4 de mayo en la Ciudad de México. En esta reunión la SECTUR informó a la contraparte japonesa las acciones que se están llevando a cabo para promocionar e incrementar el flujo de turistas japoneses a nuestro país. En esta reunión destaca el planteamiento a las autoridades japonesas para negociar un Memorando de Entendimiento, similar al que se tiene suscrito con China, que permita resolver la problemática que actualmente enfrentan los guías de turistas japoneses que pretenden internarse a nuestro país.

En este contexto, la SECTUR ha participado en diversas reuniones de trabajo con el Instituto Nacional de Migración y con Aeroméxico para establecer acciones para mejorar las condiciones de operación del vuelo México-Japón, vía Tijuana.

### PROMOCIÓN HACIA NUEVOS MERCADOS

- La SECTUR participó el 8 de enero en la reunión de embajadores y cónsules, que la Secretaría de Relaciones Exteriores organiza anualmente. En dicha reunión, se participó en la reunión-diálogo de Promoción Económica Internacional, en donde se destacaron las metas, los criterios y prioridades que guían las actividades del Sector Turismo, para lo cual hizo una propuesta de estrecha colaboración con las representaciones de México en el exterior para la promoción turística de nuestro país.

### NEGOCIACIONES DE TRANSPORTE AÉREO

- La SECTUR, asistió a la reunión de negociación del Convenio Bilateral Aéreo entre México y los Emiratos Árabes Unidos, celebrada los días 10 y 11 de abril. Como resultado de esta negociación se otorgó el mayor número de facilidades para Emiratos Árabes para operar vuelos; se aprobó un esquema de múltiple designación de aerolíneas por parte de los dos países, que significa la operación efectiva de dos aerolíneas de cada país por cada par de ciudades; no hay límite de frecuencias para que las líneas aéreas de ambos países puedan operar y se establecen códigos compartidos con posibilidad de llevarlos a cabo con líneas aéreas de terceros países.

### COOPERACIÓN MULTILATERAL

#### OMT

- La SECTUR, como miembro efectivo de La Organización Mundial de Turismo (OMT) participó en la Cuadragésima Séptima Reunión del Comité de Presupuesto y Finanzas de la OMT, realizada en Madrid, España, el 28 de mayo de 2007. Durante esta reunión se revisó la situación financiera y el plan de gastos de la OMT para el 2007, así como la propuesta del Programa de Trabajo y Presupuesto para el bienio 2008-2009. En esta ocasión México manifestó su posición sobre la necesidad de que la OMT sea administrada con criterios de austeridad y eficiencia, evitando incrementos constantes en las cuotas.

- La SECTUR, también participó en la Cuadragésima Sexta Reunión de la Comisión de la OMT para las Américas, realizada en San Salvador, El Salvador, el 22 de junio. Se presentó un informe sobre la situación actual y perspectivas del turismo internacional y se expuso el Programa General de Trabajo para el bienio 2008-2009, destacándose la candidatura oficial que hizo México para ser sede del Día Mundial de Turismo 2008.
- Además, la SECTUR participó en la Reunión del Grupo de Expertos de Naciones Unidas sobre Estadísticas de Turismo, organizada conjuntamente por la División de Estadísticas de Naciones Unidas y el Departamento de Estadísticas de la OMT, celebrada en Nueva York, del 25 al 28 de junio. Como resultado de la reunión, se aprobó la versión preliminar del documento “Recomendaciones Internacionales sobre Estadísticas de Turismo”, que próximamente será sometido para su adopción a la Comisión de Estadísticas de Naciones Unidas.

## APEC

- En cuanto a los trabajos desempeñados por México en el marco del Mecanismo de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), destaca la participación de México en la Trigésima Reunión del Grupo de Trabajo de Turismo, realizada en Gold Coast, Australia, los días 16 y 17 de mayo de 2007. Durante la reunión se expusieron los avances en el ejercicio de evaluación independiente del Grupo de Trabajo de Turismo y se expusieron los alcances de las Cuentas Satélite de Turismo a partir de las experiencias en Nueva Zelanda y Australia.
- Entre los temas expuestos, se destaca la presentación del Plan de Trabajo 2007-2008 para el Grupo de Trabajo, en el que se definen cuatro prioridades como son, la reforma estructural; mayor cooperación con otros organismos internacionales; focalización sobre los obstáculos al crecimiento del turismo y la mayor colaboración con el sector privado.

## OCDE

- Del 9 al 11 de mayo en la ciudad de Namur, Bélgica, se llevó a cabo la Septuagésima Novena Reunión del Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico y la reunión del Buró del Comité de Turismo. En la primera reunión se discutieron y analizaron diversos proyectos como el proyecto de estrategia del Comité de Turismo; el proyecto sobre turismo social y la estrategia para el futuro, la seguridad en el turismo y su impacto económico y sus implicaciones políticas; el desarrollo del turismo sustentable; y el uso de las cuentas satélites de turismo, entre otros. En la reunión del Buró del Comité de Turismo se abordaron diversos temas como la propuesta para la celebración de una reunión de alto nivel para el último trimestre del 2008.

## AEC

- En lo relativo a los trabajos desarrollados en el marco de la Asociación de los Estados del Caribe (AEC), la SECTUR estuvo representada en la XVII Reunión del Comité Especial de Turismo Sostenible, realizada en Puerto España, Trinidad y Tobago, los días 28 y 29 de junio. Entre los asuntos expuestos durante la reunión se destaca el anuncio que hizo el gobierno de Bahamas sobre la aprobación y ratificación del Convenio para Establecer la Zona de Turismo Sostenible del Caribe

(ZTSC), así como la selección de otros cinco destinos para instrumentar los indicadores de Turismo Sostenible del Gran Caribe.

- Con la representación de la Embajada de México en Trinidad y Tobago y la asistencia de la Secretaría de Seguridad Pública, la SECTUR participó en la reunión denominada “Dialogo regional sobre políticas de seguridad y protección al turista”, llevada a cabo en Trinidad y Tobago, los días 5 y 6 de julio, en donde se expusieron la experiencia de México en materia de protección civil y el establecimiento de un Comité de Comunicación de Crisis del Sector Turismo, a raíz del huracán Wilma. Este evento se llevó a cabo como parte del proyecto de la Red Regional de Protección y Seguridad al Turista que impulsa actualmente el Comité de Turismo Sustentable de la AEC.

### COMISION BALLENERA INTERNACIONAL (CBI)

- La observación de ballenas representa un atractivo turístico muy importante en términos económicos. Actualmente en México se registra una intensa actividad de observación de ballenas: la ballena gris en Baja California Sur; la ballena jorobada en Bahía de Banderas, Nayarit; y la ballena azul en Loreto, Baja California. En ese sentido la SECTUR participó, del 28 de mayo al 1 de junio, en la 59 Reunión Anual de la Comisión Ballenera Internacional. Con el apoyo de la delegación de México se logró mantener el tema de la observación de ballenas en la agenda de la CBI y se aprobó una resolución que reconoce el valor de los beneficios que se derivan del uso no letal de los cetáceos, tanto en términos socioeconómicos, como en términos de desarrollo científico; reconoce al uso no letal como una estrategia legítima de administración de recursos; y anima a los estados a trabajar de manera constructiva en la incorporación de las necesidades del uso no letal de los recursos balleneros en cualquier decisión y en sus acuerdos futuros.

## 7.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES

- Consolidar las relaciones entre México y sus nuevos mercados turísticos, a través del seguimiento de sus acuerdos de cooperación bilateral.
- Fortalecer la participación de México en los organismos multilaterales de cooperación en materia de turismo.

## **8. FOMENTO A LA OFERTA TURÍSTICA**

### **8.1 FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO (FONATUR)**

#### **8.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS**

- Como parte del impulso de nuevos proyectos, en el Centro Integralmente Planeado (CIP) Nayarit dio inicio el desarrollo de la segunda etapa que corresponde al polígono el Capomo, y se sometió a las instancias competentes la autorización del plan parcial de desarrollo de Litibú; en el CIP Costa Maya se realizaron gestiones para garantizar que los usos de suelo establecidos sean inamovibles para los desarrollos inmobiliarios privados, además de que se encuentra en etapa de integración de la reserva territorial de la zona continental de 2 600 hectáreas. Por lo que toca al proyecto Mar de Cortés, se terminaron las escalas náuticas de Mazatlán en Sinaloa durante el mes de mayo y en julio, las de San Felipe, Baja California y Guaymas, Sonora; quedando en proceso las de Santa Rosalíta en Baja California y, Topolobampo en Sinaloa.

#### **PROYECTO MAR DE CORTÉS**

- El 18 de enero de 2007, se instaló el Centro de Interpretación de las Regiones Turísticas Integrales en la escala náutica de San Blas. En cada una de las escalas náuticas SINGLAR, se han instalado los Centros de Interpretación de las Regiones Turísticas con el propósito de convertir a las propias escalas en las puertas de entrada a cada una de estas regiones turísticas; estos Centros de Interpretación estarán abiertos al público en general y en especial a los usuarios de las escalas, a los prestadores de servicios turísticos de la localidad y de la zona de influencia de cada escala náutica.
- Estos Centros de Interpretación cumplen con todo lo necesario para generar y promover los atractivos turísticos de esa región, como son, centros artesanales, zonas arqueológicas, museos, etc. Cuentan con una maqueta de 2.44 m. x 2.44 m., folletería, televisores y equipos multimedia para material video documental, material fotográfico, material impreso del gobierno estatal y municipal y atención por parte del personal de la escala para proveer la información necesaria.
- El 26 de enero el mismo año, se presentó la Conferencia Magistral «El Desarrollo Turístico de la Ruta Mar de Cortés» en el Encuentro Regional de Comisiones Legislativas de Turismo efectuado en el Palacio Legislativo del estado de Sinaloa.

La operación de cada escala permite dar servicios de abastecimiento de combustible, amarres transitorios, marina seca, talleres, estacionamiento, club náutico, avituallamiento, venta de refacciones menores, baños, carril de nado, jacuzzi, centro de información meteorológica y de interpretación de la naturaleza. Según las instalaciones propias a cada escala, los demás servicios que se prestan son renta de talleres, bodegas y locales comerciales.



Se entregaron a Singlar, S.A. de C.V., entidad paraestatal y empresa filial de FONATUR, cuya principal misión es la operación náutica, las escalas náuticas de Puerto Peñasco, Son.; La Paz y Puerto Escondido, en B.C.S., en el mes de agosto; y Santa Rosalía, B.C.S., en septiembre; así como las obras terrestres de San Blas, Nayarit, en noviembre. En cuanto al ejercicio 2007, en el mes de mayo se entregaron las escalas de Mazatlán, Sinaloa y San Felipe, B. C., cuyas obras en tierra se entregaron el 8 de septiembre del 2006 y las obras marítimas restantes se entregaron en julio de 2007. Continúan en proceso las obras marítimas y terrestres de las escalas náuticas de Santa Rosalía y Topolobampo, Sin. También se terminó la escala de Guaymas, Sonora, en el mes de julio del 2007; sin embargo, está en proceso la autorización de la concesión por parte de la SEMARNAT, de los terrenos ganados al mar para realizar su entrega a SINGLAR e iniciar su operación.

La Secretaría de Comunicaciones y Transportes por conducto de la Dirección General de Puertos, otorgó a FONATUR el 30 de noviembre de 2006, el Título de Concesión 1.20.06 para el uso, aprovechamiento y explotación de bienes de dominio público de la Federación, para la Escala Náutica de Santa Rosalía, B.C.

Se continuaron con las actividades inherentes a los finiquitos de las siguientes escalas entregadas: La Paz, B.C.S., Puerto Escondido, B.C.S., Santa Rosalía, B.C.S., Puerto Peñasco, Son. (segunda etapa). Se realizó el finiquito de la obra de la escala de Topolobampo que corresponde al relleno.

Aunado a lo anterior, cabe mencionar que se terminaron las obras sociales concertadas en el Programa de Mejoramiento de las Localidades de la Costa en donde se ubican las escalas náuticas. Estas acciones fueron convenidas con los gobiernos locales para mejorar la calidad de vida de la población del lugar, para lo cual se propone el reordenamiento y puesta en valor de las localidades, transformándolos en un atractivo turístico y lograr su integración regional. A diciembre de 2006, se terminaron las obras de mejoramiento de la imagen urbana en la Mesa Francia de Sta. Rosalía, B.C.S.; a julio del 2007 se habían terminado las obras de mejoramiento de imagen urbana del Cerro del Chivero y la plaza principal, en su segunda etapa, y mejoramiento de imagen urbana en malecón Sur, ambas en Topolobampo, Sin.; además, la construcción de carpeta asfáltica en el Boulevard Paseo de Los Ángeles para el mejoramientos de Imagen Urbana en Bahía de Los Ángeles.

## **CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO NAYARIT**

- En diciembre de 2006, concluyeron las obras de urbanización del polígono Litibú, consistente en terracerías, subestructura y superestructura de puentes, agua potable, alcantarillado sanitario, drenaje pluvial y línea de conducción de agua tratada; así como la construcción de puerta de acceso y oficina de ventas; la perforación y equipamiento de un pozo profundo para el abasto de agua potable al polígono, línea de conducción de agua potable a tanque de regularización, emisor de aguas negras de cárcamo a planta de tratamiento y línea de conducción de agua tratada al lago del campo de golf.

Además, se continúa con las obras de construcción de la planta de tratamiento de aguas residuales, el edificio de mantenimiento, los puentes de concreto y obras de protección pluvial del campo de golf, las obras de toma de agua de mar, descarga de agua de rechazo y cárcamo de bombeo de agua de mar del sistema de desalinización para el polígono Litibú, la perforación y equipamiento de

pozos profundos, así como línea de conducción de agua de mar y línea de conducción de agua de rechazo para el suministro de agua potable al polígono Litibú y la planta desalinizadora en su primer etapa. Respecto al campo de golf de 18 hoyos, siguen en proceso las obras del edificio de mantenimiento, los puentes de concreto así como las obras de protección pluvial. Se iniciaron las obras referentes a la formación de *green's*, trampas, *tee's*, *farway's* con arenas controladas, conformación fina de perfiles topográficos, construcción de redes de riego, red de drenajes, pruebas integrales del sistema electromecánico y limpiezas, suministro y colocación de pasto *seadwarf*, *seashore* y *paspalum*.

En el mes de febrero de 2007, el Gobierno del Estado de Nayarit liquidó los adeudos pendientes a los ejidatarios y a la cooperativa El Naranja, acción que permitió la liberación de los terrenos propiedad de FONATUR; de manera que, a la fecha, el predio El Capomo se encuentra disponible para su desarrollo turístico.

### **PROYECTO BARRANCAS DEL COBRE**

- Con relación a las obras de infraestructura que realiza el gobierno de Chihuahua en apoyo al proyecto turístico, en abril de 2007 finalizaron los trabajos de medición de las condiciones meteorológicas para el proyecto de aeropuerto regional en Creel; se continúa con los trabajos correspondientes a la primera etapa de la obra de la línea de conducción de agua potable de la presa Situriachi a San Juanito; y se terminó la primera etapa del mejoramiento de la imagen urbana de Creel, consistente en la red subterránea eléctrica y telefónica, la remodelación de andadores y equipamiento urbano y la reconstrucción de banquetas. La segunda etapa que corresponde a remodelación de fachadas, presenta un avance del 45 por ciento.

### **CENTRO INTEGRALMENTE PLANEADO PALENQUE – CASCADAS DE AGUA AZUL**

- Con el propósito de promover el desarrollo del proyecto, el 26 de enero de 2007, en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, FONATUR presentó a las nuevas autoridades estatales el proyecto turístico Palenque–Cascadas de Agua Azul, con la participación del gobierno del estado, SEMARNAT, INAH, SCT, SRA, CFE, CONAGUA, CONANP y otros organismos.

El 30 de mayo se celebró una reunión de trabajo con el Gobierno del Estado de Chiapas, con el propósito de presentar las acciones para instrumentar el proyecto del Centro Integralmente Planeado Palenque, en donde se acordaron entre otros asuntos la firma de un convenio entre el Gobierno del Estado de Chiapas, la Secretaría de Turismo, el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), la Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP) y FONATUR, para el desarrollo de la región “Selva” del estado, y la identificación y gestiones por parte del Gobierno de Chiapas ante propietarios de reservas territoriales para el CIP Palenque.

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

- Entre enero y junio de 2007, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), llevó a cabo obras de consolidación y mantenimiento de la infraestructura turística existente en los cinco Centros Integralmente Planeados (CIP's) de Cancún, Ixtapa, Los Cabos, Huatulco y Loreto por un total de 156 millones de pesos, que representaron un incremento de 66.3 por ciento en términos reales en comparación con el monto del mismo lapso anterior.

Durante este periodo se realizaron las siguientes:

- En Cancún: se encuentra en la última etapa de desarrollo la urbanización de la segunda etapa del polígono El Table, para el desarrollo de conjunto residencial, así como la urbanización de megalotes en "Lomas de Vista Hermosa (SM. X-A)" para el desarrollo de vivienda en altura, comercio y servicios. En el mes de julio iniciaron las siguientes obras: segunda etapa de la urbanización del Malecón para el desarrollo de un centro urbano, de alta densidad, de carácter mixto para oficinas, vivienda y comercio, articulados por malecón y rambla turística; introducción de servicios de agua potable, drenaje sanitario y energía eléctrica, para la relotificación del lote 4-A en la tercera etapa y lote 1-C de la calle Colibrí y obras complementarias de infraestructura en la zona turística del CIP; rehabilitación de pavimentos en tramos seleccionados del Boulevard Kukulcán para mantener la infraestructura en óptimas condiciones; segunda fase de la reubicación de la planta de composta.
- En cuanto a las acciones de mantenimiento se terminó la primera etapa de la operación, conservación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales de Pok-Ta-Pok, Gucumatz y El Rey, planta de composta y mantenimiento de la red de riego del Boulevard Kukulcán.
- En Ixtapa: a raíz de la modificación del plan director de desarrollo urbano, se identificaron nuevas reservas desarrollables dentro del polígono de FONATUR, lo que permite incorporar su desarrollo en el programa de inversión 2009-2013 para la generación de inventario. Se terminó una sección de la obra de Relotificación Cantiles.
- En lo relativo a las acciones de mantenimiento se terminó la primera etapa de operación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales de este CIP.
- En Loreto: finalizó la primera etapa de operación y mantenimiento del sistema de bombeo, de la línea de conducción de agua potable San Juan Londó-Loreto-Nopoló-Puerto Escondido y, el alumbrado público del CIP Loreto. De forma adicional, continúa la operación y conservación de la estación de bombeo y pozos de agua potable de San Juan Londó y, el 19 de abril del presente año, se entregó al municipio la planta de tratamiento de aguas residuales del poblado de Loreto. Por su parte, se inició la obra de urbanización de la súpermanzana VI en el poblado de Loreto para la dotación de servicios básicos a productos inmobiliarios que cubrirán parte del déficit de vivienda en una zona habitacional de densidad media.

- En Huatulco: el desarrollo es objeto de una estrategia de relanzamiento en la que se pretende consolidar en el corto plazo una masa crítica de oferta hotelera de al menos 5 mil cuartos de hotel bajo un concepto de un desarrollo sustentable, de alta calidad y baja densidad. En este sentido, se han identificado una serie de acciones concretas para cada una de las nueve bahías, el Parque Nacional Huatulco, el parque Copalita y la zona de Bajos: Arenal y Coyula; de igual manera, se coordinan dentro del marco de un convenio interinstitucional, los planes y programas de otras entidades de los gobiernos federal, estatal y municipal así como de organizaciones civiles con objeto de que la instrumentación del Programa de Relanzamiento surta mayor efectividad.

## **CAPTACIÓN DE RECURSOS CREDITICIOS**

- Durante el periodo que se informa, FONATUR no dispuso de recursos provenientes de financiamientos institucionales, como resultado de la combinación de los siguientes escenarios:
  - En agosto de 2006, concluyeron los plazos de desembolso de los créditos contratados en ejercicios anteriores.
  - La liquidez de la Institución ha permitido solventar los compromisos programados en relación a la ejecución del programa de infraestructura.
- Por lo anterior, y ante el ambiente que actualmente brinda el mercado financiero, se presenta la posibilidad de reconsiderar los términos y condiciones de los créditos por contratar, para mejorar lo inicialmente pactado.
- Para apoyar la remodelación, ampliación, equipamiento y construcción de PYMES turísticas, FONATUR ha gestionado con NAFIN la apertura de financiamientos con recurso y/o garantía de esa institución.
- La participación de FONATUR se reflejó en la aportación de los estudios de mercado requeridos para determinar las plazas que requieren este apoyo, el potencial de crédito, el monto mínimo de cada financiamiento, además de la promoción de los créditos con los empresarios en varias localidades de la república.

## **PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA A ESTADOS Y MUNICIPIOS**

- El 22 de mayo de 2007, FONATUR firmó un convenio con el Gobierno del Estado de México, el Instituto Nacional de Antropología e Historia y los seis municipios integrantes del Corredor Turístico Teotihuacan-Acolman-Otumba, para promover el desarrollo turístico del Corredor.

## **PROGRAMA DE CALIFICACIÓN DE PROYECTOS**

Su objetivo es facilitar a los inversionistas del sector turístico el acceso al financiamiento requerido para sus proyectos, para lo 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 evaluación de los conceptos fundamentales, como son: el análisis de mercado, la parte técnico arquitectónica, la administración del negocio, y la parte financiera.

- Durante el periodo diciembre 2006-agosto 2007 se ha calificado un monto por 65 millones de dólares, de los cuales la banca autorizó 61.8 millones de dólares, lo que permitió la construcción de 550 cuartos hoteleros, además de la generación de 395 empleos directos y 988 indirectos y una inversión detonada de 128.30 millones de dólares.
- Por otra parte, conjuntamente con el Banco Nacional de Comercio Exterior (BANCOMEXT) se ha diseñado un programa específico de financiamiento, del cual se abrió en agosto una línea global de crédito hasta por 500 millones de dólares, para apoyar la construcción y ampliación de hoteles de cuatro y cinco estrellas, tiempos compartidos y condominios turísticos. El requisito para que los inversionistas accedan a esta línea es que FONATUR califique previamente su proyecto.

## **PROGRAMA DE COMERCIALIZACIÓN DE TERRENOS**

- De enero a agosto de 2007, se realizaron ventas de terrenos por 817.0 millones de pesos, que representan el 112.2 por ciento de la meta original anual autorizada para 2007.

## **PROGRAMA DE DESINCORPORACIÓN DE ACTIVOS**

- Se incluyeron en el Programa de Desincorporación de FONATUR los Hoteles *Desert Inn* (antes La Pinta) Loreto, San Ignacio, Guerrero Negro, Cataviña, San Quintín y Ensenada, así como del Centro Vacacional Miramar Solidaridad, S.A. de C.V., para lo cual se integró el Centro de Información de cada uno de ellos y los resultados del análisis técnico-financiero con el valor mínimo de venta de las inversiones. Se obtuvo la autorización del Comité Técnico del Fondo para el inicio del proceso de venta de acuerdo al Manual de Procedimientos de la Comisión Intersecretarial de Desincorporación (CID).
- Se presentó la estrategia de venta en el Comité Técnico de FONATUR, el cual instruyó: evaluar la posibilidad de considerar una estrategia de enajenación de toda la Cadena Hotelera La Pinta. Asimismo, la CID autorizó la enajenación del 100 por ciento de los títulos accionarios de las empresas Nacional Hotelera de Baja California, S.A. de C.V. (NHBC) propietaria del hotel *Desert Inn* Ensenada y Recromex S.A. de C.V. propietaria del hotel *Desert Inn* Loreto; así como de los cuatro

inmuebles propiedad de FONATUR (Hoteles *Desert Inn* San Quintín, Cataviña, Guerrero Negro y San Ignacio), además del lote 2 propiedad de Singlar, S.A. de C.V.

### 8.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES

- Convertir a FONATUR en promotor de promotores, es decir, que con la marca FONATUR se pueda hacer desde la tramitación de permisos y licencias, hasta la búsqueda o localización de terrenos para nuevos desarrollos, realizar el plan maestro, la construcción y la venta del producto inmobiliario, destacando que FONATUR haría todo lo descrito anteriormente con recursos de fondos de inversión.
- Redimensionar el Proyecto Mar de Cortés, además de visualizar a éste como fuente generadora de ingresos por servicios prestados en las 10 escalas náuticas construidas. Asimismo, evaluar la conveniencia de construir dos escalas adicionales (Bahía de Los Ángeles y Santa María) para obtener una mejor rentabilidad del proyecto para proceder a su venta en paquete.
- Relanzar y consolidar a Huatulco como el destino de baja densidad y alta calidad más importante del país y sentar las bases para que en el mediano plazo, con la adición de por lo menos 2 800 nuevos cuartos en hoteles de categoría especial, constituya el principal desarrollo de Latino América con certificación de sustentabilidad vinculado con la cultura y la naturaleza.
- Aprovechar la llegada de grandes inversionistas y fondos de inversión debido a la buena calificación riesgo país de México en los últimos años, para el fondeo de proyectos detonadores.

## 9. PROMOCIÓN TURÍSTICA

### 9.1 CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

#### 9.1.1 ACCIONES Y RESULTADOS

- El proceso de globalización y el acelerado cambio tecnológico de la industria turística, han originado que la información sobre la diversidad turística mundial esté transformando los productos y servicios turísticos en bienes comunes que compiten en calidad y precio, motivando que la elección del turista se centre, fundamentalmente, en destinos donde se pueden realizar actividades y vivir experiencias únicas y diferenciadas. Además, la creciente oferta de productos y destinos turísticos en el mercado internacional, ha provocado que la inversión en el Sector aumente con el fin de lograr un mayor posicionamiento sobre los mercados y así poder mejorar la participación en la captación de turistas y de divisas.

#### PLAN DE MERCADOTECNIA DE MÉXICO

- Como cada año, el CPTM elaboró su Plan de Mercadotecnia para 2007, lo que permitió la ejecución de campañas de promoción y publicidad de México en los mercados nacional e internacional

enfocadas a las siete categorías de producto: turismo de playa, turismo de congresos y convenciones, turismo cultural, turismo de naturaleza, turismo premium, turismo para todos y segmentos especiales, vinculadas mediante la definición básica de los atributos único, diverso y más allá de la hospitalidad que caracterizan a la marca “MÉXICO”.

## **PAQUETES TURÍSTICOS PARA LA CAMPAÑA DE TURISMO PARA TODOS**

- A fin de impulsar el turismo para Todos, se lanzó la convocatoria pública para la integración de oferta de paquetes turísticos en la página [www.visitemexico.com.mx](http://www.visitemexico.com.mx) y derivado de dicha convocatoria, se incorporó y actualizó la oferta de paquetes turísticos en la página, motivando así, la frecuencia con la que las personas viajan en territorio nacional, creando una nueva cultura de viaje que tiene como propósito despertar el interés del consumidor para modificar sus hábitos, abandonar la rutina y conocer a México.

## **INVESTIGACIÓN**

- Se fortalecieron las tareas de investigación de mercados así como de inteligencia comercial. Dentro de los trabajos de investigación y evaluación están en proceso de desarrollo el “tracking publicitario para la temporada de verano 2007” para los mercados nacional, europeo, sudamericano y norteamericano se realiza la “Medición de desempeño de la participación mexicana en ferias y exposiciones internacionales de turismo, para 10 ferias seleccionadas en 2007”.
- Respecto a las investigaciones sobre la demanda, se encuentra en proceso la realización del proyecto “Segmentación de la demanda turística a México en los mercados nacional, europeo y norteamericano”.
- Se dio continuidad al desarrollo del Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT), generando 21 nuevos reportes y explotando información a la que tienen acceso vía Internet las áreas internas del CPTM y sus oficinas en el extranjero, así como funcionarios de la SECTUR y FONATUR. Durante este lapso, se enviaron ocho boletines mensuales por correo electrónico y ha aumentado en 55 por ciento la consulta de información por parte de los usuarios entre enero y junio de 2007.
- Como parte adicional de las actividades de inteligencia comercial, se ha realizado de manera semestral el “Análisis de Coyuntura”, previo a las temporadas de verano e invierno. Mediante este estudio se describe el comportamiento reciente del turismo hacia México y se presentan las expectativas para la siguiente temporada vacacional desde los principales mercados emisores de turismo en el mundo.

## **FINANCIAMIENTO DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA**

- Entre enero y junio de 2007, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) destinó 185.2 millones de pesos a promover la imagen de México como destino turístico de excelencia, monto 119 por ciento real mayor a lo ejercido en igual periodo anterior. Dichos recursos correspondieron en su totalidad al Derecho de No Inmigrante.

## **CAMPAÑAS DE RELACIONES PÚBLICAS**

### **EN NORTEAMÉRICA**

- Se llevó a cabo la campaña de relaciones públicas para el mercado norteamericano, integrada por programas de información, relación con los medios de comunicación, relaciones con la industria, eventos, consumidor, oportunidades promocionales y respuesta inmediata a situaciones de crisis.
- El CPTM creó la Unidad Estratégica de Negocios para Estados Unidos y Canadá, con sede en Washington, EUA, entrando en operaciones el pasado 14 de junio. Entre las principales funciones de esta Unidad, se encuentra el establecimiento de alianzas comerciales con asociaciones y empresas norteamericanas, que permitan desarrollar mercados potenciales en diversos segmentos, así como proporcionar información estratégica sobre las tendencias en la demanda turística que proviene de esa región.
- Durante diciembre de 2006 y agosto de 2007, se recibieron y atendieron 1 894 consultas telefónicas a través del centro de llamadas 1-800 929-4555 y del sitio de prensa [www.vistmexicopress.com](http://www.vistmexicopress.com).
- Se llevó a cabo la operación y actualización del sitio de Internet especializado en los medios de comunicación [www.visitmexicopress.com](http://www.visitmexicopress.com) a través del cual se divulgaron 46 boletines de prensa, elaborados en idioma inglés y español.
- Adicionalmente, se elaboraron cinco boletines electrónicos dirigidos a los medios de comunicación. De cada boletín elaborado se distribuyeron alrededor de 7 500 ejemplares.
- Entre los meses de diciembre de 2006 y agosto de 2007, se identificaron aproximadamente 1 731 artículos positivos sobre la imagen de México como destino turístico en medios impresos y electrónicos, como resultado de la campaña de relaciones públicas para la promoción turística de México en el mercado norteamericano, estimándose un alcance de 1 208.9 millones de pesos en valor de difusión en 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. En este sentido, se elaboraron 197 reportes.
- Por su parte, se elaboraron cinco boletines electrónicos con el fin de fortalecer las relaciones públicas con la industria turística en este mercado. Este boletín se distribuye de manera bimestral



por correo electrónico a un aproximado de 120 000 touroperadores y agentes de viajes de dicho mercado.

- Para este lapso, se realizaron 36 viajes de familiarización dirigidos a representantes de medios de comunicación norteamericanos y dos para representantes de la industria. En estos viajes se atendieron a 96 medios de comunicación y siete representantes de empresas turísticas.
- Se participó en 42 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, se llevaron a cabo seis monitoreos especiales con temas relevantes para la atención de los mismos en coordinación con los destinos turísticos.

## 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.
- Durante diciembre de 2006 y agosto de 2007 se recibieron y atendieron llamadas telefónicas en el centro de prensa para Europa, a través del número 00-800-666 777 02 ofreciendo información a medios de los mercados principales de Europa: España, Alemania, Italia, Francia y Reino Unido. Asimismo, se atendieron solicitudes de medios a través del correo electrónico [europeanpress@visitmexico.com](mailto:europeanpress@visitmexico.com) en el Centro de Prensa localizado en Madrid, España.
- Durante este lapso, se realizaron 30 boletines de prensa para los cinco países antes mencionados, así como tres *newsletters* dirigidos a los medios de comunicación. Estos últimos fueron distribuidos a 5 000 contactos cada uno. Los materiales de prensa se elaboraron en los idiomas alemán, español, francés, inglés e italiano los cuales fueron distribuidos por correo electrónico.
- Entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, fueron identificados alrededor de 2 475 artículos positivos sobre la imagen de México como destino turístico en medios impresos y electrónicos, como resultado de la campaña de promoción de México en el mercado europeo.
- 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 lapso que abarca este informe se elaboraron 127 reportes.
- Se realizaron 37 viajes de familiarización a diferentes destinos turísticos mexicanos dirigidos a los medios de comunicación del mercado europeo, en los que se contó con la participación de 64 periodistas.

- Fueron elaborados y distribuidos tres *newsletters* con el propósito de fortalecer las relaciones públicas con la industria turística del mercado europeo. De cada uno de estos boletines, se distribuyeron 5 000 ejemplares al mismo número de contactos de dicha industria, así como en forma electrónica.
- Se participó en 19 eventos aproximadamente, en los que 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.
- Para este lapso, se realizaron monitoreos especiales con temas relevantes para la atención de los mismos en coordinación con los destinos turísticos, como parte del programa de respuesta inmediata.

## EN LATINOAMÉRICA

- A través de las Oficinas del CPTM en Buenos Aires y Sao Paulo, se llevaron a cabo acciones de relaciones públicas para el mercado latinoamericano. Entre ellas se realiza la atención a las necesidades de información por parte de los medios de comunicación para promover la realización de reportajes sobre destinos y productos turísticos de México, la coordinación de viajes de familiarización de prensa e industria turística.
- Cabe señalar el cierre de la representación del CPTM en la ciudad de Santiago de Chile, cuya cobertura territorial quedó a cargo de la Dirección Regional del CPTM para Latinoamérica con sede en la ciudad de Buenos Aires, Argentina.
- Se llevó a cabo la Licitación Pública Internacional, quedando adjudicada la agencia *Mkt Network*, la cual dará sus servicios a partir del 15 de agosto de 2007 al 30 de junio de 2009.

## EN MÉXICO

- Se dio continuidad a las acciones relativas a relaciones públicas en el mercado nacional, entre los que se encuentran los programas de información, de relaciones con la industria, de relaciones con los medios de comunicación, de eventos, de oportunidades promocionales, dirigido al consumidor y respuesta inmediata a situaciones de crisis. La agencia de Relaciones Públicas Nacional fue Roberto Gaudelli y Asociados S.A. de C.V., durante el periodo junio 2006 – julio 2007, y a partir del primero de agosto la ejecución de la campaña está a cargo de la agencia Corporación Comunicación Barceló y Asociados S.A. de C.V.
- El Centro de Prensa ubicado en el Distrito Federal atendió a través de su línea 01 800-714-9399 y a partir del 1 de agosto en el 01800 823-2306 de la página [www.visitemexicoprensa.com.mx](http://www.visitemexicoprensa.com.mx) a diversos medios impresos y electrónicos a nivel nacional. En este sitio se tiene un registro acumulado de 205 contactos de los medios de comunicación, y se actualiza de manera continua con información de interés.

- Para este periodo, se realizaron 43 boletines de prensa, 30 boletines electrónicos semanales, así como siete boletines mensuales que fueron distribuidos a 7 500 contactos de la industria turística nacional.
- El CPTM coordinó 14 conferencias de prensa, con el objetivo de impulsar la promoción de los destinos turísticos del país, en las que se generó gran cobertura por parte de los medios de comunicación nacionales.
- Se llevó la distribución del reporte del monitoreo diario de noticias de medios nacionales correspondiente al periodo diciembre de 2006-agosto de 2007, alcanzando una cobertura de 320 contactos por correo electrónico.
- Con el objeto de promocionar los atractivos turísticos de México en el mercado nacional, se organizaron cuatro concursos dirigidos al consumidor en coordinación con representantes de diversos destinos turísticos de México.
- Se apoyaron alrededor de seis eventos de la industria en coordinación con funcionarios estatales de turismo, beneficiando a todos los actores del sector turístico del país.
- Entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, se llevaron a cabo 19 viajes de familiarización para periodistas de los principales medios de comunicación del país.
- Derivado de todas las acciones y notas positivas se obtuvo una cobertura de 64.3 millones de pesos que se dividió entre la inversión del CPTM de 5.3 millones arrojó un retorno de Inversión para este mercado de 12 pesos.

## **CAMPAÑAS DE PUBLICIDAD**

### **EN MÉXICO**

- En el mercado nacional, se dio continuidad a la campaña “Vive Hoy Vive lo Tuyo”, 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.
- Dicha campaña se llevó a cabo en televisión, radio, revistas y prensa por medio de varias creatividades enfocadas a los segmentos de cultura, naturaleza, arqueología y sol y playa.
- Se elaboró un cortometraje “cineminuto” de la Marca México, el cual se difundió en cine y en televisión. Adicionalmente se diseñaron creatividades de la marca México para ser difundidos en exteriores en las principales ciudades en México.

### **EN NORTEAMÉRICA**

- En el 2006 se dio seguimiento a la campaña de publicidad en el mercado norteamericano donde se abarcaron diferentes canales de difusión como medios impresos (revistas y prensa), medios

electrónicos (Internet y televisión) y publicidad exterior (espectaculares). Dentro del programa de Información se generó un valor de cobertura por artículos creados sobre México de aproximadamente 8.5 millones de dólares y un valor de difusión televisivo de aproximadamente de un millón de dólares.

- Se continuó el proyecto “*Mexican Mobile Display*”, utilizando camiones armados y equipados que fueron enviados a las ciudades de Nueva York, Chicago, Montreal entre otras. Los camiones contaron con una caja transparente, que simulaba un escenario de playa mexicana, con ambientación de motivos arqueológicos. Durante el promocional, las ciudades citadas estuvieron viviendo días de intenso frío y el escenario de playa mostrado, contrastaban con el ambiente natural, provocando en el público el deseo de intercambiar su propio escenario por el mostrado por el promocional. Se realizaron escalas en los sitios y horarios más concurridos y se mostraba a los espectadores diversas escenificaciones de las diferentes situaciones que se pueden vivir en México como descanso, entretenimiento, diversión y fiesta.

## EN EUROPA

- En el 2006 se dio seguimiento a la campaña de publicidad en el mercado europeo donde se abarcaron diferentes canales de difusión como medios impresos (revistas y prensa), medios electrónicos (cine, televisión y radio) y publicidad exterior (autobuses y carteleras).
- Durante el 2006 se continúa con la campaña “México, más allá de tu imaginación”, en revistas especializadas, radio, cine, Internet y publicidad exterior, esta última mediante publicidad de México en autobuses, en estaciones ferroviarias, en parabuses y en estaciones del metro, haciendo énfasis en la oferta de paquetes turísticos a fin de fortalecer el cierre de venta.

## EN LATINOAMÉRICA

- Con el fin de incentivar la intención de viaje a nuestro País en el mercado de Latinoamérica y de posicionar la marca “MEXICO”, se contrataron medios en exteriores, revistas especializadas, cortometrajes e Internet, para promover a México “Más de lo que te Imaginas”.

## MERCADEO DIRECTO

- Entre Diciembre de 2006 y Agosto de 2007, se atendieron 360 427 interacciones telefónicas a través del centro de llamadas 1-800 44 639426 (MEXICO) en el mercado de Norteamérica, (Estados Unidos de América y Canadá) se respondieron 19 761 consultas a través de correo electrónico. Asimismo, se realizaron 50 610 envíos de material promocional.

## EN EUROPA

- Entre Diciembre de 2006 y agosto de 2007 se atendieron 37 950 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 y mercados secundarios de Europa Occidental: Portugal, Bélgica, Holanda, Austria, Suecia y Suiza. Asimismo, se respondieron 3 414 consultas a través de correo electrónico y se realizaron 17 609 de material promocional.

## XXXII TIANGUIS TURÍSTICO

- Del 25 al 28 de marzo de 2007, se llevó a cabo la edición XXXII del Tianguis Turístico en la Ciudad de Acapulco, durante el cual, interactuaron mediante el sistema de citas preestablecidas, los prestadores de servicios turísticos mexicanos con los compradores nacionales e internacionales en sus suites de negocios. En esta edición, se establecieron 421 suites de negocios con la participación de 2 521 proveedores de servicios turísticos y 1 064 compradores nacionales e internacionales provenientes de 25 países; se formalizaron 18 593 citas de negocios, y se contó con la participación de 550 periodistas locales y nacionales así como 96 periodistas procedentes de Norteamérica, Latinoamérica, y Europa, con un índice de satisfacción global de 92 por ciento, mostrando un incremento de 7 puntos porcentuales respecto a la edición pasada.

## CONGRESOS Y CONVENCIONES

- México ha pasado del lugar treinta y uno en 2005 al veintisiete en 2006 en cuanto al número total de congresos internacionales por país, con 81 congresos. Lo anterior, de acuerdo con la *Internacional Congress and Convention Association (ICCA)*.
- Dentro de la página [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com), continuó la operación del sitio dirigido a “Convenciones en Línea” para provocar negocio directo entre organizadores internacionales y nacionales de congresos, convenciones, ferias, exposiciones e incentivos y la oferta turística nacional.
- Se logró la operación integrada de las asociaciones del segmento y su alineación a las estrategias de turismo de negocios del país bajo un mismo plan de mercadotecnia. Entre estas asociaciones se encuentran *Meeting Professionals International (MPI)*, *Society of Incentive and Travel Executives (SITE)*, *Hospitality Sales and Marketing Association Internacional (HSMAI)*, Asociación Nacional de Profesionales en Ferias, Exposiciones y Congresos (AMPROFEC), Asociación Mexicana de Recintos FERIALES (AMEDEF), *International Congress and Convention Association*, (ICCA-Comité México), entre algunas otras nacionales, así como con la Asociación Nacional de Oficinas de Convenciones y Visitantes y Organismos Similares (ANDOC).
- Se dio continuidad a las acciones de certificación internacional para los prestadores de servicios turísticos del segmento: CMP para Convenciones, CEM para Ferias y CITE para Incentivos. Se graduó la segunda generación de CEM (16 personas) y en diciembre de este año la tercera generación con un estimado de 15.

- En lo relativo a ferias y eventos especializados, el CPTM participó en cerca de 49 eventos Nacionales e Internacionales.
- En el periodo diciembre de 2006-agosto de 2007, el CPTM participó como anfitrión en diversos congresos mundiales. Entre los resultados de la oficina de congresos y convenciones de México, cabe señalar que México pasó de 27 congresos mundiales confirmados en agosto de 2006 a 172 congresos al cierre de 2006; para junio de 2007 se tienen confirmados 56 congresos internacionales a celebrarse en México.
- Se elaboró el material promocional para el segmento de congresos y convenciones “*Meeting and Incentive Planner*” para 2007, y se encuentra en desarrollo la versión para 2008, así como un paquete de material promocional de México para el segmento de Turismo de Negocios.
- El CPTM, a través de su Oficina de Congresos y Convenciones, participó activamente durante este periodo en los Comités Internacionales de las principales asociaciones internacionales como son *International Congress and Convention Association (ICCA)* y la *Destinations Marketing Association International (DMAI antes IACVB)*.
- El CPTM a través de su Oficina de Congresos y convenciones y en conjunto con SITE (Society of Incentives and Travel Executives) y la Secretaría de Turismo Federal crearon la iniciativa de desarrollar nuevos productos para el Mercado de Incentivos en los distintos destinos del país para aprovechar su riqueza cultural y natural. En 2006 junto con el capítulo de México de SITE se lanzó el programa “*Your Best Reward is México*” con los objetivos siguientes; Aumentar la cuota de mercado de México en el negocio de los viajes de incentivo a nivel internacional, dando valor a las atracciones culturales y naturales de destinos emergentes y colocando a México como el multidestino ideal en el segmento de los viajes de incentivo. El primer proyecto, resultado de este programa, fue Veracruz y tuvo su primera visita de Casas de Incentivos para darlo a conocer del 15 al 18 de mayo de este año. El próximo 29 de agosto de estrenará el siguiente proyecto de este programa en la Ciudad de Guadalajara. Se continuará el proyecto trabajando de la misma manera seleccionando nuevos destinos para desarrollar cada vez más y novedosos productos con la calidad que los viajes de incentivos requieren.

## FERIAS Y EXPOSICIONES

- México estuvo presente en seis de las principales ferias internacionales de turismo, en los mercados de Europa, Asia y Norteamérica, con una inversión de 12.4 millones de pesos. En dichos eventos congregó a 212 expositores de la industria turística nacional. Siendo éstas las siguientes: FITUR de Madrid, España; BIT de Milán, Italia; ITB de Berlín e IMEX de Frankfurt, Alemania, COTTM de Beijing, China e *Incentive Works* de Toronto, Canadá. A través de las Direcciones del CPTM en el Exterior, se participó adicionalmente en 40 ferias de turismo, 85 exhibiciones comerciales, 103 seminarios de capacitación, 49 viajes de familiarización, ocho caravanas, 18 presentaciones en congresos y convenciones, así como en nueve muestras gastronómicas de los destinos turísticos del país.

- Para encontrar nuevas oportunidades de negocios, las representaciones del CPTM en el extranjero participaron entre diciembre de 2006 y agosto de 2007, en 6 ferias internacionales, adicionalmente 40 ferias de turismo, 85 exhibiciones comerciales, 103 seminarios de capacitación, 49 viajes de familiarización, 8 caravanas, 18 presentaciones en congresos y convenciones, así como en 9 muestras gastronómicas de los destinos turísticos.

## MERCADO ASIÁTICO

- Durante el primer bimestre del 2007 se revisó y autorizó el presupuesto de operación para el mercado asiático, etiquetándose recursos por un monto de 29 millones de pesos para acciones promocionales, principalmente en los mercados de Japón, China y Corea. Cabe destacar que este el año el presupuesto creció en 100 por ciento respecto al año anterior.
- El principal objetivo para el Mercado Asiático durante el año 2007 será reforzar la imagen de los diversos destinos de México ante los profesionales de la industria local y el consumidor local a fin de incrementar la intención de viaje a México por medio de la producción de diversos insertos especiales de México en las revistas líderes de turismo y viajes tanto de la industria turística local como las dirigidas al consumidor final.

## JAPÓN

- En este contexto y en relación con el mercado japonés, se realizarán los 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*, *Esquire*, *Brutus*, *Crea* y *Apista*).
- Dichas acciones, se encuentran en su etapa de planeación, se enfocarán a la industria y al consumidor con una imagen homogénea que permitirá fortalecer la presencia de México en dicho mercado. La difusión de las mismas será en el segundo semestre del año.
- Como parte de la estrategia para ampliar el conocimiento de nuestros atractivos turísticos y en el marco de la edición XXXII del Tianguis Turístico, celebrado del 25 al 28 de marzo en Acapulco, Guerrero se llevaron a cabo viajes de familiarización pre y post Tianguis hacia los principales destinos y atractivos turísticos del interés de los mercados de China, Japón y Corea.
- Concluyeron en el mes de marzo las acciones que el CPTM en forma conjunta con Aeroméxico, llevaron a cabo como parte de la campaña de publicidad y relaciones públicas en beneficio del vuelo inaugural de Aeroméxico con la ruta México – Tijuana – Tokio. La inversión para dicha campaña ascendió a casi 20 millones de pesos y la misma fue operada por la agencia de relaciones públicas y publicidad “Marketing Garden”.

## CHINA

- Como parte de la estrategia de penetración que permita posicionar a México como un destino turístico en el gusto de los consumidores chinos, se planteó una estrategia de acción directa con la industria turística china, por medio de viajes de familiarización, seminarios de especialización, caravanas turísticas, participación de México en las principales ferias internacionales de este mercado y producción de material promocional de México en idioma mandarín, a fin de ampliar el conocimiento y propiciar la intención de viaje del turismo chino hacia los diferentes destinos turísticos nacionales.
- En este contexto, el programa de trabajo de la Dirección en China incluye la participación en las principales ferias de la región: por lo que del 14 al 16 de mayo, el CPTM participó en la *China Outbound Travel and Tourism Market (COTTM)*, en la que se contó con la participación de más de diez expositores en el Pabellón de México.
- Por tercer año consecutivo, se participó en las ferias *Korea Internacional Travel Fair (Kotfa 2006)* del 7 al 10 de junio en Seúl, Corea y la *ITE (Hong Kong Internacional Travel Expo)* del 14 al 17 de junio en Hong Kong, China.
- Del 15 al 22 de abril de 2007 se realizó un viaje de familiarización para la televisora CCTV10, misma que con motivo de la edición número 29 de los Juegos Olímpicos que tendrán lugar en Beijing en 2008, realizó una serie de documentales sobre la historia de los juegos olímpicos, en los cuales está contemplada la Ciudad de México y sus juegos olímpico de 1968. Dichos documentales serán transmitidos a través de 4 canales con cobertura tanto a nivel local como internacional, en el verano de 2007.

## PÁGINA DE INTERNET

- Durante el periodo diciembre 2006 – agosto de 2007, se actualizó la plataforma, esto permitió publicar la nueva versión de [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) en junio de 2007. esta nueva versión presenta mejoras en los servicios de búsqueda, directorio de proveedores, presentador de paquetes turísticos.
- Al primer semestre de 2007, el portal [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) ha incrementado más del 50 por ciento su número de visitas. Esto en relación al mismo periodo del año anterior, pasando de 1.52 a 2.41 millones de visitantes.
- El portal [www.visitmexico.com](http://www.visitmexico.com) brinda información en 8 idiomas, la cual se ofrece en 20 versiones específicas para diferentes países y regiones, generando más de 10 000 páginas de contenido.
- La campaña institucional de Internet, tuvo presencia en más de 75 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, como fue la promoción al voto por Chichen Itzá como nueva maravilla del mundo.



## PROGRAMAS COOPERATIVOS

### NORTEAMÉRICA

- Durante enero a junio del 2007, se llevó a cabo la recepción y revisión de solicitudes de inversión cooperativa por parte de 32 destinos mexicanos y 41 socios comerciales; tenemos una inversión por parte del CPTM de 106.3 millones de pesos con los que participó en 120 programas cooperativos. El 30 de junio de 2007, finalizó el contrato de servicios de publicidad cooperativa de los atractivos y servicios turísticos de México Núm. 053/2006, en el mercado de Norteamérica con la empresa *Below the Line*.

### EUROPA

- Por lo que respecta a las actividades realizadas durante el primer semestre de 2007 dentro de la publicidad cooperativa en el mercado europeo se modificó el esquema de operación con la agencia de publicidad, con el propósito de lograr una mayor eficacia de las campañas, mejorar los resultados obtenidos en 2006 y transparentar su operación.
- En el marco de las Ferias Turísticas de Europa, FITUR en el mes de enero en Madrid, España y BIT en el mes de febrero en Milán, Italia dio inicio la negociación y coordinación entre los destinos y los socios comerciales para definir los montos de inversión para cada programa, se revisaron los elementos que integraban las propuestas para acordar los medios más idóneos a utilizar, así como para la integración de las campañas bajo el esquema tripartita o bipartita, según sea el caso.
- Es así, que al término del primer semestre, se formalizaron alrededor de 31 programas cooperativos para los mercados primarios de Europa (Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido), con una inversión estimada por parte del CPTM de 27 millones de pesos y con la participación de 21 socios comerciales y 27 destinos turísticos.
- Por otra parte, se llevó a cabo el proceso de contratación de las agencias de publicidad cooperativa de los atractivos y servicios turísticos de México para cada uno de los cinco principales mercados de Europa, para el periodo del 1 de julio de 2007 al 30 de junio de 2009. Este cambio en el esquema de licitación obedece al interés del CPTM por optimizar los recursos de publicidad cooperativa asignados al mercado europeo, ya que este cambio permitirá contar con agencias expertas en cada uno de los mercados objetivo.
- 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.
- Asimismo, con objeto de ampliar el impacto en el público objetivo, el esquema de negociación considerado en cuanto a la proporción de los recursos a invertir por parte del CPTM, continuará siendo dos a uno, en donde la inversión de los touroperadores o socios comerciales, deberá ser igual a la suma de recursos del CPTM más los recursos del destino.

- Con el propósito de complementar los esfuerzos publicitarios y fortalecer la promoción de la marca México y de los destinos mexicanos, durante el primer semestre de 2007, el Consejo desarrollo acciones novedosas y de éxito a través de proyectos de Oportunidad Promocional, coordinados por las Direcciones del CPTM en Europa y con la participación de socios comerciales, siendo estos: “Mexico at the Salisbury Internacional Arts Festival” en Reino Unido, la “Exposición de los Mayas, Señores de la Selva” en Alemania, acciones promocionales en Galerías Lafayette en Francia y presencia de la Marca México con publicidad en autobús panorámico y smarts en Italia.

## **LATINOAMÉRICA**

- Durante enero a junio del 2007, se llevó a cabo la recepción y revisión de solicitudes de inversión cooperativa por parte de 4 destinos mexicanos y 32 socios comerciales; tenemos una inversión por parte del CPTM de 11.4 millones de pesos para participar en 44 programas cooperativos. El 30 de junio de 2007, finalizó el contrato de servicios de publicidad cooperativa de los atractivos y servicios turísticos de México Núm. 036/2006, en el mercado de Latinoamérica con la empresa MKT Resp, S.A. de C.V.

## **México**

- En el mercado nacional, el CPTM coordinó durante el periodo enero a junio de 2007, la ejecución de 135 Programas Cooperativos cuyas inversiones ascendieron a 61.7 millones de pesos, para fortalecer la publicidad turística para 30 entidades federativas y 53 destinos del país, que junto con las aportaciones de 27 socios comerciales del sector privado, alcanzaron 150.8 millones de pesos.

## **9.1.2 RETOS Y OPORTUNIDADES**

- Continuar la promoción de los destinos turísticos de México en función a las categorías de Turismo de Playa, Turismo de Negocios, Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Turismo Premium, Turismo para Todos e inducción de los mismos en los principales mercados emisores objetivo.
- Intensificar la campaña de programas cooperativos, en asociación con las Entidades y destinos turísticos nacionales reafirmando el orgullo de visitar primero los destinos turísticos del interior del país.
- Potenciar a través de la Unidad Estratégica de Negocios, la sinergia, capitalizar la red de contactos y fortalecer la cadena de valor al ser miembros de importantes asociaciones internacionales.

## **ANEXO 1. RECURSOS PRESUPUESTARIOS**

En el Presupuesto de Egresos de la Federación (PEF) para el Ejercicio Fiscal 2007, al Ramo 21 “Turismo” le fueron asignados un total de 1 822.7 millones de pesos.

Dichos recursos quedaron distribuidos de la siguiente forma: para la Secretaría de Turismo (SECTUR) 1 308.8 millones de pesos; para el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) 174.5 millones de pesos; para el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (CPTM) 278.7 millones de pesos y para FONATUR-BMO, S.A. de C.V. 60.7 millones de pesos.

En el caso particular del CPTM, el Congreso de la Unión autorizó que el 70 por ciento de los recursos generados por concepto del Derecho de No Inmigrante (DNI) que pagan los extranjeros que se internan al territorio nacional con esa calidad migratoria se le transfieran a dicha entidad paraestatal; se estima que por este concepto el Consejo recibirá aproximadamente 1 331.5 millones de pesos en el ejercicio 2007, con lo cual su presupuesto total del CPTM asciende a 1 610.2 millones de pesos.

De esta forma, los recursos fiscales que ejerce el Sector Turismo en 2007 sumando los del presupuesto original del Ramo y el DNI, ascienden a 3 154.2 millones de pesos.

Por otro lado, en el FONATUR se prevé la generación de recursos propios por 2 410.8 millones de pesos, los que adicionados a los 174.5 millones de recursos fiscales, suman un total de 2 585.3 millones de pesos.

En cuanto a FONATUR-BMO, la obtención de recursos propios por 1 722.8 millones de pesos, aunados a los 60.7 considerados en el Presupuesto de Egresos, significa un monto global de 1 783.5 millones de pesos.

La empresa de participación estatal mayoritaria Nacional Hotelera de Baja California, S.A. de C.V., presupuestó para 2007 generación de recursos propios por 38.9 millones de pesos.

Por otra parte, la empresa de participación estatal Singlar S.A. de C.V., presupuestó para 2007 recursos propios por 129.7 millones de pesos.

De esta manera, la suma de los recursos autorizados en el PEF 2007 para el Sector Turismo, del DNI para el CPTM y de los recursos propios de las entidades, arrojan un total de 7 456.4 millones de pesos del Sector en su conjunto para ser ejercidos en este año.

ANEXO 2. ESTADÍSTICAS

Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas, 2005-2006p/					Principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo, 2005-2006p/				
Posición	2005		2006 p/		Posición	2005		2006 p/	
	País	Millones de Turistas	País	Millones de Turistas		País	Miles de Millones de Dólares	País	Miles de Millones de Dólares
1	Francia	75.9	Francia	79.1	1	Estados Unidos	81.8	Estados Unidos	85.7
2	España	55.9	España	58.5	2	España	48.0	España	51.1
3	Estados Unidos	49.2	Estados Unidos	51.1	3	Francia	44.0	Francia	46.3
4	China	46.8	China	49.6	4	Italia	35.4	Italia	38.1
5	Italia	36.5	Italia	41.1	5	Reino Unido	30.7	China	33.9
6	Reino Unido	28.0	Reino Unido	30.1	6	China	29.3	Reino Unido	33.5
7	México 1/	21.9	Alemania	23.6	7	Alemania	29.2	Alemania	32.8
8	Alemania	21.5	México 1/	21.4	8	Turquía	18.2	Australia	17.8
9	Turquía	20.3	Austria	20.3	9	Australia	16.9	Turquía	16.9
10	Austria	20.0	Federación Rusa	20.2	10	Austria	16.0	Austria	16.7
11	Federación Rusa	19.9	Turquía	18.9	11	Grecia	13.7	Canadá	14.5
12	Canadá	18.8	Canadá	18.2	12	Canadá	13.6	Grecia	14.3
13	Ukrania	17.6	Malasia	17.5	13	México 1/	11.8	Tailandia	12.4
14	Malasia	16.4	Hong Kong	15.8	14	Suiza	11.0	México 1/	12.2
15	Polonia	15.2	Polonia	15.7	15	Países Bajos	10.5	Suiza	11.8
	Total Mundial	802.0	Total Mundial	842.0		Total Mundial	678.0	Total Mundial	735.0

p/ Preliminar  
1/ Cifras reportadas por Banco de México.  
Fuente: Organización Mundial de Turismo. Barómetro del Turismo Mundial, Vol. 5, No. 2, Junio de 2007.

Llegadas de turistas internacionales por (subregiones)										
Regiones	Llegadas de Turistas Internacionales (millones)							Cuota de Mercado %		Variación %
	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	1995	2006 p/	06/05
Mundo	545	684	703	689	766	802	842	100	100	5.0
Europa	316.3	387.8	397.3	395.9	424.5	438.3	456.9	58.0	54.3	4.2
Europa del Norte	41.5	44.9	46.4	44.5	49.7	51.0	54.3	7.6	6.4	6.5
Europa Occidental	112.2	135.8	138.0	136.1	139.0	142.6	149.8	20.6	17.8	5.0
Eur. Central/Oriental	60.0	63.4	65.3	67.7	86.3	87.8	89.1	11.0	10.6	1.5
Eur. del Sur/Mediterráneo	102.6	143.7	147.6	147.6	149.5	156.8	163.7	18.8	19.4	4.4
Asia y el Pacífico	85.6	120.5	131.1	119.7	145.4	155.4	167.4	15.7	19.9	7.7
Nordeste Asiático	44.1	65.9	74.1	67.6	79.4	87.6	94.1	8.1	11.2	7.4
Sudeste Asiático	29.2	39.8	42.0	36.3	48.3	49.3	53.9	5.4	6.4	9.3
Oceanía	8.1	9.1	9.1	9.0	10.1	10.5	10.5	1.5	1.2	0.0
Sur de Asia	4.2	5.8	5.8	6.8	7.6	8.0	8.9	0.8	1.1	11.3
Américas	109.0	122.2	116.6	113.0	125.8	133.2	136.0	20.0	16.2	2.1
América del Norte	80.7	86.4	83.2	77.4	85.8	89.9	90.7	14.8	10.8	0.9
El Caribe	14.0	16.9	16.1	17.1	18.1	18.8	19.4	2.6	2.3	3.2
América Central	2.6	4.4	4.7	4.9	5.7	6.3	7	0.5	0.8	11.1
América del Sur	11.7	14.5	12.6	13.6	16.2	18.2	18.9	2.1	2.2	3.8
Africa	20.7	29.2	29.9	30.6	33.5	37.3	40.9	3.8	4.9	9.7
África del Norte	7.3	10.7	10.4	11.1	12.8	13.9	14.9	1.3	1.8	7.2
África Subsahariana	13.4	18.6	19.5	19.6	20.7	23.4	26	2.5	3.1	11.1
Medio Oriente	13.8	24.0	27.9	29.6	36.3	38.3	40.7	2.5	4.8	6.3

p/ Datos preliminares.  
Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Vol. 5, Núm. 2, Junio de 2007.

CAPTACIÓN DE TURISTAS E INGRESOS POR TURISMO SEGÚN REGIÓN EN EL MUNDO												
Años	Turistas Captados e Ingresos por Turismo en el Mundo											
	Total	América						Europa	Este de Asia y Pacífico	Asia Meri- dional	África	Medio Oriente
		Del Norte		Central	Caribe	Del Sur						
		Total	México 1/									
MILLONES DE TURISTAS												
1980	286.6	61.4	48.3	13.0	1.5	6.8	5.8	186.0	22.1	2.2	7.4	7.5
1981	287.7	61.5	49.1	13.2	1.3	6.4	5.6	183.8	24.1	2.2	8.2	7.9
1982	286.4	58.6	46.7	12.6	1.2	6.7	5.0	184.7	25.2	2.3	7.6	8.0
1983	288.1	58.9	46.5	13.6	1.1	7.0	5.2	185.9	25.2	2.3	8.1	7.7
1984	318.5	67.9	52.5	12.6	1.1	7.4	6.4	203.8	28.1	2.3	8.8	7.6
1985	328.8	64.4	50.5	12.9	1.2	8.0	6.7	213.4	31.1	2.5	9.6	7.8
1986	340.5	71.5	54.3	12.3	1.2	8.4	7.6	215.2	35.1	2.5	9.4	6.8
1987	360.1	76.3	56.6	14.4	1.3	9.6	7.4	232.8	32.0	2.1	9.8	7.1
1988	384.8	83.2	63.6	14.1	1.3	10.2	8.0	240.8	36.8	2.6	12.7	8.7
1989	425.6	87.2	66.4	15.0	1.5	10.7	8.3	264.9	47.9	2.9	13.8	8.9
1990	451.0	93.0	71.7	17.2	1.9	11.4	6.6	277.2	57.7	3.2	15.0	9.8
1991	461.1	95.5	73.7	16.1	1.9	11.2	9.7	280.6	56.4	3.3	16.2	9.1
1992	502.2	102.3	79.1	17.1	2.3	11.6	10.4	302.7	64.2	3.6	18.1	11.3
1993	515.2	102.2	77.3	16.4	2.4	12.7	11.3	308.5	71.2	3.5	18.4	11.4
1994	535.7	104.8	78.0	17.2	2.4	13.6	12.6	319.3	76.8	3.8	18.9	12.1
1995	545.0	108.8	80.7	20.2	2.6	14.0	11.7	316.3	85.6	4.2	20.7	13.8
1996	580.2	114.4	85.0	21.4	2.7	14.4	13.5	334.7	89.0	5.1	21.6	15.4
1997	601.4	116.1	84.8	19.4	3.0	15.3	14.0	353.2	88.3	4.9	22.4	16.5
1998	621.5	119.2	84.7	19.4	3.5	16.0	15.4	366.9	88.0	4.7	24.9	17.8
1999	643.4	122.0	87.0	19.0	4.0	16.1	15.1	371.2	97.6	5.0	26.4	21.2
2000	683.1	128.2	91.5	20.6	4.3	17.1	15.3	392.5	104.5	6.1	27.9	24.0
2001	684.0	122.2	86.4	19.8	4.4	16.9	14.5	387.8	120.5	5.8	29.2	24.0
2002	702.8	116.6	83.2	19.7	4.7	16.1	12.6	397.3	131.1	5.8	29.9	27.9
2003	688.8	113.0	77.4	18.7	4.9	17.1	13.6	395.9	119.6	6.7	30.6	29.6
2004	761.6	125.8	85.8	20.6	5.6	18.1	16.3	420.8	136.5	7.6	34.2	36.6
2005	802.4	133.2	89.9	21.9	6.3	18.8	18.2	438.3	147.4	8.0	37.3	38.3
2006 p/	841.9	136.0	90.7	21.4	7.0	19.4	18.9	456.9	158.5	8.9	40.9	40.7
MILES DE MILLONES DE DÓLARES												
1980	105.4	25.4	15.5	3.2	0.5	3.5	3.8	63.6	9.3	1.0	2.6	3.5
1981	107.5	29.2	18.0	3.3	0.5	3.8	3.8	59.2	11.1	1.0	2.9	4.1
1982	101.7	25.1	16.4	2.6	0.5	4.0	3.3	57.8	11.2	1.0	2.7	3.9
1983	101.1	24.7	16.8	2.8	0.4	4.1	3.0	56.6	11.8	1.0	2.7	4.3
1984	111.2	31.9	23.9	3.3	0.4	4.4	3.3	58.5	12.6	1.1	2.5	4.6
1985	118.0	33.3	23.8	2.9	0.5	5.0	4.3	63.4	12.9	1.7	2.5	4.2
1986	143.3	38.4	27.2	3.0	0.5	5.7	4.5	79.8	17.1	1.7	2.9	3.4
1987	176.4	43.0	31.4	3.5	0.6	6.6	4.3	100.3	22.8	2.0	3.8	4.5
1988	204.0	51.3	38.5	4.0	0.6	7.4	4.8	111.4	30.4	2.0	4.6	4.3
1989	220.8	60.1	46.6	4.8	0.7	8.0	4.9	115.4	34.2	2.1	4.5	4.5
1990	264.1	69.2	54.8	5.5	0.7	8.7	4.9	143.8	39.2	2.1	5.3	4.5
1991	278.0	76.8	61.1	6.0	1.0	9.0	6.7	149.3	40.4	2.4	5.1	4.0
1992	317.1	83.8	67.4	6.1	1.1	9.7	7.3	170.5	47.9	2.8	6.8	5.3
1993	322.8	89.1	70.7	6.2	1.4	11.0	8.1	164.5	53.7	2.8	6.8	5.9
1994	355.9	93.2	71.9	6.4	1.4	11.8	10.0	181.7	63.4	3.5	7.5	6.6
1995	404.6	99.6	77.5	6.2	1.6	12.2	8.4	210.2	73.7	4.0	8.2	8.9
1996	438.8	109.9	85.3	6.8	1.6	12.9	10.7	221.9	83.8	4.1	9.3	9.8
1997	443.0	116.3	89.7	7.4	1.8	14.0	11.4	224.7	77.4	4.2	9.5	10.9
1998	445.1	116.4	88.5	7.5	2.1	15.0	12.3	233.2	70.7	4.4	10.1	10.3
1999	454.9	122.2	92.3	7.2	2.7	15.8	11.6	230.6	75.6	4.4	10.7	11.4
2000	500.9	130.8	101.5	8.3	3.0	17.2	9.2	232.6	80.4	4.8	27.9	24.5
2001	459.5	122.2	91.1	8.4	2.9	17.1	11.1	225.8	83.0	5.0	11.7	11.8
2002	474.2	114.3	85.1	8.9	3.4	16.6	9.2	240.5	89.6	5.0	11.8	13.0
2003	525.1	114.0	84.3	9.4	3.3	17.8	8.6	283.1	89.0	6.5	15.8	16.7
2004	633.0	132.0	98.2	10.8	3.9	19.3	10.6	333.3	115.3	8.6	32.2	36.2
2005	682.0	144.7	107.2	11.8	4.6	20.5	12.4	350.5	124.9	9.6	21.6	26.6
2006 p/	735.4	153.4	112.4	12.2	5.3	21.7	14.0	377.6	142.0	11.5	24.2	26.8

p/      Cifras Preliminares  
1/      Cifras reportadas por el Banco de México  
Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Vol. 5, Núm. 2, Junio de 2007.

Turistas Internacionales en el mundo												
Concepto	Unidades	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006/p	TMCA		Var (%) 06/05
										00-03	00-06	
Mundo												
Turistas Internacionales	Millones de personas	451.0	687.4	684.0	702.5	688.8	766.0	802.0	842.0	0.1	3.4	5.0
Turistas Internacionales	Miles de Millones de dólares	264.1	473.3	459.5	474.2	525.1	633.0	678.0	735.0	3.5	7.6	8.4
México 1/												
Visitantes Internacionales	Millones de personas	82.1	105.7	100.7	100.2	92.3	99.2	103.1	97.7	-4.4	-1.3	-5.2
Visitantes Internacionales	Millones de dólares	5,526.3	8,294.2	8,400.6	8,858.0	9,361.7	10,795.6	11,803.4	12,176.6	4.1	6.6	3.2
Turistas Internacionales	Millones de personas	17.2	20.6	19.8	19.7	18.7	20.6	21.9	21.4	-3.3	0.6	-2.5
Turistas Internacionales	Millones de dólares	3,933.8	6,435.4	6,538.4	6,724.7	7,251.7	8,382.2	9,146.3	9,559.4	4.1	6.8	4.5
Participación de México en el mundo												
Turistas Internacionales	Porcentaje	3.8	3.0	2.9	2.8	2.7	2.7	2.7	2.5	-3.4	-2.8	-0.2
Turistas Internacionales	Porcentaje	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.3	1.3	0.5	-0.7	0.0

Turistas Internacionales en América												
Concepto	Unidades	1990	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006/p	TMCA		Var (%) 06/05
										00-03	00-06	
América												
Turistas Internacionales	Millones de personas	93.0	128.2	122.2	116.6	113.0	125.8	133.2	136.0	-4.1	1.0	2.1
Turistas Internacionales	Miles de Millones de dólares	69.2	130.8	122.2	114.3	114.0	132.0	144.7	153.4	-4.5	2.7	6.0
México 1/												
Visitantes Internacionales	Millones de personas	82.1	105.7	100.7	100.2	92.3	99.2	103.1	97.7	-4.4	-1.3	-5.2
Visitantes Internacionales	Miles de Millones de dólares	5,526.3	8,294.2	8,400.6	8,858.0	9,361.7	10,795.6	11,803.4	12,176.6	4.1	6.6	3.2
Turistas Internacionales	Millones de personas	17.2	20.6	19.8	19.7	18.7	20.6	21.9	21.4	-3.3	0.6	-2.5
Turistas Internacionales	Miles de Millones de dólares	3,933.8	6,435.4	6,538.4	6,724.7	7,251.7	8,382.2	9,146.3	9,559.4	4.1	6.8	4.5
Participación de México en América												
Turistas Internacionales	Porcentaje	18.5	16.1	16.2	16.9	16.5	16.4	16.4	15.7	0.9	-0.4	0.1
Turistas Internacionales	Porcentaje	5.7	4.9	5.4	5.9	6.4	6.4	6.3	6.2	2.2	4.0	0.0

p/ Cifras Preliminares.

1/ Cifras reportadas por el Banco de México. La unidad correspondiente a los ingresos por turismo se cambia a millones de dólares.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (OMT). Barómetro OMT del Turismo Mundial, Vol. 5, Núm. 2, Junio de 2007.

Principales Indicadores del Turismo															
Concepto	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 p/
PIB del Turismo (millones de pesos) 1/	93 318	106,996	141,015	188,603	236,608	291,594	355,144	419,207	444,903	461,153	493,722	539,955	576,157		
Saldo en la balanza turística (millones de dólares)	605	1 025	3 008	3 369	3 484	3 284	2 682	2 796	2,699	2,798	3,108	3,837	4,203	4,068	2,941
Ingresos 2/	6 167	6 363	6 179	6 756	7 376	7 493	7 223	8 294	8,401	8,858	9,362	10,797	11,803	12,177	6,871
Egresos 3/	5 562	5 338	3 171	3 387	3 892	4 209	4 541	5 499	5,702	6,060	6,253	6,959	7,600	8,108	3,930
Crédito otorgado por el sistema bancario* (saldos al final del periodo en millones de pesos)	7,473	14 242	16 633	19 244	21 636	19 714	17,613	18,049	15,081	16,752	16,727	14,613	17,245	16,770	19,590
Banca Comercial	7,349	13 878	16 112	18 458	20 911	18 604	16,192	15,467	12,298	12,850	12,913	11,371	14,668	14,295	17,666
Banca de Desarrollo	124	364	521	786	725	1 110	1,421	2,581	2,783	3,902	3,813	3,242	2,577	2,474	1,925
Crédito aprobado por FONATUR (millones de pesos) 4/	235	266	254	353	614	812	104	245	0	0	0	0	0	0	
Inversión extranjera directa (millones de dólares) 5/	327	723	102	168	571	230	327	446	412	400	435	623	682	614	42
Porcentajes															
PIB del sector turismo/ PIB total 1/	8.1	8.2	8.4	8.2	8.2	8.3	8.4	8.4	8.4	8.0	7.9	7.8	7.6		
Ingresos por turismo respecto a ingresos en cuenta corriente	9.1	8.1	6.4	6.0	5.6	5.3	4.5	4.3	4.5	4.7	4.8	4.8			

1/ Cifras de acuerdo a los resultados presentados por la Cuenta Satélite del Turismo de México.  
2/ Incluye el flujo de los turistas y excursionistas a México. **Para 2007 cifras preliminares al mes de junio.**  
3/ Incluye del flujo de recursos erogados por por los turistas y excursionistas al exterior del país. **Para 2007 cifras preliminares al mes de junio.**  
4/ Flujos brutos acumulados en el periodo enero-diciembre de cada año.  
5/ Flujos anuales canalizados al subsector restaurantes y hoteles. De 1990 a 1993 incluye los montos notificados al Registro Nacional de Inversiones Extranjeras (RNIE) en el año independientemente de cuando se habían realizado las inversiones, y los autorizados por la Comisión Nacional de Inversiones Extranjeras (CNIIE). A partir de 1994 la información no es comparable con la de años anteriores, debido a que se integra con los montos notificados al RNIE y materializados en cada año de referencia, más importaciones de activo fijo por parte de maquiladoras. A partir de 1999 la cifra incluye además los conceptos nuevas inversiones fuera del capital social, reinversión de utilidades y cuentas entre compañías, mismos que apartir de 1999 se notifican al RNIE. **Para 2007 cifras preliminares al mes de marzo.**  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Cuenta Satélite del Turismo de México 1993-2000. Banco de México. Secretaría de Turismo. FONATUR.  
**\*Para 2007cifras preliminares al mes de junio.**  
p/ Cifras preliminares.  
e/ Estimado

Resumen General				
Concepto	Unidades	Enero-Junio		Var (%)
		2006	2007 p/	07/06
Visitantes Internacionales a México				
NÚMERO DE PERSONAS				
Visitantes Internacionales a México	Miles	50,008	46,990	-6.0
Turistas Internacionales	Miles	10,909	11,012	0.9
Turismo al Interior	Miles	6,518	6,803	4.4
Turismo Fronterizo	Miles	4,391	4,209	-4.1
Excursionistas Internacionales	Miles	39,099	35,978	-8.0
Excursionistas Fronterizos	Miles	35,689	32,074	-10.1
Pasajeros en Crucero	Miles	3,410	3,904	14.5
GASTO				
Visitantes Internacionales a México	Millones de Dólares	6,287.8	6,871.1	9.3
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	4,973.6	5,527.8	11.1
Turismo al Interior	Millones de Dólares	4,677.7	5,211.0	11.4
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	295.9	316.8	7.1
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1,314.1	1,343.3	2.2
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1,073.7	1,058.1	-1.4
Pasajeros en Crucero	Millones de Dólares	240.4	285.2	18.6
Visitantes Internacionales de México al exterior				
NÚMERO DE PERSONAS				
Visitantes Internacionales de México	Miles	62,335	53,292	-14.5
Turistas Internacionales	Miles	6,372	6,987	9.7
Turismo al Exterior	Miles	4,062	4,260	4.9
Turismo Fronterizo	Miles	2,310	2,727	18.1
Excursionistas Internacionales	Miles	55,963	46,305	-17.3
Excursionistas Fronterizos	Miles	55,963	46,305	-17.3
GASTO				
Visitantes Internacionales de México	Millones de Dólares	3,881.1	3,930.5	1.3
Turistas Internacionales	Millones de Dólares	1,948.8	2,159.6	10.8
Turismo al Exterior	Millones de Dólares	1,790.9	1,969.8	10.0
Turismo Fronterizo	Millones de Dólares	157.9	189.8	20.1
Excursionistas Internacionales	Millones de Dólares	1,932.3	1,770.9	-8.4
Excursionistas Fronterizos	Millones de Dólares	1,932.3	1,770.9	-8.4

Fuente: Banco de México.  
p/ Cifras preliminares.

Visitantes Internacionales a México enero- junio 2006-2007 p/ (miles)									
Concepto	2007 p/						Enero-junio		Var (%) 07/06
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	2006	2007 p/	
Número de personas									
Visitantes Internacionales a México	8,148	7,874	8,248	7,822	7,449	7,450	50,008	46,990	-6.0
Turistas Internacionales	1,712	1,670	1,934	1,968	1,759	1,968	10,909	11,012	0.9
Turismo al Interior	1,126	1,118	1,344	1,112	953	1,149	6,518	6,803	4.4
Turismo Fronterizo	586	552	590	856	806	819	4,391	4,209	-4.1
Excursionistas Internacionales	6,435	6,204	6,314	5,854	5,690	5,482	39,099	35,978	-8.0
Excursionistas Fronterizos	5,594	5,520	5,480	5,109	5,277	5,094	35,689	32,074	-10.1
Pasajeros en Crucero	841	684	834	745	413	388	3,410	3,904	14.5

p/ Cifras preliminares.  
Fuente: Banco de México. Incluye información revisada para el año 2005.

Gasto de Visitantes Internacionales a México enero- junio 2006-2007 p/ (millones de dólares)									
Concepto	2007 p/						Enero-junio		Var (%) 07/06
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	2006	2007 p/	
<									
Gasto									
Visitantes Internacionales a México	1,235.3	1,197.8	1,325.5	1,114.9	935.0	1,062.7	6,287.8	6,871.1	9.3
Turistas Internacionales	979.9	958.4	1,070.4	900.0	742.3	876.8	4,973.6	5,527.8	11.1
Turismo al Interior	931.5	917.6	1,027.7	835.8	682.6	815.8	4,677.7	5,211.0	11.4
Turismo Fronterizo	48.4	40.8	42.7	64.2	59.7	60.9	295.9	316.8	7.1
Excursionistas Internacionales	255.5	239.4	255.0	214.9	192.7	185.9	1,314.1	1,343.3	2.2
Excursionistas Fronterizos	192.9	189.5	193.7	160.7	163.5	158.0	1,073.7	1,058.2	-1.4
Pasajeros en Crucero	62.6	49.9	61.4	54.2	29.2	28.0	240.4	285.2	18.6

p/ Cifras preliminares.  
Fuente: Banco de México.

Turismo Receptivo por vía de acceso enero-junio 2006-2007 p/				
Concepto	Unidades	Enero-junio		Var (%)
		2006	2007p/	07/06
Número de personas	Miles	6,518	6,803	4.4
Por Vía de Acceso				
Aérea	Miles	5,427	5,761	6.2
Terrestre	Miles	1,092	1,042	-4.5
Gasto	Millones de Dólares	4,678	5,211	11.4
Por Vía de Acceso				
Aérea	Millones de Dólares	4,308	4,880	13.3
Terrestre	Millones de Dólares	369	331	-10.3
Gasto Medio	Dólares	717.6	766.0	6.7
Por Vía de Acceso				
Aérea	Dólares	793.9	847.1	6.7
Terrestre	Dólares	338.3	317.9	-6.0

p/ Cifras preliminares.  
Fuente: Banco de México.

Visitantes a los Principales Balnearios en los Estados de Michoacán, Morelos, Puebla y Tlaxcala enero-junio 2006-2007 p/			
Concepto	Enero-Junio		Var (%)
	2006	2007 p/	
Total	1,101,109	996,165	-9.53
Visitantes a Balnearios de Michoacán	363,528	271,113	-25.42
Visitantes a Balnearios de Morelos	477,992	493,846	3.32
Visitantes a Balnearios de Puebla	114,087	97,379	-14.64
Visitantes a Balnearios de Tlaxcala	145,502	133,827	-8.02

p/ Cifras preliminares.  
Fuente: Secretaría de Turismo de Michoacán. Fomento Turístico de Michoacán. Coordinación General de Turismo de Morelos. Cooperativo de Turismo Social del IMSS

Movimiento de cruceros y pasajeros en los principales puertos del país enero-junio 2006-2007p/			
Concepto	Enero- Junio		Var (%)
	2006	2007 p/	
Total Arribo de Cruceros	1,562	1,812	16.0
Total Pasajeros	3,148,528	3,673,529	16.7

p/ Preliminar  
Fuente: Dirección General de Puertos. Secretaría de Comunicaciones y Transportes

Movimiento de automóviles y autobuses en las principales carreteras de cuota del país enero - mayo 2006-2007 /p								
Vehículos	Enero- mayo						Var (%)	
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	2006	2007 p/	07/06
Total	18,543,008	15,946,484	18,044,958	20,036,077	17,835,714	72,007,299	90,406,241	25.6
Automóviles	17,112,659	14,652,252	16,558,413	18,514,244	16,329,154	66,455,407	83,166,722	25.1
Autobuses	1,430,349	1,294,232	1,486,545	1,521,833	1,506,560	5,551,892	7,239,519	30.4

p/ Cifras preliminares.  
Fuente: Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos.



Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país enero-junio 2006-2007p/				Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país enero-junio 2006-2007p/			
Aeropuertos	Enero- Junio		Var (%)	Aeropuertos	Enero- Junio		Var (%)
	2006	2007 p/			2006	2007 p/	
TOTAL	18,105,470	20,757,372	14.6	TOTAL	18,105,470	20,757,372	14.6
Nacionales	11,174,996	13,548,076	21.2	Nacionales	11,054,259	13,383,290	21.1
Regulares Nacionales	11,054,259	13,383,290	21.1	Internacionales	5,981,391	6,273,660	4.9
Charter Nacionales	120,737	164,786	36.5	Charters	1,069,820	1,100,422	2.9
Internacionales	6,930,474	7,209,296	4.0				
Regulares Internacionales	5,981,391	6,273,660	4.9				
Charter Interacionales	949,083	935,636	-1.4				
p/ Preliminar				p/ Preliminar			
Fuente: Aeropuertos y Servicios Auxiliares				Fuente: Aeropuertos y Servicios Auxiliares			

Llegada de vuelos a los aeropuertos del país enero-junio 2006-2007p/			
Aeropuertos	Enero- Junio		Var (%)
	2006	2007 p/	
TOTAL	264,438	309,422	17.0
Nacionales	195,637	235,637	20.4
Regulares Nacionales	193,561	233,289	20.5
Charter Nacionales	2,076	2,348	13.1
Internacionales	68,801	73,785	7.2
Regulares Internacionales	62,307	67,361	8.1
Charter Interacionales	6,494	6,424	-1.1
p/ Preliminar			
Fuente: Aeropuertos y Servicios Auxiliares			

Porcentaje de Ocupación Hotelera: enero – junio de 2007		
	Acumulado al mes de Junio	
	2007 p/	Variación 07/06
Centros de Playa	64.98	-1.74
A. Integralmente Planeados	74.87	-2.35
B. Tradicionales	54.93	-0.77
C. Otros	67.39	-2.89
Ciudades	52.09	-1.45
A Grandes	56.04	-3.15
B. Del Interior	46.24	0.17
C Fronterizas	53.89	0.99
TOTAL	58.91	-1.63
P / Preliminar		
Fuente: Con base en el Reporte de Ocupación Semanal		

Indicadores del Turismo Interno			
ENERO - JUNIO	2006	2007	VAR (%)
LLEGADA DE TURISTAS NACIONALES A HOTELES (MILES)	25,840	27,349	5.8
TURISTAS NACIONALES – NOCHE (MILES)	43,454	45,357	4.4
ESTADÍA PROMEDIO (NOCHES/TURISTA)	1.67	1.66	---

FUENTE: Total de registros mensuales capturados en la base de datos del monitoreo de servicios de alojamiento DataTur.

Porcentaje de Ocupación Hotelera Mensual enero – junio 2007												
	2007 p/											
	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio	
	Var.		Var.		Var.		Var.		Var.		Var.	
	2007	07-06	2007	07-06	2007	07-06	2007	07-06	2007	07-06	2007	07-06
Centros de Playa	66.35	-0.45	70.16	-1.81	68.21	-3.02	68.67	-1.85	58.18	-2.91	58.70	-0.75
A. Int. Planeados	75.70	0.36	78.72	-2.00	79.16	-2.20	76.60	-0.29	68.44	-4.54	73.34	-2.09
B. Tradicionales	56.69	-1.31	60.88	-1.46	57.47	-3.83	59.80	-2.62	48.05	-0.37	44.81	1.47
C. Otros	68.84	-0.73	72.95	-2.58	70.42	-3.34	71.56	-2.95	60.31	-4.94	61.05	-2.82
Ciudades	43.24	-3.58	53.30	-3.04	56.64	-2.13	51.72	-1.26	51.90	-2.49	53.46	2.24
>	45.51	-5.65	58.56	-5.20	62.32	-4.39	52.77	-1.66	55.52	-5.00	59.44	2.28
B. Del Interior	39.47	-1.77	45.92	-1.32	48.36	-0.52	50.13	-0.81	46.70	0.93	44.63	2.10
C. Fronterizas	46.72	1.71	52.84	2.45	58.28	4.84	52.33	-1.27	52.66	-4.63	56.48	-0.18
Total	55.50	-1.92	62.24	-2.40	62.75	-2.64	60.69	-1.62	55.22	-2.73	56.23	0.64

P / Preliminar

Nota: Información generada con base en el Reporte de la Ocupación Hotelera Semanal y en el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México-DataTur.

VISITANTES A MUSEOS, MONUMENTOS HISTÓRICOS Y ZONAS ARQUEOLÓGICAS enero - junio 2006- 2007 p/									
Concepto	2007						Enero - junio		Var (%) 07/06
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	2006	2007 p/	
Total	1,395,640	1,420,356	1,886,781	1,890,036	1,220,272	1,094,267	8,990,816	8,907,352	-0.9
Nacionales	1,029,239	1,076,158	1,417,083	1,501,904	940,204	862,103	7,183,452	6,826,691	-5.0
Extranjeros	366,401	344,198	469,698	388,132	280,068	232,164	1,807,364	2,080,661	15.1
Museos	646,696	746,838	884,622	860,548	538,749	532,994	4,106,739	4,210,447	2.5
Nacionales	589,282	687,024	824,984	802,810	500,385	490,030	3,695,981	3,894,515	5.4
Extranjeros	57,414	59,814	59,638	57,738	38,364	42,964	410,758	315,932	-23.1
Monumentos Históricos	16,054	16,224	15,701	27,002	18,936	16,283	127,827	110,200	-13.8
Nacionales	15,053	15,205	14,602	25,899	18,292	15,507	122,204	104,558	-14.4
Extranjeros	1,001	1,019	1,099	1,103	644	776	5,623	5,642	0.3
Zonas Arqueológicas	732,890	657,294	986,458	1,002,486	662,587	544,990	4,756,250	4,586,705	-3.56
Nacionales	424,904	373,929	577,497	673,195	421,527	356,566	3,365,267	2,827,618	-16.0
Extranjeros	307,986	283,365	408,961	329,291	241,060	188,424	1,390,983	1,759,087	26.5

p/ Preliminar.

Fuente: Coordinación Nacional de Desarrollo Institucional, Instituto Nacional de Antropología e Historia (I.N.A.H).

# ANEXO 3. 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 y 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.* Todo 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.* Todo Visitante Internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

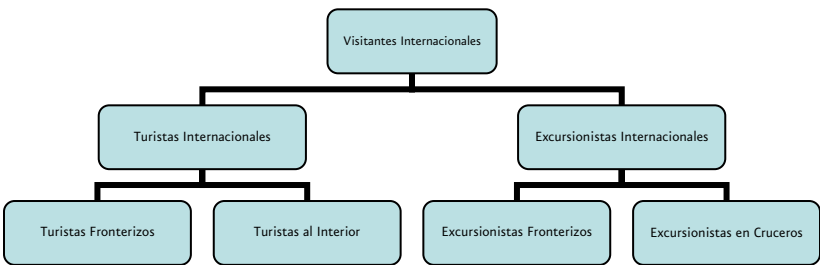
*Excursionista Internacional.* Todo Visitante Internacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

*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 visitado.

*Turista al Interior.* Todo Turista Internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado en un lugar que no forma parte de la zona o franja fronteriza del país visitado.

*Excursionista Fronterizo.* Todo Excursionista Internacional que ingresa al país visitado a través de su zona o franja fronteriza

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



## 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 de destino, es el que realizan las 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

Carolina Cárdenas Sosa  
Subsecretaria de Planeación Turística

Francisco Madrid Flores  
Subsecretario de Operación Turística

Roberto Isaac Hernández  
Subsecretario de Innovación y Calidad

Francisco López Mena  
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 Integración de Informes de Gestión

Esteban Adrián González Herrera  
Subdirector de Evaluación Sectorial

Carolina Quiroz Salazar  
Subdirectora de Evaluación Coyuntural