

## 2.9 TURISMO

**OBJETIVO: HACER DE MÉXICO UN PAÍS LÍDER EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA A TRAVÉS DE LA DIVERSIFICACIÓN DE SUS MERCADOS, PRODUCTOS Y DESTINOS, ASÍ COMO DEL FOMENTO A LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR**

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

- Durante la presente administración, se ha dado un gran impulso al sector turismo, por ser un instrumento clave para consolidar el crecimiento y el desarrollo del país.
  - El Gobierno Federal declaró al 2011 como el **Año del Turismo en México**; en ese marco se logró, por primera vez en la historia de nuestro país, la firma del Acuerdo Nacional por el Turismo, que se llevó a cabo el 28 de febrero de 2011.
  - A través de este Acuerdo, el Gobierno Federal, gobernadores, legisladores, empresarios, sindicatos y académicos, definieron una agenda única mediante un ejercicio de consulta incluyente para articular una política de Estado de largo plazo en el sector turismo.
  - El Acuerdo Nacional por el Turismo comprende 101 acciones específicas agrupadas en 10 ejes estratégicos, orientadas a ubicar a México dentro de los cinco primeros destinos turísticos del mundo, para promover con ello la generación de empleos y mejorar la calidad de vida de los mexicanos que dependen de esta actividad.
- El sector turismo reafirma su importancia económica dentro del contexto nacional, al participar en 2009 con 8.9% del Producto Interno Bruto (PIB) a precios básicos de 2003, de acuerdo con los últimos datos publicados en la Cuenta Satélite del Turismo de México.
- De enero a junio de 2011, se estima que el **turismo doméstico** ascendió a 79.7 millones de personas, cifra histórica alcanzada en un primer semestre de la actual administración; lo cual representa el 82% del flujo de personas y el 86% del gasto realizado por el turismo total del país.
  - El indicador de **llegadas de turistas nacionales a cuartos de hotel** reportó 30.3 millones de turistas.
  - Resultado de las acciones realizadas durante la presente administración en materia de **conectividad aérea**, de enero de 2007 a junio de 2011 el número de pasajeros en vuelos nacionales se incrementó 36% en comparación al periodo de enero de 2001 a junio de 2005. De enero a junio de 2011, los **pasajeros en vuelos nacionales** sumaron 12 millones.
- Por otra parte, de enero a junio de 2011 el **turismo internacional** que arribó a México propició los siguientes resultados:
  - Ingresaron al país 38.2 millones de **visitantes internacionales**, de los cuales 11.4 millones fueron **turistas internacionales** que al menos pernoctaron una noche al interior o en la franja fronteriza de México, y 26.8 millones fueron **excursionistas sin pernocta**.
  - El **turismo de internación** registró la entrada de 6.6 millones de personas, mientras que el **turismo fronterizo** alcanzó 4.8 millones de viajeros.

### Ejes Estratégicos del Acuerdo Nacional por el Turismo

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

- En la actual administración, de enero de 2007 a junio de 2011, el turismo de internación, principal variable del turismo internacional por ser el segmento que genera mayor derrama económica, aumentó 17.8% respecto al periodo de enero de 2001 a junio de 2005, con un gasto medio de 744.4 dólares, 15.7% superior entre ambos periodos de comparación. Estos resultados permitieron un aumento del 26.2% en el ingreso de divisas por visitantes internacionales entre ambos lapsos.

#### México sigue siendo el país más visitado por los estadounidenses

- De acuerdo con el Departamento de Comercio de los Estados Unidos de América, en 2010 México mantuvo la mayor participación en el mercado de turistas estadounidenses vía aérea.
- Derivado de los esfuerzos de diversificación de mercado y de facilitación migratoria, creció el **número de visitantes provenientes de otros países**, como es el caso de: Rusia (59.4%), Perú (42.6%), Brasil (45.6%), Suecia (35.4%), China (33.9%), Colombia (31.7%), Corea del Sur (16.5%), Argentina (16.1%), Francia (14.4%), Chile (14.3%), Australia (12.3%), Italia (11.6%), Japón (9.2%), Reino Unido (8.2%) y Canadá (6.4%).

- Arribaron 3 millones de **excursionistas en cruceros**. Entre enero y junio de 2011 el puerto de Cozumel, el destino con mayor llegada de cruceros en el mundo, presentó un incremento de 7.4% en el arribo de pasajeros, en comparación con el primer semestre de 2010. Destaca el aumento de 20.6% en la llegada de pasajeros en cruceros al puerto de Majahual, Quintana Roo.
- Se registraron 5.4 millones de **visitantes internacionales vía aérea** procedentes principalmente de Estados Unidos de América (57.4%) y Canadá (18.2%).
- La captación de **divisas por visitantes internacionales** fue de 6,179 millones de dólares, de los cuales 84.1% correspondió a turistas (con pernocta) y el restante 15.9% a excursionistas fronterizos y en crucero.

- Los **ingresos captados por el turismo de internación** ascendieron a 4,935 millones de dólares y representaron el 80% del total de las divisas captadas, con un gasto medio de 747.4 dólares por estancia.
- La **balanza turística** en los primeros seis meses de 2011 presentó un superávit de 2,522.9 millones de dólares. Los ingresos sumaron 6,178.5 millones de dólares, en tanto que los egresos se ubicaron en 3,655.7 millones de dólares.
- El compromiso sin precedentes en favor del turismo ha ido acompañado de un crecimiento significativo de las **inversiones de la iniciativa privada y del sector público**:
  - Entre enero y junio de 2011 se realizaron **inversiones privadas** en el sector turístico por un monto de 1,633 millones de dólares.
    - Esta inversión tiene una participación de 88.3% de capital nacional y 9% de capital extranjero<sup>1/</sup>. Los recursos se orientaron al desarrollo de 481 proyectos, de los cuales 38% son en playa, 12% en la región norte, 16% en la zona del Mundo Maya y 34% en el centro del país.
    - La inversión privada durante la actual administración, de enero de 2007 a junio de 2011, alcanzó 16,222 millones de dólares, cifra superior en 44% a los 11,268 millones de dólares registrados entre enero de 2002 y diciembre de 2006.
  - Por su parte, el Gobierno Federal invirtió recursos por 1,744 millones de pesos en las entidades federativas, para la realización de proyectos de infraestructura turística, durante el periodo enero-junio de 2011, mediante la suscripción de **Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos**<sup>2/</sup> (CCRR); monto 10.6% superior en términos reales respecto al cierre de 2010<sup>3/</sup>.
    - Al considerar la inversión de las entidades federativas y los municipios beneficiados, se detonó una inversión total de 3,451 millones de pesos, 5.5% más en términos reales respecto al cierre de 2010. Los recursos apoyaron 284 proyectos, 24% más que al cierre del ejercicio del año anterior, que contribuyen al desarrollo de una oferta turística competitiva, impulsan la generación de empleos y producen un alto impacto económico en los destinos turísticos del país.
    - La inversión total a través de los CCRR, de enero de 2007 a junio de 2011, alcanzó un monto de 6,132 millones de pesos, cifra superior en 370.7% en términos reales a los 1,009 millones de pesos invertidos en el mismo periodo del sexenio anterior.
  - De forma complementaria, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) llevó a cabo una **inversión en infraestructura turística** estimada por 838.6 millones de pesos entre enero y agosto de 2011, con lo cual se estima apoyar la generación de 16,780 empleos.

<sup>1/</sup> El restante 2.7% del capital, se refiere a capital registrado como no definido, por no especificarse el origen de la inversión en los proyectos reportados por las entidades federativas

<sup>2/</sup> No considera recursos de FONATUR. Incluye 74 millones de pesos del Programa Especial Concurrente.

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

- En el caso particular de los **ocho estados con mayor índice de pobreza**<sup>1/</sup>, de enero a junio de 2011 el Gobierno Federal apoyó con 495 millones de pesos la ejecución de 84 proyectos turísticos, lo que representa un crecimiento de 40.8% en términos reales respecto al mismo periodo de 2010. Con ello se detonó una inversión por 938 millones de pesos, 34.2% más en términos reales que en el mismo periodo del año pasado. Por su parte, la inversión privada realizada en dichas entidades federativas, entre enero y junio de 2011, ascendió a 324.26 millones de dólares.
- Con el propósito de impulsar proyectos turísticos rentables que generen empleos, promuevan el desarrollo regional y faciliten el acceso al crédito, el FONATUR continuó con la operación el **Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos**; llevándose a cabo las siguientes actividades entre septiembre de 2010 y junio de 2011:
  - El Programa se difundió en 24 estados a través de 48 talleres, dirigidos a más de 1,086 inversionistas y prestadores de servicios turísticos. Lo anterior permitió al FONATUR evaluar 45 proyectos, ubicados en Aguascalientes, Baja California Sur, Chihuahua, Colima, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Yucatán.
  - Se celebraron convenios con Financiera Rural y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas para apoyar el desarrollo del turismo rural; con la Federación de Haciendas, Estancias y Hoteles Históricos de México, A.C., para apoyar el rescate de edificios históricos y convertirlos en instalaciones turísticas; y con la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados para acercarse a la industria restaurantera con fuentes de financiamiento.
- Durante la presente administración, el FONATUR ha elaborado 98 estudios de desarrollo turístico en 329 municipios de 29 estados, así como en el Distrito Federal, a fin de dotarlos con elementos de planificación para el desarrollo de nuevos destinos turísticos.
- A partir de la coordinación entre la SECTUR y el Banco Nacional de Comercio Exterior, el programa de financiamiento para el sector turismo canalizó apoyos por 52 millones de pesos a 37 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas durante enero-junio de 2011. Los recursos acumulados de julio de 2007 -cuando inició operaciones el programa- a junio de 2011 representan un monto de 1,636.3 millones de pesos, en beneficio de 2,493 MIPYMES turísticas.

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

- Con el objetivo de elevar la competitividad turística del país, el Gobierno Federal ha impulsado la consolidación y mantenimiento de los cinco Centros Integralmente Planeados (CIP's). De enero a agosto de 2011, el FONATUR realizó una inversión de 226.3 millones de pesos. La distribución de los recursos ejercidos y las principales obras de infraestructura realizadas fueron las siguientes:
  - **Cancún.** Se invirtieron 41.3 millones de pesos para continuar las obras de reforzamiento del puente Nichupté, iniciar la construcción de un prototipo de villas con arquitectura para el impulso de desarrollos turísticos sustentables en zonas de playa, y dar mantenimiento al boulevard Kukulcán para otorgar mayor seguridad a los usuarios y para conservar la imagen competitiva a nivel internacional.
  - **Ixtapa.** Con una inversión de 38.8 millones de pesos se realizaron trabajos de mantenimiento y operación, así como obras de infraestructura enfocadas a reforzar los sistemas de drenaje sanitario y pluvial. Con ello, la oferta generada de terrenos con infraestructura ascendió a 26.8 hectáreas.
  - **Huatulco.** Con recursos por 69.4 millones de pesos, se concluyeron las obras de rehabilitación del camino escénico y la construcción de protecciones pluviales en el Parque Eco-arqueológico Copalita. Se continuó con la construcción del Corredor "Quinta Avenida" Santa Cruz-La Crucecita, con lo que se incrementará el inventario físico con 33 lotes para venta y el equipamiento urbano con dos plazoletas y dos áreas para estacionamiento. La oferta generada para este periodo fue de 5.5 hectáreas.
  - **Los Cabos.** La inversión canalizada ascendió a 16.1 millones de pesos, con lo cual inició la obra para la rehabilitación de la red de drenaje en la zona turística de San José del Cabo.
  - **Loreto.** Con una inversión de 60.7 millones de pesos, se iniciaron las obras de infraestructura de la red de alimentación eléctrica, línea de conducción y tanque elevado de agua potable para la urbanización del polígono II. Con ello se fortalece la oferta mobiliaria, lo que permitirá un mejor desarrollo turístico de este destino.
- Adicionalmente, el FONATUR contribuyó al desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral con una inversión por 593.3 millones de pesos. Destacan las siguientes obras de infraestructura:
  - **Nayarit.** Se canalizó una inversión por 187.8 millones de pesos en Litibú y El Capomo. En **Litibú** se iniciaron las ampliaciones de las plantas de tratamiento de aguas residuales y planta desalinizadora, con la finalidad de cubrir las necesidades de tratamiento de aguas negras y el abasto de agua en el

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

corto y mediano plazos, respectivamente. En **El Capomo** se continuó la urbanización en Boca de Becerros, para generar una oferta inmobiliaria y fomentar el crecimiento y la diversificación turística de la Riviera Nayarit, así como la generación de fuentes de trabajo. Las obras realizadas consisten en: primera etapa de la vialidad de acceso y basamento de escultura en el polígono; segunda etapa de trabajos de terracerías, pavimentos, agua potable, guarniciones, banquetas, drenaje sanitario y pluvial, electrificación, alumbrado público en Boca de Becerros y construcción del drenaje sanitario en el poblado Lima de Abajo, del municipio de Compostela. Con ello se programa generar una oferta inmobiliaria, a partir del cuarto trimestre de 2011, de 16.4 hectáreas.

- **Cozumel.** Con una inversión de 48.7 millones de pesos, se continuó la construcción de una Marina moderna con capacidad para 333 embarcaciones, lo que permitirá incorporar la Isla de Cozumel al circuito náutico del Caribe. Lo anterior, aunado a la oferta de lotes hoteleros, comerciales mixtos y residenciales turísticos, incrementará la captación de divisas. La oferta generada de infraestructura abarca un área de 2.7 hectáreas.
- **Costa Pacífico, Sinaloa.** El FONATUR aplicó una inversión de 356.8 millones de pesos para continuar con la urbanización de la primera etapa (que concluirá en el segundo semestre de 2013), consistente en la construcción del boulevard de acceso y redes de servicios hasta la zona de playa, lo que dará servicio a las zonas hoteleras, residenciales y de equipamiento turístico (campos de golf, marinas) que conforman el proyecto. Asimismo, se dio cumplimiento al convenio suscrito con la CFE para la construcción de la infraestructura eléctrica. Se estima iniciar la construcción del primer hotel durante el primer trimestre de 2012 y la comercialización de lotes en el segundo semestre de 2013.
- Durante los primeros cuatro años (2007-2010) de la presente administración, la **oferta de alojamiento nacional** creció más de 9% en comparación al cierre del sexenio anterior, llegando a 637,232 cuartos de hotel al cierre de 2010<sup>1/</sup>. Las entidades de Baja California Sur, Colima, Chihuahua, Jalisco, Querétaro, Quintana Roo y Yucatán fueron las que contribuyeron en mayor medida al incremento de cuartos de hotel durante 2010.
- En materia de **diversificación de los productos turísticos**, entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, la SECTUR realizó acciones coordinadas con los gobiernos estatales y organismos no gubernamentales, orientadas a fortalecer la cartera de productos en turismo de cultura, naturaleza, negocios, turismo para todos y otros segmentos especializados.
  - **Turismo de cultura.** Como parte de la estrategia para aprovechar al máximo nuestro patrimonio histórico y cultural, se ejecutaron acciones con el fin de fortalecer el segmento de turismo cultural, entre las que destacan:

#### Mundo Maya

- Con el fin de posicionar a México como el destino con el mayor legado de la cultura maya, una de las culturas más importantes en la historia de la humanidad, durante el primer semestre de 2011, la SECTUR coordinó el desarrollo del **Programa Mundo Maya**, junto con el Centro de Promoción Turística de México (CPTM) y los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán, con el fin de dar a conocer el esplendor y la magia de esta gran civilización.
- Para ello, se elaboró un programa de promoción que incluye exposiciones, conferencias y encuentros internacionales. Asimismo, se está invirtiendo más en infraestructura turística para ampliar la oferta cultural.
- Se trabaja en una estrategia integral (concepto, slogan, logotipo, video y folleto institucional), que realce los centros turísticos cercanos a las zonas arqueológicas mayas, para atraer más turistas y detonar el potencial turístico del sureste del país.

- La organización de la **primera edición de la Feria Mundial de Turismo Cultural** en Morelia, Michoacán, del 17 al 19 de noviembre de 2010. En el evento participaron 79 expositores nacionales e internacionales especializados en el segmento cultural, así como 79 compradores de 19 países, quienes concertaron 702 citas de negocios.
- Se continuó consolidando el **Programa Pueblos Mágicos**. Mediante Convenios de Reasignación de Recursos con los Estados, se destinó un total de 208 millones de pesos para el fortalecimiento de la actividad turística en estos pueblos colmados de atributos simbólicos, arquitectura, leyendas, historia, hechos trascendentes y magia que emana de sus manifestaciones socioculturales, en beneficio de una población de 880,420 habitantes.

- Durante el periodo enero-julio de 2011, se entregaron cuatro nombramientos a nuevos Pueblos Mágicos: Palizada, Campeche; Zacatlán de las Manzanas, Puebla; Teúl de González Ortega, Zacatecas; y Tlayacapan, Morelos; para alcanzar un total de 41 pueblos mágicos. Se prevé que se entreguen 11 nombramientos más en lo que resta del año, para cerrar el 2011 con 52 de estas pintorescas comunidades.

<sup>1/</sup> Cifras disponibles con corte anual.

- En colaboración con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y con una aportación de la SECTUR de 6.8 millones de pesos, en el último trimestre de 2010 se concluyeron los trabajos de mejoramiento en el **Museo de la Revolución en la Frontera Norte** en Ciudad Juárez, Chihuahua, proyecto que concentró el 50% de los recursos; así como el rescate y mejoramiento de servicios para visitantes en la **zona arqueológica de Monte Albán**, Oaxaca, al que se destinó el resto de los recursos.
  - Se llevó a cabo la **Jornada de Turismo Arqueológico**, celebrada el 23 de junio en la Ciudad de México, la cual constituyó un foro en el que se marca la pauta de la conceptualización de este segmento del turismo.
- **Turismo de Naturaleza.** El impulso a este segmento se lleva a cabo en el marco de las estrategias orientadas a mejorar la competitividad de los operadores de servicios, incrementar la productividad de las empresas locales, elevar la profesionalización de los prestadores de servicios e impulsar los estándares establecidos para el manejo sustentable de los recursos naturales. Para ello se dio seguimiento a los siguientes proyectos:
- **Ruta de Naturaleza y Aventura:** Concluyó el trazado de la ruta que integrará los destinos de Chiapas, Veracruz y Oaxaca, siendo estos los de mayor potencial en este segmento. El proyecto pone énfasis en la preservación de la identidad cultural con las tradiciones y costumbres de las comunidades locales, así como la conservación del medio ambiente y el impulso al desarrollo local.
  - **Ruta de la Selva Lacandona:** Para aprovechar el potencial turístico de los atractivos naturales y culturales de esta selva en Chiapas, se concluyó la identificación de los centros ecoturísticos de Lacanjá Chansayab, Frontera Corozal, Río Azul, Metzabok y Miramar, como los que cuentan con mayor vocación y desarrollo; por lo que en el segundo semestre de 2011 se transferirán 26 millones de pesos, para dotar de infraestructura y equipamiento de bajo impacto ambiental a dichas localidades. Con esta inversión y la participación de la comunidad local en la actividad productiva, se busca elevar la calidad de los servicios, incrementar la estadía del visitante, aumentar la derrama económica y generar empleos.
  - **Santuarios Naturales de México:** Con el fin de integrar los destinos cuyos fenómenos de migración y conservación de especies presenten un alto atractivo turístico, continuó el desarrollo del proyecto arquitectónico y ejecutivo del Museo del Mar y el Desierto en Bahía Magdalena, Baja California Sur. Asimismo, se construyó el Centro Cultural para la Conservación de la Mariposa Monarca en la Sierra Chincua, Michoacán.
  - **Natura<sup>1/</sup>, Estancias Ecoturísticas de México:** Se concluyó el proyecto arquitectónico y ejecutivo para las estancias

#### Cumbre Mundial de Turismo de Aventura en México

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

#### Rutas de México

- Se continuó el fortalecimiento de las Rutas de México, uno de los productos turísticos más importantes de nuestro país, conformado por 10 circuitos distribuidos en las 32 entidades federativas, que invitan a recorrer de manera organizada las riquezas naturales, históricas, arquitectónicas y culturales de México.
- La comercialización de las Rutas de México se apoyó en la plataforma denominada [visitmexico.com/rutasdemexico](http://visitmexico.com/rutasdemexico), la cual registró 40 mil visitas en el periodo enero-junio de 2011, 71% más que en el mismo periodo del año anterior, con lo cual se promovió la oferta turística a través de estas 10 rutas, que unen los destinos más representativos del país:
  - La Cultura del Vino y el Acuario del Mundo.
  - Los Tarahumaras Milenarios.
  - La Magia de las Tradiciones y la Naturaleza.
  - La Cuna de la Historia y el Romanticismo.
  - El Arte del Tequila y la Música Bajo el Sol.
  - Las Bellezas Huastecas.
  - Los Mil Sabores del Mole.
  - El Misterio y el Origen de los Mayas.
  - Una Experiencia Virreinal.
  - El Encuentro Fascinante entre la Historia y la Modernidad.

<sup>1/</sup> Natura es una cadena de instalaciones de hospedaje que atiende al mercado de naturaleza, ofreciendo al turista servicios de calidad estandarizados y variedad de actividades ecoturísticas, culturales y de aventura. Las instalaciones están diseñadas bajo criterios de sustentabilidad, por lo que integrarán a las comunidades rurales e indígenas en su operación y proveeduría, además de incluir un programa de conservación de su medio ambiente.

en Laguna Miramar y Metzabok, Chiapas; y en el Parque Nacional Sierra de San Pedro Mártir, Baja California, con lo cual se iniciarán las obras en agosto de 2011, para fortalecer la competitividad de las instalaciones. En coordinación con las comunidades y autoridades locales, se formularon los manuales de operación, actividades de aventura, estándares de calidad y de mejores prácticas ambientales. Asimismo, se implementó la marca comercial "Natura, estancias vivas".

- **Áreas Naturales Protegidas como producto turístico:** En el marco del Acuerdo Nacional por el Turismo, la SECTUR en conjunto con la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, desarrolló 14 anteproyectos ejecutivos para construir paradores turísticos, que brinden servicios básicos de atención al turista y ofrezcan actividades dentro de cada una de las 13 áreas naturales protegidas seleccionadas, inculcando al visitante el respeto al medio ambiente y a las comunidades que lo habitan.
- **Turismo de negocios.** Para impulsar el desarrollo competitivo de destinos turísticos orientados al segmento de reuniones de negocios, se llevaron a cabo las siguientes acciones:
  - Se llevó a cabo el **diseño de indicadores de competitividad internacional específicos para congresos, convenciones y eventos corporativos** aplicables a Villahermosa, Tabasco; Guadalajara, Jalisco; y Mérida, Yucatán, con lo que se establecieron los indicadores mínimos de competitividad que deben ofrecer los destinos turísticos de reuniones del país.
  - Con el fin de dar a conocer nuevos productos turísticos especializados en el segmento de reuniones, apoyar el desarrollo de cadenas productivas y contar con destinos competitivos y actualizados, se celebró del 3 al 5 de agosto de 2011 en Querétaro, Querétaro, el **XVIII Congreso Nacional de Turismo de Reuniones**, con la asistencia de 400 empresarios, hoteleros, representantes de organismos nacionales e internacionales, asociaciones e instituciones públicas y privadas, oficinas de convenciones, recintos y organizadores de eventos.
  - Para impulsar la realización de más eventos mundiales en el país, se continuó con la difusión de la **aplicación de la Tasa 0% de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en congresos, convenciones, exposiciones y ferias extranjeras.**
    - La posición de México en la captación de congresos internacionales a nivel mundial mejoró respecto de 2009, al pasar de la posición 27 a la 22 en 2010, de acuerdo con la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones.
  - Las alianzas estratégicas con el sector privado apoyaron la actualización en temas de congresos, convenciones, viajes corporativos y de incentivos a través de los siguientes eventos turísticos:
    - La Expo Incentivos, Congresos y Convenciones 2010, realizada en noviembre en la Ciudad de México, para impulsar la implementación de programas de viajes de incentivos de las empresas.
    - La Convención Nacional 2011 de la Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos realizada en Cancún, en el mes de junio, para impulsar el desarrollo e inversión turística.
    - La Expo Tourism & Events Going Green Conference 2011, realizada en el mes de marzo en la Ciudad de México, orientada a promover una filosofía de turismo sustentable en México.
    - La V Convención Anual de *Meeting Professional International* capítulo México, realizada en el mes de mayo en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, con énfasis en el apoyo a la profesionalización de los especialistas en reuniones del país.
    - El evento anual de la *Convention Industry Council*<sup>1/</sup>, llevado a cabo en el mes de mayo en Cancún; en el cual se dieron a conocer los esfuerzos de México en la organización de la 16a. edición de la Conferencia de las Partes de la Convención Marco de Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP 16).
- En materia de **segmentos especializados**, se llevaron a cabo las siguientes acciones:
  - **Turismo gastronómico.** Del 20 de mayo al 4 de junio de 2011, en colaboración con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, se llevó a cabo la tercera ruta de aromas y sabores de México, cuyo recorrido inició en la Ciudad de México y continuó por Querétaro, San Luis Potosí, Coahuila, Nuevo León, Chihuahua y Sinaloa.
  - **Segmento Romance.** Se desarrolló un diagnóstico de la oferta en 12 destinos potenciales para impulsar la diversificación del turismo de reuniones, con productos que abarcan bodas y lunas de miel. Se realizó el inventario de productos turísticos especializados para este segmento, a través del catálogo de proveedores, el cual ya se distribuye a nivel nacional e internacional.

---

<sup>1/</sup> Asociación internacional que reúne a los principales organizadores de eventos a nivel mundial.

- Las **Rutas Conmemorativas del Bicentenario de la Independencia y del Centenario de la Revolución Mexicana**, dadas a conocer en julio de 2010 como parte de los festejos institucionales de esas fiestas patrias, continúan en operación en 17 estados con 100 destinos que resaltan los escenarios históricos y monumentos emblemáticos del país: la ruta de Hidalgo; la ruta de Morelos; la ruta de Guerrero y el Ejército Trigarante; la ruta de Zapata; la ruta de Villa; la ruta de Madero y Carranza; así como la ruta de las ciudades de la Revolución.
  - Se continuó con la distribución de la guía de difusión de las Rutas Conmemorativas, la cual fue premiada en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) 2010 en Madrid, España, como el mejor producto de turismo activo.
  - A través de los sitios en Internet [www.sectur.gob.mx/wb/sectur/bicentenario](http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/bicentenario) y [www.visitmexico.com/bicentenario](http://www.visitmexico.com/bicentenario) se realizó la difusión de las rutas y se brindó información a los usuarios y turistas interesados en los atractivos y reseñas de hechos históricos, en los destinos que incluyen las Rutas Conmemorativas.
- En la edición 2011 de la FITUR, la **Ruta Don Vasco** se hizo acreedora del premio al Mejor Producto de Turismo Activo en la modalidad internacional; así como al premio de Ganador Absoluto por tener la mayor puntuación entre 80 competidores.
- Para fortalecer el segmento de **excursionistas en crucero**, se siguió impulsando la estrategia de diferenciación de productos por destino, mediante los proyectos de tematización alusivos a la identidad cultural de los puertos mexicanos en Ensenada, Baja California; Manzanillo, Colima; y Puerto Vallarta, Jalisco.
- Se promovió la oferta de 120 micro, pequeñas y medianas **empresas del sector rural dedicadas al turismo**, con base en dos convenios de coordinación entre la SECTUR, el FONATUR y Financiera Rural para impulsar este segmento a través de la creación, desarrollo y consolidación de una oferta competitiva, atendiendo en una primera fase a 10 Pueblos Mágicos ubicados en el centro del país.
- **Turismo para Todos o Turismo Social.** Se promovió entre los mexicanos la cultura de viajar durante los fines de semana cortos, largos y periodos vacacionales, mediante las siguientes acciones:
  - En marzo de 2011, la SECTUR anunció el lanzamiento oficial del **Programa “Yo Soy Turista”**, consistente en una tarjeta de descuentos en hoteles, restaurantes, transportes y otros servicios turísticos afiliados, que los mexicanos podrán utilizar durante sus viajes en el interior del país.
  - Se coordinaron acciones con el sector privado para facilitar el acceso al turismo con base en paquetes a precios preferenciales y bajo el esquema de crédito al consumo con pagos diferidos y sin intereses. Sobresalen los programas de Guanajuato, Aguascalientes, Distrito Federal y Sonora, en donde opera un modelo turístico incluyente y accesible.
  - Se concertaron más de 60 alianzas y convenios entre representantes del sector privado del turismo para ofertar viajes accesibles. Sobresalen las realizadas entre la Agencia Mex-Inca Viajes con los servicios turísticos de los estados de Morelos, Michoacán, Nuevo León y Puebla; Mega Viajes con los estados de Tlaxcala, Hidalgo, Veracruz y Guerrero; Altanueva con el Distrito Federal y Estado de México; American Express con Yucatán, Guanajuato y Jalisco; así como Viajes Palacio mediante el programa Playas Mexicanas, entre otros.
  - Con base en los resultados del estudio “Necesidades de la Oferta Turística para la Población de Clase Media del Turismo Doméstico en México”, en febrero de 2011 se delinearon acciones con el fin de mejorar los canales de información y promoción turísticos. Para ello se ejecutó un proyecto de difusión con el lema “Viaja por México con tu Familia”, presentando una oferta diversificada, accesible, de calidad y con valor agregado. La promoción abarca excursiones de un día a Ciudades Coloniales, Pueblos Mágicos, Parques Acuáticos (experiencia corta) y viajes con pernocta a destinos como Guerrero, Veracruz, Chiapas (experiencia larga). El 50% de las familias excursionistas (1,500) se han visto beneficiadas con esta fórmula.

#### Turismo Médico

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

- Derivado de una mayor demanda del **Carnet del Turista ConSentido**, se llevó a cabo su distribución con una versión simplificada de sus contenidos, los cuales resaltan conductas de conservación, respeto e higiene para mejorar los encuentros y la convivencia entre visitantes y comunidades receptoras.
- En el marco de la alianza con American Express para captar más turistas de altos ingresos y alentar un mayor consumo, en mayo de 2011 la empresa realizó la tercera versión del evento de promoción de viajes nacionales para sus tarjetahabientes. Asimismo, derivado del segundo evento de promoción realizado en 2010, la compra de paquetes hacia destinos nacionales representó el 40% del total de paquetes vendidos por American Express durante el periodo agosto de 2010 a marzo de 2011, en comparación al 20% de paquetes nacionales vendidos, producto de la primera versión realizada en 2009.
- Para promover la competitividad en los servicios del sector turístico, a través del **Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística**, durante 2011 se coordinan acciones con 30 entidades federativas<sup>1/</sup>, con recursos programados por más de 110 millones de pesos, 76.3% más en términos reales respecto a 2010 para la formación de guías de turistas generales y especializados en naturaleza, la incorporación y certificación de empresas a los programas "M", "H", Tesoros de México y Punto Limpio; la realización de iniciativas estatales, así como cursos y certificaciones en estándares de calidad.
  - Como parte de la **estrategia de capacitación** de la SECTUR, de enero a junio de 2011 se impartieron 837 cursos; que, por efecto multiplicador en coordinación con las entidades federativas<sup>2/</sup>, permitieron capacitar a 25,458 prestadores de servicios, 35.9% y 45.1% más que en el primer semestre de 2010, respectivamente. Asimismo, se impartieron 64 cursos de capacitación de manera directa, en beneficio de 1,571 prestadores de servicios.
  - El **Programa Moderniza**, durante el periodo enero-junio de 2011 benefició a 991 empresas turísticas, de las cuales 483 MIPYMES obtuvieron el **distintivo "M"**<sup>3/</sup>. Durante el segundo semestre de 2011, 837 MIPYMES concluirán el proceso para la obtención de dicho distintivo, y 1,200 unidades productivas más se incorporarán al programa.
  - La SECTUR otorgó 1,901 **distintivos "H"**<sup>4/</sup> (604 nuevos y 1,297 renovaciones) entre enero y junio de 2011, cifra 43% superior en relación con el mismo periodo de 2010. Con ello, los establecimientos de alimentos a nivel nacional mejoraron la calidad e higiene en la preparación y servicio que proporcionan al cliente.
  - A través del **Programa Tesoros de México**, al corte de junio de 2011 se otorgó un total de 80 distintivos a igual número de pequeñas y medianas empresas turísticas del giro de hoteles y restaurantes ubicadas en Chiapas, Guanajuato, Michoacán, Morelos y Puebla; las cuales mantienen altos estándares de operación y de calidad en el servicio, así como una arquitectura y gastronomía representativa de México; estos establecimientos atienden a un segmento de demanda nacional e internacional *premium*.
  - De septiembre de 2010 a junio de 2011, se atendieron 1,081 solicitudes de trámites de acreditación de guías de turistas (acreditación inicial, refrendo, canje y reposición), emitiéndose 959 credenciales de acreditación.
- Para impulsar el desarrollo sustentable en materia turística, en 2011 se fortaleció el Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, al enfatizar la incidencia regional, con lo que se convierte en el **Programa de Turismo Sustentable en México**. Este programa cuenta con dos estrategias principales: monitoreo de la sustentabilidad turística e impulso al desarrollo a través de la Agenda Intersectorial de Sustentabilidad.
  - El **Monitoreo de la Sustentabilidad Turística** dio seguimiento a las áreas identificadas como susceptibles de mejora, emitiendo recomendaciones puntuales con las que se prevé lograr un mayor impacto a nivel local.

<sup>1/</sup> Con Baja California Sur y el Distrito Federal no hay coordinación de acciones dentro del Programa Integral de Capacitación.

<sup>2/</sup> La capacitación por efecto multiplicador responde a todos los cursos impartidos por instructores formados por la SECTUR en las diferentes entidades federativas, en el marco de los programas propios del sector, y que a su vez forman parte de la estrategia nacional de capacitación turística, tales como: Cultura Turística para Personal de Contacto, Calidad en el Servicio y Manejo Higiénico de los Alimentos. Por su parte, la capacitación directa es otorgada por la SECTUR a través de instructores internos o por medio de empresas contratadas para tal fin.

<sup>3/</sup> El Programa de Calidad Moderniza, Distintivo "M", es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual, las MIPYMES turísticas estimulan a sus colaboradores e incrementan sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística. Estas condiciones les permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes.

<sup>4/</sup> El Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo "H", es un programa destinado a los establecimientos fijos de alimentos y bebidas, con el fin de disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por alimentos a los turistas, a través de una manipulación higiénica de los alimentos, y que tiene como marco de referencia la Norma Oficial Mexicana NMX-F-605-NORMEX-2004 (Alimentos-Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos Preparados para la Obtención del Distintivo "H").



- La **Agenda Intersectorial de Sustentabilidad** se creó con la finalidad de establecer una vinculación entre las diversas dependencias de la Administración Pública Federal que inciden en la sustentabilidad de los destinos turísticos, para atender las problemáticas de sustentabilidad identificadas en los 110 diagnósticos elaborados entre 2002 y 2009. En este sentido se desarrollaron las siguientes acciones:

- Con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales se impulsó la elaboración de planes para el manejo integral de los residuos peligrosos. Destaca la conclusión de la etapa de diagnóstico en los destinos de Cuatro Ciénegas, Coahuila; Tapalpa, Jalisco y Sombrerete, Zacatecas.
- En coordinación con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, se otorgaron recursos adicionales a las delegaciones de los estados interesados en incrementar el número de certificaciones ambientales en las empresas turísticas, tales fueron los casos de Taxco, Guerrero; Huatulco, Oaxaca; Cuatro Ciénegas y Parras de la Fuente, Coahuila; Cozumel, Quintana Roo y Tuxpan, Veracruz.

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

- En 2011 **Huatulco** recibió el distintivo *EarthCheck Gold*. Actualmente es la única comunidad en el mundo que cuenta con dicha certificación, la cual se sustenta en los preceptos de la Agenda 21 y en una estricta evaluación sobre su operación con estándares de calidad de la familia ISO, que califican la reducción de desechos, eficiencia energética, gestión de aguas limpias y residuales, aplicación de políticas medioambientales e integración de la sociedad en prácticas de conservación.
- La organización *Rainforest Alliance* otorgó a México un reconocimiento por mejores prácticas de sustentabilidad en el desarrollo turístico **Mayakoba**. Destacando el esfuerzo para conservar el medio ambiente y mostrando el liderazgo y compromiso de México en el tema de la sustentabilidad.

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

- Entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, el Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) coordinó estudios e investigaciones, sobresaliendo los siguientes resultados:
  - La encuesta de perfil y grado de satisfacción de los turistas evaluó el desempeño de 12 destinos de playa y 10 ciudades. De acuerdo al índice de satisfacción de los visitantes extranjeros, 98% manifestaron que regresarían al país y 99% recomendarían visitar los distintos destinos turísticos de México.
  - La detección de las necesidades de oferta turística para la población de clase media del turismo doméstico en México, mediante una investigación realizada en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey.
  - La identificación de productos y servicios diferenciados de los principales destinos turísticos de cruceros: Ensenada, Baja California; Puerto Vallarta, Jalisco; Acapulco, Guerrero; Puerto Progreso, Yucatán y Cozumel, Quintana Roo; que servirá como insumo para la elaboración de un plan estratégico para incrementar la competitividad en el segmento de cruceros a mediano plazo.
  - La evaluación de la calidad de los servicios aeroportuarios en cinco destinos: Puerto Vallarta, Jalisco; Los Cabos, Baja California Sur; Acapulco y Zihuatanejo, Guerrero y Toluca, Estado de México, para conocer las fortalezas y oportunidades de mejora de la competitividad de dichos aeropuertos. Los resultados estarán disponibles en el último trimestre de 2011.
  - El análisis para dimensionar el tamaño del mercado del segmento de turismo de reuniones, mediante la cuantificación de la derrama económica y un modelo de estimación que permita el seguimiento del segmento. El análisis incluyó una evaluación comparativa con Estados Unidos de América y Canadá.
- El **Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo** en conjunto con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), publicó en agosto de 2010, por primera vez, una convocatoria para financiar estudios e investigaciones que incidan en la competitividad del sector turístico. Se aprobaron dos proyectos con recursos por 2.4 millones de pesos, relativos a la aplicación de medidas sustentables en la industria hotelera y los factores de éxito o fracaso en las empresas comunitarias de turismo de naturaleza. En junio de 2011 se publicó la segunda convocatoria del fondo.
- A fin de identificar los principales retos en materia de investigación e información para el sector turismo, en octubre de 2010 se organizó el **XII Congreso Nacional** y el **VI Internacional de Investigación Turística** en la Ciudad de México. Se recibieron 75 ponencias en 42 temáticas y se contó con 241 asistentes nacionales e internacionales, vinculados con la investigación y estudios del turismo, así como 25 instituciones académicas nacionales, dos internacionales y dos organismos públicos.

- Con el fin de mantener un vínculo entre los investigadores del sector turístico y el CESTUR, e identificar de manera directa las necesidades y requerimientos del sector, se dio seguimiento a **la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT)**, que al cierre de 2010 registró un total de 180 investigadores, 183 productos de investigación y 39 instituciones educativas.
- En materia de divulgación, el **Centro de Documentación Turística (CEDOC)** puso al alcance de los usuarios información estratégica como apoyo para la toma de decisiones.
  - A junio de 2011, el CEDOC acumuló un acervo de 10,138 títulos especializados, 26,289 consultas a través de *Internet*, 10,950 consultas al CEDOC Virtual y 2,214 usuarios registrados, de los cuales corresponde el 26% del sector privado, 40% del sector público, 22% del académico y 12% de usuarios del extranjero.
  - A junio de 2011, el CEDOC opera con 23 instituciones académicas y organismos de turismo para el intercambio de material bibliográfico e información especializada.
- Con el propósito de apoyar la promoción y desarrollo del turismo y enfrentar los desafíos clave del sector, la SECTUR organizó el **Séptimo Foro Internacional de la Organización Mundial de Turismo para Parlamentarios y Autoridades Locales** en Puerto Vallarta, Jalisco, del 16 al 18 de noviembre de 2010. Participaron 200 delegados procedentes de 20 países, así como 150 representantes de 20 estados de la república.
- De enero a junio de 2011, el **Centro Integral de Atención al Turista (CIAT)**, a cargo de la Corporación Ángeles Verdes, otorgó servicios a 72,396 turistas y brindó 58,446 atenciones telefónicas, cifras 11.3% y 21.1% superiores respecto a igual lapso de 2010, en el mismo orden. De enero a junio de 2011, el 98.3% de los clientes asistidos en el CIAT, calificó como excelente o muy bueno el servicio proporcionado.
- En el periodo enero-junio de 2011, la **Corporación Ángeles Verdes** otorgó servicios a 71,359 vehículos en las carreteras nacionales, y auxilió a 260,818 turistas, 11% y 4% más respectivamente, con relación al mismo lapso de 2010. Lo anterior, resultado de un recorrido de más de 12.5 millones de kilómetros por parte de las 304 unidades de la corporación.
- Durante el primer semestre de 2011, el **Programa Embajadores Turísticos**, a través de estudiantes de la carrera de turismo y similares, brindó orientación y apoyo a quienes visitan los destinos turísticos del país. En este lapso participaron 181 embajadores en este ramo en eventos como el Tianguis Turístico, la Feria de San Marcos y la Semana Santa en San Luis Potosí.

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

- En noviembre de 2010, México firmó con China un Acuerdo para fortalecer la actividad turística en el país, el cual permitirá incrementar la derrama económica generada por el turismo procedente de China, y detonará inversiones para desarrollar infraestructura y nuevas fuentes de empleo en el sector. Asimismo, 113 agencias de viajes mexicanas actualizaron información para recibir grupos de turistas de ese país.
- Con el fin de facilitar la apertura de empresas turísticas, la SECTUR, en conjunto con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria, estableció 10 ventanillas del **Sistema de Apertura Rápida de Empresas en su modalidad Turística (SARE Turístico)** en los municipios de: Tulum, Cozumel, Solidaridad, Othón P. Blanco y Benito Juárez en Quintana Roo; y de Celaya, Guanajuato, Irapuato, León y San Miguel de Allende en Guanajuato. Con ello, al mes de agosto de 2011 se encuentran en operación 14 SARE's Turísticos.
- En el marco del **Proyecto Nacional de Facilitación Turística**, a junio de 2011, la Comisión Ejecutiva de Turismo integró 22 temas, de los cuales ocho se encuentran concluidos, 12 registran un avance de atención de más de 50%, y dos aún se constituyen como un reto para la Comisión. En conjunto los temas mostraron un avance global de 78% en su atención. Los principales resultados son:
  - Los trabajos de facilitación del segmento de turismo de pesca deportiva permitieron actualizar la Guía Oficial de Pesca Deportiva y Recreativa, la cual se difundirá por medios electrónicos.
  - En coordinación con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y el CIAT, se puso a disposición de los turistas la Guía de Turismo Cultural "IMAGINAH" en los módulos del CIAT, ubicados temporalmente en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y terminales de autobuses del Distrito Federal; también en coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores, la guía se distribuyó entre las principales embajadas de México en países hispanoparlantes.
- Entre las principales acciones del **Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística**, realizadas entre septiembre de 2010 y agosto de 2011, destacan:

- El 6 de septiembre de 2010 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2009, que contiene requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos.
- El 9 de mayo de 2011 el Subcomité de Seguridad Contractual inició la revisión de la NOM-01-TUR-2002, relativa a los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas.
- El 2 de junio de 2011 el Subcomité de Operadoras de Buceo inició la revisión de la NOM-05-TUR-2003, relativa a los requerimientos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la prestación del servicio.
- El 17 de mayo de 2011 se conformó el Grupo Técnico de Trabajo de la SECTUR e inició la revisión del Anteproyecto de modificación de la NOM-006-SCT4-2006, con especificaciones técnicas de los chalecos salvavidas, en atención a los segmentos de Turismo Náutico y de Aventura.
- De septiembre de 2010 a junio de 2011, mediante el **Programa Integral de Verificación** se realizaron 475 visitas de verificación a prestadores de servicios turísticos en las entidades de: Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Colima, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas. Resultado de ello, se iniciaron 271 procedimientos administrativos por infracción.
- Se actualizó el Reglamento de la Ley General de Turismo en los artículos relativos al **ordenamiento turístico del territorio**, con base en las aportaciones de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). Su publicación contribuirá al desarrollo de los lineamientos que servirán de guía en los procesos de ordenamiento turístico.

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

- En el primer semestre de 2011, la inversión pública en promoción turística a través del CPTM fue de 689.9 millones de pesos.
  - Para incentivar los viajes a destinos nacionales en vacaciones y fines de semana largos durante el primer semestre de 2011, se llevaron a cabo **campañas institucionales en el mercado nacional** en tres versiones distintas de acuerdo a la temporada del año. La promoción se realizó a través de medios tradicionales (televisión, radio, prensa, revistas y exteriores), con una inversión de 29.1 millones de pesos, 36.3% superior en términos reales, respecto al primer semestre de 2010.
  - En los primeros seis meses de 2011, se llevaron a cabo 70 **campañas de publicidad cooperativa** en 29 entidades federativas con una inversión total de 142.1 millones de pesos. El CPTM aportó 33.7 millones de pesos, 22.5% más respecto al mismo periodo de 2010; lo que detonó una inversión por 108.3 millones de pesos por parte de los estados y del sector privado.
  - Para complementar la promoción realizada por los medios tradicionales, de enero a junio de 2011 se invirtieron 3.3 millones de pesos en la **campaña en línea para el mercado nacional**, para promover productos y servicios turísticos del país en vacaciones y puentes largos en dos portales estratégicos.
  - Las **campañas institucionales en los mercados internacionales** tuvieron, en el primer semestre de 2011, una inversión del CPTM por 286 millones de pesos, 82% más en términos reales que en igual lapso de 2010. Su difusión se realizó por diferentes canales (televisión, medios impresos y exteriores) enfocados a promover los segmentos de Sol y Playa, Naturaleza y Cultura, principalmente en los mercados de Estados Unidos de América y Canadá.

**INVERSIÓN PÚBLICA EN PROMOCIÓN TURÍSTICA, 2007-2011**  
(Millones de pesos)

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

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

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

<sup>p/</sup> Cifras preliminares.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

- La campaña “*Mexico, The Place You Thought You Knew*” (“México, el lugar que creías conocer”), que inició en julio de 2010 en Estados Unidos de América y en agosto en Canadá, permaneció hasta abril de 2011. Esto permitió mejorar el posicionamiento de la marca “México” y la imagen del país, además de incrementar la intención de viaje, al mostrar atractivos naturales y culturales del país, que complementan a los destinos de sol y playa, que en conjunto hacen de México un destino único en el mundo.

#### Campañas de promoción de México en el mundo

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

- Ante el incremento del uso de los medios electrónicos por los turistas para obtener información, hacer reservaciones y comprar viajes, entre enero y junio se realizaron acciones de **promoción internacional a través de los medios en línea**, con una inversión de 18.3 millones de pesos. Con ello, se tuvo presencia en 12 portales de Internet, que promovieron los productos y servicios turísticos del país.

- De acuerdo al indicador de **eficiencia publicitaria internacional**, se estima que para 2011 se requiere invertir 37.8 pesos en campañas de publicidad para lograr que un turista extranjero llegue a México; lo que muestra una mayor eficiencia al compararlo con los 50.4 pesos gastados en 2009 y 38.1 pesos en 2010. A su vez, el indicador de **eficiencia de las campañas de publicidad en el mercado nacional**, estima una inversión de 3.65 pesos por turista, mostrando una mejoría respecto al gasto observado en 2009 y 2010, de 5.63 pesos y 3.90 pesos por turista, respectivamente.
- Para el ejercicio 2011 se tiene una meta de **recordación publicitaria nacional** de 50%. Durante el primer trimestre de 2011 se tuvo un impacto de 67%, lo cual implica una variación de 17 puntos porcentuales por encima de la meta de 2011, con base en el impacto esperado de las campañas publicitarias dentro del país.
- La **edición XXXVI del Tianguis Turístico** efectuada en Acapulco, Guerrero, del 25 al 28 de marzo de 2011 congregó a 2,747 participantes, que concertaron 16,438 citas de negocios de las cuales se estima que 50% se traducirán en venta de productos y servicios turísticos. Se apoyó la oferta de 403 empresas mexicanas ante 918 potenciales compradores, de los cuales 38% provenían de 23 países.
  - Con el fin de fortalecer la promoción de todos los destinos turísticos de México, con estricto y legal apego a las solicitudes del sector turístico nacional e internacional y de los gobiernos de los estados para tener un tianguis itinerante, del 15 de abril al 13 de mayo de 2011 se emitió la convocatoria para elegir la sede del **Tianguis Turístico México**. Se recibieron propuestas de 18 entidades federativas: Campeche, Chihuahua, Coahuila, Colima, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Veracruz, Yucatán y el Distrito Federal.
    - El 28 de julio de 2011, se determinó a Puerto Vallarta-Riviera Nayarit como destino ganador para ser la sede del Tianguis Turístico 2012, a la ciudad de Puebla para ser la sede en 2013 y a la ciudad de Cancún para 2014.
- Para impulsar el desarrollo de campañas de promoción de los destinos turísticos de México, de marzo a julio de 2011 la SECTUR realizó la convocatoria **Creatividad para México**, en coordinación con el CPTM y la UNAM. Se otorgó el primer lugar a la campaña “Se te nota” de la empresa Sé, Taller de Ideas S.A. de C.V. de Querétaro (en la categoría Empresas y profesionales); y a la campaña “Un lugar te lleva a otro”, de Alpe (en la categoría de Estudiantes universitarios).
- A partir del 28 de mayo de 2011, se tiene presencia en el programa de televisión “1, 2, 3 por México”, para dar a conocer los atractivos y servicios que ofrecen los distintos destinos turísticos del país y motivar al televidente a viajar y conocer México.
- Entre septiembre de 2010 y junio de 2011, se apoyó la participación de 704 empresas mexicanas en 30 **ferias internacionales de turismo** para ofertar los atractivos del país.