

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



**5^{TO} INFORME DE
LABORES**
2 0 1 6 - 2 0 1 7



1 DE SEPTIEMBRE DE 2017

**5^{TO} INFORME DE
LABORES**

2 0 1 6 - 2 0 1 7

ÍNDICE GENERAL

Presentación	5
I. La Política Nacional Turística y el Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018	11
I.1. La Política Nacional Turística	13
I.2. Visión	14
I.3. Misión	14
I.4. Organigrama del Sector	15
II. México Próspero	17
II.1. La Importancia Económica del Turismo en México	20
II.2. Visitantes Internacionales a México	20
II.3. Ingresos de Divisas por Visitantes a México	21
II.4. Balanza Turística	22
II.5. Turismo Doméstico	22
II.6. Actividad Hotelera	22
II.7. Conectividad	22
III. Transformar el Sector Turístico y Fortalecer Esquemas de Colaboración y Corresponsabilidad para Aprovechar el Potencial Turístico	25
III.1. Fortalecer las Capacidades Institucionales del Sector Turismo	27
III.2. Establecer Instrumentos que Armonicen las Acciones Gubernamentales con la Política Nacional Turística y que Promuevan la Corresponsabilidad	31
III.3. Impulsar la Coordinación Intergubernamental en Materia Turística	40
III.4. Fortalecer los Mecanismos de Concertación con la Academia, el Sector Privado y el Sector Social, en Beneficio del Turismo	42
IV. Fortalecer las Ventajas Competitivas de la Oferta Turística	45
IV.1. Generar Información, Investigación y Conocimiento Sobre los Destinos y Líneas de Producto	48
IV.2. Impulsar la Innovación, Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística por Región y Destino	54
IV.3. Promover Altos Estándares de Calidad en los Servicios Turísticos	66
IV.4. Impulsar la Profesionalización de los Prestadores de Servicios Turísticos	69
IV.5. Impulsar una Política de Seguridad Integral para Proporcionar una Experiencia Turística Satisfactoria y Plena a los Visitantes	70
V. Facilitar el Financiamiento y la Inversión Público-Privada en Proyectos con Potencial Turístico	73
V.1. Impulsar la Ampliación del Acceso a Crédito e Instrumentos Financieros del Sector Turístico	75
V.2. Fomentar Mayores Niveles de Inversión para Emprendedores y Prestadores de Servicios Turísticos	76
V.3. Brindar Capacitación y Asistencia Técnica en Cultura Financiera para el Desarrollo de Productos Turísticos	77
V.4. Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP)	78
V.5. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector	79

VI. Impulsar la Promoción Turística para Contribuir a la Diversificación de Mercados y el Desarrollo y Crecimiento del Sector	83
VI.1. Promover a México como un Destino Turístico de Calidad que Ofrece gran Variedad de Atractivos y Experiencias Únicas	85
VI.2. Impulsar el Desarrollo del Mercado Nacional Promoviendo en la Población del País la Intención de Conocer México y sus Destinos	97
VI.3. Incrementar la Promoción de México en los Mercados Tradicionales e Impulsar la Diversificación de Mercados	99
VII. Fomentar el Desarrollo Sustentable de los Destinos Turísticos y Ampliar Beneficios Sociales y Económicos de las Comunidades Receptoras	105
VII.1. Identificar la Vocación y el Potencial del Capital Natural y Cultural mediante el Ordenamiento Turístico del Territorio	107
VII.2. Diseñar Instrumentos con Criterios de Sustentabilidad para Dirigir al Sector Turístico hacia una Industria Limpia y Resiliente al Cambio Climático	109
VII.3. Fortalecer la Contribución del Turismo a la Conservación del Patrimonio Nacional y a su Uso Sustentable	112
VII.4. Promover una Distribución Amplia y Justa de los Beneficios Económicos y Sociales del Turismo en las Comunidades Receptoras	112
VII.5. Crear Instrumentos para que el Turismo sea una Actividad Incluyente que Brinde Oportunidades para que más Mexicanos Viajen	114
VIII. Estrategias y Líneas Transversales	117
VIII.1. Democratizar la Productividad	119
VIII.2. Perspectiva de Género	119
VIII.3. Promover un Gobierno Cercano y Moderno	123
IX. Anexos	131
IX.1. Estadísticas	132
IX.2. Glosario	143
IX.3 Acrónimos y Siglas	144
Directorio	147



PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

En cumplimiento con lo establecido en los artículos 93° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y 23° de la Ley de la Administración Pública Federal, así como dicta la Ley de Planeación en su artículo 8°, la Secretaría de Turismo (SECTUR) presenta su Quinto Informe de Labores, el cual proporciona la información de las acciones implementadas y los resultados obtenidos por la Administración Pública Federal en el sector, en el período comprendido entre septiembre de 2016 y agosto de 2017.

El Quinto Informe de Labores está organizado de acuerdo con lo establecido en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, con el fin de informar la manera como se atiende al sector, objetivos propuestos y las estrategias a seguir para conseguirlos. Con las aportaciones de las Subsecretarías de Innovación y Desarrollo Turístico; Planeación y Política Turística, de Calidad y Regulación y la Oficialía Mayor; así como los órganos administrativos desconcentrados: Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes y el Instituto de Competitividad Turística y sus entidades coordinadas: Consejo de Promoción Turística de México y Fondo Nacional de Fomento al Turismo, se ha elaborado este informe con datos completos y precisos.

El Capítulo I, Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, abarca la importancia del instrumento que coordina los esfuerzos de cada uno de los actores del ámbito turístico, dando atención a cada uno de los cinco objetivos del Programa, y da cumplimiento a la misión y visión de la SECTUR.

En el Capítulo II, Principales Indicadores de la Actividad Turística, se presentan los resultados económicos del país acerca del turismo, tales como el número de visitantes internacionales a nuestro país, ingreso de divisas, balanza turística, turismo doméstico, oferta y actividad hotelera y conectividad.

En el Capítulo III, Transformar al Sector Turístico y Fortalecer Esquemas de Colaboración y Corresponsabilidad para Aprovechar el Potencial Turístico, se expone la plataforma para alcanzar los objetivos establecidos en la Ley General de Turismo, el Plan Nacional de Desarrollo, el Programa Sectorial de Turismo y la Política Nacional Turística.

En el Capítulo IV, Fortalecer las Ventajas Competitivas de la Oferta Turística, se muestra el trabajo realizado para incrementar la competitividad de más destinos turísticos, esto mediante el impulso de crear y modernizar productos innovadores y atractivos para los turistas; de igual manera se exponen los trabajos realizados para impulsar la investigación aplicada al turismo, con el fin de proporcionar mejores herramientas tecnológicas y administrativas a la industria turística.

En el Capítulo V, Facilitar el Financiamiento y la Inversión Público-Privada en Proyectos con Potencial Turístico, se describen las tareas de fomento de la inversión pública y privada, destacando las gestiones estatales para que la banca de desarrollo, la banca comercial y las instituciones de crédito puedan financiar proyectos turísticos con potencial.

En el Capítulo VI, Impulsar la Promoción Turística para Contribuir a la Diversificación de Mercados y el Desarrollo y Crecimiento del Sector, se exponen las campañas de promoción nacional e internacional de nuestros productos y destinos, así como la Marca País, resaltando la autenticidad de nuestro país como un destino turístico moderno, diverso y sofisticado.

En el Capítulo VII, Fomentar el Desarrollo Sustentable de los Destinos Turísticos y Ampliar con Beneficios Sociales y Económicos de las Comunidades Receptoras, se describen los trabajos para lograr que el turismo alcance un desarrollo sustentable con una visión económica verde; informa de la creación de instrumentos de trabajo que siguen los criterios de sustentabilidad y una estrategia que genere un desarrollo económico y social a las comunidades receptoras del turismo.

En el Capítulo VIII, Estrategias y Líneas Transversales, se explican los tópicos de la Democratización de la Productividad, la Perspectiva de Género y las aportaciones de la Secretaría a la estrategia transversal de un Gobierno Cercano y Moderno. En el Apartado Anexos, se exponen las estadísticas principales con información relevante del sector, el glosario y una sección de acrónimos y siglas utilizados a lo largo del informe.

En la parte final, los Anexos Estadísticos de turismo nos presentan el estatus de los indicadores sectoriales y las principales variables que conforman el sistema de información turística del gobierno de México.



**VIAJEMOS TODOS
POR MEXICO**

Cuitzeo Pueblo Mágico, Jalisco.

**VIAJEMOS
POR MEXICO**



I. LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA Y EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018



Apoala, Oaxaca.

LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA Y EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2013-2018

La Secretaría de Turismo, enfocada en lograr cumplir el objetivo del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND), el cual es mantener la estabilidad macroeconómica del país, y particularmente aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica, ha trabajado para lograr posicionar a esta actividad, durante los últimos cinco años, como un motor fundamental de la economía nacional. Para alcanzar esta meta, se ha delineado la Política Nacional Turística en cuatro directrices: i) Ordenamiento y Transformación Sectorial; ii) Innovación y Competitividad; iii) Fomento y Promoción; y iv) Sustentabilidad y Beneficio Social, las cuales han guiado los esfuerzos para dar impulso a los seis segmentos en los que está dividido el sector: sol y playa; turismo cultural; ecoturismo y aventura; turismo de salud; turismo deportivo; y turismo especializado de lujo. Todo esto es para lograr encausar las acciones de esta administración y convertir a México en una potencia turística mundial.

Con el objetivo de reforzar este desarrollo, el Gobierno de la República diseñó el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, cuya visión estratégica es abrir México al mundo y traer el mundo a México, convirtiéndose en la norma para dirigir la función que tiene esta dependencia de aprovechar por completo el potencial de los atractivos turísticos del país. Estas acciones han logrado que se obtenga el crecimiento mayúsculo del sector, convirtiéndolo, como se había mencionado anteriormente, en un sector estratégico de la economía, con altas tasas de crecimiento en el empleo, ingreso de divisas y el producto interno.

El Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018 rige las metas y objetivos del sector y a su vez, proporciona las herramientas para su consecución.

I.1. La Política Nacional Turística

En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 se establecen cinco grandes metas y tres estrategias transversales, cuyo enfoque se centra en que México logre su máximo potencial. Un México en paz, incluyente, con educación de

calidad, próspero y con responsabilidad global, es el proyecto de nación que la Presidencia de la República construyó a partir de un amplio ejercicio democrático de participación ciudadana.

El turismo y su gran impacto en la economía se engloban en la meta México Próspero, en la cual encontramos el objetivo Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

En este sentido, el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PROSECTUR), cuyo fin es definir la agenda estratégica de prioridades y acciones que requiere el país en materia turística, incorpora las directrices del PND para precisar los objetivos, acciones específicas y factores clave que buscan aprovechar los beneficios que genera la industria turística en el desarrollo nacional, a través de cinco objetivos:

- Objetivo 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico
- Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística
- Objetivo 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico
- Objetivo 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y al desarrollo y crecimiento del sector
- Objetivo 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.

Estos objetivos se acompañan de 22 estrategias, cuyo propósito recae en el establecimiento de una transversalidad con las políticas económicas y sociales para impulsar el crecimiento del empleo, el fomento a las micro, pequeñas y medianas empresas, así como la generación de opciones de futuro para las regiones receptoras de turismo con un alto contenido de inclusión social, al tiempo que se preserva la riqueza natural y cultural de México.

I.2. Visión

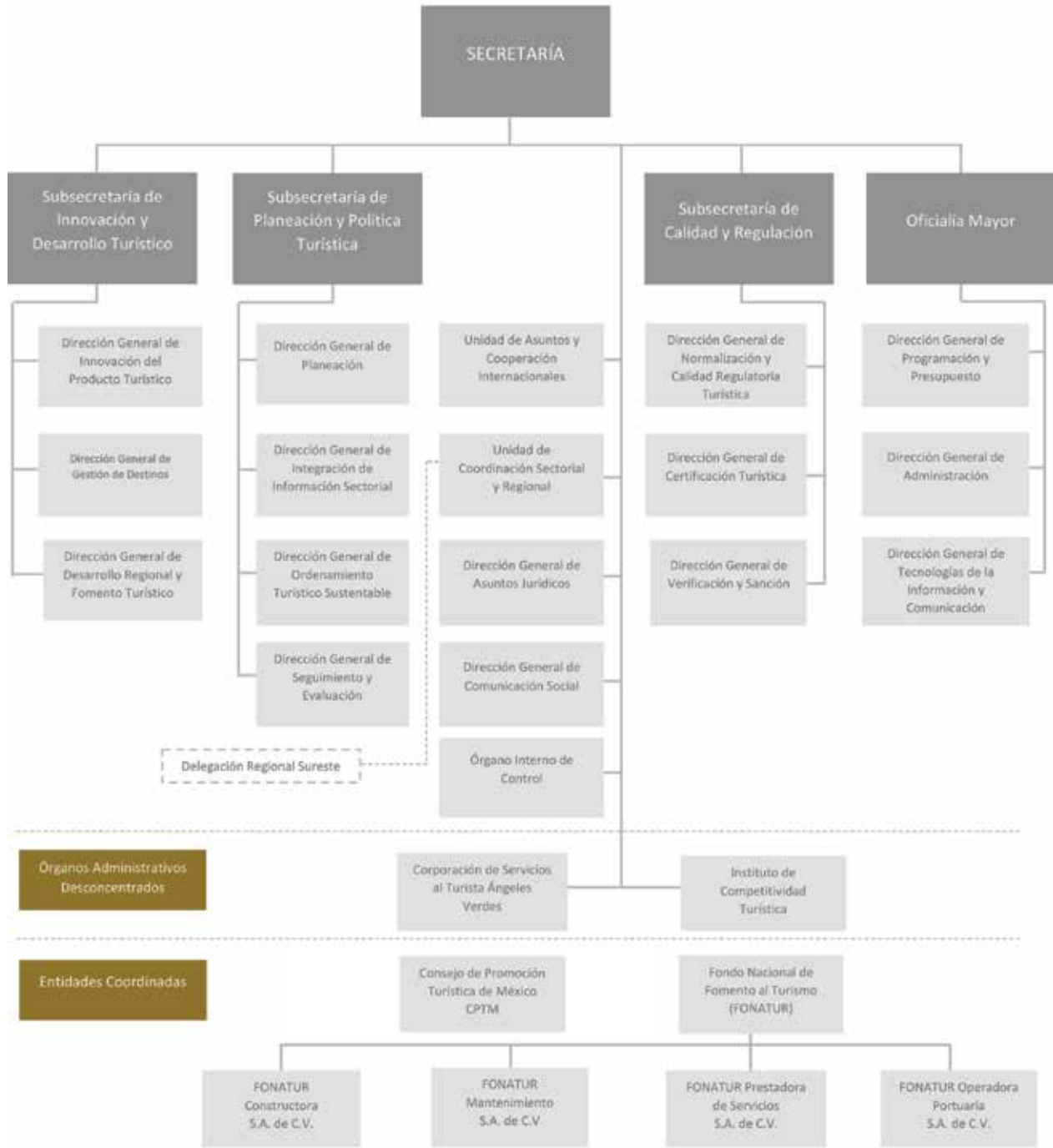
México se posicionará como una potencia turística a nivel global, con una oferta diversificada de servicios y destinos competitivos. La actividad turística detonará la inversión y el crecimiento económico, impulsando el desarrollo regional equilibrado y los beneficios sociales del país.

I.3. Misión

Conducir el diseño e implementación de políticas públicas orientadas a fortalecer el desarrollo de la actividad turística, promover la innovación en el sector, mejorar la calidad de los servicios turísticos y la competitividad del turismo nacional, impulsando estrategias transversales que articulen las acciones gubernamentales, del sector privado y social, contribuyendo al crecimiento sustentable e incluyente del turismo.



I.4. Organigrama del Sector





II. MÉXICO PRÓSPERO

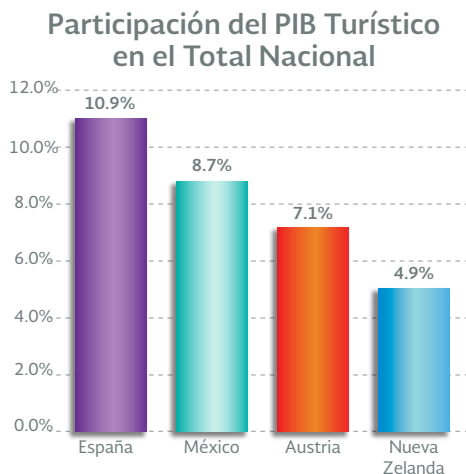


Cuetzalan, Puebla.

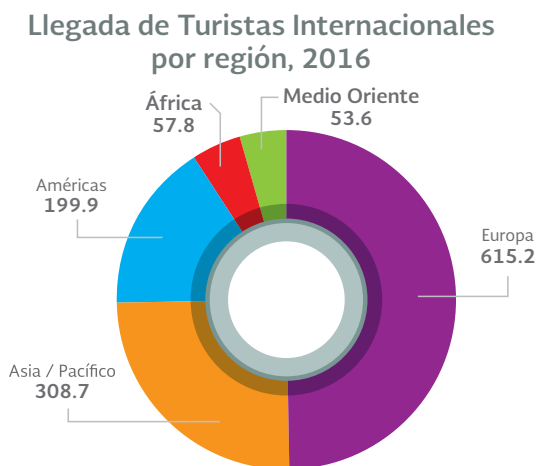
PRINCIPALES INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo internacional se ha afianzado como una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, creando desarrollo y beneficios económicos a la población local.

A nivel global, en 2016, 10% del Producto Interno Bruto Mundial fue representado por la actividad turística, que contribuyó con 1 de cada 10 empleos en el mundo, de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (OMT).



De acuerdo con el Barómetro de la OMT, se reportó que en 2016 la llegada de turistas internacionales se distribuyó de la siguiente manera: Europa 615.2 millones de turistas, Asia y el Pacífico 308.7 millones, las Américas 199.9 millones, África 57.8 millones y Medio Oriente 53.6 millones.



En 2016 el flujo mundial de turistas internacionales fue de 1,235 millones, lo que significó ingresos por 1,220 miles de millones de dólares. Esta cifra superó en 46 millones lo registrado en 2015, con un incremento de 3.9 por ciento.

México: El octavo país más visitado en el mundo

En 2016 México alcanzó el octavo lugar en la clasificación de llegada de turistas internacionales, al superar a Turquía en el indicador de la Organización Mundial de Turismo (OMT). Con esto se ha avanzado 7 posiciones en el ranking de turismo internacional de la OMT desde el 2013, cuando se encontraba en la posición número 15.

Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas, 2015-2016

Posición	2015		2016	
	País	Millones de turistas	País	Millones de turistas
1	Francia	84.5	Francia	82.6
2	EEUU	77.5	EEUU*	-----
3	España	68.5	España	75.6
4	China	56.9	China	59.3
5	Italia	50.7	Italia	52.4
6	Turquía	39.5	Reino Unido	35.8
7	Alemania	35.0	Alemania	35.6
8	Reino Unido	34.4	México	35.0
9	México	32.1	Tailandia	32.6
10	Tailandia	29.9	Turquía*	-----
11	Rusia	26.9	Austria	28.1
12	Austria	26.7	Malasia	26.8
13	Hong Kong	26.7	Hong Kong	26.6
14	Malasia	25.7	Grecia	24.8
15	Grecia	23.6	Rusia	24.6
	Total mundial	1,189		1,235

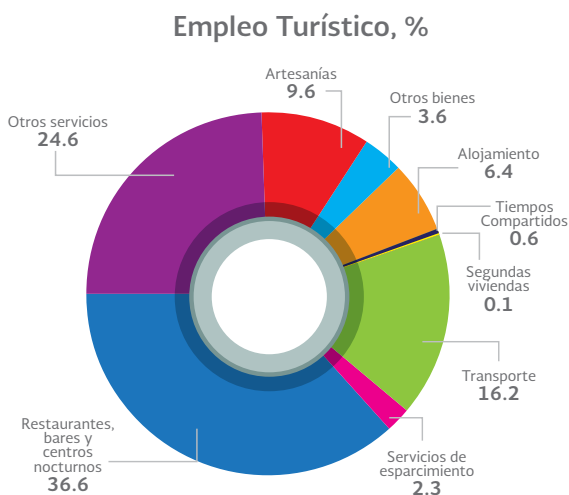
Elaboración propia con datos de la OMT 2016.

*Para 2016, Estados Unidos y Turquía no han reportado a la OMT datos de cierre, no obstante se establece una posición en la clasificación del Barómetro.

II.1. La Importancia Económica del Turismo en México

México cuenta con una gran diversidad de recursos turísticos, que han hecho que el turismo se convierta en una de las principales actividades económicas del país. De acuerdo con cifras de la Cuenta Satélite del Turismo de México, el Producto Interno Bruto Turístico (PIBT) tuvo una participación estimada del 8.7% en la economía nacional a precios corrientes para el año 2015.

La actividad económica que más contribuye con el PIB Turístico comprende los servicios inmobiliarios y de alquiler al participar con el 21.3% del total; el transporte de pasajeros aporta el 10.2%; los bienes y artesanías el 14.6%; los restaurantes, bares y centros nocturnos participan con el 10.5%; el comercio con el 8.4%; el alojamiento 9.1%; las segundas viviendas 3.5%; los servicios de esparcimiento 1.8%; las agencias de viajes y tour operadores 1.0%; los tiempos compartidos 1.2%; y otros servicios 18.3 por ciento.



Datos de la Cuenta Satélite de Turismo 2015

En México, el turismo genera alrededor de nueve millones de empleos, 4 millones de empleos directos y alrededor de 5 millones de empleos indirectos. De acuerdo con la cuenta satélite, por actividad económica, los restaurantes, bares y centros nocturnos participan con el 36.6% del total del empleo; los servicios de transporte con el 16.2%; las artesanías con el 9.6%; el alojamiento con el 6.4%; los servicios de esparcimiento con el 2.3%; otros bienes con el 3.6%, los tiempos compartidos 0.6%; segundas viviendas 0.1% y otros servicios con el 24.6 por ciento.

II.2. Visitantes Internacionales a México

México registró una llegada de 35.1 millones de turistas internacionales en 2016, 9.3% superior a la cifra alcanzada durante 2015, que fue de 32.1 millones de turistas internacionales. Este resultado permitió que México escalara a la posición octava del ranking mundial de la Organización Mundial del Turismo, consolidando su posición dentro de los 10 destinos con mayor número de turistas internacionales.

A cuatro años de la presente administración federal, el turismo ha crecido de forma significativa. En 2016 registró un crecimiento de 50% en este rubro con respecto a 2012, pasando de 23.4 millones a 35.1 millones, más de cinco veces el crecimiento observado en el mismo periodo de la administración anterior (2006-2010) cuando se registró un crecimiento en este rubro de 9.1%.

Lo anterior representa 11.7 millones de turistas adicionales respecto a los que se recibieron en 2012, lo cual se traduce en una mayor derrama económica, más empleos, consumo e inversiones.

México incrementa sus visitantes internacionales (De 2012 a 2016)

- El número de turistas internacionales alcanzó un incremento del 49.9 por ciento.
- Los turistas que ingresaron al país por vía aérea presentaron un incremento del 48.6 por ciento.
- El ingreso de divisas por visitantes internacionales tuvo un incremento del 54.2 por ciento.
- El gasto de los visitantes por vía aérea tuvo un incremento del 64.6 por ciento.

El turismo internacional ha mostrado resultados favorables entre septiembre de 2016 y mayo de 2017 respecto a igual periodo del sexenio anterior:

- El ingreso de divisas por visitantes internacionales tuvo un incremento del 76.2 por ciento.
- El gasto de los visitantes por vía aérea tuvo un incremento del 92.9%.
- El número de turistas internacionales alcanzó un incremento del 60.7 por ciento.
- Los turistas que ingresaron al país por vía aérea presentaron un incremento del 70.8 por ciento.

Países con mayores ingresos por turistas internacionales, 2015 – 2016 /p

Posición	2015		2016	
	País	Millones de USD	País	Millones de USD
1	Estados Unidos	205,418	Estados Unidos	205,940
2	España	56,468	España	60,346
3	Reino Unido	45,462	Tailandia	49,871
4	China	44,969	China	44,432
5	Tailandia	44,922	Francia	42,481
6	Francia	44,858	Italia	40,246
7	Italia	39,449	Reino Unido	39,615
8	Alemania	36,908	Alemania	37,433
9	Hong Kong	36,150	Hong Kong	32,860
10	Macao	30,969	Australia	32,423
11	Australia	28,872	Japón	30,678
12	Turquía	26,616	Macao	29,881
13	Japón	24,983	India	22,427
14	India	21,013	México	19,571
15	Austria	18,218	Emiratos Árabes	19,496
16	México	17,734	Austria	19,300
17	Malasia	17,584	Turquía	18,743
18	Emiratos Árabes	17,481	Singapur	18,386
19	Singapur	16,563	Canadá	18,213
20	Canadá	16,558	Malasia	18,074
21	Suiza	16,361	Corea del Sur	17,210
22	Grecia	15,673	Suiza	15,937
23	Corea del Sur	15,214	Grecia	14,618
24	Taiwán	14,387	Países Bajos	14,054
25	Países Bajos	13,176	Portugal	14,036
26	Portugal	12,705	Taiwán	13,383
	Total Mundial	1,196,000	Total Mundial	1,220,000

Elaborado por la DGSE con datos del Barómetro Turístico de la OMT p/ Preliminar

Entre septiembre de 2016 y mayo de 2017, la llegada de turistas internacionales sumó 31.1 millones de personas, cifra superior en 60.7% respecto a los 19.4 millones de personas en el mismo periodo del sexenio anterior.

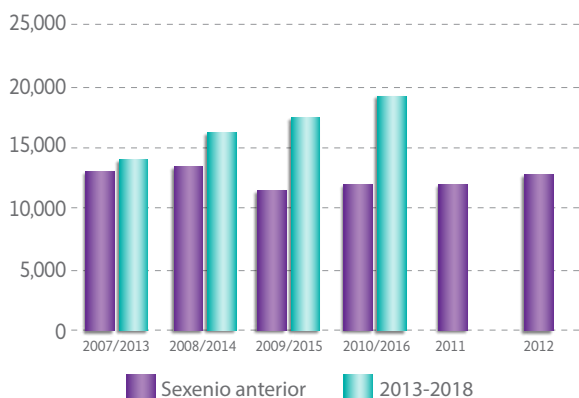
- La llegada de visitantes extranjeros vía aérea con residencia en Estados Unidos pasó de 5.1 millones de visitantes durante enero a junio de 2016 a 5.7 millones en el mismo lapso de 2017, cifra superior en 11.6 por ciento.
- La llegada de visitantes extranjeros del Reino Unido, pasó de 235 mil pasajeros de enero a junio de 2016 a 240 mil pasajeros en 2017, lo que representó 2.3% de incremento.
- Destaca la llegada de extranjeros con residencia en Argentina, ya que se tuvo un incremento del 27.0%, al pasar de 198 mil personas de enero a junio de 2016 a 252 mil durante el mismo lapso de 2017.
- Mientras que la llegada de visitantes extranjeros de China, tuvo un incremento del 21.6%, al pasar de 36 mil personas de enero a junio de 2016 a 44 mil personas en el mismo lapso de 2017.

- La llegada de visitantes extranjeros de Chile, pasó de 72 mil personas de enero a junio de 2016 a 91 mil en el mismo lapso de 2017, cifra 26.4% superior.

II.3. Ingresos de Divisas por Visitantes a México

De nueva cuenta, México registró un máximo histórico por ingreso de divisas internacionales al registrar 19.6 mil millones de dólares durante 2016, lo cual significó 1 mil 916 millones de dólares más que en 2015, con un incremento del 10.8 por ciento.

Ingresos internacionales por turismo, millones de dólares



Nuevo máximo histórico en el ingreso de divisas

México alcanzó el lugar 14 en el ranking de la Organización Mundial de Turismo en captación de divisas por turismo internacional, avanzando 8 lugares desde el lugar 22 que se ocupaba en el 2012.

Evolución de la posición de México en el Ranking de la OMT en ingreso de divisas por visitantes internacionales



En los ingresos de divisas por visitantes internacionales entre septiembre de 2016 y junio de 2017, se observaron los siguientes resultados:

- El ingreso de divisas por visitantes internacionales a México alcanzó 17 mil 351 millones de dólares, cifra 76.2% superior a lo alcanzado en el mismo lapso del sexenio anterior. Mientras que el turismo internacional alcanzó los 15 mil 626 millones de dólares, cifra superior en 90.5 por ciento.
- Para el mismo periodo, el ingreso de divisas del turismo internacional por vía aérea mostró un incremento del 92.9% respecto al mismo lapso del sexenio anterior al alcanzar 13 mil 911 millones de dólares contra 7 mil 211 millones de dólares.

II.4. Balanza Turística

El arribo de visitantes internacionales a México durante 2016, dejó una derrama económica por 19 mil 650 millones de dólares, cifra 10.8% superior a lo alcanzado en 2015.

El turismo egresivo de México hacia el exterior tuvo un gasto de 10 mil 303 millones de dólares durante 2016, cifra 2.0% superior a lo alcanzado en 2015. Por su parte, la balanza por viajeros internacionales fue de 9 mil 347 millones de dólares, cifra no alcanzada en periodos anteriores.

**Balanza de divisas por viajeros internacionales
2005 - 2016**



La balanza turística alcanzó los 8 mil 791 millones de dólares entre septiembre de 2016 y junio de 2017:

- 17 mil 350 por ingreso de divisas internacionales.
- 8 mil 560 por egreso de divisas internacionales.

II.5. Turismo Doméstico

En los principales 70 destinos monitoreados por el Sistema DataTur al cierre del año 2016, se observó que el hospedaje de turistas nacionales registró 55 millones 557 mil 723 personas, lo que representó un incremento de 5.2% respecto al 2015.

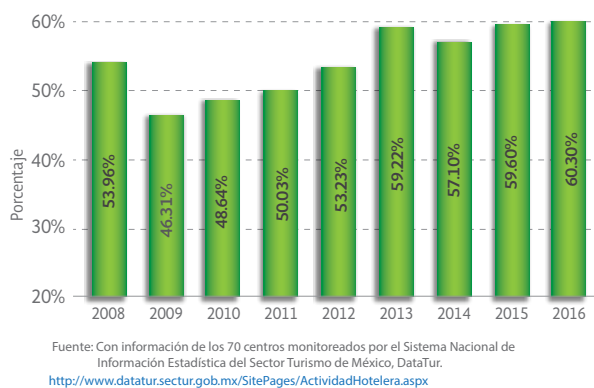
En el acumulado preliminar al mes de junio de 2017, la llegada de turistas nacionales para los principales 70 destinos turísticos monitoreados fue de 27 millones 979 mil 968 huéspedes, lo que representa un incremento del 6.7 por ciento.

II.6. Actividad Hotelera

La oferta total de alojamiento en 2016, alcanzó otro máximo histórico al registrar un total de 749 mil 960 habitaciones, lo cual representó un crecimiento de 1.8% respecto al año previo; es decir 13 mil 448 habitaciones adicionales respecto a 2015. Con respecto al año 2012, se tiene un crecimiento acumulado de 13.5 por ciento.

En los 70 destinos monitoreados por el programa de monitoreo hotelero DataTur, para el cierre de 2016, se observó una ocupación promedio de 220,999 habitaciones, equivalente a un crecimiento del 3.9% respecto del año anterior. En el acumulado al mes de junio de 2017, la cifra fue de 234 mil 827 cuartos ocupados, registrando un crecimiento de 6.3 por ciento.

Porcentaje de ocupación hotelera



II.7. Conectividad

Transporte Aéreo

La oferta de rutas internacionales entre México y el extranjero se diversificó ampliando la operación tanto

de líneas nacionales como internacionales. Por ejemplo, a partir de marzo 2017 Aeroméxico opera la ruta Shanghái-Ciudad de México y en mayo desde Seúl, Corea. Además, desde abril 2017 existe una nueva ruta desde la ciudad de Guangzhou, China, hacia el aeropuerto de la Ciudad de México por la aerolínea asiática, China Southern Airlines.

Nuevas aerolíneas han decidido realizar vuelos hacia el Caribe mexicano y hacia el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, tal es el caso de: Orbest Airlines (Portugal), Neos Air (Italia) y Edelweiss Air (Suiza), con rutas hacia el aeropuerto de Cancún, y de Wingo (Colombia), así como All Nippon Airways (Japón), que operan las rutas Bogotá-Ciudad de México y Tokio-Ciudad de México.

Se registraron 62.8 millones de pasajeros que arribaron a los aeropuertos de México en 2016, 11.5% más que en 2015 y 47.5% más que en 2012. De estos, 41.8 millones provenientes de vuelos nacionales (12.9% más que en 2015 y 50.1% más que en 2012) y 20.4 millones llegaron de vuelos internacionales (9.2% más que en 2015 y 47.4% más que en 2012).

La conectividad aérea se incrementa históricamente con niveles muy competitivos nacional e internacionalmente

Se registraron 371 rutas aéreas nacionales en México durante 2016, 41% más que en 2012, y 453 rutas internacionales, 27.6% más que en 2012.

La llegada de pasajeros en vuelos nacionales a los aeropuertos del país fue de 32.4 millones, de septiembre de 2016 a mayo de 2017, 14.7 millones de pasajeros más respecto del periodo correspondiente del sexenio anterior.

Se ha registrado un total de 21.7 millones de pasajeros en vuelos nacionales, entre enero y mayo de 2017, 12.3% más respecto del periodo correspondiente de 2016.

Transporte Marítimo

Durante septiembre 2016 - junio 2017, han arribado a puertos mexicanos 2,249 cruceros y 6,195 millones de cruceristas. Cozumel, Majahual, Ensenada, Cabo San Lucas y Puerto Vallarta han sido los puertos más visitados en nuestro país por el turismo internacional de cruceros.

México registró un crecimiento de 3.7% durante los seis primeros meses de 2017, en el arribo de cruceros a los principales puertos turísticos del país respecto al mismo periodo del sexenio anterior, mientras que la llegada de pasajeros tuvo un incremento de 16.4%, con respecto al mismo periodo de 2011.

Durante el periodo enero-mayo de 2017, los puertos que recibieron el mayor número de pasajeros en crucero en México fueron: Cozumel, Majahual y Ensenada, los cuales representan el 77.4% del total de pasajeros que arribaron en el periodo.

México: Primer lugar en recepción de cruceros en el mundo

Durante 2016 se registraron 2,262 arribos, 4% más que en 2015, y de 6.4 millones de pasajeros, 8.2% más que en 2015. El crecimiento acumulado comparado con los resultados de 2012 es de 27.7% y 34.4%, respectivamente.

Baja California Sur





III. TRANSFORMAR EL SECTOR TURÍSTICO Y FORTALECER ESQUEMAS DE COLABORACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD PARA APROVECHAR EL POTENCIAL TURÍSTICO



Mazatlán, Sinaloa.

TRANSFORMAR EL SECTOR TURÍSTICO Y FORTALECER ESQUEMAS DE COLABORACIÓN Y CORRESPONSABILIDAD PARA APROVECHAR EL POTENCIAL TURÍSTICO

Aprovechar el potencial turístico del país requiere de la acción coordinada de todos los actores involucrados. Para lograrlo, promovemos activamente la armonización del marco jurídico y la articulación de los programas y acciones en materia turística con las entidades federativas y los municipios, así como con la academia, el sector privado y el sector social. Debemos establecer mecanismos idóneos para promover y orientar las aportaciones que cada uno de estos actores realicen en un contexto de colaboración, corresponsabilidad, racionalidad y transparencia. Con este fin, y para alcanzar los objetivos de la Política Nacional Turística, es indispensable avanzar en la transformación del sector e impulsar la actualización del marco jurídico con una visión moderna, incluyente y de largo plazo.

III.1. Fortalecer las Capacidades Institucionales del Sector Turismo

Modernización del Marco Jurídico e Institucional

En seguimiento a la Política Nacional Turística, así como a los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, se han emitido disposiciones reglamentarias que se describen en la sección de formalización de acuerdos, los cuales van dirigidos a lograr el ordenamiento del sector turístico, así como a estandarizar y homologar los procesos de los prestadores de servicios turísticos, para que se garantice una mejor calidad y accesibilidad a los mismos, y a su vez se promueve la protección del patrimonio natural y del medio ambiente del país, lo que permitirá que México se convierta en una potencia turística a nivel global.

Mejora Regulatoria Interna

Derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND), se emitieron tres programas transversales para la Administración Pública Federal: Democratizar la productividad; Perspectiva de género; y Gobierno

Cercano y Moderno, una de las estrategias de este último programa es la 4.5 relativa a simplificar la regulación que rige a las dependencias y entidades para garantizar la eficiente operación del gobierno, de esta manera de septiembre de 2016 a agosto de 2017 en la SECTUR se emitió una nueva disposición administrativa interna, dos fueron actualizadas y no hubo bajas, con lo que se buscó homologar los procesos, generar ahorros, utilizar las normas estrictamente necesarias, trabajar eficientemente y que no se afecte el desempeño y funcionamiento de la dependencia.

Simplificación y Digitalización de Trámites

Se finalizó el Programa de Mejora Regulatoria 2015-2016, dando cumplimiento a los compromisos de digitalización y fusión inscritos para 15 trámites correspondientes a guías de turistas y del Registro Nacional de Turismo, así como a la emisión y publicación en el Diario Oficial de la Federación de 15 regulaciones vinculadas con la operación y regulación de prestadores de servicios, así como de proyectos a cargo de la SECTUR.

Asimismo, se inscribió el Programa de Mejora Regulatoria 2017-2018 en el cual se comprometió la actualización de los trámites a cargo de la SECTUR en materia de Registro Nacional de Turismo, certificación turística, clasificación hotelera y actualización de las Normas Oficiales Mexicanas Turísticas.

México es más competitivo a nivel internacional

México es hoy más competitivo en materia turística y eso se confirma con las 22 posiciones que de 2013 a 2017 ha escalado en el **Índice de Reporte de Competitividad Viaje y Turismo** que emite el Foro Económico Mundial, al pasar de la posición 44 a la 22, lo cual es reflejo también del buen momento y los resultados positivos que está dando la actividad turística en nuestro país.

Matriz Regulatoria

De acuerdo con los trabajos transversales para modernizar la normatividad aplicable a las actividades turísticas, así como facilitar la prestación de servicios turísticos, se promovieron los siguientes temas:

- Facilitar la Forma Migratoria Múltiple (FMM) a los turistas que ingresen al país por la vía marítima, que tengan como fin realizar actividades de pesca deportiva o utilicen embarcaciones menores y de recreo.
- Se realizó una propuesta para derogar el artículo 11 del Reglamento para el uso y aprovechamiento del mar territorial, vías navegables, playas, zona federal marítima terrestre y terrenos ganados al mar, para armonizar dicho Reglamento con la normatividad emitida por la SECTUR en materia de Ordenamiento Turístico del Territorio Turístico.
- Facilitar los procesos para corregir, renovar o cancelar el Permiso de Importación Temporal de Embarcaciones.
- Se realizó una propuesta para la internación legal de vehículos tipo VAN en los Estados Fronterizos del Norte, para turismo internacional.
- Se realizó una propuesta para reformar el Reglamento de la Ley Aduanera a efecto de facilitar la comprobación de la legal estancia en el país de embarcaciones menores y de recreo.
- Se promovió la participación de las Asociaciones y Cámaras del sector a participar en la Consulta Pública de los Programas de Mejora Regulatoria.

Agenda Legislativa

En el marco de la Agenda Legislativa 2014-2018, y derivado de las acciones coordinadas con las distintas Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, la SECTUR participó en la aprobación de diversas iniciativas de ley para reformar los siguientes ordenamientos:

- Ley de Aviación Civil, Ley Federal de Protección al Consumidor y Ley de Inversión Extranjera en materia de aviación civil, con el propósito de establecer diversas obligaciones a cargo de las aerolíneas, para que se mejoren los servicios ofertados, se disminuyan las restricciones a los pasajeros, no se realicen cobros excesivos a los usuarios y para que las aerolíneas cuenten con módulos de atención en todas las terminales en

las que operan; así como para incrementar al 49% la participación de los extranjeros en la prestación de servicios transporte aéreo nacional, aerotaxi y transporte aéreo especializado.

- Decreto por el que se establece el Horario Estacional, que se aplicará en los Estados Unidos Mexicanos a través del cual quedó establecido el cuarto huso horario del país denominado Zona Sureste al que estará sujeto el Estado de Quintana Roo, medida que beneficia al Caribe mexicano generando una mejor conectividad aérea con los estados de la Unión Americana al reducir los tiempos de interconexión; adicionalmente, se generarán beneficios para el turismo, pues la actividad preponderante del Estado es la prestación de servicios; así como ahorro de energía y beneficios en la economía local y nacional, pues contar con mayor tiempo de luz permitirá el disfrute de los atractivos del estado y actividades cotidianas, y por ende una mayor derrama económica.
- Ley General de Cultura y Derechos Culturales, cuyo propósito es regular el derecho a la cultura que tiene toda persona, promoviendo y protegiendo el ejercicio de los derechos culturales; estableciendo las acciones para promover la cooperación solidaria de todos aquellos que participen en las actividades culturales, mediante el establecimiento de acciones que permitan vincular al sector cultural con el sector turístico y reconociendo el valor de la cultura para activar el turismo en el país.
- Se publicó en la Gaceta Parlamentaria el Dictamen aprobado sobre la Iniciativa con proyecto de decreto que adiciona el artículo 21 bis a la Ley General de Turismo, para que la SECTUR en coordinación con la Secretaría de Educación Pública establezcan criterios para promover, fomentar e incluir a la Cultura Turística en los planes y programas de estudio.

En cuanto a la vinculación directa con el Poder Legislativo, se brindó atención a todas las solicitudes y gestiones enviadas a la SECTUR, asimismo se contestaron todas y cada una de las proposiciones con punto de acuerdo aprobadas en el Congreso de la Unión y se emitieron opiniones legales respecto de las iniciativas de reforma de leyes relacionadas con el sector turismo o de impacto para el mismo. Se brindó atención total de las solicitudes enviadas a la SECTUR por el Poder Legislativo de Diputados y Senadores, Puntos de Acuerdo y de opiniones legales sobre iniciativas de reforma a las leyes relacionadas con el sector turismo.

Formalización de Acuerdos

Durante el periodo comprendido de septiembre de 2016 a agosto de 2017, se formalizaron 7 acuerdos, 2 decretos y 1 proyecto de modificación de Norma Oficial Mexicana en el sector turismo, mismos que fueron publicados en el Diario Oficial de la Federación, con el objeto de impulsar la modernización del marco legal que rige el funcionamiento de la Secretaría de Turismo, y mediante los cuales se realice el fomento y ordenamiento del sector turístico.

Las disposiciones normativas publicadas del 1° de septiembre al 31 de diciembre de 2016, fueron las siguientes:

- Acuerdo por el que se emite la Metodología para la elaboración, integración, ejecución y evaluación del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, D.O.F. 08/09/2016.
- Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera, D.O.F. 13/09/2016.
- Decreto por el que se declara Día Nacional de la Gastronomía Mexicana, el 16 de noviembre de cada año, D.O.F. 14/10/2016.
- Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos para la Dictaminación de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, D.O.F. 30/11/2016.
- Decreto por el que se declara Día Nacional de la Hotelería, el 9 de marzo de cada año, D.O.F. 01/12/2016.
- Acuerdo por el que se modifica el similar que establece el Formato Único para los trámites del Registro Nacional de Turismo, D.O.F. 09/12/2016.
- Acuerdo por el que se dan a conocer los días del mes de diciembre de 2016 y los correspondientes al periodo de febrero a noviembre del año 2017, que serán considerados inhábiles para efectos de los actos y procedimientos administrativos que substancia la Secretaría de Turismo. D.O.F. 16/12/2016.
- Acuerdo por el que se emite la convocatoria para definir la sede del Tianguis Turístico México 2018.
- Acuerdo por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), para el ejercicio fiscal 2017. D.O.F. 29/12/2016.

Los Cabos, Baja California Sur.



El 27 de marzo de 2017 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el proyecto de Modificación de la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2009, requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos, para quedar como PROY-NOM-06-TUR-2016, requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos (Cancela a la NOM-06-TUR-2009).

De igual forma, durante el periodo comprendido de septiembre de 2016 a julio de 2017, la Secretaría ha emitido su opinión sobre 52 iniciativas con proyecto de decreto para reformar, adicionar y derogar diversas disposiciones relacionadas con el sector, de las cuales 19 de ellas pretendían modificar, reformar o abrogar la Ley General de Turismo.

En el periodo comprendido del septiembre de 2016 al 20 de julio de 2017, se realizó la solicitud de registro de 13 marcas y 2 solicitudes de renovación ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y se recibió el registro de la marca nominativa Tesoros de México.

El Sistema de Clasificación Hotelera fomenta la calidad con la autorregulación responsable

El 13 septiembre de 2016 fue publicado, en el Diario Oficial de la Federación, el ACUERDO por el que se emiten los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera (SCH) cuyo objetivo es regular la categoría de los establecimientos de hospedaje.

El día 22 de junio de 2017 se otorgó el registro de 9 obras de derecho de autor ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor y que son: Conéctate al Turismo, Sello Halal México, Sello Turismo Incluyente, Sello Turismo de Salud y Sello Cerca de China, de las cuales las 5 obras se registraron en la rama de dibujo y 4 en la rama de obra literaria, con excepción de la obra Conéctate al Turismo.

Lo anterior, permitirá proteger los derechos de propiedad de las marcas y derechos de autor, creadas por las Unidades Administrativas de la SECTUR, con las cuales se dará promoción y se fomentará el Turismo en el Territorio Nacional; tales como, aquellas acciones realizadas en el marco del programa Conéctate al Turismo cuyo objetivo principal es fortalecer la cadena de proveeduría del sector turismo de nuestro país.

Puntuación		Categoría
0	260	1 estrella
261	520	2 estrellas
521	780	3 estrellas
781	1040	4 estrellas
1041	1300	5 estrellas
SIN CATEGORÍA		

En el periodo del 1° de septiembre al 31 de diciembre de 2016, se atendieron 28 consultas jurídicas, destacando las siguientes:

1. Dictaminación para la desincorporación de FONATUR Prestadora de Servicios, S.A. de C.V., mediante fusión con FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V., y el convenio de fusión correspondiente.
2. Opinión respecto de la iniciativa para la declaración de la reserva de la biósfera Caribe Mexicano, ubicada frente al estado de Quintana Roo.
3. Opinión respecto del proyecto de Acuerdo por el que se emiten los Lineamientos para la Dictaminación de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.
4. Opinión respecto del proyecto de Decreto por el que se crea el Consejo Nacional de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Del periodo del 1° de enero al 20 de julio de 2017 se han atendido 61 consultas jurídicas, siendo de relevancia las siguientes:

1. Opinión respecto del Decreto mediante el cual se aprueba el Programa Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes 2016-2018.
2. Opinión respecto de la Guía para facilitar la presentación de los instrumentos de los Lineamientos para la Dictaminación de Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.
3. Opinión respecto del anteproyecto de Decreto por el que se reforman diversas disposiciones del Reglamento de la Ley para el Desarrollo de la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa.
4. Opinión respecto del Código Ético Mundial para el Turismo.
5. Opinión relativa a la Convocatoria Premio Pueblos Mágicos 2017.

El SCH es un mecanismo de autoevaluación estructurado en 49 variables, las cuales se encuentran articuladas en 8 ejes de desempeño: Acceso, exterior y generales; comunicación;

habitación y baño; alimentos y bebidas; recepción; control de temperatura; servicios y áreas públicas. Aunado a lo anterior, reconoce 16 vocaciones: boutique; cama y desayuno; carretera; centro de ciudad; ciudad; eventos y convenciones; express; hacienda; lujo; negocios; playa/vacaciones; reserva; servicios completos; servicios limitados; servicios selectos y todo incluido del país.

Cada una de las 49 variables que integran el cuestionario de clasificación está asociada a un puntaje que, al ser totalizado, permitirá determinar la categoría.

Los prestadores de servicios turísticos de hospedaje que, derivado de su actividad comercial o la promoción de sus servicios, consideren que no es necesario ostentarse con estrellas, podrán elegir la opción Sin categoría.

El ejercicio de clasificación hotelera no tiene costo y la constancia obtenida, una vez concluida la clasificación hotelera (representada por estrellas o sin categoría), tendrá una vigencia de 2 años. Al 15 de julio de 2017 1,168 prestadores de servicios turísticos han cumplido con la obligación de clasificarse.

En el marco del Acuerdo de Cooperación en Materia Turística, la SECTUR suscribió con el Ministerio de Turismo de Argentina una carta de intención para implementar un Programa de Desarrollo Turístico Social Latinoamericano y con ello promover una Marca con características únicas para hacer coincidir la definición de los programas locales; incrementar las actividades de cooperación en los programas turísticos que involucren aspectos sociales y culturales vinculados al mismo, y fortalezcan la cadena de valor de los pueblos involucrados; lograr el reconocimiento internacional de estos pueblos por sus características patrimoniales, culturales y naturales.

Atención y Defensa de los Intereses de SECTUR

En seguimiento a las disposiciones normativas se han realizado las siguientes acciones:

- Se contestaron ciento sesenta y seis juicios de amparo en materia administrativa.
- Cuatro demandas de nulidad.
- Seis recursos administrativos de revisión.
- En materia laboral se atendieron tres juicios nuevos en contra de SECTUR, y cinco juicios de amparo ante Tribunales Colegiados de Circuito.

- En materia penal se atendieron ocho carpetas de Investigación.

III.2. Establecer Instrumentos que Armonicen las Acciones Gubernamentales con la Política Nacional Turística y que Promuevan la Corresponsabilidad

Impulso a la Gobernanza: Estudio de Política Turística de México SECTUR-OCDE

Se realizó una evaluación de las políticas, programas y planes para promover el desarrollo turístico sustentable en México, y se efectuaron recomendaciones de política enfocadas en áreas prioritarias para el desarrollo económico y el incremento de las inversiones, el 13 de enero de 2017 se presentó en la residencia oficial de los Pinos el Estudio de Política Turística de México realizado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en conjunto con la Secretaría de Turismo.

El estudio destaca la evaluación del actual modelo de desarrollo, recomendaciones para el diseño de políticas y fortalecimiento de la gobernanza, así como mejoras en los sistemas de transportación, movilidad y conectividad para el viaje del turista; crecimiento incluyente, desarrollo regional y de nuevos destinos; diversificación de productos; inversión y fortalecimiento de las PyMES turísticas.

La Secretaría participó como Testigo de Honor en la suscripción de 2 instrumentos jurídicos, siendo éstos: el Acuerdo de Sociedad, celebrado entre el Ptaak Warsaw Expo, y el Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V. (CPTM); y otro celebrado entre el CPTM, el Consejo Nacional de Exportadores de Servicios Turísticos, A.C., (CONEXSTUR); y Transportes Aeromar, S.A. DE C.V., (AEROMAR).

Se suscribieron 19 Convenios de Colaboración y Concertación de Acciones, Dependencias Federales y Estatales, así como con los sectores público y privado, entre los que se encuentran: la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A.C.,

Secretaría de Turismo de Michoacán, Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN), Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia del Distrito Federal (CCSPJDF), Red Nacional de Consejos Ciudadanos de México (RED), Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles, A.C. (ANCH), Visa International Service Association (VISA), Rainforest Alliance México-Alianza Para Bosques A.C., Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Agropecuario, A.C. (AMSDA), Unión de Secretarios de Turismo de México, A.C. (ASETUR), Consejo Nacional Agropecuario (CNA), Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C. (AMHM), Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos (CONCANACO SERVYTUR), Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) y la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).

La Secretaría de Turismo, en el marco del Movimiento Nacional por el Turismo Viajemos Todos por México, participó en la suscripción de un convenio con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE).

El Instituto de Competitividad Turística (ICTUR), como Órgano Administrativo desconcentrado de la SECTUR, suscribió en coordinación con el Colegio de Tlaxcala una Agenda de Cooperación referente a temas de cooperación científica, tecnológica, académica y de innovación del sector turismo.

Gabinete Turístico

Acciones de coordinación intersectorial a través del Gabinete Turístico para aprovechar el potencial de México

El Gabinete Turístico se ha consolidado como una instancia a través de la cual las dependencias de la APF (Administración Pública Federal) crean sinergias en apoyo al sector turismo, participando de manera coordinada en 67 proyectos de alto impacto, mejoras en la accesibilidad a medios digitales e incrementos en conectividad de los destinos.

Gracias a la participación del sector público, privado y la sociedad civil, desde 2013 se han obtenido grandes resultados en el marco de este órgano colegiado, que han incidido en las cifras de crecimiento de turistas y divisas a nuestro país.

Grupos de trabajo del Gabinete Turístico

Grupo 1. Ordenamiento y Coordinación Institucional Instalación 14 de enero de 2014	Grupo 2. Conectividad e Infraestructura Instalación 30 de octubre de 2013	Grupo 3. Registro, Calidad y Certificación de Servicios Turísticos Instalación 8 de enero de 2014
Grupo 4. Facilitación de Inversiones y Financiamiento Instalación 10 de diciembre de 2013	Grupo 5. Facilitación de Viajes Instalación 12 de diciembre de 2013	Grupo 6. Promoción Eficaz Instalación 27 de enero de 2014
Grupo 7. Seguridad Integral para el Turista Instalación 4 de marzo de 2013	Grupo 8. Innovación, Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos Instalación 5 de diciembre de 2013	Grupo 9. Política de Fomento a la Gastronomía Nacional Instalación 17 de septiembre de 2015

Durante 2016 se realizaron 22 proyectos estratégicos, de los cuales se destacan los siguientes avances y resultados:

- Carreteras concluidas en 2016: 6 proyectos con una inversión aproximada de 2,511 millones de pesos.
- Modernizaciones concluidas de aeropuertos en 2016: 3 proyectos con un monto de inversión de 459.5 millones de pesos.
- Construcción, rehabilitación, remodelación y/o equipamiento de 21 proyectos de infraestructura cultural en destinos turísticos del país.
- Se otorgó financiamiento en banca de primer piso por 4,500 millones de pesos y 1,600 millones de pesos en banca de segundo piso.
- Se beneficiaron a 1,300 PYMES turísticas y 60 empresas potenciales con financiamiento BANCOMEXT para el sector turismo.

Se da seguimiento a 24 proyectos estratégicos durante 2017 destacando los siguientes:

- Establecer el Sistema Nacional de Certificación Turística.
- Elaboración de un portal de Internet para la facilitación de inversiones y financiamiento en el sector turístico.
- Desarrollo e instrumentación de programas de incubación de empresas del sector turístico.



Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

- Desarrollo de proveedores en San Cristóbal de las Casas y los Altos de Chiapas.
- Financiamiento al sector vinculado con la gastronomía.
- Programa del crédito Ven a Comer.
- Encuentro Nacional de Cocina Tradicional.
- Promoción de Rutas Gastronómicas.

En el marco del Grupo de Trabajo 2, Conectividad e Infraestructura del Gabinete Turístico, a través de la SCT, se concluyeron siete proyectos carreteros con incidencia en el sector turístico con una inversión de 8,303.8 millones de pesos:

1. Aguascalientes - León por 85.2 millones de pesos.
2. Modernización carretera a la Frontera desde Comitán por 482.0 millones de pesos.
3. Modernizar la Carretera Federal 200, en el tramo El Tuito - Melaque (Primera Etapa) por 929.3 millones de pesos.
4. Construcción de la Autopista Jala - Compostela - Bahía de Banderas. Tramo: Jala - Compostela y Ramal a Compostela por 4,000.0 millones de pesos.
5. Tepic-San Blas por 1,360.5 millones de pesos.

6. Modernizar la carretera Ciudad Industrial Xicoténcatl I - Nicolás Bravo - Ciudad Industrial Xicoténcatl II - Huamantla por 848.1 millones de pesos.
7. Acceso al Puerto de Veracruz por 598.7 millones de pesos.

Por conducto de la Secretaría de Cultura, en la presente Administración han sido concluidos 5 recintos culturales y rehabilitado 6 proyectos en beneficio de la actividad turística, con una inversión en conjunto con gobiernos estatales de 1,304.6 millones de pesos.

Proyectos de construcción por 1,017.8 millones de pesos:

1. Casa de la Música en México en la ciudad de Puebla, por 70.0 millones de pesos.
2. Macro Espacio para la Cultura y las Artes en la ciudad de Aguascalientes, por 800.0 millones de pesos.
3. Teatro Polivalente en la ciudad de San Luis Potosí, por 73.0 millones de pesos.
4. Museo Infantil de Oaxaca en dicha ciudad por 49.3 millones de pesos.
5. Centro Cultural de las Fronteras en Ciudad Juárez, Chihuahua, por 25.5 millones de pesos.

Proyectos de Rehabilitación con inversión de 286.8 millones de pesos:

1. Centro Estatal de las Artes Santa Rosa de Viterbo en la ciudad de Querétaro, por 77.5 millones de pesos.
2. Teatro Ricardo Castro en la ciudad de Durango, por 22.1 millones de pesos.
3. Teatro Isauro Martínez en Torreón, Coahuila, por 36.5 millones de pesos.
4. Fábrica de Artes y Oficios de Aragón en la Ciudad de México, por 26.3 millones de pesos.
5. Centro Cultural Quinta Carolina en la ciudad de Chihuahua, por 63.2 millones de pesos.
6. Teatro Peón Contreras en Mérida, Yucatán, por 61.2 millones de pesos.

En materia de señalización turística, en 2016 la SECTUR apoyó 10 proyectos por 48.4 millones de pesos, para 2017 existen 5 proyectos que involucran un total de 22.7 millones de pesos.^{1/}

^{1/} Proyectos 2016: Creación de Ruta Ecoturística Cañón Rosarito en Playas Rosarito, B.C., Instalación de señalamiento turístico preventivo, informativo y restrictivo en las principales rutas y circuitos del Estado, en Tijuana, B.C., Señalización turística estatal en Los Cabos, B.C.S., Proyecto de señalización estatal 3a etapa, en Campeche, Camp., Proyecto de señalética y nomenclatura, en Taxco de Alarcón, Gro., Señalización turística en Tequila, Jal., Infraestructura y equipamiento turístico en Talpa de Allende, Jal.

A través de la SCT, las Redes de México Conectado tienen presencia en 83 de 111 Pueblos Mágicos, además de 42 de los 44 destinos turísticos prioritarios, ubicadas en escuelas, centros de salud, centros comunitarios, oficinas de gobierno y espacios públicos.

Respecto a los Acuerdos Bilaterales orientados a impulsar la conectividad aérea, se han suscrito convenios con Arabia Saudita, Brasil, Canadá, España, Estados Unidos, Indonesia, Italia, Kuwait, Portugal, Qatar, Suiza y Turquía, lo que ha permitido mejorar las tarifas y servicios con nuevas rutas y frecuencias de vuelos.

En el periodo de septiembre 2016 a abril de 2017, se autorizaron 50 rutas nacionales y 94 internacionales, entre las que destacan las nuevas rutas desde Roma, Italia (Alitalia), Guangzhou, China (China Southern Airlines), Tokio, Japón (Aeroméxico y All Nippon Airways) y Seúl, Corea (Aeroméxico).

Con la finalidad de resolver el problema de la alta densidad de tráfico de pasajeros que se presenta en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, en el segundo semestre de 2016 se puso en operación la ampliación de la puerta 75.



La Paz, Baja California Sur.

Campañas de Difusión Institucionales

A través de la Dirección General de Comunicación Social, se realizaron las siguientes campañas de difusión:

La campaña de Ángeles Verdes, en tus vacaciones, se difundió a través de 5 periódicos de circulación nacional, 3 de circulación en la Cd. de México, 1 en Quintana Roo y 1 en el Estado de Jalisco, además se publicaron anuncios promocionales en 13 revistas de circulación nacional y en medios exteriores en 21 vallas en el Estado de México. Para esta campaña se produjeron 2 spots para radio que se transmitieron a nivel nacional entre el 15 de noviembre de 2016 y 15 de enero de 2017.

Para el periodo vacacional de Semana Santa 2017, se difundió la campaña Ángeles Verdes; Semana Santa 2017, para lo cual se difundieron mensajes en 16 periódicos de circulación nacional y 1 estatal y 20 revistas especializadas de circulación en la Cd. de México, además de la difusión en 32 medios complementarios.



Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo, una estrategia con visión de largo plazo para los mexicanos

El Año Internacional de Turismo Sostenible para el Desarrollo, se difundió a través de 23 diarios nacionales y 7 de circulación estatal, correspondientes a los estados de Nayarit, Quintana Roo, Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro y 2 en Jalisco, además se publicaron anuncios sobre el tema en 26 revistas especializadas y de circulación nacional. Se difundió en 21 medios digitales. En 44 medios complementarios como vallas, autobuses y espectaculares en el área metropolitana de la Ciudad de México y en las ciudades de Acapulco, Mazatlán y Guanajuato. Se produjeron 2 spots de televisión y 2 para radio.

Se ha realizado una cobertura del 100% de las 7 giras internacionales y 53 nacionales en las que el titular y su equipo se han enfocado en la promoción, diversificación, especialización y consolidación de programas y acciones que favorezcan el crecimiento y la derrama turística en nuestro país y en el extranjero, en el periodo comprendido de 1 de septiembre 2016 a agosto 2017.

La SECTUR consolida su plataforma institucional de medios digitales

El sitio web www.gob.mx/sectur alcanzó las 357,000 visitas, mientras que las cuentas Facebook, Twitter e Instagram de la dependencia, alcanzaron 1 millón 490 mil 316 seguidores, 711 mil 082 seguidores y 83 mil 413 seguidores, respectivamente, así como mil 034 suscriptores en el canal de YouTube, hasta el mes de julio 2017.

En el periodo de septiembre de 2016 a agosto de 2017 se han difundido 105 comunicados de prensa, los cuales se han distribuido a los diferentes medios de comunicación, tanto electrónicos como Radio, Televisión y digitales, como en medios impresos, periódicos y revistas. De acuerdo con el monitoreo realizado por la Sectur, dichos comunicados generaron en el periodo descrito más de 13 mil publicaciones o impactos en medios (Notas periodísticas, reportajes, fotografías, infografías, entrevistas de prensa, entre otros). Los 105 comunicados de la Sectur han sido publicados en el sitio web y las redes sociales de la dependencia.

Es de subrayar el número creciente de entrevistas a medios de comunicación electrónicos y de prensa escrita ofrecidos por el titular de la dependencia, así como por los subsecretarios de la Sectur. El Secretario de Turismo del Gobierno de la República ofreció un total de 235 entrevistas entre el primero de septiembre 2016 y el 21 de julio 2017. En tanto, los subsecretarios de Planeación y Política Turística, y de Innovación y Desarrollo Turístico ofrecieron un total de 35 entrevistas a medios de comunicación diversos, en el mismo periodo.

La revista digital Conexión es una publicación de difusión interna mensual en la que se destacan las principales notas de las actividades institucionales realizadas. Esta revista se ha difundido exitosamente por el sitio web y redes sociales para todo el público, y a través de la red

interna registrando 2 mil 354 visitas únicas durante 2017. Además, se publicaron 12 ediciones del periódico mural que se difunde en todas las instalaciones de la Sectur y del CPTM.

Turismo Social

Después del Lanzamiento del Movimiento Nacional Viajemos Todos por México realizado en el Tianguis Turístico 2016, se realizaron lanzamientos estatales en 29 entidades de la República^{2/}. Además, se han realizado 22 Talleres de Desarrollo de Productos en donde han participado 82 Pueblos Mágicos, 102 municipios adicionales y más de 2,000 asistentes de las entidades federativas en las cuales se ha impartido estos talleres. Lo anterior ha permitido la generación de más de 800 nuevos productos turísticos.

En el Encuentro de las Américas de Turismo Social de la Organización Internacional de Turismo Social (OITS) realizado del 31 de mayo al 04 de junio 2017, en Santiago, Chile, se destacó que el Movimiento VTSM no cuenta con ningún subsidio gubernamental.

^{2/} Pendientes Aguascalientes, Campeche y Zacatecas.

^{3/} Los Estados son: Quintana Roo, Querétaro, Durango, Guanajuato, Zacatecas, Nuevo León, Baja California, Sonora y Chihuahua.

Coordinación Interinstitucional

De la coordinación de los grupos de trabajo intersectoriales conformados en el marco de la implementación de la Agenda Intersectorial del Sector Turismo, instrumento que contribuye a fortalecer la transversalidad y corresponsabilidad del sector turístico, entre septiembre de 2016 y agosto de 2017, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- El 28 de abril de 2017 se llevó a cabo sesión ordinaria del Grupo de Trabajo Intersectorial de Accesibilidad Universal en el Sector Turismo, obteniendo los siguientes resultados:
- El 7 de diciembre de 2016 se lanzó el Sello de Turismo Incluyente mediante el cual, en una primera etapa, se otorgaron reconocimientos a 20 empresas en diferentes Estados de la República Mexicana^{3/}, que lograron finalizar exitosamente el proceso correspondiente para ostentar dicho sello, en las que se encuentran: Empresas de Hospedaje, Centro Ecoturístico, Agencia de Viajes, Museos, Hospitales, Operadora de Transporte, Operadora de Servicios y Restaurantes.
- En coordinación con las oficinas estatales de turismo de los estados de Campeche e Hidalgo, al segundo



Barrancas del Cobre, Chihuahua.

trimestre de 2017 se llevaron a cabo jornadas de sensibilización de los sellos de segmentos especializados, destacando la participación de representantes de 150 micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico, en las ciudades de: Pachuca, Campeche, Champotón, Isla Aguada y Ciudad del Carmen.

- Del 14 al 16 de octubre de 2016 se realizó la Tercera Feria Nacional de Pueblos Mágicos en la Ciudad de Querétaro, organizándose un Pabellón Temático con la participación de Comisión Nacional para el Desarrollo y la Inclusión de las Personas con Discapacidad (CONADIS) y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), con el objetivo de que los Pueblos Mágicos adopten medidas de Accesibilidad Universal y se consoliden como destinos Accesibles para Todos.

En el segundo semestre de 2016 se llevó a cabo la actualización de la Guía de Recomendaciones de Diseño Universal para el Sector Turismo, con el objetivo de actualizar especificaciones técnicas conforme a normas nacionales e internacionales en edificaciones turísticas y fortalecer el marco normativo de Accesibilidad y Diseño Universal.

Accesibilidad Universal para el turismo en México: Responsabilidad compartida

Actualización de la Guía de Recomendaciones de Diseño Universal para el Sector Turismo y Diseño de Cuadernillo ejecutivo para Edificaciones Accesibles del Sector Turismo.

Instalación y mantenimiento de 1,718 rampas de banqueta en los Centros Integralmente Planeados de FONATUR.

Sensibilización de servidores públicos en materia de derechos humanos y accesibilidad.

Capacitación a prestadores de Servicios Turísticos para promover productos incluyentes para personas con discapacidad a través del Movimiento Viajemos Todos por México.

En el mes de julio de 2017 se elaboró el Cuadernillo Ejecutivo para Edificaciones Accesibles de Servicio Turístico, el cual deriva de la Guía de Recomendaciones de Diseño Universal para el Sector Turismo, con el propósito de contar con un documento introductorio, informativo y de concientización para empresarios del sector.

De enero a marzo de 2017, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), a través de FONATUR Mantenimiento Turístico (FMT), realizó acciones de conservación y mantenimiento en 1,718 rampas de banqueta para personas con discapacidad que se encuentran en los Centros Integralmente Planeados (CIP).

Asimismo, de enero a junio de 2017 se impartieron 11 cursos para alrededor de 60 servidores públicos de FONATUR sobre Derechos Humanos y necesidades de las personas con discapacidad.

Actualmente se diseña el Proyecto Ejecutivo de Movilidad para Punta Cancún, el cual contempla acciones de accesibilidad turística como rampas, baños y servicios accesibles en espacios interiores y exteriores.

Con el propósito de promocionar oferta turística para beneficio de las personas con discapacidad, el Consejo de Promoción Turística de México, en el primer trimestre de 2017, realizó un Taller con prestadores de servicios turísticos con el propósito de sumarse a la plataforma de Viajemos Todos por México (VTPM) y ofertar productos específicos.

El 2 de diciembre de 2016, en el Marco del Día Mundial de las Personas con Discapacidad y en sus tres edificios, se llevó a cabo la campaña de sensibilización con el lema Juntos por la Inclusión, la cual consistió en la toma de fotografías con personal de la Dependencia y mensajes alusivos a la inclusión para posteriormente ser compartidas en las redes sociales.

En los meses de septiembre y octubre de 2016, se difundió, a través de posters distribuidos en los tres edificios de la Secretaría de Turismo, la campaña de sensibilización del Lenguaje de Manos de Señas Mexicanas.

El 9 de junio de 2017 se llevó a cabo una sesión del Grupo de Trabajo Intersectorial de Jóvenes en el Sector Turismo, teniendo en el periodo reportado las siguientes acciones o logros:

- Se diseñó e implementó la Estrategia Integral de Prevención a la Trata de Personas en el Sector de Viajes y Turismo, y el Plan de Acción de Turismo Libre de Trabajo Infantil, donde se atendió al sector juvenil.
- Se desarrollaron los contenidos del curso de sensibilización en línea sobre prevención a la trata de personas en el sector de los viajes, temáticas de interés de las y los jóvenes.

- Se impartieron 6 talleres de formación de facilitadores sobre prevención al trabajo infantil y protección a adolescentes en edad permitida para trabajar.
- Se produjeron tres spots de videos sobre los siguientes temas: Trata de personas; Explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en el sector turístico, y Trabajo Infantil.

Se integró al Código de Conducta Nacional, el tema de trabajo infantil como antesala a posibles situaciones de explotación laboral infantil y adolescente.

Se promocionó oferta turística a través de los sitios web: visitmexico.com y viajemos todos por mexico.com, con información de viaje para jóvenes.

A través de la formación dual de aprendices calificados en Bahía de Banderas, Nayarit, se dotó de conocimientos técnicos especializados en distintas áreas de la actividad turística, con el fin de facilitar la inserción de los jóvenes en el mercado laboral.

Se impartió un taller en asesoría y calificación de proyectos turísticos y orientación de las fuentes de financiamiento, para el sector de jóvenes.

Se llevaron a cabo gestiones específicas para otorgar descuentos a jóvenes para viajar a través del Movimiento Viajemos todos por México con la participación de los operadores turísticos: Mundo Joven, Mexica, Mexiturs, Viajes Bojórquez, LIPPU, ADO y Reserbus.

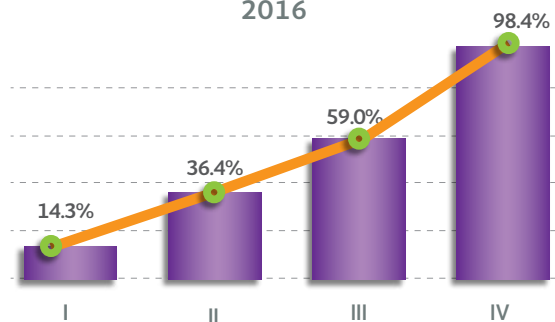
Mediante el Movimiento Viajemos todos por México y a través del programa Código Joven del IMJUVE, se promovieron oportunidades para viajar, así como información sobre destinos turísticos.

Programa de Trabajo de Desarrollo Institucional

El Programa de Desarrollo Institucional (PTDI) se ha constituido como el instrumento de planeación a corto plazo que permite al sector coordinar los esfuerzos para cumplir con los objetivos plasmados dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND), así como en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PROSECTUR). En este sentido el PTDI 2016 fue integrado con la participación de las Unidades Administrativas, los Órganos Administrativos Desconcentrados y Entidades Paraestatales Sectorizadas de la Secretaría de Turismo.

En total se establecieron 115 proyectos sustantivos y 378 actividades, calendarizadas en 1,875 procesos de gestión y 163 indicadores a los que se les dio seguimiento trimestral con el objeto de evaluar los resultados.

Avance del Indicador por Trimestre 2016



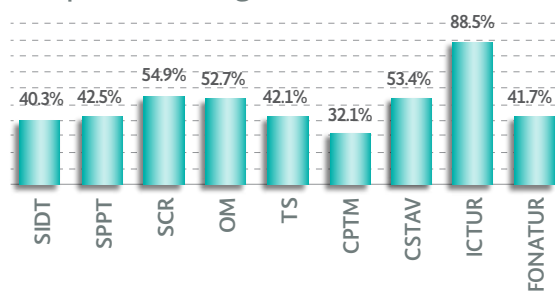
El cumplimiento de las actividades programadas en el cuarto trimestre de 2016 fue del 89.2% y el avance respecto al total anual del 90.9%. Los resultados indican que se llevaron a cabo conforme a lo planeado.

Referente a indicadores y metas, el avance al cuarto trimestre de 2016 fue del 98.8% lo que representó una cifra muy cercana a la programada, significando un alto grado de cumplimiento al compromiso adquirido por las áreas.

Para fortalecer la planeación institucional y apoyar el diseño y la coordinación de proyectos y acciones específicas alineadas a los objetivos institucionales, en 2017 con la participación de cada Unidad Responsable que conforma al sector, se elaboró el PTDI 2017 integrando 104 proyectos sustantivos, 324 actividades y 135 indicadores los cuales han tenido seguimiento trimestral contribuyendo a la toma de decisiones de la institución para alcanzar el cumplimiento de los objetivos sectoriales con la mayor eficiencia, eficacia y calidad.

Al segundo trimestre de 2017 el cumplimiento de actividades fue del 91 por ciento.

Avance Anual de Indicadores por Área Responsable al segundo trimestre de 2017



Sistema de Evaluación del Desempeño

Matriz de Indicadores para Resultados

Para el Ejercicio Fiscal 2017 se actualizaron y mejoraron 14 Matrices de Indicadores para Resultados (MIR); 4 corresponden al Sector Central, 2 de los Órganos Administrativos desconcentrados (CSTAV e ICTUR) y 8 de las Entidades Sectorizadas (7 de FONATUR y 1 del CPTM).

Al respecto, la Unidad de la Evaluación del Desempeño de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público realizó la valoración de las matrices registradas por la SECTUR, evaluando los siguientes ejes temáticos:

- Alineación con la planeación nacional
- Lógica Vertical
- Población objetivo y Área de enfoque
- Lógica Horizontal
- Diseño de Indicadores

La valoración obtenida fue la siguiente:

En general los programas operados por la Secretaría de Turismo registraron un porcentaje de 92.22% en promedio, lo que representa un desempeño medio alto. Con la generación y actualización de herramientas de planeación, seguimiento y evaluación se contribuye a la toma de decisiones con información de calidad.

Programa Anual de Evaluación

En cumplimiento con el Programa Anual de Evaluación para el Ejercicio Fiscal 2016 de los Programas Federales de la Administración Pública Federal (PAE) que emitió la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL), la SECTUR coordinó y realizó 5 evaluaciones a los siguientes programas presupuestarios:

- Evaluación de diseño:
 - F005 Desarrollo y promoción de proyectos turísticos sustentables;
 - S248 Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos.
- Evaluación de consistencia y resultados:
 - G001 Regulación y Certificación de Estándares de Calidad Turística;
 - F002 Fomento y Promoción de la Inversión en el Sector Turístico.
- Evaluación de procesos
 - E005 Programa de Calidad y Atención Integral al Turismo.

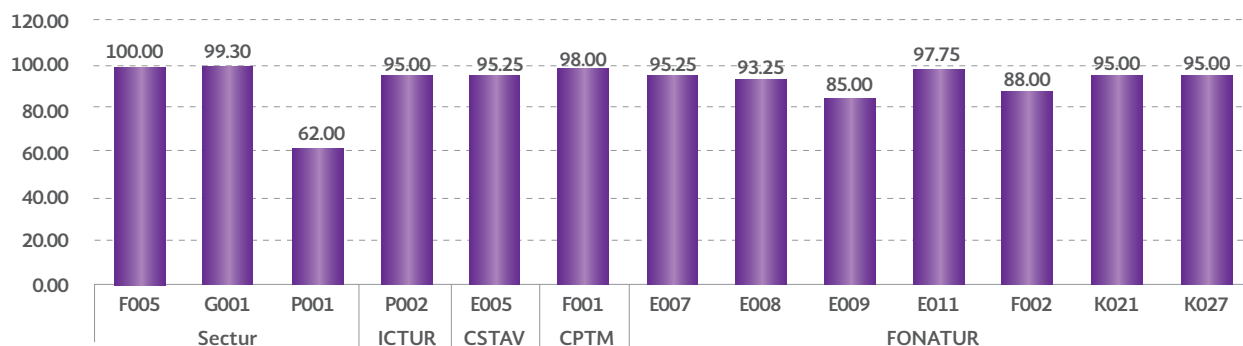
Con la realización de las evaluaciones a los programas presupuestarios, se contribuye a la Gestión de Resultados y la Rendición de Cuentas, los resultados de las evaluaciones externas permiten determinar la pertinencia y el logro de sus objetivos y metas, así como su eficiencia, calidad, resultados, impacto y sostenibilidad.

Aspectos Susceptibles de Mejora

De conformidad con el PAE 2016, durante ese año se llevaron a cabo 5 evaluaciones a los programas presupuestarios de la SECTUR; 2 de diseño, 2 de consistencia y resultados y 1 de Procesos.

Al respecto, se estructuraron 20 Aspectos Susceptibles de Mejora a los cuales se les dio seguimiento y se tiene el cumplimiento de 7 de ellos y 13 siguen en proceso.

**Valoración MIR 2017
Ramo 21***



*La MIR del programa presupuestario S248 es evaluada por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social.



- F005 Desarrollo y promoción de proyectos turísticos sustentables;
 - 2 ASM
- S248 Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos.
 - 5 ASM
- G001 Regulación y Certificación de Estándares de Calidad Turística
 - 4 ASM
- F002 Fomento y Promoción de la Inversión en el Sector Turístico
 - 4 ASM
- E005 Programa de Calidad y Atención Integral al Turismo
 - 5 ASM

El cumplimiento de los ASM contribuye a mejorar el desempeño de los programas presupuestarios y retroalimenta su diseño, gestión y resultados.

III.3. Impulsar la Coordinación Intergubernamental en Materia Turística

Para asegurar la conducción de la política turística es importante contar con planes y programas turísticos de

las entidades federativas y de los municipios alineados a la política sectorial. Con ello, se eleva el grado de cumplimiento de los propósitos nacionales del sector generando una cadena de beneficios palpables para la economía en general.

A partir de julio 2017 en coordinación con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), y con participación de 61 municipios que iniciaron nueva administración en 2016 y 2017, se realizará el proceso de alineación de la planeación y de las políticas federales y municipales en materia de turismo, a fin de que los programas de turismo locales guarden congruencia con el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PROSECTUR).

En febrero de 2017 se proporcionó al Estado de Veracruz asesoría técnica en la conformación de su Programa Sectorial de Turismo y Cultura 2017-2018, el cual fue vinculado al PROSECTUR impulsando de esta manera las directrices de la Política Nacional Turística.

Al cierre de 2016 se suscribieron 21 convenios modificatorios de coordinación con las siguientes Entidades Federativas: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Ciudad de México, Colima, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit,

Nuevo León, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sonora, Tlaxcala, para el otorgamiento de un subsidio en materia de desarrollo de Destinos Turísticos en los rubros de Diversificación y Fortalecimiento de la Oferta Turística, en el Marco del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO).

Para el ejercicio 2017 se suscribieron 30 Convenios de Coordinación para el otorgamiento de un subsidio con diversas Entidades Federativas^{4/} en el Marco del PRODERMAGICO, y han sido suscritos 3 convenios modificatorios con las Entidades de Campeche, Puebla y Querétaro. A través de estos convenios se han generado proyectos en 33 Pueblos Mágicos^{5/}.

SECTUR participa dentro del programa Nuevo Guerrero, con las siguientes acciones:

- Rehabilitación y equipamiento del Zócalo de Acapulco (1° y 2° etapa)
- Rehabilitación, equipamiento e infraestructura de Isla La Roqueta (1° y 2° etapa)
- Rehabilitación, equipamiento e infraestructura de Caleta y Caletilla (1° y 2° etapa)
- Museo Histórico del Fuerte de San Diego (iluminación y multimedia)
- Rehabilitación y saneamiento de La Quebrada
- Construcción del Centro Artesanal de las 7 regiones
- Rehabilitación, equipamiento e infraestructura de Playa Manzanillo
- Dos Parques Públicos de Playa

Se concluyeron 11 estudios de planeación turística en el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017 para apoyar con asesoría en esta materia a los gobiernos de las entidades federativas y municipios. A través de estos estudios, se logró la identificación de 50 proyectos detonadores en beneficio de 11 entidades federativas.

^{4/} Convenios con entidades: Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Campeche, Coahuila, Colima, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas

^{5/} Pueblos Mágicos: San José de Gracia, Ags.; Comitán, Chis.; Dolores Hidalgo, Jalpa de Cánovas, Mineral de Pozos, Salvatierra y Yuriria, Gto.; Taxco, Gro.; Huasca de Ocampo, Huichapan, Mineral del Chico, Real de Monte y Tecozautla, Hgo.; Lagos de Moreno, Mascota, Talpa de Allende y Tapalpa, Jal.; Santa Clara del Cobre y Tzintzuntzan, Mich.; Sayulita, Nay.; Linares y Santiago, N.L.; Mazunte, Oax.; Bernal y Jalpan de Serra, Qro.; Bacalar, Q. Roo; Mocorito, Sin.; Álamos y Magdalena de Kino, Son.; Tula, Tamps. y Nochistlán, Sombrerete y Teúl de González Ortega, Zac.

Con el objetivo de llevar a cabo una consulta ciudadana para integrar una Política Turística de Estado con Perspectiva al año 2040, la Secretaría de Turismo está organizando la realización de 3 foros regionales durante 2017.

La consulta tiene el objetivo de integrar un documento final con la visión y propuestas de expertos, inversionistas desarrolladores turísticos, hoteleros, proveedores de servicios turísticos, instituciones de financiamiento, cámaras empresariales, colegios profesionales, universidades, centros de investigación, organismos internacionales y especialistas; complementadas con la participación de instituciones gubernamentales que intervienen en la política turística, legisladores y funcionarios públicos de los tres órdenes de gobierno.

El primero de estos foros se realizó con éxito el pasado 4 de julio en la ciudad de Mérida, Yucatán, donde se llevaron a cabo las siguientes mesas temáticas:

- Gobernanza para destinos turísticos sustentables
- Recaudación y administración de recursos para los destinos turísticos
- Infraestructura y movilidad: componentes clave de la competitividad en turismo
- Tema Regional: Desarrollo del Mundo Maya
- Tema Regional: Las Zonas Económicas Especiales y el poder transformador del sector turismo

El foro contó con la participación de 35 panelistas expertos, y más de 250 asistentes de los sectores público, académico, privado y social. Las conclusiones y el video de cada una de las mesas temáticas pueden consultarse a través de Internet^{6/}.

Se concluyeron 11 estudios de planeación turística en el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017 para apoyar con asesoría en esta materia a los gobiernos de las entidades federativas y municipios. A través de estos estudios, se logró la identificación de 50 proyectos detonadores en beneficio de 11 entidades federativas.

Se suscribieron 16 convenios entre FONATUR y los estados de Baja California (2), Baja California Sur, Tamaulipas, Estado de México (3), Sonora, San Luis Potosí (2), Puebla (2), Tlaxcala, Veracruz, Morelos, Ciudad de México para la elaboración de Estudios de Planeación Turística.

^{6/} https://www.gob.mx/sectur/archivo/documentos?idiom=es&filter_id=197&filter_origin=archive

Identificación de Áreas para el Aprovechamiento Turístico. En el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017, se concluyó 1 estudio de identificación de reservas territoriales, encontrándose 2,080 hectáreas con potencial turístico.

Se llevaron a cabo 2 Talleres del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo con la participación de más de 100 funcionarios estatales de turismo en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía tanto Federal como sus representaciones de los Estados; donde se fortalecieron los programas de trabajo intergubernamentales hacia la calidad de la información para la toma de decisiones que promueve la competitividad de los destinos turísticos.

III.4. Fortalecer los Mecanismos de Concertación con la Academia, el Sector Privado y el Sector Social, en Beneficio del Turismo

Con la Universidad del Claustro de Sor Juana A.C. se formalizó el apoyo para un proyecto denominado Modelo de vinculación para la creación de cadenas de valor innovadoras y productivas de turismo gastronómico basadas en métodos de cultivo tradicionales y/o ingredientes endémicos o con denominación de origen.

El área de Voluntariado y Responsabilidad Social del Sector Turismo está trabajando en alianza con la Academia, el Sector Privado y el Sector Social en Proyectos de responsabilidad social y de impacto social que se detallan más adelante en el capítulo VII.5: Crear Instrumentos para que el Turismo sea una Actividad Incluyente que Brinde Oportunidades para que más mexicanos viajen.

Como parte del programa **Conéctate al Turismo** se suscribieron nueve convenios de colaboración:

Fecha	Contraparte
28 nov 2016	Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).
28 nov 2016	Asociación Nacional de Cadenas de Hoteles, A.C. (ANCH).
14 dic 2016	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA).
24 feb 2017	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo de los Estados Unidos Mexicanos (CONCANACO SERVYTUR).
09 mar 2017	Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles, A.C. (AMHM).
26 jun 2017	Consejo Nacional Agropecuario (CNA).
26 jun 2017	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC).
26 jun 2017	Unión de Secretarios de Turismo de México A.C. (ASETUR).
26 jun 2017	Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Agropecuario, A.C. (AMSDA).



Se ha diseñado una iniciativa denominada Encuentros de Vinculación Ciencia, Tecnología e innovación para el Turismo que es una estrategia que permite crear un espacio de encuentro con la finalidad de que las universidades y centros de investigación del país se acerquen a los empresarios del sector turismo y les apoyen en la búsqueda de soluciones a las principales problemáticas que limitan la competitividad de las empresas del sector. A la fecha se han realizado cuatro encuentros de vinculación en las siguientes sedes:

- Puerto Vallarta (Agosto 2016)
- Culiacán (Octubre 2016)
- Zacatecas (Abril 2017)
- Cancún (Junio 2017)

Se firmó la agenda de cooperación entre el ICTUR y el Colegio de Tlaxcala, cuyo objetivo es impulsar acciones conjuntas en materia de cooperación científica, tecnológica, académica y de innovación en temas especialmente dirigidos al sector turismo y áreas afines como:

- Difusión y divulgación del conocimiento relacionado con el sector turismo
- Realización de estudios científicos y/o académicos relacionados con el sector turismo
- Fomento a la innovación en el sector turismo
- Capacitación, profesionalización y acciones de extensionismo, aplicados al sector turístico.

Con la finalidad de que la Secretaría de Turismo y el CONACYT trabajen de manera conjunta para lograr el incremento de la competitividad del sector turístico, el pasado 15 de mayo de 2017, se firmó un convenio de colaboración entre la SECTUR y el CONACYT. En este convenio la Secretaría de Turismo facilitará el acercamiento de las universidades, empresas de base tecnológica y centros de investigación del país al fenómeno turístico, impulsando la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación aplicados al sector turismo, que nos permita ofrecer productos y servicios con un mayor valor agregado, que en un corto plazo podamos ver incrementado el número de investigadores del Sistema Nacional de Investigadores que dirigen sus líneas de investigación hacia la actividad turística, el número de programas inscritos en el Programa Nacional de Posgrados de Calidad relacionados con líneas de investigación orientados al sector turismo, así como lograr que las secretarías de turismo de los gobiernos estatales y los Consejos estatales de ciencia y tecnología puedan encontrar oportunidades de desarrollo comunes que impulsen el desarrollo local y regional basados en el conocimiento aplicado al sector turismo.



Cancún, Quintana Roo.



IV. FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA OFERTA TURÍSTICA



Cozumel, Quintana Roo.

FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Para consolidar los logros que se han alcanzado en el sector turístico, es necesario capitalizar el potencial, diversificar y renovar la oferta, así como consolidar los destinos.

Un elemento fundamental para el desarrollo económico de las localidades es la infraestructura, misma que comunica a las localidades y regiones del país al mismo tiempo que suministra los satisfactores básicos.

El fortalecimiento de la infraestructura turística existente y el desarrollo de nueva infraestructura ha sido fundamental en el proceso del crecimiento y consolidación del sector.

En lo relativo a la innovación de la oferta, los esfuerzos del Gobierno Federal se han orientado a fortalecer a aquellos destinos consolidados y reforzar aquellas líneas de producto con potencial de desarrollo en destinos emergentes. Con ello, se ha logrado incrementar la derrama económica de esta actividad.

Programa Conéctate al Turismo: Impulso a las cadenas productivas

Conéctate al Turismo fortalece la cadena de proveeduría del sector turismo de nuestro país, con una mayor participación de productos y servicios hechos en México y de esta forma incrementa la competitividad del Sector.

A través de la plataforma tecnológica www.conectatealturismo.mx las empresas prestadoras de servicios turísticos dan a conocer la demanda de bienes y servicios, para que las empresas que fabrican y comercializan en nuestro país, los diferentes productos y servicios que requieren los restaurantes, hoteles, cruceros, líneas aéreas, ingresan la oferta de sus productos y la herramienta conecta a la demanda con la oferta permitiendo que las empresas generen un vínculo para poder iniciar una posible relación comercial.

Se ha incrementado la competitividad de México en el mercado global mediante la implementación de

estrategias conjuntas que ha elevado la productividad, incentivado la innovación mejorando la calidad y diversidad de la oferta, así como fortaleciendo los mecanismos de certificación relativos al cumplimiento del marco normativo así como de los estándares de calidad turística reconocidos de forma oficial.

Actualmente la industria hotelera y restaurantera en México registra compras de bienes y servicios que superan los 9,000 millones de dólares (con base en datos de Global Insight), de las cuales se estima que más del 60% corresponden a importaciones.

Esta situación representa una gran ventana de oportunidad de más de 5 mil millones de dólares anuales, para potencializar los beneficios del turismo a otros sectores de la economía nacional.

Para aprovechar la ventana de oportunidad, se han realizado cuatro Ruedas de Negocios en Cancún, Puerto Vallarta, Acapulco y CDMX en las que han participado más de 1,000 empresas y se han generado 4,944 citas de negocios, con una expectativa de compra a mediano y largo plazo de 642 millones de pesos.

Entre los principales sectores relacionados con la industria de la hospitalidad se encuentran: Alimentos y Bebidas, Confección, Construcción, Eléctrico, Muebles, Tecnologías de Información, Servicios diversos, entre otros, al 30 de junio de 2017 se han registrado en la plataforma 2,165 requerimientos de productos y servicios.

De acuerdo al ranking mundial del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2017, México se ubica en la posición No. 22, con un avance de 8 lugares respecto a lo registrado en el Índice de 2015, y quedó como el mejor posicionado con respecto a los países de Latinoamérica.

En esta ocasión México se encuentra entre las ocho naciones que más avance registraron dentro del citado ranking. Dicho resultado se explica por el fortalecimiento en temas tales como recursos naturales y culturales, así como viajes de negocios.

IV.1. Generar Información, Investigación y Conocimiento Sobre los Destinos y Líneas de Producto

Big Data, poderosa herramienta para generar estadísticas y análisis de la información

Derivado del convenio de colaboración Big Data y Turismo, entre la Secretaría de Turismo y BBVA Bancomer, a lo largo de 2017 se publicaron un total de 11 análisis estadísticos sobre el comportamiento comercial de turistas nacionales y extranjeros correspondientes a los siguientes corredores y destinos turísticos^{7/}.

1. Pueblos Mágicos;
2. Escalera Náutica (Guaymas, Mazatlán, La Paz, Los Cabos)
3. Quintana Roo (Cancún, Cozumel, Isla Mujeres, Playa del Carmen)
4. Guerrero (Acapulco de Juárez, Ixtapa Zihuatanejo, Taxco de Alarcón)
5. Veracruz (Boca del Río, Orizaba, Veracruz)
6. Baja California (Ensenada, Playas de Rosarito, Tijuana)
7. Puerto Vallarta (Cabo Corrientes, Puerto Vallarta)
8. Costa Alegre (Cihuatlán, La Huerta, Tomatlán)
9. Nayarit (Bahía de Banderas, Compostela, Santiago Ixcuintla)
10. Sierra de Oaxaca (San Pedro Mixtepec, San Pedro Pochutla, Santa María Huatulco, Santiago Pinotepa Nacional)
11. Chihuahua (Ahumada, Aldama, Ascención, Bocoyna).

Para el ejercicio analítico del novedoso proyecto de Big Data, se contó con datos de 86 millones de usuarios de tarjetas bancarias nacionales y extranjeras, de los cuales más de 20 millones fueron clientes de BBVA Bancomer que realizaron transacciones en un millón 10 mil comercios que aceptaron pagos con tarjeta, y de los cuales la institución financiera operó 370 mil terminales de punto de venta (TPVs).

^{7/} Análisis disponible en: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/BigData.aspx>

Además, se registraron 1.5 mil millones de transacciones, a través de los medios de pago de BBVA Bancomer de clientes y no clientes de la institución, con un monto de 813 mil millones de pesos.

Gracias al robusto análisis de la información, se logró profundizar en los patrones de gasto de turistas nacionales e internacionales, se obtuvo una visión real de las zonas y servicios de interés para los visitantes y se identificó el origen de los turistas, siempre en completo apego a las normas de confidencialidad del sector financiero.

Con miras a seguir fortaleciendo la gestión del conocimiento a través de información especializada mediante el Centro de Documentación de la Secretaría de Turismo (CEDOC), se realizó la primera edición de CEDOC y sus Autores con la presentación del libro Animación turística para el diálogo de saberes. En la segunda edición se presentó el libro Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos. Para la tercera edición se presentó el libro Experiencias de turismo rural en Quintana Roo y en la cuarta edición se presentó el libro Turismo: Perspectiva Crítica Textos Reunidos.

A fin de fortalecer los procesos de toma de decisiones del sector turístico y cumplir con el objetivo de promover la realización de proyectos específicos relacionados con la información y la utilización de metodologías aplicadas al turismo para impulsar la innovación y el desarrollo de las instituciones y empresas que conforman el sector en el periodo que se informa se han realizado las siguientes actividades:

- En coordinación con la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato, por cuarto año consecutivo se realizó el Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato, los días 13 y 14 de septiembre. El encuentro tuvo el propósito de seguir impulsando el esfuerzo de los diferentes actores del sector turístico en la medición de la actividad turística de los destinos a fin de continuar intercambiando experiencias y conocimientos en el desarrollo de este mecanismo y los resultados que se han obtenido en cada uno de los destinos. Se contó con la asistencia de 80 personas entre funcionarios públicos, investigadores y académicos de Secretarías Estatales de Turismo, de personas involucradas en la operación de observatorios turísticos y en la generación de indicadores turísticos provenientes de 3 países:

Argentina, Colombia y Estados Unidos, así como de 15 entidades como Aguascalientes, Chiapas, Ciudad de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, y Yucatán.

- Del 3 al 7 de julio de 2017, se realizó la primera Escuela de Verano ICTUR- Oaxaca, en colaboración con la Secretaría de Turismo del estado de Oaxaca y la Universidad La Salle Oaxaca, creada como un espacio de intercambio de ideas y generación de nuevo conocimiento a fin de reconocer las oportunidades de innovación en el quehacer turístico. Se contó con la asistencia de 50 personas entre estudiantes universitarios, académicos y principales actores del ámbito turístico de distintas partes del país. Para tener mayor impacto en la difusión de conocimiento se tuvo la iniciativa de realizar ponencias alternas en paralelo a la Escuela de Verano con una duración de dos horas. Las cinco ponencias alternas tuvieron un aforo de 332 personas.
- El 14 de junio del 2017 a fin de socializar temas de interés para el sector turístico relativos a la innovación, emprendimiento y sustentabilidad se llevó a cabo la 1era edición del evento Noches 20x20 en coordinación con la Universidad Panamericana. Se contó con la participación de estudiantes,

profesionales vinculados con organizaciones académicas, centros de investigación, empresas, organismos no gubernamentales, organismos de gobierno involucrados con el turismo con interés en temas de innovación, emprendimiento y sustentabilidad en el sector.

- El 20 de marzo de 2017 se emitió la convocatoria para participar en el Primer Concurso de Diseño Sustentable para el Turismo con el propósito de identificar y generar proyectos estructurados para el desarrollo de productos útiles para el sector turismo, los cuales contribuyan al encadenamiento productivo y a la transición hacia un nuevo modelo de desarrollo sustentable.
- Se realizó la 16ª edición del Curso OMT Excelencia en marketing turístico: Los medios sociales en el destino turístico en la ciudad de Mérida, Yucatán, del 05 al 09 de septiembre de 2016
- En esta edición se contó con la participación de la Organización Mundial del Turismo, la Fundación OMT – Themis y la Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán. Participaron 28 funcionarios de diversos estados del país^{8/}, 13 asistentes internacionales de Guatemala, Chile, Paraguay, Perú, Ecuador, Brasil y Honduras.

^{8/} Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Morelos, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Tlaxcala y Yucatán.



Presentación Conéctate al Turismo, Acapulco, Guerrero.

Seminario Conversando con los Expertos

Se desarrollaron quince ediciones del seminario en las cuales se presentaron especialistas en temas de tendencia o relevancia para el sector turismo. Asistieron 775 funcionarios públicos de SECTUR, CPTM y FONATUR; representantes de las oficinas de Congresos y Convenciones; así como de instituciones educativas públicas y privadas y empresas relacionadas con la actividad turística.

Durante el periodo comprendido en este informe se desarrollaron los siguientes seminarios:

- 05 de septiembre El futuro de las estrategias digitales del turismo
- 12 de septiembre Estudios turísticos 2016
- dicho evento se llevó a cabo en la Universidad de Guanajuato
- 05 de octubre La Estrategia Digital de la Secretaría de Turismo celebrado en SECTUR
- 10 de octubre Rescate de túneles en Puebla en el Auditorio del Museo Internacional del Barroco, en el Estado de Puebla
- 13 de octubre Hacia una estrategia nacional de eficiencia energética para las edificaciones de hoteles y restaurantes, impartido en SECTUR
- 07 de diciembre La Gastronomía regional como recurso turístico y patrimonio cultural en Baja California en las instalaciones de SECTUR
- 01 de febrero 2017 La Estrategia de Comunicación Social de la SECTUR en las instalaciones de SECTUR
- 16 de febrero La Constitución y el Turismo en la Universidad Anáhuac, Campus Querétaro
- 6 de abril Retos y oportunidades de los destinos y empresas turísticas mexicanas hacia la sustentabilidad impartido en SECTUR
- 01 de junio Instrumentos normativos para el sector turístico desde la perspectiva ambiental impartido en SECTUR
- 22 de junio El turismo naranja, factor decisivo para el desarrollo de las Industrias Creativas impartido en SECTUR
- 5 de julio El Turismo Accesible desde el marco de la sustentabilidad impartido en SECTUR

A fin de impulsar el fortalecimiento de la investigación y la generación del conocimiento turístico, el Instituto de Competitividad Turística, a través del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo concluyó los siguientes proyectos:

- Diplomado de gestión turística en línea para funcionarios del Sector
- Metodología para la planeación de políticas públicas de fomento y promoción del sector turístico en México
- Estudio de vulnerabilidad al cambio climático en destinos turísticos seleccionados
- Desarrollo del sistema de información para la gestión en los destinos turísticos de México
- Diseño y aplicación del Modelo de Observatorio Turístico para destinos de grandes ciudades, aplicado a la Ciudad de México

Se autorizó la realización de los siguientes proyectos:

- Metodología que permita identificar, cuantificar y monitorear la oferta de hospedaje de los destinos turísticos de México
- Identificación y caracterización de la cadena de proveeduría de la industria turística en México

Se publicó la convocatoria 2017 del Fondo Sectorial, en la cual se requieren propuestas de proyectos de investigación científica aplicada y desarrollo tecnológico en los siguientes temas:

- Innovación social para el diseño, construcción, mantenimiento y sustentabilidad de la imagen urbana de zonas turísticas del país, Caso de estudio Tijuana, BC
- Proceso tecnológico para el manejo eficiente de los residuos salinos (salmuera), de las plantas desalinizadoras de agua, en entidades federativas con actividad turística. Caso de Estudio: Los Cabos, BCS
- Dimensionamiento y caracterización del turismo interno en México

Con la finalidad de difundir el conocimiento científico y los desarrollos tecnológicos aplicados al sector turismo, a través del Instituto de Competitividad Turística se están realizando las gestiones para la creación de una revista científica que permita difundir investigaciones multidisciplinarias relacionadas con el sector turismo

En una alianza estratégica con el Tecnológico Nacional de México (TNM), a través del ICTUR se participó en el Reto de Innovación TNM 2017, en el cual se ha incluido un reto tecnológico relacionado con el sector turismo, con la finalidad de que la comunidad del TNM a nivel nacional pueda participar en la solución de oportunidades



Tequisquiapan Pueblo Mágico, Querétaro.

tecnológicas relacionadas con el sector turismo; en esta ocasión el reto es: Uso de internet de las cosas en instalaciones de hotelería.

Se emitió la convocatoria denominada: Expresiones de Interés; Tecnologías para el Turismo, que busca identificar en las universidades, centros de investigación y empresas de base tecnológica, tecnologías desarrolladas o en desarrollo que pudieran tener aplicación en alguna organización de la cadena de valor del sector turismo. Al cierre de la convocatoria se recibieron 125 tecnologías, de las cuales se han validado que 77 tienen aplicación en el sector turismo, mismas que continúan en el proceso de validación del nivel de madurez tecnológica.

Del 1 de septiembre de 2016 al 30 de junio de 2017 a través del Instituto de Competitividad Turística, se impartieron 86 cursos de capacitación a 3,473 personas en materia de calidad en el servicio, cultura turística y embajadores turísticos en conjunto con la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), el

Instituto Nacional de Migración (INM), el Servicio de Administración Tributaria (SAT) y el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Alimentaria (SENASICA), Policía Federal, Policía Auxiliar de la Ciudad de México y las Oficinas de Turismo de Guerrero, Michoacán y Ciudad de México.

El 20 de febrero del presente, se lanzó Convocatoria conjunta NAFIN-SECTUR para desarrollar con la colaboración de los funcionarios estatales de turismo, 350 cursos gratuitos de formación empresarial y asistencia técnica a nivel nacional, con ello se busca capacitar a emprendedores y propietarios de micro, pequeñas y medianas empresas del sector turismo en 21 entidades federativas siendo estas: Aguascalientes, Baja California, Ciudad de México, Colima, Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tlaxcala y Veracruz, incluyendo acciones de capacitación mediante la Unidad Móvil de NAFINSA.

Se emitió en el mes de enero la convocatoria para el registro ante el ICTUR de las empresas capacitadoras e instituciones que realicen estas labores a nivel nacional. Al mes de junio se tienen registradas 20 Instituciones o Entidades capacitadoras a nivel nacional.

Se diseñó el concurso nacional con el tema de turismo sustentable, para ello se desarrollaron materiales didácticos, planes de sesión de clase, estrategias de implementación con estados y otras dependencias federales, materiales impresos y digitales de difusión, realizando el lanzamiento de la convocatoria el 6 de marzo.

El concurso contempla evaluaciones estatales y nacionales y cierra el 31 de agosto del presente. En esta edición se consideraron cinco categorías: Infantil

(dibujo), adolescentes (reportaje periodístico), jóvenes (fotografía), universitarios (video) y sector público (política pública).

El concurso se llevó a cabo en coordinación con las Oficinas de Turismo de los gobiernos estatales y se contó con la colaboración de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI).

En la categoría infantil participaron un total de 80,000 dibujos en dos subcategorías: 40,000 dibujos de la categoría mini y 40,000 dibujos en la categoría junior.

Se recibieron 235 reportajes periodísticos que corresponden a los estados de: Chiapas, Chihuahua, Estado de México, Guanajuato, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Sinaloa y Tlaxcala.



Por parte de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) se recibieron 76 reportajes correspondientes a los estados de: Estado de México, Michoacán y Puebla. Seleccionando en ambos casos a los ganadores del primero, segundo y tercer lugar a nivel nacional.

Se llevó a cabo la evaluación nacional de la categoría: Jóvenes, en esta categoría participaron estudiantes de educación media superior mostrando que el involucrar al turista en actividades que permitan la convivencia con sus anfitriones, contribuyen al respeto, identidad y a una cultura de paz a través de una fotografía.

Se recibieron un total de 564 fotografías a nivel nacional, realizándose las evaluaciones estatales en 19 Estados siendo estos: Baja California, Chiapas, Ciudad de México, Colima, Durango, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tlaxcala y Yucatán.

Se llevó a cabo la evaluación nacional de la categoría: Universitarios, en esta categoría participaron estudiantes de nivel superior de las carreras de turismo y afines, a través de un video, logrando transmitir conocimientos, emociones, puntos de vista o experiencias que se generan por su participación en el sector turístico.

Se recibieron un total de 135 videos a nivel nacional, realizándose las evaluaciones estatales en 19 Estados siendo estos: Baja California, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tlaxcala y Veracruz.

La categoría sector público, buscó identificar y reconocer proyectos, planes o programas innovadores de capacitación y cultura turística que faciliten la inclusión del turista con la comunidad, mitigación del cambio climático, aprovechamiento responsable del patrimonio natural y cultural y el fomento de una cultura de buenas prácticas ambientales en el sector empresarial, participando un total de 6 entidades federativas: Chihuahua, Estado de México, Guanajuato, Puebla, Sonora y Sinaloa.

El Concurso de Ensayo 2017 emitido por la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe (FCCA por sus siglas en inglés) fue coordinado por el ICTUR, a través de 11 entidades federativas con la finalidad de impulsar la sensibilización sobre la importancia de la actividad de

cruceros turísticos en los puertos mexicanos, se emitió en el mes de enero convocatoria de participación a los niños y niñas de México a nivel de educación básica, para participar en el concurso de ensayo en el idioma inglés con el tema: ¿Qué es lo que los pasajeros de crucero deberían de aprender sobre mi país y recordar y mantener en su memoria?

El concurso se dividió en 2 categorías: Junior para menores de 12 años y Senior de 13 a 16 años.

Los ganadores del 1er. Lugar de cada categoría representarán a México en el concurso internacional que desarrolla la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe.

Se recibieron 8 ensayos de los estados de: Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Sinaloa, Sonora y Yucatán.

En atención a las bases de Coordinación SEP-SECTUR publicadas en el Diario Oficial de la Federación el día 28 de enero de 2002, en el periodo que se informa se emitieron 8 opiniones técnicas por parte del Instituto de Competitividad Turística, para ser consideradas en la obtención del Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios para una Institución educativa de nivel medio superior, así como, se realizaron 7 visitas de verificación de instalaciones de Bachillerato en Estado de México y Ciudad de México.

Atendiendo la normatividad de la 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 y la NOM-09-TUR-2002, que determina los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas, se atendieron 282 solicitudes para validación, registro de cursos y diplomados de instituciones públicas o privadas dedicadas a la formación o actualización de guías de turistas.

Con el fin de mantener una profesionalización de los funcionarios estatales de turismo que atienden los temas de capacitación, cultura turística y educación, se llevó a cabo en la Ciudad de México, del 17 al 19 de noviembre de 2016, la Reunión Nacional de Interlocutores Estatales de Capacitación, Educación y Cultura Turística, en la Ciudad de México en el Hotel Imperial, Reforma. Se contó con la participación de IESTUR, Universidad Autónoma de Zacatecas, Instituto Politécnico Nacional y de la Universidad Intercontinental.

IV.2. Impulsar la Innovación, Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística por Región y Destino

Las características del mercado turístico marcan una tendencia hacia la diversificación de la oferta de destinos y productos del sector, lo cual abre espacios para una mayor competencia por la atracción de turistas nacionales y extranjeros.

La innovación es la clave para aumentar la productividad y competitividad de la actividad turística. Por ello, es importante generar las condiciones que faciliten y promuevan la innovación, entendida como el proceso de creación de valor reconocido por el mercado a través de la introducción de un nuevo producto, proceso o método de comercialización u organización.

En materia de transferencia de tecnología impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística, en 2016 se realizaron 632 cursos en diferentes áreas del conocimiento turístico, beneficiando a 6,957 mujeres y 6,373 hombres. Para 2017 participan 22 estados^{9/} con los que se realizan 681 cursos en los que participan 9,192 mujeres y 9,291 hombres.

Se otorgó durante 2016 un presupuesto del PRODERMAGICO, para infraestructura y equipamiento de Destinos prioritarios y Pueblos Mágicos, en el cual se apoyaron dentro del total de los 172 proyectos; 65 de ellos fueron para Pueblos Mágicos, con un monto federal de 641.94 millones de pesos, de los cuales 423.02 millones son recursos federales y 218.92 millones estatales. Con ello se ha logrado la rehabilitación de imagen urbana, cableado subterráneo, rehabilitación de parques y espacios públicos, entre otras acciones.

La distribución de los proyectos por línea de producto en cuanto quedó conformada de la siguiente manera: turismo cultural 53.5%, negocios y reuniones 2.9%, naturaleza 6.4%, sol y playa 2.3%, otras formas de turismo 31.4%, social 2.9%, náutico y de cruceros 0.6 por ciento.

Los recursos se destinaron para los siguientes tipos de proyectos:

- 66.2% para infraestructura y servicios,
- 14.2% para equipamiento turístico,
- 10.4% para la creación de sitios de interés turístico,

- 3.5% para transferencia de tecnologías
- 2.9% acciones en materia de seguridad y protección
- 1.7% para asistencia técnica y servicios relacionados
- 1.0% estudios, diagnósticos e investigaciones
- y el 0.1% para la creación de rutas.

Para contribuir a la diversificación de la oferta turística en México para el ejercicio 2017 a través del PRODERMAGICO, se aprobaron 122 proyectos y una inversión de recursos por 471.8 millones de pesos para su ejecución, para lo cual se suscribieron 30 Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de subsidios en Materia de Desarrollo Turístico con igual número de Entidades Federativas; por lo que se han transferido recursos que representan el 59.4% del total de los recursos comprometidos.

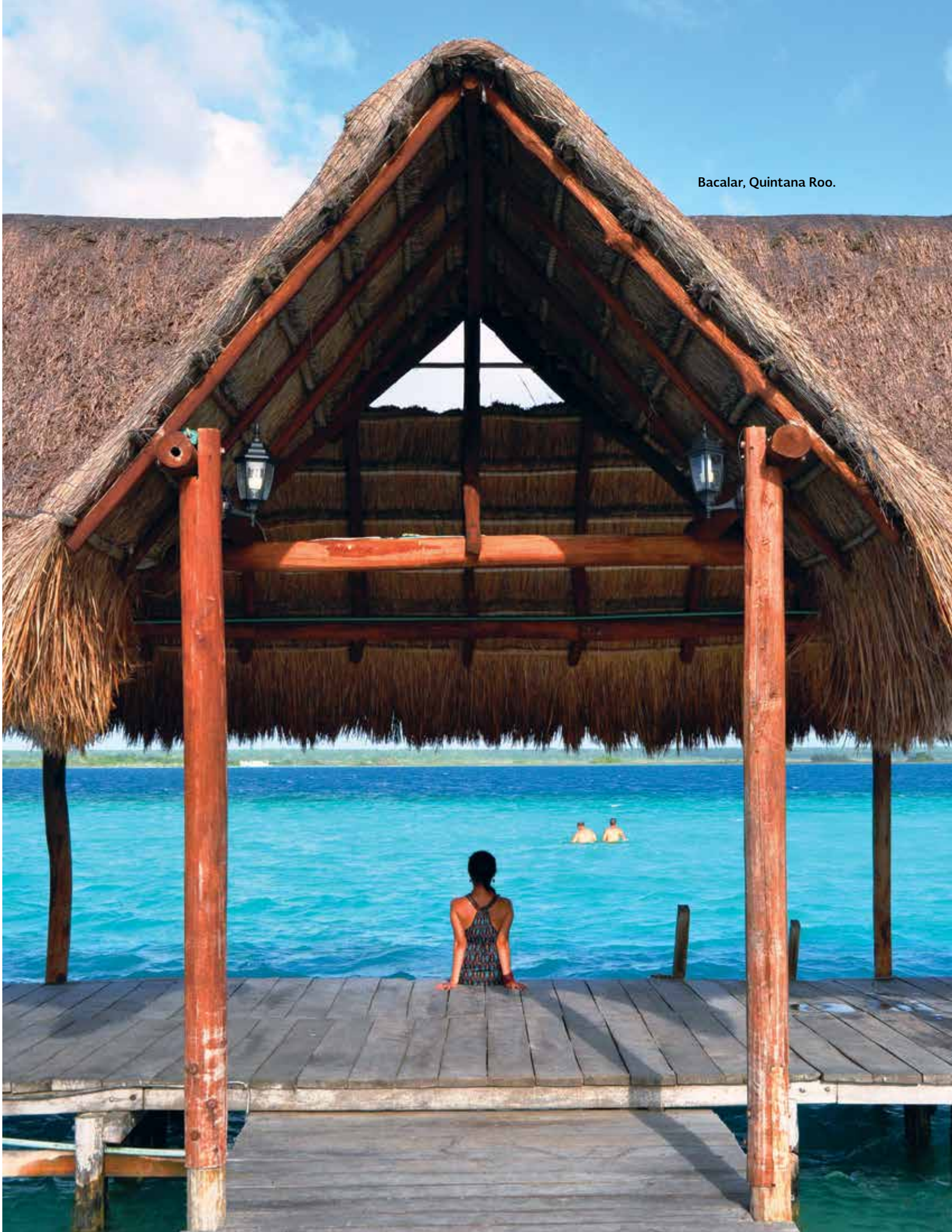
Se entregó el Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico 2017 en ocasión del Tianguis Turístico celebrado en el puerto de Acapulco, seleccionando a 12 prestadores de servicios entre 55 candidaturas de 17 entidades federativas, quienes, a juicio del jurado calificador integrado por funcionarios de la SECTUR, del CPTM y de la industria turística, se hicieron acreedores al premio en sendas categorías de líneas de producto:

Categorías de reconocimiento a la diversificación de Producto Turístico	
Turismo Cultural	Turismo Gastronómico
Turismo de Naturaleza	Turismo de Reuniones
Turismo Médico	Turismo de Cruceros
Bodas y Romance	Turismo LGBT
Turismo Social (Jóvenes, jubilados, adultos mayores y personas con discapacidad)	Desarrollados para Espacios Públicos

Adicionalmente, durante el periodo de reporte se promueve la asistencia técnica a diversos actores de la industria turística a fin de orientarles en el desarrollo de sus proyectos con bases técnicas y metodológicas; en este sentido, se han brindado alrededor de 70 asesorías personalizadas en las diferentes líneas de productos dirigidas a emprendedores, empresarios, funcionarios estatales y municipales de turismo, entre otros actores del sector.

^{9/} Aguascalientes, Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Colima, Durango, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas.

Bacalar, Quintana Roo.



Turismo Cultural

La diversidad y riqueza cultural de México es reconocida como un atractivo importante para el turismo nacional e internacional, que además ofrece amplias posibilidades para la innovación y consolidación de productos turísticos.

Feria Nacional de Pueblos Mágicos Evento estandarte de la cultura mexicana

La tercera Feria Nacional de Pueblos Mágicos en la ciudad de Querétaro, contó con la participación de los 111 Pueblos Mágicos y con la asistencia de más de 90 mil visitantes durante los tres días de realización.

Además de promover la diversificación de productos turísticos a nivel nacional y regional, la feria fomenta la colaboración y coordinación entre el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios.

A través del convenio firmado con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), en el Presupuesto de Egresos de la Federación para 2016 se canalizaron 52.9 millones de pesos para proyectos en zonas indígenas.

De acuerdo con el Convenio de Colaboración con la CFE para la sustitución de las redes eléctricas aéreas por subterráneas (cableado subterráneo) en los principales centros históricos de los destinos con mayor actividad turística, se realizaron 7 proyectos en Pueblos Mágicos y 1 en un destino turístico prioritario, destacando los trabajos en la plaza central de Tepoztlán, Mor., Candela, Coah., y Tijuana y Tecate, B.C.

Para la profesionalización de actores en Turismo Cultural en general, se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Participación en el 453 Aniversario de la Fundación de la Ciudad de Misantla, Ver., impartiendo una conferencia sobre el Turismo en México y el Turismo Cultural el día 19 de enero de 2017.
- Conferencia sobre el Turismo Cultural en México a 40 empresarios del autotransporte de Colombia en colaboración con el grupo ADO, el día 13 de febrero de 2017 en la Ciudad de México.
- Conferencia Características del Turismo Cultural de un Mercado Emisor hacia México, dirigida a prestadores de servicios turísticos, tour operadores y funcionarios estatales y municipales, mediante la

cual conocieron el caso de los destinos con vocación cultural en España y en específico el de Cartagena y la manera en la cual los destinos mexicanos podrían aprovechar esta experiencia; se llevó a cabo en Acapulco, Gro., el día 28 de marzo de 2017.

- Conferencia La Importancia del Desarrollo de Productos Turísticos en el marco del Congreso Iberoamericano de Productos Turísticos INCUBATOUR celebrado en el Estado de México el día 20 de junio de 2017 y dirigido a 250 asistentes: agentes de viajes, operadores receptivos, meeting planners, DMCs, hoteleros, restauranteros, empresarios y emprendedores.
- Las oficinas del CPTM en el exterior han tenido diversas acciones para promover el Turismo Cultural de nuestro país, tal es el caso de la oficina en Berlín, Alemania, que desarrolló actividades orientadas a la promoción del Mundo Maya, en Austria, Alemania y República Checa.
- Se realizó el seminario de lanzamiento de la ruta Mundo Maya-Oaxaca Aero Mayan Pass, el 29 de mayo en Viena, Austria; el dos de junio en Berlín, Alemania y el cinco de junio en Praga, República Checa. En dichos eventos se presentó el nuevo producto Aero Mayan Pass, y la ruta Mundo Maya-Oaxaca ante la industria turística y medios de comunicación. En el marco de estos seminarios se llevó a cabo una muestra gastronómica con platillos auténticos de la región y maridaje de mezcal y tequila, con el objetivo de que los asistentes tuviesen un viaje culinario por los destinos del Mundo Maya y Oaxaca.

La oficina en París, Francia, ha ejecutado las siguientes acciones de promoción de Mundo Maya:

- Mesa Redonda Sobre México, el 20 de abril en Ámsterdam, Holanda y Seminario para tomadores de decisiones de alto nivel de la industria turística holandesa (Tenzing Travel, Travel Trend, KLM, Travel Pro, Travelution y Aeroméxico Francia), con énfasis en Mundo Maya y Vallarta-Nayarit.
- Seminario para Especialistas en Turismo de Lujo, el 26 de abril en Bruselas, Bélgica, enfocado a 30 asistentes del segmento de lujo de ese país. Junto con los sitios arqueológicos se hizo especial énfasis en productos tales como las haciendas en Campeche y Yucatán, el hotel Chablé y las propiedades de AM Resorts, entre otros.
- Viaje de Familiarización L'Échappée Maya, del 21 al 27 de mayo, a Quintana Roo. Este ha sido el viaje de familiarización más grande de la historia de la

promoción turística de México en Francia, con la participación de 40 agentes de viajes seleccionados y 4 periodistas de industria. El viaje se realizó en colaboración con XL Airways, Empreinte y AM Resorts. En el marco del mismo, se llevó a cabo un seminario sobre México con énfasis en Mundo Maya. Se visitaron los sitios arqueológicos de Cobá y Tulum.

- Ciclo de Seminarios – Workshops en Francia, organizado en las dos más importantes ciudades emisoras de turistas hacia México: Lyon el 6 de junio, donde asistieron 62 agentes de viajes y 16 compañías expositoras; y en París el 8 de junio, con la asistencia de 175 agentes de viajes, miembros de la industria turística y medios de comunicación, con 19 expositores.

Se han desarrollado visitas de reconocimiento a destinos tradicionales mostrando nuevas alternativas de actividades culturales que sirvan de insumos a operadores de viajes para renovar sus productos y así vincularlos con productos culturales para procurar prolongar la estadía

del turista en los destinos e incrementar su derrama económica:

- Un viaje de familiarización de 20 agencias de viajes VIP de la alianza CCRA (*Computerized Corporate Rate Association*) Travel Commerce Network de Estados Unidos que visitó la Ciudad de México, Taxco, Valle de Bravo y Tepetzotlán del 25 al 30 de septiembre de 2016.
- Un viaje de reconocimiento a Taxco con 13 ejecutivos de 8 empresas operadoras de turismo receptivo celebrado del 21 al 23 de octubre de 2016.
- Tres viajes de familiarización de Turismo Religioso a los estados de Aguascalientes, Jalisco y Guanajuato en el que participaron 12 empresas nacionales operadoras de turismo receptivo, mismos que se llevaron a cabo durante tres fines de semana del mes de noviembre de 2016.
- Del 30 de marzo al 6 de abril de 2017 otro viaje de familiarización visitando sitios religiosos del Estado y Ciudad de México, Guanajuato, Michoacán y



Palenque, Chiapas.

- Oaxaca, para 17 operadores de viajes de Argentina, Bolivia, Colombia, El Salvador, Estados Unidos, Filipinas, Francia, Guatemala, Panamá y Perú.
- Por otro lado, el 28 de junio de 2017 en la Ciudad de México, se realizó un Taller-Presentación de los Nuevos Productos Turísticos Culturales del Estado de Morelos dirigido a operadores de viajes de turismo receptivo contando con la asistencia de 30 propietarios y directivos de 16 empresas.
 - Se suscribió un Convenio Marco de Concertación de Acciones con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial para fortalecer el desarrollo turístico integral en estas 10 Ciudades^{10/}.

Considerando que el Turismo Religioso en México es una oportunidad para la diversificación del producto turístico, se han llevado a cabo acciones de profesionalización y gestión del conocimiento de esta categoría del Turismo Cultural, entre las que se cuentan:

- Conferencia ¿Cuál es la situación del Turismo Religioso en México? en el marco del VIII Encuentro de la Pastoral de Turismo en Celaya, Gto., el 14 de octubre de 2016.
- Conferencia Experiencia en el Impulso, Promoción y Comercialización del Turismo Religioso en el Mundo, ofreciendo a prestadores de servicios turísticos, tour operadores y funcionarios estatales y municipales, entre otros, la oportunidad de conocer los requerimientos de atención de este tipo de turismo que tiene características específicas. Se llevó a cabo el 29 de marzo de 2017, en Acapulco, Gro.
- Participación el día 4 de abril de 2017 en el Seminario: El Arte Sacro, Origen y Actualidad, organizado por el Patronato del Museo de Arte Sacro de Querétaro, con una conferencia sobre el Turismo Cultural de México, la estrategia de la SECTUR en Turismo Religioso y presentación de casos de éxito del Arte Sacro en España e Italia, dirigido a 36 miembros de los sectores académico, turístico y empresarial.

Los Cabos, Baja California Sur.



- Intervención en el IX Encuentro de Pastoral de Turismo celebrado en Moroleón, Gto., del 10 al 13 de julio de 2017 con las ponencias Comportamiento del Turismo en México y ¿Quién es un Guía de Turismo Actualmente?
- Asimismo, se impartieron cuatro Talleres de profesionalización para actores locales y regionales del Turismo Cultural y Religioso, para la innovación y el aprovechamiento sustentable del patrimonio cultural en destinos turísticos, en los siguientes sitios: Aguascalientes (21 de octubre, 2016), Cd. de México (28 de octubre, 2016), San Juan de los Lagos (11 de noviembre, 2016) y Silao (18 de noviembre, 2016). Tuvieron cobertura regional logrando profesionalizar a 148 personas entre prestadores de servicios turísticos, funcionarios federales, estatales y municipales de turismo, consultores especializados en turismo, así como integrantes de los Comités Pueblos Mágicos; la finalidad de estos talleres es formar capacidades prácticas en los actores locales, para el desarrollo de productos turísticos a partir del patrimonio cultural religioso.

Turismo de Naturaleza

Mediante el Programa Especial Concurrente (PEC), en el ejercicio fiscal 2016 se apoyaron 11 proyectos de turismo de naturaleza por un monto de 81.29 millones de pesos, dentro de los cuales destacan los siguientes:

- Rehabilitación del embarcadero para avistamiento de ballena gris en Puerto López Mateos, Comondú, BCS.,
- 1ª Etapa de Construcción del centro interpretativo en la reserva de la sierra de Álamos y río Cuchujaqui (avistamiento de aves), Álamos, Son.,
- 2ª Etapa de la Construcción de la zona gastronómica y artesanal del Santuario de la Mariposa Monarca, ejido del Rosario, Ocampo, Mich.

Para el ejercicio 2017 al PEC se aprobaron recursos por un monto de 56.04 millones de pesos para proyectos de turismo de naturaleza.

A través del convenio firmado con la CONANP y para el ejercicio 2016 a través del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), se apoyaron 5 proyectos teniendo una aportación federal de 35.3 millones de pesos, por parte de los Estados 14.1 millones de pesos, detonando recursos por un total de 49.5 millones de pesos. Los proyectos fueron los siguientes:

Nombre del Proyecto	Monto Federal	Monto Estatal	Monto Detonado
1.- Construcción de actividades de aventura en Parque Ecoturístico Cola de Caballo. Santiago, NL	4,792,000.00	1,198,000.00	5,990,000.00
2.- 2ª Etapa de la construcción de la Zona Gastronómica y Artesanal del Santuario de la Mariposa Monarca. Ejido del Rosario, Ocampo, Michoacán.	9,296,432.15	5,000,000.00	14,296,432.15
3.- Reutilización del paradero turístico Macheros, Ejido El Capulín, Donato Guerra, Edo. México.	490,732.85	490,732.85	981,465.70
4.- 1ª Etapa de construcción del Centro Interpretativo en la Reserva de la Sierra Álamos y Río Cuchujaqui (Avistamiento de Aves), Álamos, Sonora.	7,500,000.00	7,500,000.00	15,000,000.00
5.- Mejoramiento de imagen del Acceso al Sitio Arqueológico de Calakmul, Campeche.	13,300,000.00		13,300,000.00
Total	35,379,165.00	14,188,732.85	49,567,897.85

Para el 2017 y a través del PRODERMAGICO, se apoyan 5 proyectos de naturaleza teniendo una aportación federal de 22.5 millones de pesos y 24.2 millones de pesos por parte de los estados, detonando recursos por un total de 46.7 millones de pesos, para los siguientes proyectos:

- 2ª Etapa de Mejoramiento de Acceso al Sitio Arqueológico de Calakmul. Campeche.
- Rehabilitación de imagen urbana del centro histórico Metztlán, Hidalgo.
- 3ª Etapa de la Construcción de la zona gastronómica y artesanal del santuario de la mariposa monarca. El Rosario, Ocampo, Michoacán.
- 1ª Etapa Parque Cancún (camino de acceso y ciclista), Quintana Roo.
- Parador turístico de Yum Balam (Chiquilá), Quintana Roo.

Con el objetivo de contribuir a impulsar el Turismo de Naturaleza en el país, se conformó el Grupo de Trabajo

Intersectorial de Turismo de Naturaleza en el Sector Turismo, el cual ha sesionado en cinco ocasiones (10 y 24 de agosto, 20 de septiembre, 4 de octubre de 2016 y el 3 de agosto de 2017, teniendo las siguientes acciones/logros:

- Integración del Catálogo Nacional de Productos de Turismo de Naturaleza, el cual contiene información de un poco más de 600 productos turísticos, distribuidos en toda la República Mexicana.
- En el mes de abril de 2017, se concluyó el proyecto de Estrategia de Impulso al Turismo de Naturaleza en México, documento rector que tiene como objetivo establecer las directrices institucionales e intersectoriales para el desarrollo del segmento, así como promover la alineación entre las etapas de planeación, desarrollo de productos, comercialización y promoción del producto de turismo de naturaleza. Actualmente el documento se encuentra en revisión por parte de los integrantes del Grupo de Trabajo.
- En los meses de mayo y junio de 2017 se llevaron a cabo reuniones de trabajo con representantes de las secretarías de turismo estatales de Colima, Baja California, Tabasco, Campeche, Chihuahua e Hidalgo, con el propósito de integrar agendas de facilitación e iniciar con los trabajos en el diseño de planes de acción de turismo de naturaleza estatales que contribuyan al desarrollo y fortalecimiento de productos turísticos para dicho segmento en las entidades federativas señaladas.
- Con el propósito de contribuir al desarrollo de productos de turismo de naturaleza en Pueblos Mágicos, particularmente en zonas o comunidades indígenas, el 29 y 30 de mayo, y el 5 de junio de 2017, se promovió la participación de la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI) en los Talleres de Desarrollo de Productos de Pueblos Mágicos, particularmente en las ciudades de Campeche, Mérida y Oaxaca.
- En los meses de mayo y junio de 2017, y con el apoyo de las secretarías de Turismo Estatales de Colima, Tabasco, Baja California y Chihuahua, se integró información de productos turísticos de naturaleza consolidados para dichas entidades; lo anterior con el propósito de iniciar los trabajos para el diseño de una campaña de promoción turística por parte del Consejo de Promoción Turística de México.
- En el mes de junio de 2017, se incorporó la oferta de turismo de naturaleza en las plataformas: Atlas Turístico de México y Viajemos Todos por México.

Como parte de las acciones de apoyo al Turismo de Naturaleza, se trabaja en acciones orientadas al fortalecimiento integral de los destinos turísticos claramente identificados con esta línea de producto. En el periodo 2013-2016 la inversión directa de la SECTUR alcanzó los 548.6 millones de pesos.

Al Programa Especial Concurrente (PEC) se apoyaron durante 2016, proyectos de turismo de naturaleza por un monto de 400 millones de pesos.

A través del convenio de colaboración formalizado entre la Secretaría de Turismo y la Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas (CDI), en el 2016 se apoyaron 41 proyectos en comunidades indígenas de los Estados de: Guerrero, Estado de México, Hidalgo, Oaxaca y Yucatán, por un monto de 52.9 millones de pesos.

Estado	Num. Proyectos	Monto
Guerrero	6	8,100,000.00
Hidalgo	5	6,750,000.00
México	4	4,650,000.00
Oaxaca	11	14,356,708.00
Yucatán	15	19,050,050.00
Total	41	52,906,758.00

Para el ejercicio 2017, se formalizó el convenio de colaboración SECTUR-CDI, cuyo objeto es el destinar los recursos que aportará la Secretaría al fondo de garantías simples denominado FONACI, para consolidar proyectos y/o procesos de servicios turísticos a través de créditos y sus respectivas garantías líquidas. La SECTUR, aportará 12 millones de pesos.

En el tema de Turismo de Naturaleza se continúa impulsando la profesionalización de actores de esta línea de producto, así como su comercialización, mediante la participación en Adventure Next en San Luis Potosí, del 30 de noviembre al 2 de diciembre de 2016, dirigido a profesionales de la industria cuyo propósito principal es el hacer negocios y posicionar al país como un destino de aventura y naturaleza.

Se ha avanzado en la estrategia de generación de indicadores de desempeño de la industria de reuniones a través del sistema DATATUR estableciendo una mesa de trabajo con el Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR).



Según datos de la *International Congress and Convention Association* (ICCA, por sus siglas en inglés), en 2016 México mejoró su posición como país receptor de congresos internacionales según los criterios establecidos por dicha asociación, pasando del lugar 22 al 21.

En el marco del evento denominado *Global Meetings Industry Day*, celebrado simultáneamente en diversos países, se suscribió el Acuerdo de Voluntades para la Realización del XXIV Congreso Nacional de Turismo de Reuniones, Guadalajara 2017, entre las partes del Comité Organizador: la SECTUR, el CPTM, el Gobierno de Jalisco y el consejo Mexicano de la Industria de Reuniones COMIR, en el que se transferirá a este último organismo la responsabilidad de encabezarlo en lo sucesivo, en reconocimiento a la madurez de la industria y a su decisión de agruparse en un sólo organismo interlocutor de las asociaciones que forman parte de ella y que tendrán responsabilidades de acuerdo a su naturaleza y experiencia profesional.

En conjunto con el Consejo de Promoción Turística de México, se pusieron en marcha dos acciones estratégicas para la atracción de eventos de reuniones internacionales: El programa Embajadores, que contará con la participación de líderes mexicanos de diversas industrias que participan en asociaciones internacionales, y el Comité de Postulaciones, que atenderá solicitudes de apoyo para la postulación de destinos nacionales como sede de eventos internacionales que tengan la posibilidad de celebrarse en México y que resulten estratégicos por su importancia mediática, por el número de visitantes que atraigan, o por la derrama económica que generen.

Del 2 al 4 de agosto de este año se llevó a cabo en Guadalajara el Congreso Nacional de Turismo de Reuniones,

con la participación de más de 500 profesionales de la industria; por primera vez se dispuso de un piso de exhibición de proveedores de la industria y también de manera inédita se contó con la visita de planificadores de eventos internacionales, además de la estructura de conferencias, seminarios, talleres y citas de negocio.

Turismo de Reuniones, Congresos y Convenciones

El Turismo de Reuniones comprende diferentes tipos de eventos de negocios tales como: Congresos, Convenciones, Viajes de Incentivo y exposiciones, eventos que tienen un extraordinario potencial para incrementar la derrama económica del turismo internacional en nuestro país.

Esta industria tiene una alta participación de proveedores, por lo cual sus beneficios llegan no solo a los servicios turísticos convencionales; sino que incluyen una amplia diversidad de ramas económicas.

En apoyo a los destinos turísticos para atraer más congresos internacionales, al cierre del 2016, se logró apoyar 36 candidaturas de eventos internacionales, con el fin de generar mayor flujo de visitantes de congresos extranjeros a México, destacando los siguientes eventos ganados: XXIII Congreso Latinoamericano de Estudiantes de Ingeniería Química & Carreras Afines 2017; *Students Energy Summit* 2017; Congreso de la Asociación Latinoamericana de Tórax 2018; Congreso Internacional Estético Holístico 2016; XXVIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de la Papa 2018 y el XXIV Congreso Latinoamericano de Optometría y Óptica 2018; lo que generará alrededor de 4,800 visitantes al país y una derrama económica de aproximadamente 213 millones de pesos.

Durante 2016, se realizaron en México 182 congresos internacionales, lo que nos coloca en el lugar número 21 del ranking internacional, un lugar arriba del ocupado en 2015, como destino de congresos internacionales. Los congresos internacionales generaron la visita de 97,559 turistas internacionales, con un gasto aproximado de 170 millones de dólares.

Con el fin de proyectar a México como un destino ideal para eventos de negocios; en 2016 se concretaron 5 alianzas internacionales, con organizaciones clave de la Industria de Turismo de Reuniones tales como: Professional Convention Management Association (PCMA), Meetings Professional International (MPI), American Society of Association Executives (ASAE), International Association of Exhibitions and Events (IAEE), así como con la empresa HelmsBriscoe, que es el organizador número uno del mundo. Dichas alianzas permitieron tener presencia de marca México en eventos importantes, ante 110 mil tomadores de decisiones y compradores potenciales.

Para impulsar la promoción y comercialización de la oferta de reuniones y destinos especializados, bajo el paraguas de la Marca México, se participó en el último trimestre del 2016 en 3 eventos internacionales especializados en turismo de reuniones: IMEX America en Las Vegas, ibtm world (Incentives and Business Travel Meeting) en Barcelona y Expo! Expo! 2016 IAEE en Los Ángeles, acompañados de 113 empresas y destinos nacionales que presentaran su oferta antes compradores internacionales.

En el 2017 se ha dado continuidad a los esfuerzos promocionales y se ha participado en las plataformas de promoción más importantes en países como Alemania, Uruguay, Colombia y Estados Unidos.

En materia de postulación de congresos internacionales de enero a agosto 2017, se han ganado 41 congresos internacionales para México que se llevarán a cabo del 2017 al 2025 y que representan una derrama aproximada de 224 millones de dólares.

En el periodo de reporte se puso en marcha el Programa Nacional de Embajadores de Turismo de Reuniones, donde se identificaron más de cien líderes de diferentes industrias, que están postulando a México como destino de algún congreso internacional. En su conjunto representan:

- 99 Congresos Internacionales potenciales para México
- Alrededor de 260 mil visitantes potenciales durante los años 2018 al 2028
- Derrama potencial de casi 408 millones de dólares

A este grupo de profesionales se les está apoyando con la gestión del Gobierno Federal para robustecer sus candidaturas y poder concretar este potencial de negocio para los diferentes destinos de México.

Entre los congresos de alto calibre que se postulan cabe mencionar los siguientes:

- International Society for Prosthetics and Orthotics World Congress 2021
- 25th World Congress of Dermatology 2023
- 23rd International AIDS Conference 2020
- 12th World Congress of the Econometric Society 2020
- 63rd UIA Congress de la Unión Internacional de Abogados 2019
- 11th Congress of the World Society of Reconstructive Microsurgery 2021
- 17 Latin America Thyroid Society Congress 2019
- VI Congreso Iberoamericano de Medicina Familiar y Comunitaria 2019

Estrategia Nacional de Impulso al Turismo Médico

En virtud de los cambios propuestos al sistema de salud en los Estados Unidos, se realizó en el primer trimestre del año un ejercicio de investigación y búsqueda de información en ciudades clave de ese país, para la construcción de escenarios de participación de

El turismo médico, un segmento generador de alta derrama económica

Se instaló el Consejo Consultivo de Turismo Médico, con la participación de representantes de dependencias del gobierno federal, estatal, organismos empresariales del sector privado e instituciones académicas y de investigación con pertinencia en la materia, como mecanismo de consulta para la SECTUR que integra los actores clave y sus propuestas para ser integrados en la planeación, diseño, instrumentación, control y evaluación de acciones y políticas públicas en materia de impulso al segmento.

México en el mercado de turismo médico, que incluyó reuniones y entrevistas con presidentes de agrupaciones empresariales, altos ejecutivos de aseguradoras, facilitadoras e intermediarios de servicios de salud, legisladores, académicos, investigadores, diplomáticos y líderes de opinión, del que se obtuvieron valiosos hallazgos para fundamentar la estrategia de impulso al turismo médico y aprovechar cabalmente el área de oportunidad que se genera para nuestro país.

En julio de 2017 se instaló el grupo de trabajo de turismo médico de alto valor con el objetivo de acceder al mercado de volumen constituido por los grandes empleadores, corporativos y coaliciones de salud en los Estados Unidos. En este grupo participan directores generales de hospitales con capacidad de camas, quirófanos y unidades clínicas de consulta, además de contar con las certificaciones y acreditaciones a nivel nacional e internacional que sustenten la práctica de servicios médicos para pacientes internacionales y garanticen su calidad de acuerdo a estándares reconocidos mundialmente.

Se realizaron más de diez presentaciones de la Estrategia de Impulso al Turismo Médico ante públicos diversos, destacando entre estos eventos la participación en el Congreso de Turismo Médico celebrado en Ciudad Juárez; el ciclo de conferencias Producto turístico, una

visión al futuro, en Zacatecas; el foro Baja Health and Wellness Forum, en Tijuana; y las presentaciones ante clústeres de turismo médico en Chihuahua, Tamaulipas, Quintana Roo y Jalisco, entre otros.

Se creó un grupo de trabajo independiente del de turismo médico para atender las necesidades específicas e impulsar el desarrollo del turismo de bienestar, de residencias para retirados y adultos mayores y sus líneas de convergencia, como la atención de los requerimientos de salud para expatriados y extranjeros y residentes temporales en México.

Turismo de Bodas y Romance

Se suscribieron cuatro Agendas de Cooperación en materia de capacitación denominado *Destination Wedding Specialist Certification*, con las Secretarías de Turismo de los Estados de Guanajuato, Michoacán, Jalisco y Sinaloa.

De manera conjunta con el Consejo de Promoción Turística de México se ha dado continuidad al plan de capacitación denominado *Destination Wedding Specialist Certification* que cuenta con el aval de la Asociación Internacional de Profesionales de Bodas (AFWPI por sus siglas en inglés) dirigido a los prestadores de servicios asociados a la proveeduría de los eventos denominados Boda-Destino.



Cozumel, Quintana Roo.

En este marco, se suscribieron cuatro Agendas de Cooperación en materia de capacitación denominado Destination Wedding Specialist Certification, con las Secretarías de Turismo de los Estados de Guanajuato, Michoacán, Jalisco y Sinaloa.

En el período comprendido entre septiembre de 2016 y agosto de 2017, se han realizado 5 eventos de capacitación en los que participaron más de 100 prestadores de servicios de Querétaro, Michoacán, Puerto Vallarta, Guanajuato, Mazatlán y la Riviera Maya.

México se posiciona como un país líder en el segmento de bodas y romance

Por primera vez, México obtuvo la designación de sede del congreso de la Association of Bridal Consultant (ABC). La ABC es una de las principales asociaciones de Bodas y Romance de Estados Unidos, el congreso tendrá lugar en la Riviera Maya en el mes de noviembre del 2017.

Así mismo, en mayo 2017, se logró ganar el Congreso Internacional de Wedding Planners (DWP) para México como sede en el 2018, el evento se llevará a cabo en Los Cabos, en donde participarán Wedding Planners de más de 67 países.

En el marco del Tianguis Turístico en el mes de marzo de 2017, se contó con la participación de Wedding Planners de 24 nacionalidades, destacando los siguientes países como asistentes por vez primera a este evento: Islas Caimán, Jamaica, Montenegro, Tanzania y Zimbabue. En conjunto con el CPTM se impartió una conferencia a los participantes del Wedding and Romance Congress en el marco del evento IBTM Latin America 2016, en centro Banamex con la conferencia, México, Sí a un sinnúmero de posibilidades románticas.

En el marco del Tianguis Turístico celebrado en Acapulco, se llevó a cabo un viaje de familiarización en el que participaron 16 compradores internacionales especializados en turismo de romance.

Turismo de Cruceros

En conjunto con el Gobierno de Yucatán se obtuvo la sede para celebrar en Mérida la Asamblea y Conferencia

Anual de la Florida-Caribbean Cruise Association (FCCA), que se llevará a cabo en octubre de este año, esperando a más de 500 delegados de los Estados Unidos y los estados del Caribe, evento en el que se presentará la oferta turística de los destinos mexicanos de cruceros.

Del 13 al 16 de marzo de 2017 se participó en Seatrade Cruise Global, en Fort Lauderdale, FL. E.U.A., que es la feria más importante de la industria de cruceros con 16 expositores de los estados de Campeche, Colima, Sonora, Yucatán y Quintana Roo, así como las Administradoras Portuarias Integrales (API's) de Puerto Peñasco, Ensenada, La Paz-Loreto, Mazatlán, Puerto Vallarta, Progreso, Cozumel, Puerto Chiapas, Campeche, Manzanillo y Acapulco.

A partir del Tianguis Turístico celebrado en Acapulco se trabaja con los gobiernos estatales de Veracruz, Tamaulipas, Tabasco, Campeche y Yucatán en una estrategia dirigida a las empresas navieras para desarrollar una ruta en el Golfo de México que incluya escalas en los puertos y destinos turísticos de dichas entidades.

Segmentos Especializados Turismo LGBT

La Secretaría de Turismo ha fortalecido su compromiso con la inclusión y la diversidad de las personas, articulando acciones con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), los gobiernos de los estados y los prestadores de servicios turísticos interesados en atraer y atender visitantes de las colectividades LGBTTI. Se continúa el trabajo para consolidar el producto turístico adaptado a las nuevas tendencias de consumo para el colectivo LGTB (Lésbica, Gay, Bisexual y Transexual), segmento importante del mercado turístico con un gran potencial para generar derrama económica, posicionando a México como el primer destino LGBTTTI (lésbico, gay, bisexual, travesti, transexual, transgénero e intersexual) a nivel internacional.

De septiembre de 2016 a agosto de 2017, se han realizado las siguientes acciones:

- En el marco del Congreso LGBT realizado el 9 de septiembre de 2016, se llevó a cabo un seminario en la Ciudad de México conjuntamente con empresarios, capacitándose a 10 agentes para armar productos turísticos para el segmento LGBT.

- Se participó en el LGBT CONFEX del 26 al 27 de octubre, espacio de encuentro para los profesionales y proveedores de la comunidad LGTB, realizado en la Ciudad de México, con una presentación titulada Destinos de México enfocados al mercado LGBT y en el marco de la exposición LGBT Expo, se promovieron los destinos Morelos, Oaxaca, Veracruz y Ciudad de México y sus atracciones turísticas para el segmento LGBT.
- Se participó en el trade show LGTB que se llevó a cabo en Sacramento, California, el 5 de marzo, dándose a conocer la oferta turística en Puerto Vallarta del sector LGBT. Asistieron alrededor de 50 expositores de nivel internacional.
- Se llevó a cabo un viaje de familiarización a Milpa Alta el 23 de enero y a Morelos el 6 y 8 de marzo, organizado por SECTUR y CPTM para dar a conocer la oferta turística para el sector LGBT, invitando a agentes de viajes promotores de la oferta turística en México.
- Por primera vez se participó en la Convención Anual de la International Gay & Lesbian Travel Association realizada, del 4 al 6 de mayo, en St. Petersburg, Florida, para dar a conocer los destinos LGBT de México.
- El LGBT WEEK, se realizó en Nueva York del 16 al 17 mayo, en el que se participó para dar a conocer los distintos destinos turísticos de México en el sector LGBT, realizándose networking.
- El 6 de junio de 2017 se llevó a cabo el webinar The LGBT Strategy for México organizado por el medio Travel Weekly en Nueva York y dirigido a agentes de viajes interesados y/o especializados en el segmento LGBTQ A través del webinar en vivo, se capacitaron en línea a 450 agentes interesados en promocionar destinos turísticos en México con una oferta LGBTQ.
- En conjunto con el Consulado General de México en Nueva York, se participó con presencia de la marca MÉXICO en el 'NYC Pride Parade 2017' (Desfile del Orgullo Gay) de la Ciudad de Nueva York, el 25 de junio. Se estima que 2,000,000 de personas estuvieron presentes en las calles de Nueva York apoyando y presenciando el Desfile del Orgullo Gay que recorrió la 5ta Avenida.
- En el marco de Tianguis Turístico de Acapulco, se presentó el segundo pabellón LGBT con la participación de los destinos Oaxaca, Morelos, Puerto Vallarta y Guadalajara, así como prestadores de servicios de la iniciativa privada, los cuales dieron a conocer los productos turísticos especializados para este mercado. Para los prestadores de servicios turísticos y los destinos de México, se impartió una conferencia internacional y una nacional enfocada al turismo LGBT para operadores de viajes y mayoristas.

Se suscribieron cuatro Agendas de Cooperación en materia de capacitación denominado Plan de Estandarización de Contenidos del Destino y Acreditación de estándares de producto y servicio de los Profesionales de la Industria Turística orientados al mercado LGBT, con las Secretarías de Turismo de los Estados de Oaxaca, Michoacán, Puerto Vallarta y Tlaquepaque. Y dos agendas de cooperación para llevar a cabo los viajes de familiarización con Ciudad de México y Morelos

Turismo Deportivo

Del 19 al 21 de octubre de 2016 se celebró en Monterrey la primera edición del Congreso de Turismo Deportivo, organizado por la SECTUR, el CPTM y el gobierno de Nuevo León, registrando más de 500 participantes entre funcionarios gubernamentales, presidentes y representantes de federaciones y asociaciones deportivas, OCV's, organizadores de eventos, marcas patrocinadoras y estudiantes.



Mazatlán, Sinaloa.

IV.3. Promover Altos Estándares de Calidad en los Servicios Turísticos

Sistema Nacional de Certificación Turística

Se llevaron a cabo 9 inducciones sobre el Manual de Operación de las Unidades Promotoras de la Calidad y Sustentabilidad de los Servicios Turísticos (UPCSTT) a empresas consultoras candidatas a participar como órganos de operación en el Sistema Nacional de Certificación Turística (SNCT). Esta inducción sirve como referente para llevar a cabo su proceso de certificación en el EC0687 Prestación de servicios de consultoría del SNCT. Se capacitaron a 61 consultores de las entidades de Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Ciudad de México, Colima, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.

De enero de 2016 a junio de 2017 se han llevado a cabo 260 pruebas piloto del Sistema Nacional de Certificación Turística a través de la aplicación de guías de evaluación en los subsectores de: agencias de viajes; alimentos y bebidas; arrendadora de autos; campo de golf; convenciones, ferias y exposiciones; guía de turistas especializados en buceo; guías de turistas generales y locales; hospedaje; marinas y embarcaciones turísticas; spa; transporte aéreo; y transporte terrestre, en las entidades de Baja California Sur, Campeche, Chihuahua, Ciudad de México, Colima, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas. Como resultado de este proceso el 11% no obtuvo nivel; el 17 obtuvo bronce; el 16 % obtuvo plata, el 19% obtuvo oro; el 14% obtuvo platino; y el 23% obtuvo diamante.

El 23 de enero de 2016 se realizó una presentación del SNCT en el marco de la Reunión Nacional de Instructores de la Federación Mexicana de Actividades Subacuáticas 2016 en la Ciudad de México, asistiendo 100 guías de turistas especializados en buceo.

Del 11 al 13 de marzo de 2016 se expuso el SNCT en el marco de la Segunda Asamblea de la Asociación

Mexicana de Agencias de Viajes celebrada en Valle de Bravo, Estado de México, con la asistencia de 50 empresarios.

El 17 de marzo de 2016 se explicó el SNCT a prestadores de servicios turísticos de agencias de viajes y tour operadoras, en el marco de la Toma de Protesta del Comité Directivo 2016-2017 del CONEXSTUR, con la asistencia de los secretarios de Turismo de los estados de Guanajuato y Puebla.

El 20 de abril de 2016 se expuso el SNCT, así como los avances de los trabajos para el diseño del estándar de competencias del grupo técnico de expertos en agencias de viajes, en el marco de la Cuarta Asamblea de Comercialización Metropolitana de Agencias de Viajes celebrada en la Ciudad de México, con la asistencia de 60 empresarios.

El 26 de mayo de 2016, se realizó una presentación del SNCT y se explicó el proyecto de Lineamientos para la operación del SNCT en el marco de la Sesión del Consejo de la Asociación de Directores de Cadenas de Restaurantes DICARES, con la asistencia de directores generales de cadena de restaurantes, el día 26 de mayo en la Ciudad de México.

En el seno de la inauguración del Congreso Latinoamericano de SPA 2016 en la Ciudad de México, el día 27 de mayo de 2016 se llevó a cabo una presentación sobre el SNCT, con la asistencia de 500 personas.

El día 26 de septiembre de 2016 se llevó a cabo, en coordinación con la Dirección General de Centro de Formación para el Trabajo de la SEP, una videoconferencia sobre el SNCT dirigida a 199 directores de los planteles a nivel nacional de los Centros de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI).

Los días 28, 29 y 30 de noviembre de 2016 se asistió a la Semana de la Calidad Turística en las ciudades de Bogotá, Armenia y Medellín para presentar el Sistema Nacional de Certificación Turística. Este evento fue organizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

El día 25 de enero de 2017 se asistió a la Primera Reunión de la Comisión de Turismo 2017 de la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y

Turismo (CANAPAT) en la Ciudad de México, donde se expuso el SNCT, asistiendo 30 empresarios filiales.

El día 26 de mayo de 2017 se asistió al Congreso Latinoamericano de Spa 2017 participando en el Foro de Políticas Normativas y Académicas en la Industria Spa, donde se expuso el SNCT. Asistieron 600 personas del sector, procedentes de varios estados de la República Mexicana, y de países como Colombia, Venezuela, Chile, Costa Rica, España, Argentina y Francia, entre otros.

En el marco del evento de entrega de reconocimientos Green Key, a tres hoteles de Grupo Posadas, el 7 de abril de 2017 se difundió el SNCT.

En conjunto con la Dirección General de Capacitación, Adiestramiento y Productividad Laboral de la STPS, se diseñó un folleto que contiene algunos programas de esta dependencia, en materia de capacitación y profesionalización para los prestadores de servicios turísticos que se adhieran en el SNCT (Formación de Agentes Multiplicadores, Programa de Capacitación a Distancia para Trabajadores y Capacitación para Incrementar la Productividad).

En colaboración con la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), se diseñó el Manual para los Organismos Dictaminadores del SNCT, así como su esquema de reconocimiento y evaluación.

Programa Nacional de Verificación Turística

Con el propósito de impulsar el cumplimiento normativo por parte de los prestadores de servicios turísticos en las modalidades de hospedaje, agencias de viajes y guías de turistas, buscando elevar la calidad y competitividad de la industria, la SECTUR consolidó el Programa Nacional de Verificación Turística.

De septiembre a diciembre de 2016 se efectuaron 882 visitas de inspección y vigilancia, que tuvieron por objeto revisar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas NOM-07-TUR-2002, NOM-08-TUR-2002 y NOM-010-TUR-2001, en los destinos y Pueblos Mágicos con mayor afluencia de visitantes.

Se lleva a cabo la ejecución del Programa Nacional de Verificación Turística 2017 que comprende 1,027 verificaciones a prestadores de servicios turísticos en las modalidades de campamentos, establecimientos de hospedaje, agencias de viaje, guía de turistas, guías de

turistas especializados, turismo de aventura y operadoras de buceo, para comprobar el cumplimiento de todas las Normas Oficiales Mexicanas en materia turística, NOM-06-TUR-2009, NOM-07-TUR-2002, NOM-08-TUR-2002, NOM-09-TUR-2002, NOM-010-TUR-2001, NOM-011-TUR-2001 Y NOM-012-TUR-2016

Calidad y Certificación Turística

En materia de certificación turística y a fin de elevar la calidad y competitividad de los prestadores de servicios turísticos, del 1 de septiembre de 2016 al 31 de julio de 2017, se beneficiaron 7,562 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas que cumplen con las mejores prácticas en el manejo higiénico de alimentos, gestión empresarial, sustentabilidad y turismo premium.

Adicionalmente, 112 empresas finalizaron los procesos de fortalecimiento, seguimiento y nuevo ingreso al Programa Tesoros de México, 17 restantes se encuentran en proceso de fortalecimiento; con ello se pretende alcanzar 129 empresas comprometidas con la excelencia turística del país.

Con objeto de incrementar el número de empresas certificadas a través de los Programas de Calidad, durante 2016 se gestionaron recursos hasta por 50 millones de pesos para apoyar a las MIPYMES turísticas que estén interesadas en incorporar mejoras en la calidad de sus servicios turísticos de las cuales 270 han sido beneficiadas con un monto de más de 7 millones de pesos.

Especialización de los prestadores de servicio Diseño e implementación de sellos y certificaciones para segmentos especializados

Se acreditaron exitosamente 54 empresas que participaron en la prueba piloto del proyecto Alineación de Estándares a segmentos especializados: China, Musulmán, Salud e Inclusión; al mismo tiempo, se llevó a cabo el lanzamiento de los sellos Cerca de China y Turismo Incluyente, donde se entregaron los reconocimientos a empresas en 13 entidades de la República participantes.*

* Baja California, Chihuahua, Ciudad de México, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Quintana Roo, Sonora y Zacatecas. A fin de difundir los Sellos, en coordinación con las Oficinas Estatales de Turismo del estado de Campeche e Hidalgo, se llevaron a cabo jornadas de sensibilización a estos segmentos destacando la participación de 150 micro, pequeñas y medianas empresas del sector turístico, en las ciudades de: Pachuca, Campeche, Champotón, Isla Aguada y Ciudad del Carmen.



A través de convenios de colaboración celebrados con la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART) y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- En coordinación con la PROFEPA, en 67 empresas turísticas se aplicaron los Criterios Globales de Turismo Sostenible promovidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y Global Sustainable Tourism Council.
- 25 talleres y 97 artesanos participaron en una prueba piloto del Programa Moderniza, enfocado a talleres artesanales y, junto con FONART, se participó en las ceremonias de entrega de 24 distintivos M en el Estado de México, Michoacán y Puebla.
- En coordinación con la CDI, se atendieron 75 empresas en el Programa Moderniza Ecoturístico, finalizando 68 de ellas en 12 estados: Baja California, Campeche, Chiapas, Estado de México, Hidalgo, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.
- En seguimiento a la formalización del convenio de colaboración con la COFEPRIS, ha permitido incrementar el número de establecimientos con distintivo H, reconociéndolas como empresas de

menor riesgo sanitario. Derivado de la actualización de la NMX-F-605-NORMEX-2015, se finalizó la Revisión del Esquema de Verificación de la misma.

- Con objeto de modernizar, mejorar y simplificar los trámites para la acreditación de guías de turistas, se publicaron en el DOF los Lineamientos y Formato Único para realizar dicho trámite; con ello, se logró acreditar a 1,741 guías.
- En el marco del Tianguis Turístico 2017, se llevó a cabo una ceremonia de entrega de distintivos S donde se reconocieron a 24 empresas turísticas por haber implementado buenas prácticas alineadas a los criterios globales de turismo sustentable.

Atención a Quejas Turísticas

La SECTUR actualmente cuenta con 13 buzones de quejas en la Ciudad de México, colocados en puntos clave del turismo en la misma, como las Centrales Camioneras del Norte, Oriente (TAPO) y del Sur; así como en los Museos del Templo Mayor, Nacional de Antropología y del Castillo de Chapultepec.

Se estableció con las autoridades del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México la promoción del Sistema Nacional de Quejas Turísticas, mediante la colocación permanente de carteles en las Terminales 1 y 2.

En 2016 se recibieron y atendieron 845 quejas que representan el 140.83% de la meta que se estableció para dicho ejercicio fiscal que correspondía a 600 quejas. De las cuales, se logró la restitución al turista de 3,462 USD y 446,900.00 M.N. A junio de 2017, se han recibido 463 quejas que representan el 51.4% de la meta establecida para dicho ejercicio fiscal, que es de 900. Se han concluido 428 y se ha logrado la restitución al turista de 131,240.00 M.N.

Normalización Turística

Se celebró 1 sesión ordinaria del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística, el 22 de noviembre de 2016.

En el marco de los trabajos Nacionales de Normalización se participó con voz y voto en la Comisión Nacional de Normalización (CNN) y su Consejo Técnico (CT-CNN), así como en 11 Comités Consultivos Nacionales de Normalización en temas como medio ambiente, seguridad al usuario, protección civil, transporte terrestre y marítimo, salud, fomento sanitario, entre otros. En ese sentido, se participó en 4 sesiones de la CNN, 2 del CT-CNN, 22 sesiones de Comités Consultivos Nacionales, 13 reuniones de Subcomités, y 20 reuniones de Grupos de Trabajo.

Para el 2016 y 2017 se cuenta con cinco Unidades de Verificación que están acreditadas y aprobadas para evaluar y en su caso verificación de las siete Normas Oficiales Mexicanas Turísticas Vigentes.

En el marco del convenio de colaboración SECTUR-EMA (Entidad Mexicana de Acreditación A.C.) se lanzó el Reconocimiento Turístico 2017, sobre cultura de cumplimiento normativo el cual se entregó a 47 empresas de 14 Entidades Federativas. En junio de 2017 se lanzó la Convocatoria para el 2018.

En el marco de los trabajos de normalización a nivel internacional dentro del Comité Técnico TC 228 de la International Organization for Standardization (ISO), se coordinó la opinión técnica de 24 opiniones técnicas sobre Turismo Sustentable, Hospedaje y mejores prácticas de calidad en Hospedaje.

Se publicó como definitiva la NOM-012-TUR-2016, de operadoras de buceo, que establece los mínimos de seguridad en la actividad turística, así mismo se publicó para consulta pública el PROYECTO de Modificación

de la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2009, recibándose 127 comentarios para la mejora del mismo.

Se integró un grupo de trabajo para la transferencia de la normalización obligatoria y voluntaria de calidad turística para el desarrollo de un corredor del Mundo Maya, en la que participan Guatemala, El Salvador, Honduras, Belice y México.

IV.4. Impulsar la Profesionalización de los Prestadores de Servicios Turísticos

A través del Comité de Gestión por Competencias del Sistema Nacional de Certificación Turística, se diseñaron cuatro estándares de competencia (EC), los cuales se publicaron en el Diario Oficial de la Federación: EC0687 (7 de abril de 2016); EC0868 (30 de noviembre de 2016);

Mayor Calidad para la Sustentabilidad en los Servicios Turísticos

Derivado de la publicación del Estándar de Competencia EC0687 Prestación de Servicios de Consultoría del Sistema Nacional de Certificación Turística, se llevó a cabo el proceso de evaluaciones cruzadas a cargo del Centro de Investigación y Desarrollo de la Formación para el Trabajo (CIDFORT) para los primeros capacitadores y evaluadores en la función. En el mes de julio de 2017 se recibieron 6 certificados en el EC0687 emitidos por el CONOCER, lo que permitirá contar con los primeros consultores certificados para participar como Unidades Promotoras de la Calidad y Sustentabilidad de los Servicios Turísticos (UPCSST) del SNCT.

EC0877 (30 de mayo de 2017); y EC0896 (14 de julio de 2017), con la finalidad de elevar la competitividad de los prestadores de servicios turísticos.

El 30 de mayo de 2017 se publicó en el DOF el EC0877 Prestación de servicios de guía de buceo en aguas abiertas y el 14 de julio de 2017 se publicó el EC0896 Prestación de servicios de guía en espeleobuceo: zonas de cueva niveles 1 y 2, diseñados en el seno del Comité de Gestión por Competencias del Sistema Nacional de Certificación Turística. Derivado de estas publicaciones, los días 26 y 27 de julio del 2017, el Centro de Investigación y Desarrollo de la Formación para el

Trabajo (CIDFORT), impartió un curso de capacitación al grupo técnico de expertos en buceo, en el estándar de competencia EC0076 Evaluación de la Competencia de candidatos con base en Estándares de Competencia, con la finalidad de iniciar el proceso para formar a los primeros evaluadores y con ello iniciar los procesos de certificación en dicha función.

IV.5. Impulsar una Política de Seguridad Integral para Proporcionar una Experiencia Turística Satisfactoria y Plena a los Visitantes

La Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes (CSTAV), a fin de fortalecer la seguridad integral de los visitantes nacionales, connacionales y extranjeros, mediante diversas acciones que coadyuvan a proporcionar una experiencia turística satisfactoria y plena a los usuarios.

Para alcanzar su propósito, la CSTAV proporciona los siguientes servicios integrales:

- Orientación e información turística
- Asistencia mecánica de emergencia y auxilio en caso de accidentes
- Apoyo a la Población en general en contingencias y desastres naturales

Los cuales son de forma gratuita los 365 días del año a los turistas que transitan por las rutas carreteras con cobertura de la Corporación, principalmente hacia los Destinos Turísticos Prioritarios a lo largo del Territorio Nacional.

La Corporación cuenta para su operación con un parque vehicular activo compuesto por 338 unidades, que comprende 54 remolques, 13 grúas de plataforma, 29 de arrastre y 242 camionetas, así como 721 elementos Ángeles Verdes, con valiosa experiencia en el servicio en las rutas carreteras con cobertura de la Corporación.

La cobertura de la Corporación, durante septiembre 2016 al mes de agosto 2017, es de aproximadamente el 55.1% de las carreteras federales, es decir, 261 rutas carreteras, con una extensión de 33 mil 232 kilómetros de recorrido total, cubriendo el 69% de los 524 municipios



Campaña Ángeles Verdes.

Huatulco, Oaxaca.



registrados en la lista del PRODERMAGICO, atendiendo a 156 Destinos Turísticos Prioritarios.

El programa SECTUR – Paisano, se instalaron 26 módulos distribuidos entre los estados de Baja California, Campeche, Guanajuato, Guerrero, México, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro, Sinaloa y Tlaxcala, donde se atendieron 1,425,544 turistas, donde por cada 10 turistas 6 fueron mujeres. Primordialmente ofrecieron servicios de información turística y trámites migratorios.

Con el fin de robustecer la seguridad integral de los turistas en las temporadas vacacionales, se realizaron tres operativos vacacionales:

- Operativo Invierno 2016. Del 15 de diciembre 2016 al 8 de enero 2017, otorgaron 19,415 servicios de asistencia mecánica de emergencia y 73 accidentes; se atendieron 77,508 turistas, en un total de 1.3 millones de kilómetros y se atendieron 7,006 llamadas al 078. Se instalaron 41 Puntos de Asistencia Turística y Auxilio Mecánico.
- Operativo Semana Santa 2017. Del 7 al 23 de abril; otorgaron 14,587 servicios de asistencia mecánica de emergencia y 46 accidentes; se atendieron 61,734 turistas en un total de 776,519 kilómetros recorridos y se atendieron 4,694 llamadas al 078. Se instalaron 44 Puntos de Asistencia Turística y Auxilio Mecánico.
- Operativo Verano 2017. Del 14 de julio a agosto 2017 se otorgaron 26,922 servicios

de asistencia mecánica de emergencia y 141 accidentes; se atendieron 103,610 turistas en un total de 1,963,807 kilómetros recorridos. Se instalaron 39 Puntos de Asistencia Turística y Auxilio Mecánico.

Servicios de Información, Auxilio, Asistencia y Seguridad Integral para Turistas Nacionales y Extranjeros

Se puso en marcha el segundo Centro de Atención y Protección al Turista en Los Cabos, Baja California Sur, (CAPTA), en el que participó la Policía Municipal, Protección Civil, Bomberos, Gendarmería, La Marina, Cruz Roja, Ángeles Verdes, entre otros.

La Secretaría desarrolla el Modelo de Seguridad para Destinos Turísticos con el objetivo de reducir riesgos potenciales al turista en zonas de uso turístico, así como la generación de una cultura de seguridad en el sector, en la que órdenes de gobierno y demás actores involucrados tengan clara definición de sus responsabilidades, a través del establecimiento de estrategias y líneas de acción con aplicación coordinada y corresponsable entre los tres órdenes de gobierno y la sociedad.

La CSTAV de septiembre 2016 al mes de agosto 2017, otorgó servicios con oportunidad, calidad, calidez y trato amable en las 261 rutas carreteras hacia Destinos Turístico y Pueblos Mágicos, recorriendo en promedio 79.7 kilómetros para otorgar un servicio.



V. FACILITAR EL
FINANCIAMIENTO Y LA
INVERSIÓN PÚBLICO-PRIVADA
EN PROYECTOS CON
POTENCIAL TURÍSTICO

Guelaguetza, Oaxaca.



FACILITAR EL FINANCIAMIENTO Y LA INVERSIÓN PÚBLICO-PRIVADA EN PROYECTOS CON POTENCIAL TURÍSTICO

La inversión es uno de los principales pilares de cualquier actividad económica. En el sector turismo es el soporte del desarrollo de la actividad.

Tomando en cuenta que el objetivo fundamental es la creación de empleos, es que se ha fomentado la inversión privada, que en conjunto con la inversión pública es motor del crecimiento del empleo y de la derrama económica. Se han llevado a cabo durante el periodo del presente informe, múltiples gestiones y se ha trabajado en coordinación con las entidades federativas a fin de detectar proyectos productivos turísticos de Micro Pequeña y Mediana Empresa (MIPYMES) para ser financiados por la banca de desarrollo.

V.1 Impulsar la Ampliación del Acceso a Crédito e Instrumentos Financieros del Sector Turístico

De septiembre 2016 a agosto 2017 el programa Conéctate al Turismo ha promovido la integración de instituciones financieras como Bancomext, Nafin, Fira y FND, con el sector turismo para impulsar el desarrollo de productos financieros como:

- Mejora tu hotel: Créditos para la inversión en activo fijo, adquisición de equipo, certificaciones, upgrade de marca, ampliación y remodelación, reconversión y sustentabilidad, construcción de nuevos hoteles.
- Mejora tu restaurante: Créditos para capital de trabajo y activo fijo, incluye equipamiento y ampliación o remodelación de instalaciones.
- Cadenas productivas: Permite a los proveedores de empresas turísticas, obtener liquidez sobre sus cuentas por cobrar, mediante un proceso ágil, y automatizado.
- Food service: Financiamiento para proyectos de Food Service que impulsen el desarrollo de proveedores de productos y hagan más eficiente la cadena de suministro de hoteles y restaurantes, con productos secos, frescos y/o congelados, primarios y/o con valor agregado, que cumplan con los estándares de calidad, customización y tiempo de entrega requeridos por la Industria Hotelera y Restaurantera.

- Eco Turismo: Financiamiento para proyectos turísticos que impulsen la preservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales para convertirlos en sitios de recreación, descanso o turismo de aventura, que promuevan el bienestar y la creación de fuentes de empleo en poblaciones menores de 50,000 habitantes.

Mayores volúmenes de crédito para el sector turismo

Durante el primer semestre del 2017, se han autorizado créditos en segundo piso por un total de 1,023 millones de pesos beneficiando a 55 empresas hoteleras; de las cuales 274 millones de pesos pertenecen al programa de garantías de Bancomext con la banca comercial beneficiando a 43 empresas.

Se integraron 6 proyectos en el Catálogo de Inversiones para la búsqueda de una coinversión entre particulares en los estados de Morelos, Michoacán, Nuevo León, Veracruz (2) y Estado de México.

En conjunto con Bancomext, se ha fortalecido el programa Mejora Tu Hotel, que contempla apoyos financieros al Sector Hotelero a través de Intermediarios Financieros. Es un esquema de financiamiento que busca respaldar al sector hotelero en su crecimiento y sus necesidades de actualización, equipamiento e inversión enfocado en mejorar y ampliar la infraestructura turística del país. El programa aplica para todos los servicios de hospedaje que existen en México: hoteles, moteles, hostelerías y posadas con necesidades de financiamiento para la inversión en activo fijo, incluyendo gastos de instalación y pre operativos; adquisición, ampliación, remodelación, equipamiento y certificación del hotel; reconversión y sustentabilidad (mejoras tecnológicas, ambientales, ahorro de energía, combustibles y agua del hotel); cambio de marca (si ello implica mejorar las instalaciones y/o servicios ofrecidos en el hotel) y la construcción de hoteles nuevos.

V.2. Fomentar Mayores Niveles de Inversión para Emprendedores y Prestadores de Servicios Turísticos

Se generó la Guía de Financiamiento para el Desarrollo de Destinos Turísticos, la cual permite conocer las diferentes alternativas de apoyo financiero que ofrecen las dependencias del gobierno federal y sus diferentes mecanismos de acceso. Así mismo, se cuenta con el Catálogo de Fuentes de Financiamiento que permite conocer los productos

Ven a Comer. Apoyando emprendedores gastronómicos

Se desarrolló el programa de financiamiento Ven a Comer dirigido a restauranteros y a empresas que brinden servicios de preparación de alimentos, para la remodelación o ampliación de sus instalaciones, equipamiento y la operación de sus restaurantes con el fin de impulsar la gastronomía. Se han otorgado 98 créditos por un monto de 168 millones de pesos.

financieros de la Banca de Desarrollo y Banca Comercial, para beneficio de las MIPYMES.

A través de FONATUR Constructora, S.A. de C.V., de septiembre 2016 a agosto 2017 se continuó operando y contratando servicios de mantenimiento y obras de urbanización, remodelaciones y adecuaciones de inmuebles con Terceros, adjudicándose 11 contratos, por un monto total de 301.6 millones de pesos que se concluyeron en el periodo de reporte. Se desataca la construcción del conjunto Ciudad de las Mujeres en los Estados de Querétaro y Michoacán, a fin de crear un espacio público unificado en el que se brinde atención integral a las mujeres.

En el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017, se concluyó 1 estudio de identificación de reservas territoriales, encontrándose 2,080 hectáreas con potencial turístico.

A partir de la derogación de los artículos 195-P, 195-Q y 195-R, que establecían el pago de derechos a realizar por parte de los Prestadores de Servicios Turísticos para inscribirse en el Registro Nacional de Turismo o bien, para



Viajemos todos por México Nayarit.



solicitar una reposición del certificado de inscripción y, de la publicación el 30 de marzo de 2016, en el Diario Oficial de la Federación, de la normatividad vinculada en el Registro Nacional de Turismo (Catálogo de prestadores de servicios turísticos; Convocatoria Nacional de Inscripción y el formato único para los trámites) se dio inicio a la operación del Registro Nacional de Turismo. Al 31 de julio de 2017 se cuenta con 21,553 prestadores de servicios Turísticos que han cumplido con la obligación de inscribirse.

V.3. Brindar Capacitación y Asistencia Técnica en Cultura Financiera para el Desarrollo de Productos Turísticos

El Programa Conéctate al Turismo ha promovido y facilitado la conexión entre financiamiento de las empresas relacionadas con el sector turístico y la oferta de productos y/o servicios de instituciones de, para fortalecer las capacidades de los prestadores de servicios turísticos, así como las relaciones comerciales con sus proveedores.

A través del programa Conéctate al Turismo, de noviembre de 2016, fecha en la que inició el programa, al 30 de junio de 2017, se han realizado talleres en 14 entidades del país^{11/} con la finalidad de promocionar el programa con empresas prestadoras de servicios turísticos y empresas proveedoras, gracias a lo anterior se han beneficiado a más de 1,700 empresas.

Como parte de los servicios que brinda FONATUR para apoyar a MIPYMES, empresarios del sector turismo y grupos sociales, durante el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017, se realizaron 68 evaluaciones de proyectos turísticos en 20 entidades del país, como son: Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Ciudad de México, Coahuila, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Veracruz y Yucatán, con la finalidad de orientar el desarrollo de proyectos exitosos, con una inversión susceptible de ser detonada de 366.9 millones de pesos.

^{11/} Ciudad de México, Durango, Guerrero, Hidalgo, Puebla, Tamaulipas, Chihuahua, Veracruz, Aguascalientes, Baja California, Coahuila, Estado de México, Sinaloa y Quintana Roo.

Sellevaron a cabo talleres sobre fuentes de financiamiento e inversiones turísticas a MIPYMES en San Luis Potosí, Guerrero, Chihuahua, Aguascalientes y Michoacán.

V.4. Promover Financiamiento e Inversión Focalizada para la Consolidación de la Oferta del Sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP).

En el marco del desarrollo y consolidación de los Centros Integralmente Planeados (CIPs) y Proyectos Turísticos Integrales (PTIs), FONATUR continuó con la generación de proyectos ejecutivos de infraestructura, arquitectónicos y de planeación, los cuales generaron una inversión de 23.2 millones de pesos entre septiembre de 2016 y agosto de 2017. Al respecto, destacan el proyecto ejecutivo para la rehabilitación del Parque Público Playa Langostas, en Cancún, Quintana Roo; el inicio del proyecto ejecutivo del Parque Público Kilómetro Cero, en el CIP Cancún y la actualización del proyecto ejecutivo del Parque Público Rufino Tamayo, en el CIP Huatulco; así como la conclusión del plan estratégico para la revisión, redefinición, optimización y detonación del CIP Playa Espíritu, Sinaloa. Se continuó con la implementación de infraestructura, destacando los siguientes:

- En Cancún, se invirtieron 168 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura de vialidades y áreas públicas; rehabilitación de la planta de aguas residuales Pok Ta Pok; y rehabilitación del Parque Público Playa Langostas.
- En la Marina Cozumel se invirtieron 17.8 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: ampliación de servicios eléctricos e hidráulicos para los muelles; conservación y mantenimiento de infraestructura de vialidades y áreas públicas; y quinta etapa de construcción de la Marina.
- En Ixtapa se invirtieron 74.3 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura; desazolve de cárcamos pluviales; repavimentación de vialidades; y rehabilitación de la planta de tratamiento Punta Ixtapa.
- El Municipio de Zihuatanejo de Azueta, concluyó la actualización de su Plan Director de Desarrollo Urbano de Zihuatanejo Ixtapa 2015-2030 (PDDUZI), instrumento que fue aprobado el 15 de octubre de 2016 por el H. Cabildo. En este proceso, FONATUR apoyó en la revisión de los elementos técnicos y normativos, así como en la participación



- en los Foros de Consulta Ciudadana y Consulta Pública, procesos que dan legitimidad al instrumento.
- En alineación a las estrategias del PDDUZI, FONATUR elaboró en el último trimestre de 2016 el Plan Parcial de Desarrollo Urbano del CIP Ixtapa.
 - En Los Cabos, se invirtieron 47.1 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura; alumbrado público; y rehabilitación del colector de la red de drenaje sanitario.
 - En Loreto, se invirtieron 22.3 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de áreas públicas para las plantas de tratamiento de aguas residuales, rehabilitación de tanque de regulación de agua potable.
 - En Huatulco, se invirtieron 146.2 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura de vialidades y áreas públicas; rehabilitación y reequipamiento de las plantas de agua; adecuación del abastecimiento de agua potable y drenaje sanitario; y restauración del muro de contención de la zona turística La Bocana, reforzamiento del sistema de drenaje pluvial del sector H.
 - En Playa Espíritu se invirtieron 127.9 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: urbanización y construcción de líneas de conducción eléctrica; revisión, redefinición, optimización y detonación del destino; y conservación y mantenimiento de áreas verdes, mobiliario urbano y jardinería, seguimiento al a programas ambientales, elaboración, revisión y evaluación de instrumentos de planeación, planes maestros y proyectos urbanos, entre otros.
 - Para consolidar la Escala Náutica se invirtieron 42.6 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: terminación de la primera y segunda etapa para la Escala Náutica de Topolobampo, Sinaloa, e inicio de la primera etapa de la terminación de la Escala Náutica de Santa Rosalita, Baja California.
 - En Riviera Nayarit se invirtieron 78.4 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: terracerías, pavimentos, banquetas, guarniciones, agua potable, alcantarillado, sanitario, drenaje pluvial, electrificación, alumbrado público, mobiliario para el PTI Litibú y construcción del Campo de Golf, así como conservación y mantenimiento de infraestructura, vialidades y áreas públicas del PTI.
 - En congruencia con el convenio de colaboración suscrito con el Gobierno Municipal de Bahía de Banderas, para la actualización del Plan Municipal de Desarrollo Urbano Bahía de Banderas, se concluyó el instrumento durante el periodo reportado, iniciándose con ello las gestiones para su proceso de oficialización.
 - Por otra parte, FONATUR inició el proceso de actualización del Plan Parcial de Urbanización del CIP Polígono Litibú, Bahía de Banderas, Nayarit.
 - En Acapulco se canalizaron en 2016 7.2 millones de pesos para la obra civil e instalaciones para el mantenimiento, conservación e impermeabilización en el teatro Juan Ruiz de Alarcón y áreas administrativas del centro de convenciones de Acapulco, Guerrero.
 - A través de FONATUR Mantenimiento Turístico, en el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017, se ejercieron 181 millones de pesos para la conservación y mantenimiento de las áreas verdes, servicios públicos y vialidades de los destinos de FONATUR, con el objetivo de contribuir a mantener su imagen en óptimas condiciones y elevar la productividad y competitividad en dichos destinos, aumentando el atractivo de la oferta tradicional e incentivando la generación de empleos.

V.5. Fortalecer los Mecanismos de Atracción y Captación de Inversión en el Sector

Se continuó consolidando al turismo como generador de desarrollo nacional. Para tal fin, se promovió incrementar las llegadas de visitantes internacionales a nuestro país, se llevó a cabo una estrategia orientada al fortalecimiento del sector para fomentar la diversificación de mercados y el posicionamiento de México como líder mundial en materia turística.

El Titular de SECTUR participó en representación de México en las celebraciones del 150 Aniversario de la Fundación de Canadá, ocasión en la cual se inauguró el Pabellón Experience México y se dio seguimiento al Programa Específico de Cooperación suscrito durante la Visita de Estado del Presidente Peña Nieto a Canadá en 2016.

En Estados Unidos, nuestro principal mercado en materia turística, se realizaron diversas giras de trabajo con agendas de promoción, inversión y cooperación.

En el marco del Diálogo Económico de Alto Nivel (DEAN), se concretaron actividades de intercambio de experiencias y buenas prácticas en materia de estadísticas turísticas con el Departamento de Comercio de Estados Unidos.

Durante 2016 se realizaron 22 proyectos estratégicos de los cuales se destacan los siguientes avances y resultados:

- Carreteras concluidas en 2016: 6 proyectos con una inversión aproximada de 2,511 millones de pesos.
- Modernizaciones concluidas de aeropuertos en 2016: 3 proyectos con un monto de inversión de 459.5 millones de pesos.
- Construcción, rehabilitación, remodelación y/o equipamiento de 21 proyectos de infraestructura cultural en destinos turísticos del país con una inversión total de 2,145.8 millones de pesos, a través del ejercicio del Programa de Apoyo a la Infraestructura Cultural de los Estados (PAICE) que coordina la Secretaría de Cultura, impactando 17 ciudades^{12/}.
- Por medio de BANCOMEXT se otorgó financiamiento en banca de primer piso por 4,500 millones de pesos y 1,600 millones de pesos en banca de segundo piso para un total de 6,100 millones de pesos.
- Se beneficiaron a 1,300 PYMES turísticas y 60 empresas potenciales con financiamiento BANCOMEXT para el sector turismo.

Marco de Cooperación Internacional

Con el objetivo de actualizar el marco legal de cooperación internacional turística de México y ejecutar acciones que contribuyan al fortalecimiento del sector, en el periodo comprendido entre el 1 de septiembre de 2016 y el 30 de agosto de 2017, se suscribieron los siguientes instrumentos jurídicos:

- Programa Específico de Cooperación en materia turística para 2016-2017 entre la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Cultura, Deporte y Turismo de la República de Corea;
- Memorándum de Entendimiento entre la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y la Secretaría Nacional de Turismo de la República del Paraguay sobre Cooperación Turística;
- Carta de Intención entre la Secretaría de Turismo de México y el Ministerio de Turismo de Argentina para la implementación de un Programa de Desarrollo Turístico y Social Latinoamericano.

En cumplimiento de los compromisos internacionales adquiridos en materia de cooperación turística a través de los diversos instrumentos jurídicos, se llevaron a cabo reuniones y seminarios para el intercambio de experiencias y buenas prácticas en México y en el exterior, entre los que destaca:

- Seminario de cooperación sobre Pueblos Mágicos y seguridad turística con funcionarios de turismo de Colombia y Honduras.
- En el marco de las actividades del Diálogo Económico de Alto Nivel México-Estados Unidos, la SECTUR recibió a una delegación de alto nivel de funcionarios del Departamento de Comercio para intercambiar experiencias sobre metodologías y buenas prácticas en materia de estadísticas turísticas.
- Conclusión de las acciones previstas para desarrollarse en el marco del Año Dual México-Reino Unido. En noviembre de 2016 se llevó a cabo el Segundo Seminario en cumplimiento del Programa Específico de Cooperación 2015-2016 sobre cooperación turística suscrito durante la Visita de Estado, en el que se abordaron al más alto nivel temas de enfoque en tecnología, turismo cultural e industrias creativas, así como la experiencia de Reino Unido con la estrategia Great Campaign.

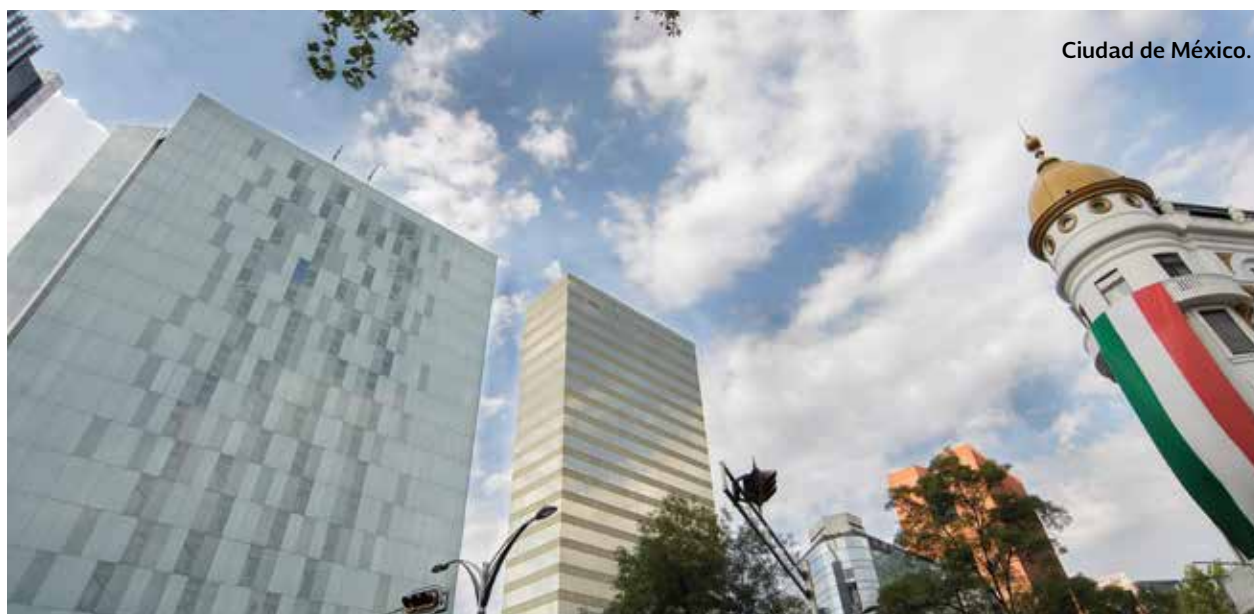
En el ámbito multilateral, México tuvo una activa participación en foros y organismos regionales y mundiales, lo que permitió posicionar la agenda turística nacional de manera internacional, conocer las nuevas tendencias del sector a nivel global y mantener un lugar de liderazgo en materia turística.

México promueve la responsabilidad ambiental en el turismo a nivel internacional

Entre los principales foros a nivel mundial en los que se posicionó el tema de turismo, destaca la participación en la COP-13 sobre Diversidad Biológica.

A petición de México, el turismo se incluyó por primera vez como uno de los cuatro sectores productivos estratégicos en el uso y conservación de la diversidad biológica durante la 13ª Reunión de la Conferencia de las Partes (COP-13) sobre Diversidad Biológica celebrada en Cancún, Quintana Roo, en diciembre de 2016.

^{12/} Xalapa, Puebla, Mérida, Toluca, Aguascalientes, San Luis Potosí, Ciudad Juárez, Oaxaca, Durango, Hermosillo, Querétaro, Ciudad de México, Torreón, Guadalajara, Cuernavaca, Chihuahua y Mérida.



México ostenta la Dirección Ejecutiva y Presidencia de la Organización Mundo Maya, cuyo objetivo es promover el desarrollo turístico, cultural, ambiental y social de la región en la que se asentó la civilización maya.

Los días 1 y 2 de agosto de 2017 se llevó a cabo el Foro de Calidad del Mundo Maya en la Ciudad de México. México propuso la realización de este Foro con el fin de acercar a los equipos de calidad de los países miembros de la Organización Mundo Maya para el análisis, discusión e intercambio de experiencias sobre normalización y certificación en el sector.

Como parte de sus compromisos multilaterales, México participó en la 98ª y 99ª Sesiones del Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en Francia; en la 104ª y 105ª Reuniones del Consejo Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en Luxor, Egipto y Madrid, España; las reuniones del Grupo de Trabajo de Turismo de la Alianza del Pacífico; el Encuentro de las Américas de Turismo Social de la Organización Internacional de Turismo Social (OITS); la Asociación de Estados del Caribe (AEC) y la Organización Mundo Maya.

Destaca la participación del Titular de SECTUR en el Foro Económico Mundial celebrado en Davos, Suiza, así como en la Edición Latinoamérica de dicho Foro, celebrada en Buenos Aires, Argentina.

En el ámbito multilateral, destaca también la activa participación de México en la Organización Mundial

del Turismo (OMT), en la que además colaboró como asociado diamante en las celebraciones del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo 2017. Actualmente forma parte del Consejo Ejecutivo de la Organización y de los comités especializados de Programa y Presupuesto (CPP) y Turismo y Competitividad (CTC).

Se llevó a cabo el Segundo Foro de la Alianza del Pacífico sobre estadísticas turísticas en Santiago de Chile con funcionarios de los ministerios de turismo, bancos centrales y agencias de promoción de los cuatro países que conforman la Alianza.

El 13 de enero de 2017 realizó el lanzamiento oficial del Estudio sobre la Política Turística de México elaborado por la OCDE a petición de México.

El objetivo del Estudio es analizar la Política Nacional Turística desde una visión estratégica, transversal y de largo alcance, para lo cual se generaron recomendaciones de política pública que contribuyan al desarrollo de una actividad turística sostenible, inclusiva y competitiva, alineada con las necesidades y fortalezas de nuestro país en la materia.

México participó en la 50ª reunión del Grupo de Turismo del foro de Cooperación Económica de Asia Pacífico en la cual se presentó el estado que guarda el turismo en México, así como mejores prácticas en la materia con el resto de las economías de este foro.



VI. IMPULSAR LA PROMOCIÓN
TURÍSTICA PARA CONTRIBUIR
A LA DIVERSIFICACIÓN
DE MERCADOS Y EL DESARROLLO
Y CRECIMIENTO DEL SECTOR



Todos Santos, Baja California Sur.

IMPULSAR LA PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA CONTRIBUIR A LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS Y EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO DEL SECTOR

VI.1. Promover a México como un Destino Turístico de Calidad que Ofrece gran Variedad de Atractivos y Experiencias Únicas

La estrategia de promoción turística del CPTM se llevó a cabo mediante dos vertientes que se complementan y se refuerzan mutuamente. Por una parte, se desarrolló una intensa actividad de fortalecimiento y difusión de la marca MÉXICO como destino turístico, mediante eventos de alto impacto, que llegan a grandes audiencias de turistas potenciales, en los principales mercados de origen de los turistas.

Complementando a los eventos de alto impacto, se instrumentaron campañas dirigidas a los segmentos de consumidores con mayor capacidad de gasto, enfocando los mensajes a hacia los turistas que buscan atractivos y experiencias que van más allá del producto de sol y playa. El propósito es ir más allá del crecimiento en el número de turistas, para enfocarse con mayor precisión, en el incremento de la derrama económica que genera el turismo, mediante la mayor demanda por bienes y servicios y sus consecuentes efectos en la creación de empleo.

Se busca, por tanto, promover un mayor número de destinos y productos turísticos en un grupo más diversificado de mercados que ofrecen buenas perspectivas de crecimiento, a la vez que se consolida la presencia de México en mercados tradicionales como los Estados Unidos y Canadá.

Los productos turísticos, que en adición y complementando el producto sol y playa, se están promoviendo son el turismo de naturaleza y aventura; el turismo de reuniones, convenciones e incentivos; el turismo de bodas, lunas de miel y aniversarios; el turismo de cultura y gastronomía; el turismo médico y de bienestar; el segmento LGBT y el turismo deportivo.

En la estrategia de mercadotecnia y comunicación se estableció la necesidad de promover productos turísticos altamente integrales, holísticos y atractivos para los mercados y segmentos con mayor potencial, además de adaptar la narrativa y utilizar los canales adecuados para generar mayor awareness, engagement y conversión del consumidor final.

Medios digitales con mayores impactos en segmentos específicos

Las campañas de promoción de México utilizan una mezcla de medios de comunicación para llegar a los consumidores objetivo, privilegiando los medios digitales en línea, que ofrecen mejores alternativas para hacer llegar un mensaje personalizado, acorde a las preferencias del turista que busca experiencias auténticas y una mayor inmersión en la cultura local y en su gastronomía.

Con este propósito, los proyectos de promoción turística y presencia de marca en los mercados internacionales se orientan a una estrategia omni-canal, que parte de la integración de las diversas herramientas de comunicación, lo cual genera importantes beneficios en términos de eficiencia y eficacia en el ejercicio de los recursos que se invierten en la promoción.

A partir de un análisis jurídico, administrativo y de mercadotecnia, se ha venido trabajando en la definición de un contrato de servicios integrales, que facilite la planeación, diseño y ejecución de las campañas, de acuerdo a los objetivos de consolidar la presencia de México y sus destinos, en los principales mercados internacionales, así como a la diversificación de mercados e incremento de la derrama económica que genera el turismo.



FITUR, Madrid, España.

Campaña Institucional Internacional

Con el objetivo de fortalecer la imagen de México como destino turístico, promoviendo la calidad, autenticidad y diversidad de sus atractivos, así como incrementar la derrama económica y la llegada de turistas internacionales, se continuó con la difusión y promoción de la campaña institucional para el mercado internacional México, *Live it to Believe it* a través de medios tradicionales con plataforma on-line en los principales mercados de Norteamérica, Europa, Latinoamérica y Asia.

Norteamérica

En Estados Unidos se continuó con la campaña *México, Live it to Believe it*, apoyando al segmento de turismo de reuniones e incentivos apoyados en las revistas *Meetings IMEX* y *Meetings México Supplement*.

Durante el último cuatrimestre de 2016 se tuvo presencia en medios especializados de la industria turística, dirigidos a agentes de viajes con un alto porcentaje de sus ventas dedicado a los diversos destinos mexicanos, generando contenidos Premium de alto impacto en los que se exponen los atractivos de México y sus destinos.

Durante el último cuatrimestre de 2016 se tuvo presencia en los principales medios especializados de la industria turística, como Northstar y Travalliance, dirigidos a agentes de viajes con un alto porcentaje de ventas dedicadas a los diversos destinos mexicanos, generando contenidos de alto impacto en los que se exponen los atractivos turísticos de México y sus destinos.

Durante el último trimestre de 2016, como parte de la estrategia de comunicación internacional, se promovió la riqueza cultural de México como aspecto diferenciador de los destinos turísticos, donde la gastronomía destaca como una de las fortalezas de México al ser nombrada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, motivo por el cual se difundió la campaña a través de una serie televisiva (*Pati's Mexican Table*), logrando romper estereotipos e incrementar la interacción, entendimiento e intercambio de culturas entre México y Estados Unidos. Se obtuvieron 4,977,083 impactos.

De igual manera en 2016 se comunicó la importancia de la tradición del Día de Muertos, declarado como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, mostrando cómo se celebra en los diferentes estados del país. En el mercado norteamericano se tuvo presencia en prestigiosos medios impresos y digitales que permitieron impactar a viajeros de gran poder adquisitivo. En el marco de esta festividad, se desarrolló el logo Día de Muertos, el Viaje

continúa, mismo que fue utilizado como imagen oficial en toda la comunicación generada en torno a esta celebración. Se tuvo presencia en los prestigiosos medios *The New Yorker* y *National Geographic*, logrando 3,185,047 impactos impresos y 23,666,932 impactos digitales.

En el marco de la COP 13 (Décimo tercera edición de la Conferencia de las Partes sobre diversidad biológica), donde México fue sede de la reunión se implementó la campaña internacional de Biodiversidad *What you're looking for lives in Mexico* en medios tradicionales con plataforma on-line como la revista digital del medio AFAR, cuyo objetivo es posicionar a México como referente de la biodiversidad y hacer de ello un atractivo turístico. Se construyó la estrategia de comunicación basada en cuatro ejes que son la Tradición y Conocimiento Milenario, Aventura y Naturaleza, la Gastronomía y las Culturas Vivas.

Campaña #Mi México

En el último trimestre de 2016, se dio continuidad a la promoción de la campaña #Mi México dirigida al mercado Hispano de Estados Unidos, a través de una pauta en televisión en Azteca América y Telemundo.

Los destinos conformados en la parrilla promocional de dicha campaña fueron: Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Ciudad de México, Quintana Roo y Yucatán.

Europa

Reforzando la presencia de México en el marco del *World Travel Market*, celebrado del 7 al 9 de noviembre de 2016, en el Reino Unido, se llevó a cabo una campaña en el diario de negocios, economía y política más importante del país *Financial Times*, así como en una de las revistas líderes en tendencias del mercado *How to spend it*.

Durante el último trimestre de 2016 se llevó a cabo una campaña en España, utilizando en específico TOP RADIO, como herramienta de apoyo para estimular la demanda hacia México en la temporada de invierno.

Durante el primer trimestre del 2017, en el marco de la feria FITUR, se continuó con presencia de marca en el mercado español, a través del medio líder de economía de España, *El Economista* y de una de las revistas de estilo de vida y viajes más influyente a nivel mundial, *Condé Nast Traveler*: adicionalmente se estuvo presente en radio on-line, a través de EFE, con cobertura dentro de la feria.

FITUR

Destaca México por proyectos turísticos exitosos

En el marco de FITUR, México recibió dos reconocimientos a proyectos turísticos exitosos, siendo uno de los ganadores el estado de Morelos, que obtuvo el galardón Mejor Producto de Turismo Activo Categoría Internacional, por el proyecto Tepoztlán Magia y Cultura, y el segundo premio lo otorgó la Sociedad Estatal Española dedicada a la Gestión de la Innovación y Tecnologías Turísticas al estado de Jalisco, por el proyecto Tequila: Destino Turístico Inteligente.

Buscando dar apoyo al segmento de turismo de reuniones en el mercado europeo, se tuvo presencia en una de las principales revistas dirigidas al segmento Convention Source con cobertura global en Europa, considerada como una herramienta de ventas para dar a conocer a México, como un destino turístico megadiverso.

En el primer trimestre de 2017 se dio continuidad a la campaña de biodiversidad *Eso que buscas, vive en México* en la revista *National Geographic Traveler*.

Asia

Como parte de nuestra estrategia de diversificación de mercados se implementó la campaña institucional en Japón, dirigida a consumidor final residente en Tokio, donde se encuentra el 65% del turismo egresivo de este mercado, mediante presencia en el periódico líder de finanzas y negocios de Japón *Nikkei*.

Se promovieron los principales destinos turísticos del país, aprovechando la apertura de nuevas rutas y el incremento de frecuencias de los vuelos provenientes de Japón, China y Corea del Sur, que representan un importante crecimiento en la oferta de asientos disponibles y un gran apoyo para atraer un mayor número de turistas.

Latinoamérica

Se promovieron los atractivos y destinos turísticos de México con campañas asociadas a la participación en ferias turísticas y a los eventos de la Alianza del Pacífico.

A través de caravanas turísticas se promovieron los destinos de México en Brasil y Uruguay, y en Ecuador se llevó a cabo el Seminario México, un Mundo en Sí Mismo.

Eventos de alta visibilidad

Gran Premio Fórmula 1

Se realizó en la Ciudad de México el evento automovilístico, Gran Premio de México del serial Fórmula 1 (GPM), del 28 al 30 de octubre de 2016 en el Autódromo Hermanos Rodríguez, con un total de 339,967 espectadores durante los 3 días del evento y con 20% más corresponsales extranjeros respecto a 2015. De acuerdo a datos del Gobierno de la Ciudad de México se estimó que se recibieron 164 mil visitantes durante el fin de semana del evento.

Este evento fue reconocido por la Fórmula 1 Internacional, por segundo año consecutivo, como el mejor evento de la serie.

El CPTM invirtió 41 mdd en 2016 para este proyecto y obtuvo un retorno de inversión de más de 6.9 veces en impacto mediático, que equivale a 295.9 mdd.

Cirque Du Soleil

El espectáculo LUZIA de *Cirque Du Soleil* está inspirado en México y ha alcanzado una gran audiencia en diversas ciudades, contribuyendo a despertar el interés por conocer más de México y sus destinos turísticos. Desde abril 2016 se han realizado 504 funciones del espectáculo LUZIA, a las que han asistido un total de 688,681 personas.



NFL en el Estadio Azteca.

Durante 2017, se han realizado presentaciones en las ciudades de San José California el 9 de febrero, y en Seattle el 30 de marzo. El 21 de julio se estrenó el show en Chicago para posteriormente trasladarse a Atlanta el 14 de septiembre y Los Ángeles el 8 de diciembre. El espectáculo continuará el recorrido por el mundo durante los próximos 7 años. Encuesta realizada por el Cirque du Soleil al término de cada función arrojó que un 38% de los espectadores tendrían la intención de viajar a nuestro país en el corto plazo.

NFL en México

El 21 de noviembre de 2016 en el Estadio Azteca de la Ciudad de México, se realizó, por segunda vez en la historia, un partido de temporada regular de la NFL



SAN MIGUEL DE ALLENDE, GUANAJUATO.



Fórmula 1 en México.

(el primero se celebró en el 2005) frente a una audiencia de 76,473 aficionados en el que los Raiders de Oakland derrotaron a los Texanos de Houston por un marcador de 27-20. El partido fue seguido por millones de televidentes alrededor del mundo.

Llegaron alrededor de 9,500 visitantes internacionales a la Ciudad de México para asistir al partido, principalmente de los Estados Unidos, y 21,500 visitantes llegaron desde otros lugares del interior de nuestro país. En total, dichos visitantes gastaron 880 millones de pesos (USD 43 millones).

En total, el impacto del juego en la economía de la Ciudad de México se estima en 923 millones de pesos (USD 44.8 millones) cuando se incluyen efectos indirectos (impulso a cadenas de distribución locales e inducidos, así como incremento en gastos resultado del empleo adicional). Se estima que esta actividad apoyó alrededor de 2,840 empleos y generó ingresos fiscales de más de 67 millones de pesos (USD 3.3 millones) al Gobierno Federal.

El 19 de noviembre de 2017 se realizará por segundo año consecutivo un partido de temporada regular de la NFL en el Estadio Azteca de la Ciudad de México, en el cual se enfrentarán los Patriots de Nueva Inglaterra con los Raiders de Oakland, anuncio que ha generado gran expectativa.

Año Dual México – Alemania 2016

A finales de agosto y principios de septiembre de 2016 se realizó una alianza con la tienda departamental KaDeWe de Berlín, por medio de la cual productores mexicanos por primera vez tuvieron la oportunidad de presentar sus productos al consumidor alemán en el área gourmet, contribuyendo al posicionamiento de la gastronomía mexicana. La cobertura de medios global alcanzó 18,567,772 impresiones.

Con el propósito de promover a nuestro país como el principal destino vacacional durante el invierno, del 8 al 12 de marzo en el marco de la feria turística ITB (*Internationale Tourismus Börse*) en Berlín, se creó una nube de tequila en Urban Spree, Berlín, lo que permitió que se obtuviera el reconocimiento El Sol de Bronce de Comunicación de Marketing y Eventos de Relaciones Públicas por el Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria.

Dentro de las acciones finales del Año Dual se efectuó la primera gira de conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional por Alemania. La gira se llevó a cabo en noviembre 2016 que constó de 10 conciertos en los que se promovió México a través de la música.

Para el cumplimiento de la PFGN se constituyó el Consejo Consultivo del Grupo de Trabajo 9 del Gabinete Turístico, el 10 de agosto de 2016 órgano de coordinación gubernamental, para crear un espacio de diálogo entre los sectores público y privado que impulse la cadena de valor gastronómica. En el periodo de reporte se celebraron 2 sesiones.

Se actualizó el Manual de Uso de la Marca Ven A Comer para homologarlo como parte de la Política Nacional de Fomento a la Gastronomía Nacional y utilizarlo con la Marca México, así como conjuntarlo con el nombre de cada uno de los estados del País.

Posicionando la Marca Ven a Comer en diferentes eventos apoyados por las dependencias federales participantes en el Grupo de Trabajo 9 del Gabinete Turístico la Secretaría de Turismo y coordinados con los gobiernos de los estados, con el apoyo del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), así como a través de su inclusión en los promocionales.

Se llevaron a cabo más de 400 eventos y acciones a nivel nacional e internacional, realizados por Dependencias

Política de Fomento a la Gastronomía Nacional

La Política de Fomento a la Gastronomía Nacional (PFGN) es un esfuerzo transversal sin precedentes de coordinación interinstitucional e intergubernamental, la cual tiene como finalidad potenciar la oferta gastronómica del país, generar desarrollo económico local y regional, fortalecer a las cocinas tradicionales de México, y promover integralmente a la gastronomía, su cadena de valor y al arte culinario como un atractivo turístico.

y Entidades del sector público, 14 estados de la República Mexicana y la iniciativa privada. Destacando la participación de México en el NRA SHOW de Chicago, que es la Food Service Show más importante del mundo.

En coordinación con la organización Premio Nacional de Calidad (PNC), se diseñó el Distintivo Ven a Comer.



Pabellón Visit México - Canadá.

Se llevaron a cabo 2 convocatorias de Fondos Sectoriales SECTUR-CONACYT y SAGARPA-CONACYT, para apoyar el desarrollo de proyectos de investigación, desarrollo tecnológico e innovación en el tema de turismo gastronómico y fortalecer la cadena producción-comercialización-distribución de insumos utilizados en la gastronomía mexicana, respectivamente:

A través del Banco Interamericano de Desarrollo, la SHCP llevaron a cabo estudios de Reforzamiento de las Cadenas de Valor del Turismo Gastronómico en San Cristóbal de las Casas, Chiapas y Uruapan, Michoacán, como producto de la cooperación técnica.

De las acciones coordinadas con SAGARPA/ASERCA, se destaca el diseño del concepto Mercaditos México, que tiene por objetivo acercar a los productores agrícolas y pecuarios del país con los consumidores, cocineros tradicionales y chefs. La aplicación se puede consultar en #MercaditosSAGARPA.

Del 8 al 10 de diciembre de 2016 se presentó la primera edición del evento agroalimentario más importante de América Latina, México Alimentaria, evento que reunió a más de 800 productores y promovió al sector agroalimentario mexicano, como estratégico, de vanguardia, innovador, inocuo y de calidad, con la participación de hoteles, restaurantes y chefs.

La Gastronomía Nacional como Herramienta de Promoción

Se apoyó al Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana en la realización del Cuarto Foro Mundial de la Gastronomía Mexicana en el Centro Nacional de las Artes, en noviembre de 2016.

De manera coordinada con la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), en septiembre de 2016, se llevó a cabo el Primer Encuentro Global de Cocina Tradicional en la Ciudad de México, evento que pretende reafirmar la importancia de la cocina tradicional mexicana en el ámbito nacional e internacional.

Además, se presentó al Cuerpo Diplomático de Cocineros (SRE), integrado por una red de treinta cocineros mexicanos, procedentes de diferentes regiones del país, que impulsarán los vínculos culturales con otras naciones a través de la Gastronomía Mexicana en colaboración con las Representaciones de México en el Exterior. Como embajadores culinarios serán promotores de la

riqueza y variedad de nuestra gastronomía y pondrán de manifiesto su valor como patrimonio mundial.

Se presentó también el Programa México Nación de Vinos, con la inclusión de 8 etiquetas de Vino Mexicano (4 de vino tinto y 4 de vino blanco) de casas productoras grandes (más de 100 mil cajas al año) y pequeñas (menos de 10 mil cajas al año) para que estén presentes en las actividades que realizan las Representaciones de México en el Exterior, a fin de que el vino nacional sea uno de los productos principales para la difusión de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional.

A través de las oficinas del CPTM en el exterior, se realizaron 29 muestras gastronómicas a nivel internacional, que promueven a nuestro país, donde destacan:

2016

- Chicago Gourmet, del 24 al 25 de septiembre, evento gastronómico organizado por Bon Appetit y la Illinois Restaurant Association, convocó a los chefs más reconocidos de la región, el pabellón de México fue uno de los más visitados por el público.
- En el marco de las celebraciones del mes patrio, el 13 de septiembre se llevó a cabo el evento Gourmex SV 2016, cuyo principal objetivo fue dar a conocer la comida y el talento mexicano en la zona del Silicon Valley de Los Ángeles, en el espacio del Museo de Arte de San José, California, con la presencia de los medios de comunicación hispanos más importantes de la zona como Univisión, Telemundo y TV Azteca.
- El 8 de octubre de 2016 la oficina del CPTM en Nueva York participó en el New Yorker Festival en el cual se tuvo una degustación gastronómica y una cata de mezcal. Además, dentro de la pauta de medios se incluyó una inserción de 6 páginas con contenido alusivo al Día de Muertos en la edición de otoño enfocado a cultura de la revista New Yorker (iniciando el 22 de agosto). Dentro de la pauta también se incluyeron anuncios en medios tradicionales, promociones en tablet y móviles, promociones digitales, ampliaciones en redes sociales, entre otros. Esta activación multi-plataformas obtuvo más de 166 millones de impresiones.
- Dentro del marco del Salón International Tourisme Voyages (SIVT) 2016 realizado el 21 de octubre en Montreal, se llevó a cabo una muestra gastronómica *Les Saveurs du Mexique* con la presencia de los principales socios comerciales, en el evento se presentó un menú realizado por una importante

chef, dando relevancia a diversas regiones de México, reconocidas por su riqueza culinaria, tales como Guerrero, Colima, Yucatán, Puebla y Puerto Vallarta.

- En octubre se participó con el reconocido Hotel St. Regis de Washington en la Semana Culinaria, en donde el invitado especial fue México, con la presencia de una chef reconocida a nivel mundial, quien durante una semana fue la encargada del menú del reconocido bar del hotel Decanter.
- Se participó en la Muestra Gastronómica Mistura 2016, en Lima, Perú, entre el 1 y 11 de septiembre, este evento convocó a cocineros, gastrónomos, nutricionistas, restaurantes, investigadores, cronistas gastronómicos, centros de formación en cocina y universidades, fue una de las ferias gastronómicas más importantes de América Latina y la de mayor relevancia en el Perú. México contó con un pabellón de más de 400m2, con la participación de los estados de Guerrero y Puebla.
- Participación en el 2° Festival Gastronómico La Santa en Guadalupe en Bogotá, Colombia (12 septiembre al 2 octubre), en el que se incorporó una exhibición artística y cultural que incluyó bailes típicos y expresiones de artesanías de cada región invitada. Los destinos participantes fueron Oaxaca, Puebla y Nuevo León.
- Con conferencias de prensa se presentó el evento Mexican Restaurant Week (septiembre) en Madrid y Barcelona, en colaboración con el socio comercial Atrápalo, con la finalidad de generar venta dura. En el primer fin de semana se realizaron 500 reservaciones.
- *A Taste of Modern Mexico*, es un evento gastronómico organizado para apoyar a la *Professional Convention Management Association (PCMA) Foundation en Washington* (13 octubre) con la participación de Sandra Fernández, una de las sommeliers más reconocidas de México.
- Del 17 al 30 de octubre se llevó a cabo una muestra de la gastronomía mexicana, organizada en el Hotel The Westin Tokio, en el evento participaron alrededor de 600 personas con amplio interés en la comida mexicana.
- *Taste of México* es el festival de comida mexicana que se llevó a cabo en Praga, República Checa, el 14 y 15 de octubre, con el objetivo de promover la cultura y las tradiciones mexicanas, así como fomentar el turismo a través de la oferta de las 18 rutas gastronómicas.

2017

- El 9 de marzo se participó en la muestra gastronómica *Mexique en France-Gastronomía*, Cultura y Turismo para posicionar a México como un destino turístico que ofrece una oferta cultural y culinaria excepcional. El evento fue realizado con la colaboración de Kitchen Trotters,



Delicias de México.

- empresa pionera en Francia que busca abrir nuevas formas de consumo a través de su propuesta, llegando a 7,000 hogares franceses con promoción turística y gastronómica.
- ELLE GOURMET, una de las revistas de gastronomía, *lifestyle* (estilo de vida) y viajes más importante de Japón, publicó en el mes de febrero un artículo especial de 24 páginas, así como su portada, sobre gastronomía tradicional y contemporánea mexicana.
- Cali Baja Food Fest se llevó a cabo el 9 de marzo en el marco de la inauguración del Año México en Los Ángeles con una muestra gastronómica, donde se presentaron chefs y restaurantes de Baja California.
- *Sugar Land, Wine and Food Affair* celebrado del 6 al 9 de abril, es un trade show con eventos varios donde se cuenta con la presencia de talentosos chefs internacionales y productores de vino y cerveza, que se realizó en Houston, Texas.
- En el marco del Festival de Cocina & Turismo de Iberoamérica 2017 en Argentina, llevado a cabo el 11 de abril, se realizó una presentación y muestra gastronómica, la ponencia giró sobre la importancia de la gastronomía para México.
- Se participó en el Festival de Gastronomía de las Américas en Washington, D.C., el 21 de mayo, con el objetivo de dar a conocer y promocionar la gastronomía mexicana, así como la cultura y diferentes bailes típicos de algunos

estados como Veracruz, Jalisco, Oaxaca, entre otros.

- Muestra gastronómica en la escuela de cocina Le Cordon Bleu en París, que se llevó a cabo el 31 de mayo, la muestra contó con la participación de 40 representantes de medios e industria gastronómica.
- *El Wine & Food Week* (del 5 al 11 de junio), es un festival gastronómico que reúne a chefs y expertos en vino de todo el mundo y se llevó a cabo en Houston, participando en el evento Sip, Suds & Tacos el 9 de junio y en *The Wine Rendezvous Grand Tasting & Chef Showcase* el 10 de junio, con el objetivo de promover la gastronomía mexicana. El destino de Los Cabos se unió a este esfuerzo de promoción.
- En el marco del 5° aniversario del Punto MX, primer restaurante mexicano con estrella Michelin en Europa, se realizó el 7 y 8 de junio en Madrid una muestra gastronómica del menú de degustación de la cocinera tradicional oaxaqueña Juana Amaya, con los influencers Mónica de Tomas y Paco Nadal.
- Se realizó la tercera edición del Festival Turístico Gastronómico ¡Qué Gusto! del 15 al 25 de junio, en el cual participaron restaurantes franceses y mexicanos en la capital francesa.

Atlas Turístico de México

La Secretaría de Turismo en coordinación con las Entidades Federativas, ha realizado la actualización de más de 20 mil contenidos del Atlas Turístico de México de septiembre de 2016 a julio de 2017, de los que destacan la actualización de 70 Centros Turísticos, 111 Pueblos Mágicos, 44 Destinos Prioritarios. Así como la generación de 25 nuevas capas georreferenciadas correspondiente a Hoteles clasificados por categoría (1 a 5 estrellas), Galerías de Arte, Turismo Gastronómico, Certificaciones, Destinos de Enoturismo, Aventura, Ecoturismo, Turismo Rural, Top 50 Mejores Restaurantes a nivel mundial y los 50 mejores a nivel Latinoamérica, Turismo de Cultura, Aventura, Sol y Playa, LGBT, Spa's, Romance, Embajadas y Consulados, Playas Certificadas Blue Flag, EcoParques y la actualización de 5,100 textos de promoción por cada idioma disponible en la herramienta (español, inglés y francés), 6,500 imágenes y la integración de 52 videos de promoción. La actualización oportuna de los contenidos del Atlas Turístico de México, apoya a dirigir la prospectiva del desarrollo del sector y los estudios de gran visión para la planeación a largo plazo, además de que permite la aplicación de nuevas tecnologías para el desarrollo turístico del país.

Durante junio y julio de 2017 se desarrollaron dos talleres regionales denominados Sistema de Información Estadística y

Geográfica de Turismo, que tuvieron como objeto brindar las herramientas técnicas y conceptuales para la óptima generación, análisis e interpretación de estadísticas de turismo. A los mismos acudieron representantes de 14 Entidades de la Federación.

Ferias y Eventos Internacionales

Durante el periodo del 1° de septiembre de 2016 al 31 de agosto de 2017, se promovieron los estados y destinos turísticos, a través de la participación en 20 ferias internacionales de turismo más relevantes a nivel mundial, desarrolladas en los principales mercados emisores de turistas a nuestro país. Con una inversión de 193 millones de pesos, en las diferentes ferias se instaló el pabellón de México con la participación de 672 expositores representantes de la industria turística nacional, que aprovecharon la plataforma de negocios que representan las ferias internacionales, para establecer contacto con los principales compradores internacionales y concertar citas de negocios, coadyuvando a incrementar el flujo de visitantes a nuestro país.

Se promovieron y comercializaron los productos turísticos del país en las siguientes ferias turísticas:

1. International French Travel Market (IFTM TOPRESA). Es la feria más importante del mercado francés. Se llevó a cabo del 20 al 23 de septiembre, en la Ciudad de París, Francia.
2. Tourism Forum and Travel Showcase (JATA). Evento especializado más importante de la industria de viajes y uno de los más grandes de Asia. Se llevó a cabo del 22 al 25 de septiembre de 2016 en Tokio, Japón, que es la principal Ciudad emisora de turistas a México del continente asiático.
3. Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT), en Buenos Aires, Argentina, del 1° al 4 de octubre de 2016.





Alegría de vivir.

Pabellón de México, el encanto de la vanguardia

- El pabellón de México, siempre a la vanguardia, incluyó diferentes dispositivos, que acercaron a los visitantes a conocer la riqueza turística de nuestro país, entre los que destacan:
- Aplicación Turística Look & Feel Diseñada para dispositivos táctiles que contiene información relevante sobre destinos turísticos de México de manera interactiva.
- Pabellón interactivo 3D: Maqueta virtual de todo el pabellón.
- Buzón de mensajes: Herramienta que permite agendar una cita o hacer una consulta al expositor.
- Explora México: Aplicación preparada con tecnología 3D que muestra la belleza de México y sus principales destinos, a través de un recorrido virtual, descargable para dispositivos móviles e instalada en un visor que el usuario puede llevarse de manera gratuita y que podrá seguir utilizando para contar con mayor información sobre México.
- Chef Virtual: Aplicación a través de la cual se simula la presencia de un chef real que está cocinando diferentes platillos mexicanos en diversos escenarios.
- Adaptación del videojuego Pelota Maya para Realidad Virtual.

1. TTTG INCONTRI en Rímíni, Italia, del 13 al 15 de octubre de 2016. Es la feria más importante del sector turístico en Italia.
2. *America's Worldwide Exhibition for Incentive Travel Meeting and Events* (IMEX America), en Las Vegas, E.U.A; del 18 al 20 de octubre de 2016. Feria especializada en Incentivos, Congresos y Convenciones, que reúne a los compradores más calificados de América del Norte y del mundo.
3. *Salon International Tourisme Voyages* (SITV), en Montreal, Quebec, Canadá, del 21 al 23 de octubre de 2016. Canadá ocupa el segundo lugar en el ranking de países emisores de turistas a México, por lo que la participación en esta feria resultó relevante para fortalecer la promoción ante más de 35,000 personas que la visitan.
4. *World Travel Market* (WTM), en Londres, Reino Unido, del 7 al 9 de noviembre de 2016. Es la feria turística más importante del Reino Unido y una de las más relevantes a nivel mundial.
5. *China International Travel Market* (CITM), en Shanghai, China, del 11 al 13 de noviembre de 2016. Es la feria más importante de profesionales de viajes en Asia. El pabellón de México se instaló en 54 m2, en el que participaron 9 expositores especializados en el mercado asiático.
6. *Incentives Business Travel and Meeting Exhibition* (IBTM), en Barcelona, España, del 29 de noviembre al 1° de diciembre de 2016.
7. Feria Internacional de Turismo (FITUR), en Madrid, España, del 18 al 22 de enero de 2017.
8. *Travel and Adventure Show* (TAS), en Chicago, II E.U.A.,

- del 21 al 22 de enero de 2017. México fue galardonado con el premio al Mejor Expositor en la feria,
9. *The New York Times Travel Show*, en Nueva York, E.U.A., del 27 al 29 de enero de 2017.
 10. Vitrina Turística ANATO, en Bogotá, Colombia, del 1° al 3 de marzo de 2017. Feria más importante de Colombia, siendo exclusiva para profesionales, ya que congrega, no sólo a la industria turística de Colombia, sino a gran parte de Sudamérica y de toda la región andina.
 11. *The World's Leading Travel Trade Show (ITB Berlín)*, en Berlín, Alemania, del 8 al 12 de marzo de 2017.
 12. *Seatrade Cruise Global*, en Fort Lauderdale, FL, E.U.A., del 13 al 16 de marzo de 2017. Feria más importante de la industria de cruceros.
 13. *China Outbound Travel and Tourism Market (COTTM)*, en Beijing, China, del 29 al 31 de marzo de 2017.
 14. *The Worldwide Exhibition for Incentive Travel Meeting and Events (IMEX Frankfurt)*, en Frankfurt, Alemania, del 16 al 18 de mayo de 2017.
 15. *Korea Overseas Travel Fair (KOTFA)*, en Seúl, Corea del Sur, del 10 al 4 de junio de 2017. México obtuvo el premio The Best Tourism Publicity Award, en la edición número 32 de esta feria, que se ha convertido en una de las mejor posicionadas en el mercado turístico mundial.
 16. Feria Internacional del Mercado de Turismo de Reuniones y Viajes de Incentivos de América Latina y el Caribe (FIEXPO Latinoamérica), en Santiago de Chile, Chile, del 5 al 7 de junio de 2017. Principal feria de turismo de Reuniones, Incentivos, Congresos y Convenciones de la Alianza del Pacífico, la cual representa una importante plataforma para la promoción en América del Sur, América Central y el Caribe.
 17. *Travel Industry Exhibition (TIE)*, en Sidney, Australia, del 20 al 21 de julio de 2017.

Tianguis Turístico México

Es el evento más importante del sector turismo de nuestro país, dirigido a los profesionales de la industria turística nacional e internacional, siendo un foro único de negocios, en el que compradores de diversas partes del mundo se reúnen con empresas mexicanas generando importantes relaciones comerciales.

El Tianguis Turístico México se ha convertido en el punto de encuentro de empresarios, hoteleros, agentes de viajes, operadores receptivos, touroperadores, *meeting planners*, medios especializados de la industria turística

de 88 países en el mundo, mostrándose como el evento más representativo de la comercialización de la oferta turística de nuestra nación.

Tianguis Turístico				
Edición	Sede	Empresas compradoras	Citas de negocios	Países
2011	Acapulco	403	16,438	24
Inicia itinerancia				
2012	Puerto Vallarta -Riviera Nayarit	712	23,011	26
2013	Puebla	784	26,288	42
2014	Cancún-Riviera Maya	901	38,184	60
2015	Acapulco	690	30,375	65
2016	Guadalajara	910	37,022	79
2017	Acapulco	973	44,312	88

Después de 36 ediciones realizadas en Acapulco, a partir de 2012 se realizó la primera edición itinerante, permitiendo con esta estrategia mostrar a la industria turística internacional, la infraestructura en recintos, y hotelería, así como la conectividad aérea y terrestre de nuestro país. Esta itinerancia ha traído un importante incremento en la participación de compradores, países y citas de negocio:

Los incrementos que impactan de manera importante a partir de 2011 a la edición 2017 se ven reflejados en los siguientes rubros:

- Empresas compradoras 141.44%
- Citas de negocios 169.57%
- Países 266.67%

Tianguis Turístico México 2017

Del 27 al 30 de marzo del año en curso, se llevó a cabo la Edición No. 42 del Tianguis Turístico México 2017, realizada en las instalaciones de Expo Mundo Imperial en Acapulco, Guerrero.

Se contó con la presencia de 973 empresas compradoras, de las cuales 346 eran nacionales y 627 internacionales, provenientes de 88 países, incluyendo México.

En lo que corresponde al programa de citas de negocios, el sistema arrojó una cifra de 44,312 reuniones, lo cual representa un alto índice de productividad durante el evento.

En el marco del Tianguis Turístico Acapulco 2017, se realizó por primera vez la Rueda de Negocios de

Proveeduría Conéctate al Turismo la cual contó con la participación del Presidente de la República, el Lic. Enrique Peña Nieto, quien dio el toque de campana para dar inicio a las reuniones de negocio con los siguientes resultados:

- Participación de 40 compradores (37 hoteles, 2 restaurantes, 1 crucero).
- Participación de 237 proveedores de diferentes sectores representando a 26 estados del país.
- Se efectuaron 1,041 reuniones de negocios.
- Se reportaron 220 millones de pesos como expectativas de compras en el corto, mediano y largo plazo.
- Se cumplió en un 98% con la demanda de bienes y servicios.

Cifras Record en el Tianguis Turístico 2017

Resultados	2016	2017	Variación
Empresas Compradoras:	910	973	6.9%
Citas de negocio	37,022	44,312	19.7%
Países participantes	79	88	11.4%

La evaluación realizada al Tianguis Turístico arrojó muy buenos resultados, toda vez que los compradores

entrevistados externaron su satisfacción al 95% con el evento y el 90% de los expositores encuestados manifestaron haber estado satisfechos con la feria.

En el marco del Tianguis Turístico 2017, el movimiento nacional Viajemos todos por México, contó con un stand en el área de exposición en donde se registraron 86 socios de la industria turística en el Portal de Viajemos Todos por México, En el evento se ofreció un Taller de Encuentro Empresarial en donde participaron más de 30 socios nacionales y más de 240 socios de las entidades federativas que no habían asistido con anterioridad a este evento.

Feria de Turismo Cultural México

La realización de la Séptima Feria de Turismo Cultural permitió el impulso y comercialización de la amplia oferta turístico-cultural con la que cuenta México para consolidar los atractivos y productos existentes en este ámbito. Este foro representó una acción estratégica para la comercialización de la oferta turístico-cultural entre operadores de viajes extranjeros y nacionales donde se promovió la consolidación de los productos ya existentes, además de posicionar las nuevas propuestas.



Tianguis Turístico 2017.



Disfrutando la playa en familia.

VI.2 Impulsar el Desarrollo del Mercado Nacional Promoviendo en la Población del País la Intención de Conocer México y sus Destinos.

Movimiento Nacional Viajemos Todos por México

De septiembre de 2016 a junio de 2017 se realizó una inversión de aproximadamente 264 millones de pesos para darle continuidad a la campaña institucional Viajemos Todos Por México, la cual tiene como objetivo dar a todos los segmentos de la población mexicana la posibilidad de viajar por el país a precios accesibles, durante las temporadas de menor ocupación turística; a través de una gran campaña de promoción nacional (televisión, radio, revista, exteriores, medios complementarios y digitales); en noviembre de 2016 la campaña se sumó a la iniciativa Buen Fin del Gobierno Federal, a través de la publicación de paquetes y ofertas especiales para viajar dentro del país.

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2016 se realizó y difundió la campaña publicitaria Lo que buscas, vive en México, la cual estuvo orientada a difundir la gran riqueza natural y cultural con la que cuenta nuestro país, incentivando el ejercicio de un turismo sustentable para seguir conservando ese patrimonio que tiene México, lo anterior con motivo de la realización de la COP 13, del 2 al 17 de diciembre en el estado de Quintana Roo. Esta campaña tuvo una inversión aproximada de 55 millones de pesos.

En el primer trimestre de 2017 se lanzó la campaña Acapulco Amanece, cuyo objetivo principal es incrementar el humor social de los acapulqueños mediante una

Magno Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México

Con motivo de la realización del primer Desfile de Día de Muertos en la Ciudad de México, se realizó una gran campaña publicitaria con una inversión de más de 42 millones de pesos, durante los meses de octubre y noviembre a nivel nacional, a través de acciones en televisión, radio, prensa, revistas, online y medios complementarios, por un lado difundiendo las distintas tradiciones que hay en diversas regiones del país en torno a esta celebración y por otro invitando a asistir por primera vez al Magno Desfile de Día de Muertos, el cual congregó a miles de turistas nacionales y extranjeros a lo largo de la Avenida Paseo de la Reforma y el zócalo capitalino. Se generaron 299,114,827 impactos en medios. Se contó con la participación de más de 1,200 voluntarios.

Se estima que se recibieron más de 250,000 asistentes al recorrido del desfile y más de 164,250 visitantes en la Ciudad de México, de los cuales 132,135 fueron nacionales y 32,115 extranjeros. Se generó una derrama económica de 963 Millones de Pesos.

campaña de orgullo y generar conversaciones positivas que permitan reposicionar Acapulco en la mente de los viajeros. La campaña tuvo difusión en medios masivos como televisión, exteriores, prensa, radio, digital, revistas, tanto a nivel nacional como local. Para esta campaña se realizó una inversión aproximada de 64 millones de pesos.

En el segundo trimestre de 2017, se diseñó y planeó la producción de la nueva campaña internacional México, un mundo en sí mismo, que busca resaltar la riqueza y diversidad cultural y natural de nuestro país, resaltando los atributos únicos que dan identidad propia a cada destino y que conforman a México. La campaña estará vigente a partir del tercer trimestre del año.

El 18 de noviembre de 2016, se firmó el convenio con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) para la promoción de viajes entre los maestros afiliados.

Se ha trabajado con la Asociación de Bancos de México (ABM), para la promoción de viajes entre los empleados bancarios y la generación de nuevos productos de crédito para facilitar los viajes de todos los turistas.

Se ha trabajado con el Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT) y el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (ISSSTE), quienes cuentan con una bolsa de 1,000 millones de pesos cada uno, para otorgar créditos a fin de facilitar la compra de viajes a los empleados de las empresas afiliadas al FONACOT y los afiliados al ISSSTE.

Se han incorporado a empresas locales a sus programas y estrategias comerciales, lo que ha permitido que hasta el momento haya más de 2,000 empresas registradas con más de 2,500 propuestas turísticas.

Programas Cooperativos

Los Programas Cooperativos se establecen con las 32 Entidades Federativas para realizar campañas de promoción turística, mediante las cuales se difunden y promueven las marcas turísticas de México y los destinos turísticos, así como sus productos y servicios. En algunas campañas participan Socios Comerciales nacionales e internacionales, que pueden ser empresas privadas que participan directamente

con la actividad turística o con otro giro comercial que beneficien directa e indirectamente a la difusión de la imagen turística.

La asignación de los montos de inversión para los Programas Cooperativos, consiste en establecer un monto base y el complemento mediante el desempeño que hayan mostrado las Entidades Federativas en los rubros de llegada de turistas nacionales e internacionales, oferta hotelera y conectividad aérea nacional e internacional. Los tipos de campañas que se realizan dentro de los Programas Cooperativos son:

- Bipartita: Participan CPTM - Estado/Destino con una inversión uno a uno.
- Tripartita/Multipartita: Participan CPTM - Estado/Destino - Socio Comercial con una inversión uno – uno – uno.
- Tripartita/Multipartita Internacional: Participan México (CPTM-Estado/Destino) y el Socio Comercial Internacional con una inversión de México de (uno+uno) y el Socio Comercial invierte la misma cantidad que México.



Durante el periodo del 1° de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017, se encuentran en ejecución los Programas Cooperativos con cada una de las Entidades Federativas, por un monto de 976.69 millones de pesos, La inversión ejercida en promoción ha detonado acciones promocionales y publicitarias por un monto de 1,176.61 millones de pesos con lo cual se logró un mayor impacto en término de cobertura de consumidores y mercados. La asignación en Programas Cooperativos a las Entidades Federativas en este periodo es:

Inversión del CPTM en Programas Cooperativos	
2016 – 2017 (millones de pesos)	
Entidad Federativa	Inversión en Programas Cooperativos 2016-2017
Aguascalientes	\$ 7.20
Baja California	\$ 26.30
Baja California Sur	\$ 50.23
Campeche	\$ 10.00
Chiapas	\$ 19.50
Chihuahua	\$ 17.25
Ciudad de México	\$ 101.24
Coahuila	\$ 13.16
Colima	\$ 20.46
Durango	\$ 13.54
Estado de México	\$ 20.07
Guanajuato	\$ 37.57
Guerrero	\$ 48.20
Hidalgo	\$ 14.60
Jalisco	\$ 64.21
Michoacán	\$ 13.68
Morelos	\$ 10.95
Nayarit	\$ 35.47
Nuevo León	\$ 39.01
Oaxaca	\$ 20.70
Puebla	\$ 27.99
Querétaro	\$ 22.67
Quintana Roo	\$ 166.96
San Luis Potosí	\$ 20.38
Sinaloa	\$ 36.29
Sonora	\$ 16.06
Tabasco	\$ 10.51
Tamaulipas	\$ 8.50
Tlaxcala	\$ 6.92
Veracruz	\$ 26.26
Yucatán	\$ 31.23
Zacatecas	\$ 19.58
TOTAL	\$ 976.69

Una de las estrategias empleada es el impulso a la conectividad aérea, desarrollando esquemas promocionales atractivos para las líneas aéreas, motivándolos a la apertura de nuevas rutas o incrementar vuelos, así como frecuencias para que más turistas visiten nuestro país.

VI.3. Incrementar la Promoción de México en los Mercados Tradicionales e Impulsar la Diversificación de Mercados

Promoción en Medios Digitales y Redes Sociales

En abril de 2017 se llevó a cabo la actualización, rediseño y migración del portal institucional www.visitmexico.com de la versión 3.0 al 4.0 con videos que llaman la atención de inmediato e invitan a conocer más de los destinos de México.

El nuevo sitio presenta secciones que facilitan su navegación como ¿Dónde ir?, ¿Qué hacer?, Planea tu viaje, Prepara tu viaje con consejos útiles, la opción de reservar y comprar tu viaje en forma automática. Durante el periodo de septiembre de 2016 a junio de 2017, el portal visitmexico.com recibió 22 millones de visitas.

VisitMexico portal turístico con liderazgo en redes sociales

Al 30 de junio de 2017, la comunidad de VisitMexico en redes sociales cuenta con 7,242,842 usuarios y se encuentra posicionada entre las tres primeras comunidades de organismos turísticos internacionales con mejor desempeño en línea, de acuerdo con Facebook.

Campaña Online Internacional Institucional

Como parte de la campaña institucional online en el mercado internacional, se ejecutaron acciones de promoción para la campaña *México, Live It To Believe It* en 2016 y para la campaña *México, a world of its own* en 2017, con las siguientes acciones y resultados:

Del 6 al 19 de diciembre de 2016 se ejecutaron acciones en Facebook, en formato video, dirigidas al mercado estadounidense; con motivo de la Conferencia de las Partes (COP 13) de Naciones Unidas, celebrado en Cancún, Quintana Roo. Dichas acciones generaron 3,011,444 impresiones que provocaron 708,183 vistas y 721,964 interacciones del público objetivo.



Día de Muertos, Ciudad de México.

Del 29 de marzo al 10 de abril de 2017, se realizaron acciones para promover la nueva imagen del sitio visitmexico en español, para lo cual se buscó generar tráfico al sitio desde países de habla hispana como Argentina, Colombia, Chile y España, a través de la promoción de un video de Quintana Roo y otro de Yucatán. Con esta campaña se obtuvieron 94,485 clics al sitio, provenientes de dichos mercados.

De 30 de marzo al 15 de abril, se realizaron acciones de promoción en medios online para el mercado japonés, a fin de apoyar la apertura del nuevo vuelo diario de All Nippon Airlines Narita, Tokio-Ciudad de México, a través de la generación en redes sociales de contenidos editoriales y audiovisuales. La campaña generó 313,410 vistas y un VTR de 22% en Facebook.

Del 30 de marzo al 21 de abril, se llevó a cabo una campaña de inspiración en formato video para medios online denominada *Tequila Cloud* dirigida al Reino Unido y Alemania, a partir de la idea de crear una nube que lloviera tequila y que promoviera a México como un país único de clase mundial a través de una experiencia innovadora. La campaña generó 2,313,994 views con un VTR promedio de 50 por ciento.

Campaña Nacional Online Viajemos todos por México

Del 01 de septiembre de 2016 al 12 de junio de 2017 se ha dado la difusión a las 32 entidades federativas por medio de la campaña Viajemos todos por México, que busca inspirar e invitar a viajar a todos los mexicanos a que conozcan la diversidad y riqueza que tiene México.

Se tuvieron campañas en plataformas digitales a nivel nacional, las cuales contaron con distintos periodos de

exhibición y dirigidos a diferentes públicos objetivo. La campaña se difundió en redes sociales, DSP y sitios de viaje generando 375 millones de impresiones, 3.6 millones de clics, 1.1 millones de interacciones y 33 mil vistas.

Campaña Nacional Día de Muertos

El 26 de octubre se lanzó la campaña Día de Muertos en plataformas como Facebook, Twitter, Headway y Vice con videos y banners. Se contó con el apoyo de influencers para tener mayor alcance en menor tiempo. De esta campaña obtuvimos 44.9 millones de impresiones, 319 mil clics y 544 mil interacciones en redes sociales.

Campaña Fórmula 1 (F1)

El 26 de octubre se lanzó la campaña de F1. Con diferentes versiones de videos en plataformas de redes sociales. De las cuales se obtuvieron 23 millones de impresiones, 151 mil clics, 217 mil interacciones en redes sociales y 2.7 millones de vistas.

Campaña NFL

La campaña de NFL se lanzó del 14 al 24 de noviembre. Se comunicó la experiencia de la NFL en México con videos, banners e influencers. Dentro de plataformas de redes sociales y DSP para tener mayor impacto. Los resultados fueron 45.8 millones de impresiones, 288 mil clics, 531 interacciones en redes sociales y 3.4 millones de vistas. La campaña en redes sociales para promover el primer Monday Night Football de la NFL que se juega fuera de los Estados Unidos, el cual tuvo lugar en el Estadio Azteca de la Ciudad de México, el 21 de noviembre. Esta campaña se dirigió a 4 estados de Estados Unidos (Nueva York, Arizona, California y Texas) y tuvo presencia en Facebook

y Twitter, de manera previa y posterior al evento. En Facebook, se lograron 9.2 millones de impresiones que impactaron a 8.2 millones de personas, y se generaron 187,478 interacciones. En Twitter se lograron 5.5 millones de impresiones que generaron 146,837 interacciones entre el público.

Alianza del Pacífico

En el contexto de las acciones concertadas con los países miembros de la Alianza del Pacífico, se realizaron las siguientes acciones promocionales:

III Caravana Turística de México en los países de la Alianza del Pacífico, se llevaron a cabo seminarios y ruedas de negocios de los destinos de México, aerolíneas y hoteles en México de la siguiente forma: 4 de octubre Santiago de Chile, 5 de octubre Lima, Perú y finalmente 6 de octubre Bogotá, Colombia Al evento asistieron más de 300 personas en las 3 ciudades.

IV Macrorrueda de Negocios de Turismo de la Alianza del Pacífico. Del 24 al 26 de mayo de 2017, en Valparaíso, Chile, se llevó a cabo esta mega rueda de negocios, la cual contó con la presencia de más de 200 empresarios de los cuatro países que conforman el bloque, así como 30 empresarios especializados en el mercado chino provenientes de China y los Estados Unidos de Norteamérica. Se espera concretar negocios en materia turística para los países de la Alianza del Pacífico.

Oficinas en el Exterior

Las oficinas del CPTM en el exterior, han coordinado la participación de la oferta turística mexicana en más de 30 importantes ferias de carácter regional, entre las que destacan:

- *Busan International Travel Fair 2016*, en Corea 9 de septiembre
- 28° Festival de Turismo de Gramado en Brasil, 3 de noviembre
- *Ferienmesse Wien* en Viena, el 12 de enero
- *El Holiday World Belfast*, Irlanda el 13 de enero
- *MATKA* en Helsinki, Finlandia el 17 de enero
- *Fiexpo* en Zurich, Suiza el 26 de enero
- *Holiday World* en Dublín, Irlanda el 27 de enero
- *Reisen Hamburg* en Hamburgo, Alemania el 8 de febrero
- *Feria Internacional SATTE 2017* en Nueva Delhi, India el 15 de febrero
- *Free München* en Múnich, Alemania el 22 de febrero
- *GIFT Guangzhou International Travel Fair 2017* en Guangzhou, China el 23 de febrero
- *Ferie for Alle/Danish Travel Show* en Herning, Dinamarca el 23 de febrero
- *Marine Diving Fair* en Tokio, Japón, el 7 de abril
- *World Travel Fair* en Shanghai, China el 20 de abril
- *Salón Internacional de Turismo SIT* en Lima, Perú el 17 de mayo
- *Expo Turismo Internacional* en Panamá el 26 de mayo
- *International Travel Expo Hong Kong 2017 (ITE)* el 15 de junio



Acuerdos internacionales, Francia.

México, destino turístico de clase mundial

Las oficinas de representación en el exterior realizaron más de 1,300 acciones promocionales entre las que destacan 251 seminarios para capacitar a más de 25,000 agentes de viajes y turoperadores con 102 destinos nacionales participantes; 94 viajes de familiarización con más de 700 participantes entre agentes de viajes, turoperadores, medios de comunicación, *influencers* y *bloggers*.

Se participó en 126 *trade shows*, 74 presentaciones y se organizaron 223 eventos promocionales, así como 29 caravanas de promoción turística y 4 certificaciones. Todo ello como parte de la estrategia de posicionamiento de México como destino turístico a nivel mundial, orientados a la diversificación de destinos y segmentos.

A través de las siguientes acciones de promoción se logró una mayor presencia de los destinos de México en los siguientes mercados no tradicionales:

- Caravana segunda y tercera fase de 2016, 14 de septiembre y 7 de noviembre de 2016 en Belo Horizonte y Caxias Do Sul.
- Roadshow en Lituania, Estonia y Letonia, noviembre 2016.
- Caravana, primera y segunda fase, 2 de febrero y 15 de mayo Curitiba y Porto Alegre en Brasil.
- Caravanas de Promoción de Primavera, 10 y 11 de abril, 15 al 17 de mayo en Osaka, Hiroshima y Tokio en Japón.
- Caravana de promoción turística en Uruguay, Paysandú y Salto el 19 de abril.
- Seminario México, un Mundo en Sí Mismo, 18 de abril en Quito, Ecuador.
- Seminario de Promoción Turística, 25 de abril, Bangkok, Tailandia.
- Evento de promoción en mercados secundarios, 5 de junio en Tel Aviv, Israel.
- Caravana de Promoción Turística de Verano en China, 21 y 23 de junio, realizada en las ciudades de Chengdu y Xiamen.
- Se participó en ITLM Américas del 26 al 29 de septiembre, en la Riviera Maya, unificando la presencia de México por primera vez como destino sede en uno de los más importantes eventos internacionales del turismo de lujo.
- En el mes de noviembre, la Orquesta Sinfónica Nacional (OSN) se sumó por primera vez a las acciones en el marco de las Actividades del Año Dual México - Alemania, realizó una gira por Europa, en Alemania visitó las ciudades de Colonia, Frankfurt, Hamburgo, Düsseldorf, Stuttgart y Múnich, así como Viena en Austria y abrió el mundialmente reconocido Festival de Música Festspielhaus, se produjeron en conjunto con la OSN, 7 clips que ligan las piezas musicales estelares con los destinos turísticos, a través de las imágenes y materiales audiovisuales proporcionados por el CPTM en Berlín.
- En el marco de la muestra Los Mayas en Verona en el mes de noviembre, la Oficina de Representación del CPTM en Italia, sostuvo reuniones de trabajo con los principales socios estratégicos en ese país y llevó a cabo una presentación ante más de 50 turoperadores italianos, en donde se destacaron las metas, acciones y estrategias para este mercado. Adicionalmente, Se publicaron una decena de artículos sobre México en medios tales como: *Travel Quotidiano*, *Guida Viaggi*, TTG Italia, entre otros, donde se resaltan los atractivos turísticos de nuestro país.
- Del 5 al 13 de diciembre, por primera vez se llevó a cabo un Viaje de Familiarización (Fam Trip) que agrupó a los 270 mejores agentes de viajes alemanes y austriacos que venden el producto turístico del turoperador alemán Thomas Cook-Neckermann AG, los cuales fueron elegidos entre 1,200 candidatos mediante un minucioso proceso de selección. Los agentes de viajes se distribuyeron en grupos para conocer la oferta de productos turístico de los destinos Riviera Maya, Yucatán y Campeche, del mismo modo, se realizaron talleres de capacitación y seminarios de presentación de los destinos y diversificación del producto turístico que México ofrece.
- Del 12 al 15 de Febrero la oficina del CPTM en Nueva York participó en la conferencia anual de ETC (Educational Travel Consortium), este evento es el más importante relacionado con el turismo cultural; en el que se les presenta la oferta turística a organizadores de viajes culturales, turoperadores, instituciones académicas, museos y promotores de turismo cultural.
- México participó en el *Destination Dinner* presentando la oferta de viajes culturales, con la asistencia de operadores altamente especializados en este nicho. Además, se tiene una alianza en la cual se incluye la colaboración conjunta para el desarrollo

de un micro-sitio enfocado en la promoción de México con un enfoque especializado en un alto nivel de cultura.

- La revista japonesa LEON, publicó un artículo especial de México como resultado de un viaje de familiarización a la Ciudad de México y Puebla en el mes de marzo de 2017. La revista japonesa LEON es una de las principales revistas de moda, lujo y cultura para hombres con gustos sofisticados e interés por viajar.
- El 3 de marzo 2017 se dio a conocer el incremento del número de frecuencias del vuelo directo de Aeroméxico en la ruta NARITA – CDMX, de 5 a 7 frecuencias semanales, con lo que se contará con una oferta de 88,695 asientos disponibles en vuelos directos a México, incrementando en 40% la oferta de asientos en vuelos directos a nuestro país, hecho sin precedente en el mercado asiático.
- En el mes de abril la oficina del CPTM en Chicago apoyó con información relevante y contactos de los destinos de México, en la toma de decisión de Aeroméxico para la apertura de las rutas Detroit - Ciudad de México y Detroit - Monterrey. Ambas rutas con esquemas de frecuencias diarias.
- Del 5 al 7 de Mayo se participó en el evento Experience Mexico en el marco de *Ottawa Welcomes the World 2017*, este es un evento de alto impacto, sin precedente en Ottawa, en donde se ofreció una promoción integral de México con énfasis en componentes claves del turismo, como gastronomía, cultura, historia, sustentabilidad, entre otros. Se contó con la participación de los destinos: Riviera Maya, Colima, Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Los Cabos, San Miguel de Allende, Chihuahua, Guanajuato y Sinaloa.
- Derivado del incremento de la conectividad aérea entre México y Japón a través de la operación de dos vuelos diarios directos de las aerolíneas ANA y Aeroméxico, en mayo se llevaron a cabo una serie de seminarios de capacitación (B2B) y de promoción turística de México (B2C) en colaboración con aerolíneas y agencias de viajes japonesas en las ciudades de Tokio, Nagoya, Osaka y Fukuoka.
- El CPTM, en colaboración con la Federación Mexicana de Fútbol, diseñó una serie de spots con mensajes en idioma coreano, presentados por los jugadores de la Selección Mexicana Sub20, participantes en la Copa Mundial de Fútbol Sub20, que tuvo lugar en Corea del Sur durante mayo y junio de 2017. Las cápsulas fueron difundidas entre el público coreano y mexicano en redes sociales del CPTM, la Embajada



de México en Corea, la Federación Mexicana de Fútbol y el Comité Organizador de FIFA Sub20.

- La oficina del CPTM en Los Ángeles apoyó a la aerolínea Volaris con la inauguración del nuevo vuelo Ontario a León, Guanajuato. El evento se llevó a cabo en el aeropuerto de Ontario, California, el 16 de mayo, donde se realizó un anuncio del vuelo en conferencia de prensa.
- La oficina del CPTM en Houston, coordinó acciones con la aerolínea Southwest para la realización del vuelo inaugural de Fort Lauderdale – Cancún, (del 1 al 4 de junio). El equipo tiene una capacidad de 143 asientos, con una frecuencia de un vuelo al día.
- La oficina del CPTM en Montreal promovió a México en el marco del Gran Premio F1 de México, dentro del evento Formule Peel en Montreal, del 8 al 11 de junio, con demostraciones audiovisuales, flyers informativos, folletos y diversos sorteos en conjunto con la aerolínea Interjet y el Turoperador *Travel Nation*, al evento asistieron aproximadamente 90 mil personas al día, también se logró la repetición del video de promoción de México de 30 segundos en 11 pantallas repartidas en el evento.
- El 13 de junio se participó en la reunión anual de USTOA (*United States Tour Operators Association*) en Washington D.C., quienes son los principales cabilderos de la industria de viajes en los Estados Unidos y representan más de 180 empresas, las más importantes en este mercado. Se contó con la participación del Embajador de México en E.U.A, Gerónimo Gutiérrez, quien dirigió un mensaje sobre la importancia de la relación bilateral México-Estados Unidos; a su vez los directivos de USTOA presentaron un estudio que condujo el consultor PriceWaterHouse Coopers en el que señala a México como el destino que ofrece el mayor margen de utilidad a los operadores norteamericanos.



VII. FOMENTAR EL DESARROLLO
SUSTENTABLE DE LOS DESTINOS
TURÍSTICOS Y AMPLIAR
BENEFICIOS SOCIALES Y
ECONÓMICOS DE LAS
COMUNIDADES RECEPTORAS



Zacatecas, Zacatecas.

FOMENTAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS Y AMPLIAR BENEFICIOS SOCIALES Y ECONÓMICOS DE LAS COMUNIDADES RECEPTORAS

La Secretaría de Turismo promueve la transición hacia esquemas de sustentabilidad turística, con el objeto de contribuir a mejorar el bienestar y la equidad social, a la conservación y aprovechamiento óptimo de los recursos naturales y a la consolidación de una fuente de empleos de calidad y desarrollo, para mejorar el nivel de vida de las personas.

VII.1. Identificar la Vocación y el Potencial del Capital Natural y Cultural mediante el Ordenamiento Turístico del Territorio

Con el fin de identificar la vocación y el potencial del capital natural y cultural se trabaja en dos aspectos: Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio y las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable. En este sentido, se destacan las siguientes acciones:

- El 8 de septiembre de 2016, se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el Acuerdo por el que se emite la Metodología para la Elaboración, Integración, Ejecución y Evaluación del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio.
- Se concluyó la Fase Estratégica del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, documento que contiene lineamientos y estrategias turísticas para la preservación y el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos del país, así como una cartera de proyectos de cobertura regional.
- Se realizaron 3 foros regionales para la revisión y retroalimentación de la Fase Estratégica, con la participación de representantes de la administración pública federal, estatal, municipal, sector privado y academia. Los foros se realizaron en: Tijuana, 29 de noviembre; Mérida, 9 de diciembre y Ciudad de México, 13 de diciembre de 2016.
- En octubre de 2016, la SECTUR dio inicio a los trabajos del Grupo Técnico de Ordenamiento y Desarrollo Turístico Sustentable de Los Cabos,

con la participación de la Secretaría de Turismo de Baja California Sur, FONATUR, el IMPLAN Los Cabos, y las Delegaciones Federales de la SEGOB, INFONAVIT, SEMARNAT, SEDATU, CONAGUA y el INSUS. En el marco de este esfuerzo intersectorial, se concluyó la elaboración del Programa de Desarrollo Urbano Cabo San Lucas-San José del Cabo; asimismo, del Programa Municipal de Gestión de Riesgos y Ordenamiento Territorial; y la firma de dos convenios para la implementación del Programa Grandes Empleadores del INFONAVIT con empresas del sector turístico en Los Cabos.

- Adicionalmente, a partir de junio de 2017, la SECTUR participa en la implementación del Subsistema Nacional de Información Geográfica, Medio Ambiente, Ordenamiento Territorial y Urbano del INEGI, que tiene como objetivo establecer un mecanismo de trabajo intersecretarial para incorporar los requerimientos de información estadística y geográfica.
- En materia de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, se publicó en el DOF en noviembre de 2016, el Acuerdo por el cual se emiten los Lineamientos para la Dictaminación de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, los cuales tienen como objetivo establecer el procedimiento para dictaminar, las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable. Así mismo, en mayo de 2017 se publicó en el DOF el Anexo 1 de los mismos, el cual contiene el formato para la presentación del Expediente Técnico.
- Con la finalidad de facilitar la presentación de los instrumentos señalados en los citados Lineamientos, en agosto de 2017 se publicó en la página oficial de la Secretaría de Turismo la Guía para Facilitar la Presentación de los Instrumentos de los Lineamientos para la Dictaminación de Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable la cual incluye criterios e indicadores en materia de sustentabilidad.

Ordenamiento territorial para el desarrollo turístico sustentable

En alineación a la política nacional de ordenamiento territorial y desarrollo regional sustentable, se trabaja en coordinación con las autoridades locales, en la elaboración de instrumentos de planeación urbana en los Centros Integralmente Planeados (CIP) y su área de influencia con la finalidad de que los proyectos turísticos lleven a cabo procesos de planeación bajo las directrices de sustentabilidad, competitividad, y desarrollo económico en beneficio de sus habitantes.

Lo anterior a fin de anticipar y mitigar los impactos que genera el desarrollo y crecimiento urbano de los destinos turísticos de FONATUR.

Se ha dado seguimiento a la Instrucción Presidencial IP-515 que de manera coordinada entre la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, trabajen en el establecimiento de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, misma que fue mandatada en el Día Internacional de la Diversidad Biológica en mayo de 2017 en Mineral del Chico, Hidalgo.

El Sistema de Planeación Turística en la Región Sur de Sinaloa, fue concluido y entregado a las autoridades locales para su instrumentación.

Se obtuvieron los dictámenes de congruencia del Gobierno del Estado de Sinaloa y la aprobación del H. Cabildo del Municipio de Escuinapa, para los Planes Directores de Desarrollo Urbano de Ojo de Agua de Palmillas y de la Concepción (La Concha), publicados el 2 de diciembre en el Periódico Oficial del Estado e inscritos en el Registro Público de la Propiedad y el Comercio el 8 de diciembre de 2016.

En noviembre de 2016, se concluyó la etapa de elaboración del Programa de Ordenamiento Ecológico Local del Municipio de Escuinapa, Sinaloa, dando con ello cumplimiento a los compromisos establecidos en la Manifestación de Impacto Ambiental Regional (MIA-R), del proyecto Centro Integralmente Planeado Sustentable Playa Espíritu Teacapán. Con esto, se FONATUR contribuye a la protección del medio ambiente, la preservación y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales de la zona.

CIP Huatulco

El Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Santa María Huatulco fue aprobado por el H. Cabildo el 15 de diciembre de 2016.



Huatulco, Oaxaca.

CIP Nayarit

En congruencia con el convenio de colaboración suscrito con el Gobierno Municipal de Bahía de Banderas, para la actualización del Plan Municipal de Desarrollo Urbano Bahía de Banderas, se concluyó el instrumento durante el periodo reportado, iniciándose con ello las gestiones para su proceso de oficialización.

Por otra parte, FONATUR inició el proceso de actualización del Plan Parcial de Urbanización del CIP Polígono Litibú, Bahía de Banderas, Nayarit.

CIP Ixtapa

El Municipio de Zihuatanejo de Azueta, concluyó la actualización de su Plan Director de Desarrollo Urbano de Zihuatanejo Ixtapa 2015-2030 (PDDUZI), instrumento que fue aprobado el 15 de octubre de 2016 por el H. Cabildo. En este proceso, FONATUR apoyó en la revisión de los elementos técnicos y normativos, así como en la participación en los Foros de Consulta Ciudadana y Consulta Pública, procesos que dan legitimidad al instrumento.

VII.2. Diseñar Instrumentos con Criterios de Sustentabilidad para Dirigir al Sector Turístico hacia una Industria Limpia y Resiliente al Cambio Climático

En diciembre de 2016, México fue sede de la Décimo Tercera Conferencia de las Naciones Unidas del Convenio sobre Diversidad Biológica (COP-13), la cual se centró en la integración de la conservación y uso sostenible de la biodiversidad para el bienestar, incluyendo por vez primera al turismo dentro de los sectores productivos considerados junto con agricultura, pesca y forestal.



Ixtapa/Zihuatanejo, Guerrero.

En el marco de la COP-13, la Secretaría de Turismo presentó la Estrategia de integración para la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad

Resiliencia al cambio climático a través del uso sostenible de la biodiversidad

Como parte de las actividades de la COP-13, se llevó a cabo el Segmento de Alto Nivel sobre Turismo, que fue encabezado por el Titular de SECTUR y contó con la participación del Secretario General de la Organización Mundial del Turismo, Sr. Taleb Rifai, y más de 70 delegados y ministros de 25 países.

Durante la reunión los participantes adoptaron una Declaración Ministerial en la que se reconoció la responsabilidad del sector en la conservación y uso sostenible del medio ambiente y la importancia de más y mejores políticas en la materia.

en el sector turístico (2016-2022), la cual es resultado de un exhaustivo trabajo inter e intra sectorial para integrar los criterios de conservación y uso sustentable de la biodiversidad al modelo de desarrollo del turismo sustentable en México, así como la reducción de los impactos adversos que el Cambio Climático tiene y tendrá en las actividades del sector. Para la implementación de la estrategia se identificaron 9 ejes divididos en tres grupos: sustantivos, coordinación y soporte, en los cuales se integraron posteriormente con sus respectivas líneas estratégicas.

En relación a la colaboración con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y del financiamiento de proyectos con recursos del Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF por sus siglas en inglés), se está dando seguimiento a la propuesta denominada: Mainstreaming Biodiversity Conservation Criteria in Mexico's Tourism Sector with Emphasis on Biodiversity-rich Coastal Ecosystems, la cual tiene como objetivo promover la conservación de la biodiversidad y la mejora del carbono azul a través del diseño e implementación de políticas y modelos innovadores de turismo sustentable en México a nivel nacional y local.

El proyecto se fortalece con la participación de asociaciones civiles preocupadas comprometidas con el turismo y el cuidado del medio ambiente tal como: ISLA, Conservación del Territorio Insular Mexicano A.C., en la península de Baja California Sur, y Amigos de Sian Ka'an en Quintana Roo.

Como parte de las seis líneas de acción que fueron incluidas por la SECTUR en el Programa Especial de Cambio Climático 2014-2018, se realizaron las siguientes acciones:

- En diciembre 2016 se concluyó el Inventario Nacional de Gases de Efecto Invernadero del Sector Turismo el cual se enfocó principalmente a identificar las actividades del sector turismo que se consideraran fuentes de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en base a un nivel 1, estimar dichas emisiones y proponer medidas de mitigación para contribuir a la reducción de los mismos.
- En octubre 2016 se realizó un Taller de Presentación de Resultados y Programa de Adaptación del Estudio de Vulnerabilidad al Cambio Climático de Manzanillo, Col. donde se entregaron los resultados del estudio y se sentaron las bases para la conformación del Comité Local de Seguimiento al Programa de

Adaptación al Cambio Climático de Manzanillo, como destino piloto.

- En agosto 2017, se realizó el primer Taller para la presentación de los resultados de los estudios de vulnerabilidad ante el cambio climático, que incluyen diagnósticos de vulnerabilidad, programas de adaptación, análisis del sistema de alerta temprana y mapas de vulnerabilidad y riesgo de los destinos turísticos seleccionados de la Costa del Pacífico^{13/}, el cual tuvo como objetivo presentar los resultados del estudio a las autoridades federales, estatales y municipales de turismo, protección civil y medio ambiente, así como actores clave de los destinos turísticos seleccionados.
- Durante el Taller se realizó la entrega formal de los resultados de los Estudios de Vulnerabilidad ante el Cambio Climático a los presidentes municipales de cada destino, así como a los respectivos secretarios de turismo y se presentaron las bases mínimas para la integración de un Comité Local para la implementación y seguimiento de los Programas de Adaptación.

Con la finalidad de promover un equilibrio entre el turismo y la ecología, FONATUR implementó desde 2004 el Sistema de Administración Ambiental EarthCheck en el Centro Integralmente Planeado Bahías de Huatulco, Oaxaca. Cabe destacar que en febrero de 2017 dicho CIP recibió nuevamente el distintivo EarthCheck Platino modalidad destino.

Gracias a la suma de esfuerzos, en febrero de 2017, el CIP Ixtapa, Guerrero y el CIP Loreto, Baja California Sur obtuvieron cada uno de ellos, la recertificación EarthCheck nivel plata, modalidad destino. De esta manera, FONATUR mantendrá competitivos en esta materia a estos destinos turísticos del país.

Adicionalmente, en febrero y marzo de 2017, los campos de Golf Palma Real en Ixtapa, Guerrero y Litibú en Nayarit, respectivamente, obtuvieron la recertificación EarthCheck nivel plata.

Con el propósito de continuar con las recertificaciones de los destinos y productos que este Fondo opera, se atienden las acciones derivadas de las Auditorías realizadas por EarthCheck, la organización líder mundial en consultoría, evaluación científica y certificación para la industria de viajes y turismo.

^{13/} Acapulco, Gro., Huatulco, Oax., Los Cabos, BCS., Mazatlán, Sin., Nuevo Vallarta, Nay., Puerto Vallarta, Jal., Zihuatanejo, Gro. y Manzanillo, Col.

Ixtapa/Zihuatanejo, Guerrero.



Es importante mencionar que México es el único país en el mundo que ha certificado 4 destinos: Nuevo Vallarta, Loreto, Ixtapa y Huatulco, siendo los últimos 3 mencionados, operados por este Fondo.

Derivado de los esfuerzos por mejorar la competitividad de las playas mexicanas, desde 2013 se certifican con el Galardón *Blue Flag*^{14/}. Durante el 2013 se otorgó el distintivo a las 5 primeras playas; para 2014, éstas refrendaron el galardón y 6 más lo obtuvieron por primera vez. En 2015, las 11 playas refrendaron el galardón y 9 más lo obtuvieron por primera ocasión, así como la primera marina en incorporarse al Programa.

En 2016 fueron renovados los 21 galardones *Blue Flag*^{15/} existentes, adicionándose 7 nuevos y, para 2017, el Programa *Blue Flag* se consolida al contar con un total de 35 playas y 2 marinas certificadas en 6 entidades

federativas, siendo éstas Baja California Sur con 9, Guerrero con 6, Jalisco con 8, Nayarit con 3, Oaxaca con 1 y Quintana Roo con 10.

^{14/} Blue Flag es un galardón que desde 1987 otorga anualmente la fundación europea de Educación Ambiental a las playas y puertos que cumplen una serie de condiciones ambientales y de infraestructura.

^{15/} Renovaciones: Ballenas, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Balneario Municipal de Bacalar, Bacalar, Quintana Roo; Camarones, Puerto Vallarta, Jalisco; Chac Mool, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Chahué, Santa María Huatulco, Oaxaca; El Chileno, Los Cabos, Baja California Sur; El Coromuel, La Paz, Baja California Sur; Delfines, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Icacos I, Acapulco de Juárez, Guerrero; Icacos II, Acapulco de Juárez, Guerrero; Santa María, Los Cabos, Baja California Sur; Marlin, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Laguna de Santa María del Oro, Santa María del Oro, Nayarit; El Niño, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Nuevo Vallarta Norte, Bahía de Banderas, Nayarit; El Palmar I, Zihuatanejo de Azueta, Guerrero; El Palmar II, Zihuatanejo de Azueta, Guerrero; Palmares, Puerto Vallarta, Jalisco; Palmilla, Los Cabos, Baja California Sur; Las Perlas, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo; Playa Centro, Isla Mujeres, Quintana Roo; El Revolcadero I, Acapulco de Juárez, Guerrero; El Revolcadero II, Acapulco de Juárez, Guerrero; Playa de Oro, Puerto Vallarta, Jalisco; El Coral, Benito Juárez (Cancún), Quintana Roo. Marina Riviera Nayarit, Bahía de Banderas, Nayarit. Sitios Nuevos: Acapulquito, Los Cabos, Baja California Sur; Amapas, Puerto Vallarta, Jalisco; Conchas Chinas I, Puerto Vallarta, Jalisco; Conchas Chinas II, Puerto Vallarta, Jalisco; El Corsario, Los Cabos, Baja California Sur; Garza Blanca, Puerto Vallarta, Jalisco; Playa Hacienda, Los Cabos, Baja California Sur; Playa 88, Solidaridad, Quintana Roo; Sheraton, Puerto Vallarta, Jalisco; Las Viudas, Los Cabos, Baja California Sur. Marina Cortez, La Paz, Baja California Sur.



Talavera.

VII.3. Fortalecer la Contribución del Turismo a la Conservación del Patrimonio Nacional y a su Uso Sustentable

Se publicó el Mapeo de las Zonas de Interés Turístico de México cuyo objetivo es la generación y divulgación de información geográfica de las 32 entidades federativas, incluyendo características físicas, socio-económicas, naturales y turísticas del país con el fin de generar conocimiento para fortalecer la toma de decisiones.

En relación al Sistema de Información Geográfica (SIG) con el que cuenta SECTUR, se fortalece y actualiza incorporando información geo-espacial relacionada con 44 destinos prioritarios y su entorno en material social, económico y natural. Este sistema sirve como herramienta de análisis e interpretación en temas de sustentabilidad en el turismo y del ordenamiento turístico del territorio.

A través de FONATUR Mantenimiento Turístico, se ejerció una inversión de alrededor de 181 millones de pesos, correspondientes al último cuatrimestre de 2016 y primer semestre de 2017, para la conservación y mantenimiento de los destinos de FONATUR realizando, entre otras, las siguientes actividades: tratamiento de aguas negras, conservación y mantenimiento de áreas verdes, servicios públicos y vialidades.

FONATUR Mantenimiento Turístico celebró contratos con FONATUR y terceros por un monto de 742 millones de pesos, por conceptos de conservación, limpieza, mantenimiento y construcción, promoviendo la conservación y consolidación de los Centros Integralmente Planeados.

VII.4. Promover una Distribución Amplia y Justa de los Beneficios Económicos y Sociales del Turismo en las Comunidades Receptoras

Los comités de Pueblos Mágicos se han fortalecido a partir de la consolidación del Programa, promoviendo la participación ciudadana y empresarial en las actividades y proyectos vinculados con el turismo, ampliando la conformación de esquemas para la gestión responsable de los recursos turísticos de las comunidades receptoras. Así, se promueve una mayor distribución de los beneficios del turismo.

Como se menciona en el apartado de principales estadísticas del sector turismo, en 2016 se observó un crecimiento



Mazatlán, Sinaloa.

importante de los empleos que genera la actividad, alcanzando aproximadamente 9 millones de empleos de forma directa e indirecta.

Los programas reportados en las secciones anteriores, como Conéctate al Turismo y la cruzada nacional de capacitación, han promovido apoyo técnico, financiero y de capacitación para organizaciones comunitarias y pequeñas empresas tanto en destinos prioritarios como en comunidades indígenas y rurales a partir de la colaboración con el CDI y mecanismos de financiamiento orientados al fortalecimiento de vínculos y desarrollo de cadenas productivas.

Convenio de grandes empleadores del Sector turístico

El 25 de julio 2017 se llevó a cabo la firma del Convenio Grandes Empleadores del sector turismo en Los Cabos, Baja California Sur, que tiene como propósito acercar a los grandes empleadores para que los créditos del INFONAVIT sean más accesibles a sus trabajadores, beneficiando así a las comunidades receptoras de la actividad.

A través de FONATUR se brinda asesoría a grupos sociales interesados en el desarrollo de proyectos turísticos, para lo cual en el periodo del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017 se evaluaron 8 proyectos, ubicados en los estados de Guerrero, Jalisco, Michoacán, Puebla, Querétaro y Tabasco, con una inversión potencial estimada de 43.8 millones de pesos.

Se han realizado campañas y colectas con la participación de empresas del sector y con la sociedad civil. En el periodo de reporte se entregaron a comunidades receptoras necesitadas:

- 600 kilos de agua y comida a comunidades de los Pueblos Mágicos de la Sierra Norte de Puebla afectados por la tormenta Earl.
- 50 cajas de ropa donadas por la filmación de la película Spectre y el CPTM a población afectada por desastres naturales.
- 1,453 cobijas a población de Tlaxco, Tlax., y 380 cobijas al Centro El Recobro.
- 1,154 juguetes y libros donados al Centro Comunitario Santa Fe.
- Se contó con la participación de 51 donadores de sangre en una campaña de donación altruista.
- Lo anterior benefició a 7,335 personas con actividades de voluntariado y responsabilidad social.

VII.5. Crear Instrumentos para que el Turismo sea una Actividad Incluyente que Brinde Oportunidades para que más Mexicanos Viajen

La Campaña Publicitaria del Movimiento Nacional Viajemos Todos por México se ha difundido en los principales medios de comunicación lo que ha permitido tener un mayor impacto en la población y aprovechar las ofertas de las empresas y organizaciones más representativas del sector, además de prestadores de servicios locales.

La campaña de Viajemos Todos Por México, durante noviembre de 2016, se sumó a la iniciativa del Gobierno Federal Buen Fin a través una campaña publicitaria promocionando paquetes y ofertas especiales para viajar dentro del país, la cual incluyó presencia en televisión, impresos y medios digitales.

Como parte del proyecto Viajemos Todos por México, se llevaron a cabo viajes con grupos Mazahuas y Otomíes que no habían realizado un viaje turístico, apoyados por los gobiernos de Guerrero, Jalisco y Ciudad de México, así como empresarios que financiaron el viaje, el programa busca generar la conciencia

Movimiento Viajemos Todos por México

Se consolida una estrategia para el impulso al turismo doméstico.

Desde el 1º de septiembre de 2016 se realizaron los lanzamientos estatales del Movimiento en Baja California, Chihuahua, Chiapas, Coahuila, Durango, Guerrero, Guanajuato, Hidalgo, Michoacán, Estado de México, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Veracruz.

De septiembre 2016 a agosto 2017, se han realizado talleres-encuentros empresariales, en los que las empresas más representativas del sector (Aeroméxico, Interjet, Best Day, Price Travel, entre otras), han incorporado a empresas locales a sus programas y estrategias comerciales, lo que ha permitido que hasta el momento haya más de 2,000 empresas registradas con más de 2,500 propuestas turísticas en diferentes destinos, rutas y circuitos nacionales con ahorros de hasta el 65% en sus plataformas de venta, así como en la página viajemos.todospormexico.com.





Turismo de romance, Playa del Carmen, Quintana Roo.

de apoyo social entre los diferentes sectores público y privado y replicar la experiencia en todo el país y los videos testimoniales fueron presentados en el marco de la edición número 41 del Tianguis Turístico realizado en la ciudad de Guadalajara en el mes de abril de 2016.

Con el objetivo de acercar la posibilidad de conocer México a aquellos que están en condiciones de mayor vulnerabilidad se crea una de las aristas del movimiento Viajemos Todos por México con el área de Voluntariado y Responsabilidad Social del Sector Turismo, los viajes incluyentes.

Los viajes incluyentes están orientados a población que vive en pobreza y que de otra forma no tendría la posibilidad de viajar con sus propios medios. Trabajando en alianza con el Sector Privado, el Sector Social y la Academia se les invita a tener un viaje o paseo conociendo la capital de su estado o del país, un pueblo mágico, una ciudad colonial o una playa.

De septiembre 2016 a agosto 2017 se ha beneficiado a 2,017 personas de 30 estados con el apoyo de 47 empresas y aliados que han donado 4.2 millones de pesos.



VIII. ESTRATEGIAS Y LÍNEAS TRANSVERSALES



Turismo de Naturaleza, Chihuahua.

ESTRATEGIAS Y LÍNEAS TRANSVERSALES

VIII.1. Democratizar la Productividad

En el marco de la operación del Grupo de Trabajo Intersectorial de Productividad en el Sector Turismo, de septiembre de 2016 a agosto de 2017, se llevaron a cabo las siguientes acciones en regiones donde la productividad es baja:

- Durante el segundo trimestre de 2017, se implementaron programas de calidad en beneficio de las mipymes turísticas, a través de la negociación y gestión de recursos con el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) de la Secretaría de Economía, otras dependencias, Oficinas Estatales de Turismo, Municipios, Asociaciones Civiles y/o Consultores.
- Trabajos de rehabilitación y modernización del alumbrado público en el Boulevard Kukulcán en el CIP Cancún, Q. Roo.
- Rehabilitación de Mobiliario, Señalamiento Urbano y Paraderos de Autobuses del Boulevard Kukulcán en el CIP Cancún Q. Roo, abril.
- En el periodo enero-mayo de 2017, se cumplió con la meta programada, al obtener 5 exenciones de presentación de manifestación de impacto ambiental del proyecto:
 1. Sustitución del gas cloro de las PTAR's de Chahué y Conejos en Huatulco 10 de marzo de 2017.
 2. Sustitución del gas cloro de las PTAR's de Tangolunda en Huatulco 07 de marzo de 2017.
 3. Sustitución del gas cloro de las PTAR's Pok-Ta-Pok, Gucumatz y El Rey, en el CIP Cancún, Q. Roo 14 de marzo de 2017.
 4. Sustitución del gas cloro de la PTAR Campo de Golf en Ixtapa con número de oficio S.G.P.A./DGIRA/DG/01550 de 03 de marzo de 2017.
 5. Rehabilitación de Colector Pluvial y Sanitario en Ixtapa, Gro., con número de oficio SGPA/DGIRA/DG/01798 del 09 de marzo del 2017.

A través del Programa Presupuestal S248 Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO) para el ejercicio 2017, se



Presentación del Estudio de Política Turística OCDE.

aprobaron 122 proyectos y una inversión de recursos por 471.8 millones de pesos para su ejecución, para lo cual se suscribieron 30 Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico con igual número de Entidades Federativas; por lo que se han transferido recursos que representan el 59.4% del total de los recursos comprometidos.

Se llevó a cabo con el Estado de Veracruz, una asesoría técnica en la conformación de su Programa Sectorial de Turismo y Cultura 2017-2018, el cual fue vinculado al PROSECTUR 2013-2018 impulsando de esta manera, los objetivos de la Política Nacional Turística.

VIII.2. Perspectiva de Género

Entre las estrategias transversales que apoyan el alcance de las cinco metas nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, se encuentra la inclusión de la perspectiva de género en todos los ámbitos de la administración pública federal.

En 2016, la Unidad de Igualdad de Género implementó diversas acciones en el ámbito de su competencia y en el marco del Programa para la Igualdad de Oportunidades y No Discriminación 2013-18 y el Programa Sectorial de Turismo 2013-18, logrando importantes avances

en temas como la prevención de la trata de personas, la erradicación del trabajo infantil, el empoderamiento de las mujeres y el fortalecimiento de la cultura institucional. Como punto de partida se estableció un Programa de Trabajo Institucional hacia el exterior y otro hacia el interior de la SECTUR para contribuir a eliminar las barreras que fomentan las desigualdades entre mujeres y hombres, la erradicación de la violencia de género y cualquier forma de discriminación y se realizaron las siguientes acciones:

- A través del Comité de Igualdad de Género en sus sesiones, se presentaron para su seguimiento e incorporación de programas o acciones a las líneas de acción establecidas en el PROIGUALDAD, el PROSECTUR y la NMX en Igualdad Laboral y No Discriminación.
- Se le dio seguimiento y una vez confirmada su autorización se dio difusión a la Licencia de Paternidad en medios electrónicos.

Una de las acciones afirmativas más representativas consiste en solventar que las madres que se encuentran en proceso de lactancia cuenten con un espacio seguro y cómodo para extraer y conservar su leche materna, por ello se instaló en el piso 4 del edificio de Presidente

Masaryk una sala de lactancia acondicionada para tal fin. Durante 2016 se impartió una plática con expertos en el tema de lactancia materna a la que acudieron 13 mujeres embarazadas y/o en etapa de lactancia, a quienes se les hizo entrega de kits con diversos productos para apoyar este proceso.

El Comité de Igualdad de Género realizó cuatro sesiones ordinarias durante el periodo septiembre de 2016 a agosto de 2017. Durante la operación del Comité se generaron 19 acuerdos en 2016 y 9 en 2017 de los cuales a la fecha de este informe se habían cumplido los 19 acuerdos de 2016 y los primeros 5 de la primera sesión del 2017.

En el 2016 se estableció la Política de Igualdad de Oportunidades y No Discriminación de la SECTUR. Asimismo, se realizaron campañas y eventos en fechas memorables, tanto en sitio como en redes sociales para sensibilizar a las y los servidores públicos en temas como la igualdad entre mujeres y hombres; la no violencia en el entorno laboral y la no discriminación, lo que permitió que la SECTUR estableciera las bases de su Cultura Institucional con perspectiva de género y libre de violencia, así como obtener la Certificación en el NMX R 025 SCFI 2015I.



En diciembre de 2016 la SECTUR obtuvo el certificado en la norma NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.

Se implementó la estrategia integral de capacitación para las y los servidores públicos de la SECTUR.

De septiembre 2016 a agosto 2017, se capacitaron a 833 servidores/as públicos, en: teoría de género; derechos humanos; nuevas masculinidades; no discriminación; lenguaje sin sexismo y prevención, atención y sanción al acoso y hostigamiento sexual y/o laboral.

Durante el ejercicio 2016, se revisaron las bases técnicas y jurídicas de tema Acoso y Hostigamiento Sexual y /o Laboral y se elaboró el nuevo Manual de Procedimiento para la atención de víctimas de hostigamiento y acoso laboral y sexual dentro de la Secretaría el cual se difundió a través del INTRANET de la SECTUR. Al iniciar 2017 el procedimiento se aplica y actualiza por el Comité de Ética y Prevención de Conflictos de Interés de la SECTUR, conforme a las directrices de la Secretaría de la Función Pública.

Con el propósito de contar con procesos claros e evitar la duplicación de funciones, en marzo de 2017, se disolvió el Comité para la Prevención y Atención del Hostigamiento y Acoso Sexual y/o Laboral. La prevención, la atención y el seguimiento a casos de hostigamiento y acoso sexual y/o laboral se realizará a través del Comité de Ética y Prevención de Conflictos de Interés.

La SECTUR en cumplimiento a lo que señala el Protocolo para la prevención, atención y sanción del hostigamiento sexual y acoso sexual del 31 de agosto de 2016 y como medida para disuadir conductas no permisibles, difundió entre todo el personal de la SECTUR a través del Intranet la declaratoria o pronunciamiento de cero tolerancias a conductas de Acoso y Hostigamiento Sexual y /o Laboral.

Otra de las acciones afirmativas que se han implementado en la SECTUR a través de la DGAG, con el propósito de promover esquemas y horarios de trabajo que faciliten la conciliación de las responsabilidades laborales con vida personal y familiar, es el Esquema de Apoyo a Padres y Madres de Familia, como una opción para el apoyo para el cuidado de los hijos de madres y padres de familia los últimos viernes de cada mes que las niñas, niños y adolescentes menores de 12 años no tienen clases escolares, ofreciéndoles actividades lúdico educativas como una alternativa para que sus padres no tengan la preocupación de dejarlos solos en casa, lo que los expone

a situaciones de riesgo, al 30 de agosto se realizaron 2 activaciones con excelente aceptación en el personal, beneficiando a 80 niños y niñas.

Como parte de la estrategia integral de Comunicación con Perspectiva de Género y Enfoque de Derechos Humanos y en el marco del Día Internacional contra la Violencia de Género (25 de noviembre), se llevó a cabo la campaña interna Cambiemos la Historia, cuyo objetivo fue promover un ambiente laboral libre de violencia, sensibilizar al personal para establecer medidas específicas para prevenir, atender y sancionar cualquier tipo de hostigamiento; así como, fomentar la participación del personal en actividades lúdico-educativas para generar un cambio de actitud y cultura hacia una convivencia de respeto e igualdad.

La campaña consistió en una exposición temporal en espacios estratégicos de la SECTUR, para motivar a las y los servidores públicos a reflexionar y sensibilizarse sobre la violencia y las acciones que ellos mismos pueden implementar para erradicarla y mejorar el clima laboral. Por las ubicaciones estratégicas de la muestra y de los reactivos implementados, tuvo un impacto en el 95% de la población total de la SECTUR - generando una experiencia de aprendizaje entre los colaboradores, contemplando a las personas no solo receptores pasivos de información, si no como individuos capaces de construir sus propios aprendizajes y mensajes clave para crear ambientes libres de violencia de género, que pudieran ser aprovechados en cualquier contexto de vida; social, laboral, y familiar.

Adicionalmente, la Unidad de igualdad de Género se sumó a la conmemoración del Día Naranja de la campaña ÚNETE para poner fin a la violencia contra las mujeres, lanzada por el Secretario General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y que invita a promover la movilización y participación colectiva generando acciones y difusión de prevención y erradicación de la violencia contra las mujeres y niñas, no sólo el 25 de noviembre, sino todos los días 25 del año.

El 13 de marzo como parte de la conmemoración del Día Internacional de la Mujer, el Secretario de Turismo, presentó ante representantes de INMUJERES, FONATUR, CPTM, medios de comunicación y servidoras públicas del sector turístico una síntesis de los Avances y Retos en la Agenda de Género para el Sector de los Viajes y el Turismo. El evento resultó fundamental para reconocer la presencia, trabajo y rol de la mujer en sus distintas facetas.

Adicionalmente, se sensibilizó y concientizó sobre la situación de violencia de género que vive México, a través de la muestra temporal, Femicidios en México. Asistieron a dicho evento 185 personas y un impacto en medios importante, posicionando a la SECTUR como la entidad que encauce acciones libres de discriminación, exclusión y violencia entre mujeres y hombres, en el sector de los viajes y el turismo en México.

Como parte de la estrategia de empoderamiento de las mujeres y la estrategia de cultura institucional, el 24 de agosto, se realizó el primer Curso Liderazgo y Alta Dirección para servidoras públicas de mandos medios y superiores de SECTUR, CPTM y FONATUR, al que acudieron 70 funcionarias públicas que perfeccionaron sus competencias directivas reflexionaron sobre el impacto de su participación en el sector y fomentaron la integración de las mujeres en mandos medios y superiores de las organizaciones.

Para contribuir al empoderamiento de la mujer como ente social, económico y político, se implementó el Programa de Desarrollo Comunitario para Mujeres, en tres destinos turísticos, San Cristóbal de las Casas, Chis., Zihuatanejo de Azueta, Gro., y Huatulco, Oax.

El Programa consistió en la implementación de 10 talleres bajo la perspectiva de género como eje central, asistieron 810 mujeres. Adicionalmente, se ofreció el apoyo técnico para la creación de proyectos productivos, presentándose 64 proyectos gastronómicos, artesanales y textiles, de los cuales, 41 fueron aprobados para entrar en funcionamiento e integrar a estas mujeres emprendedoras como proveedoras en la cadena de valor del sector turístico.

Se organizó durante dos días en la Ciudad de México, el Segundo Encuentro de Mujeres Emprendedoras de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyME) Turísticas, en la que participaron 256 mujeres de 12 diferentes estados de la República, 125 mentores, se implementaron sesiones de asesorías uno-a-uno, 15 talleres y 10 conferencias magistrales.

Para apoyar el desarrollo de mujeres mexicanas artesanas, se implementó a través de la iniciativa Manos Fuertes, la primera Feria Artesanal de Mujeres del 24 de noviembre al 30 de diciembre de 2016, mediante la cual se hizo la difusión de sus diseños y artesanías, en el espacio Punto México de la SECTUR. Participaron 60 marcas y más de 300 personas adquirieron productos por un monto de 1.75 millones de pesos.

En alineación a las estrategias transversales del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018 y las líneas de acción del

Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2013-2018, FONATUR lleva a cabo anualmente la impartición de cursos o talleres en los distintos destinos del Fondo, dirigidos a aquellas mujeres interesadas en auto emplearse para ingresar al mundo de los negocios o a aquellas que ya son emprendedoras pero que desean reforzar sus conocimientos y habilidades. Por lo anterior, mientras que en 2016 dichos cursos-taller se impartieron en el PTI Nayarit y en los CIPs Cancún y Loreto, durante el primer semestre de 2017, el Fondo realizó las gestiones necesarias para que, por primera vez en un mismo año, el Taller Mujeres Emprendedoras 2017, se imparta en todos los destinos capacitados durante 2015 y 2016, es decir, el PTI Litibú y los CIPs Los Cabos, Loreto, Cancún, Huatulco e Ixtapa. Los meses de mayo y junio de 2017 se destinaron a la convocatoria de participantes y a la planeación de los talleres, quedando programada su impartición para el periodo julio-septiembre 2017; con esta iniciativa, año tras año FONATUR apoya a alrededor de 90 mujeres, motivándolas a formar parte de uno de los sectores con mayor potencial productivo en el país.

El 2017, inició exitosamente la implementación del Programa Desarrollo Comunitario para Mujeres, en los municipios de Tlaquiltenango (morelos), Tecamachalco (Puebla) y Amealco (Querétaro), con un total de 525 beneficiarias.

En 2016, se implementó con el apoyo de la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), una estrategia de sensibilización, capacitación y difusión, dirigida a los diversos actores y usuarios del sector.

La sensibilización consistió en la presentación del Monólogo Tiradero a cielo abierto y la obra de teatro El sueño de María, en 9 destinos turísticos, eventos a los que asistieron 2,134 personas.

Se ofrecieron pláticas informativas sobre el Código de Conducta Nacional (CCN), para la protección de las niñas, niños y adolescentes en el sector de los viajes y el turismo CCN en las que sensibilizó a 1,089 personas. Los estados en las que se aplicó la estrategia fueron: Ciudad de México, Colima, Chiapas, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Morelos, Puebla y Quintana Roo.

Se firmó un convenio de colaboración con el Consejo Ciudadano de la Ciudad de México y su Red Nacional, para poner a disposición del sector la línea nacional contra la trata de personas, 01800 5533000.

El sistema de clasificación hotelera de la SECTUR determinó otorgar cuarenta puntos a los establecimientos de hospedaje que firmen e implementen el CCN, lo que ha generado un mayor interés por parte de esta industria en el programa.

Se realizaron reuniones con empresarios del sector turístico en 12 destinos, en las que se firmaron 846 compromisos contra la explotación sexual y laboral de Niñas y Niños (NNA). Durante 2016 se capacitó a 185 prestadores de servicios del sector, para asesorar y apoyar a las empresas en la implementación del Código de Conducta Nacional.

Se produjeron 2 spots de video sobre trata de personas y explotación sexual de niñas y niños en el sector, que fueron difundidos a prestadores de servicios en los 12 destinos en los que se tuvieron 37 eventos y encuentros empresariales realizados durante el periodo septiembre 2016 agosto 2017.

Se participó en la Feria Informativa y Cultural que la Comisión Intersecretarial contra la trata de personas. Se ofreció información y se entregó material promocional sobre las acciones que la SECTUR realiza para combatir la trata de personas desde la óptica de la prevención y aliento a la denuncia.

Se actualizó el diagnóstico de trabajo infantil en el sector turismo y se transformó el Programa Turismo Libre de Trabajo Infantil a Plan de Acción para facilitar su implementación en el corto plazo.

Se realizó una adaptación al sector turístico de la Guía para empleadores de la Organización Internacional del Trabajo (OIT),

Se formó a 251 personas como facilitadores para prevenir el trabajo infantil en 6 destinos turísticos. Se crearon tres spots de video sobre el tema.

La SECTUR recibió en 2017 de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el Distintivo México sin Trabajo Infantil. En el marco de la conmemoración del Día Mundial contra el trabajo infantil, se anunció la instalación de 2 Ludotecas infantiles como espacios seguros para prevenir el trabajo infantil en los estados de Guerrero.

En el marco del Tianguis Turístico 2017, la SECTUR promovió y firmó con las y los Secretarios de Turismo de los 32 Estados y representantes de la academia y del sector privado el Compromiso Nacional por un Turismo Sustentable para el Desarrollo 2017 que integra un componente específico de prevención a la explotación de NNA.

A través de FONATUR se promovió la igualdad de oportunidades y apoyo a mujeres emprendedoras en la integración de sus proyectos de inversión en el sector turismo, para lo cual se evaluaron 16 proyectos turísticos a ubicarse en Ciudad de México, Estado de México, Guanajuato, Guerrero, Michoacán, Morelos, Querétaro, Tabasco y Veracruz. Estas evaluaciones



beneficiaron a 51 mujeres en diferentes niveles de las organizaciones en el periodo del 1 de septiembre de 2016 al 30 de agosto de 2017. De esta manera, FONATUR se contribuye al empoderamiento económico de la mujer en el sector.

VIII.3. Promover un Gobierno Cercano y Moderno

La promoción de la estrategia transversal de un Gobierno Cercano y Moderno en el Sector Turismo se lleva a cabo a través del cumplimiento de los compromisos e indicadores de desempeño que se establecieron en las Bases de Colaboración y su Anexo Único, suscritos en el marco del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018.

Durante el periodo del 1° de septiembre de 2016 al 30 de agosto del 2017 se integraron en el sistema PGCM de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público cuatro Reportes de Avances Trimestral, correspondientes al 3er y 4° trimestre de 2016, así como, al 1° y 2° trimestre de 2017.

Los resultados en el ámbito sectorial de los indicadores de desempeño asociados a Bases de Colaboración, con corte al 31 de diciembre de 2016, que fueron incorporados en el Informe Trimestral sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública correspondiente al cuarto trimestre de 2016, se describen a continuación:

	4T2016 (ENE-DIC 2016)
IAI.1 Tiempo de respuesta a solicitudes de información y calidad de las mismas. ***	
Secretaría de Turismo	50.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	50.0%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	50.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	48.1%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	43.7%
Instituto de Competitividad Turística	50.0%
IAR.1 Porcentaje de archivos de concentración liberado. ***	
Secretaría de Turismo	9.8%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	0.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	0.0%
IAR.2 Porcentaje de expedientes actualizados del archivo de trámite. ***	
Secretaría de Turismo	83.6%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	71.1%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	46.7%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	68.9%
ICP.1 Porcentaje de procedimientos de contratación competidos con posibilidad de recibir proposiciones de manera electrónica. *	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
ICP.2 Índice de estrategias de contratación instrumentadas. ***	
Secretaría de Turismo	2.5
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	2.5
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	2
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	2
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	3
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	3
IIIEI.2 Porcentaje de cumplimiento de las dependencias y entidades respecto al seguimiento del ejercicio de programas y proyectos de inversión. *	
Secretaría de Turismo	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
IMR.1 Simplificación normativa en trámites prioritarios. ***	
Secretaría de Turismo	76.9%
IMR.2 Reducción de la carga administrativa al ciudadano. ***	
Secretaría de Turismo	13.0%
IMR.3 Porcentaje de normas internas simplificadas. ***	
Secretaría de Turismo	80.8%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	29.6%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	66.7%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	18.2%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	54.0%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%
IOR.1 Unidades administrativas orientadas a objetivos estratégicos. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	90.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	66.7%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%

IOR.2 Proporción del gasto en servicios personales respecto al gasto programable. ***	
Secretaría de Turismo	97.4%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	5.4%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	87.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	96.4%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	17.5%
Instituto de Competitividad Turística	69.3%
IOR.3 Cociente del gasto de operación administrativo. ***	
Secretaría de Turismo	-25.6%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	-15.2%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	-7.4%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	-39.9%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	-5.4%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	-10.2%
Instituto de Competitividad Turística	-18.0%
IPC.1 Porcentaje de propuestas de los sectores privado y social atendidas. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
IPT.1 Acciones de transparencia focalizada. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	90.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
IPbR1. Porcentaje de programas presupuestarios con información de desempeño con un nivel de logro satisfactorio. ***	
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	66.7%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	42.9%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%
Secretaría de Turismo	80.0%
IPRO.1 Porcentaje de procesos prioritarios optimizados. ***	
Secretaría de Turismo	50.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	75.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	66.7%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	80.0%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%
IPRO.2 Porcentaje de procesos estandarizados. ***	
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	66.7%
IRH.1 Recursos humanos profesionalizados. ***	
Secretaría de Turismo	89.8%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	49.1%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	86.5%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	71.4%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	30.4%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	21.6%
Instituto de Competitividad Turística	60.0%
ITIC.2 Procesos administrativos digitalizados. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	83.3%
ITIC.3 Índice de datos abiertos	
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%

Periodicidad del Indicador: *Trimestral, ** Semestral, *** Anual



Sistema de Control Interno Institucional

El Sistema de Control Interno Institucional se establece, actualiza y mantiene en operación, tomando como referencia lo dispuesto en el Acuerdo por el que se emiten las Disposiciones y el Manual Administrativo de Aplicación General en Materia de Control Interno, D.O.F. 3-XI-2016, para proporcionar una seguridad razonable en el logro de los objetivos y metas de la Secretaría de Turismo en cuanto a su operación, información, cumplimiento y salvaguarda.

En relación al Programa de Trabajo de Administración de Riesgos (PTAR) 2016, se presentaron al Comité de Control y Desempeño Institucional (COCODI) los Reportes de Avances Trimestral (RAT del PTAR) del 3° y 4° trimestre de dicho ejercicio, así como, el Reporte Anual del Comportamiento de los Riesgos, mismo que informó la conclusión del PTAR 2016 con el 95.5% de cumplimiento total. Se impartieron dos sesiones de capacitación en materia de Control Interno y Administración de Riesgos el 19 y 20 de octubre de 2016. El proceso de administración de riesgos 2017, inició con una reunión de trabajo anual, celebrada el 16 de noviembre del 2016 y se presentó la

Matriz, Mapa y Programa de Trabajo de Administración de Riesgos 2017, autorizados por el C. Secretario de Turismo en la primera sesión ordinaria del COCODI 2017. Así mismo, se ha dado seguimiento al PTAR 2017, mediante los RAT del PTAR del 1° y 2° trimestre del año.

Integridad y Ética

Se conformó una comisión de trabajo para el oportuno desahogo de los eventuales comentarios, sugerencias, quejas o denuncias que reciba el Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés, por incumplimientos vinculados al Código de Conducta, al Código de Ética y a las Reglas de Integridad, la comisión fue integrada con tres de los miembros temporales y con los representantes que para tal efecto designen los titulares del Órgano Interno de Control, del área jurídica y de recursos humanos de la Secretaría de Turismo.

Se adoptó un pronunciamiento de Cero Tolerancia a las conductas de Hostigamiento sexual y Acoso sexual, fue autorizado con fecha quince de noviembre de 2016 y difundido a los servidores públicos de la SECTUR y de los órganos administrativos desconcentrados.

El 18 de octubre de 2016, se designó a cuatro servidoras públicas como Personas Consejeras temporales de prevención y atención de casos de hostigamiento y acoso sexual, en apoyo del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés de la SECTUR.

Durante los meses de noviembre y diciembre de 2016, se llevaron a cabo los procesos de nominación y de elección de cuatro personas consejeras de prevención y atención de casos de hostigamiento y acoso sexual, una por cada inmueble, más otra para atender los casos de la Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes y se realizó la difusión correspondiente.

La SECTUR participa en un proceso de certificación en la Norma NMX-R-025-SCFI-2015, en Igualdad Laboral y No Discriminación, en dicha norma se indica que deberá existir un Código de Conducta en el cual prohíba todo tipo de discriminación. De igual manera se incluyó la Política

de Cero Tolerancia a las conductas, comportamientos o actitudes de Hostigamiento Sexual y Acoso Sexual, de los que laboran en la SECTUR y en sus Órganos Administrativos Desconcentrados.

Se habilitó un buzón de correo electrónico (denunciahyasl@sectur.gob.mx) para recibir comentarios, sugerencias, quejas o denuncias de los servidores públicos por incumplimientos vinculados al Código de Conducta, Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública, Código de Ética de los Servidores Públicos del Gobierno Federal.

Se impartió el curso Ética y Valores en la Administración Pública del 26 de septiembre al 7 de octubre de 2016, en dicho curso recibieron capacitación dieciocho servidores públicos.

Se capacitaron a veinte Facilitadores Promotores del Código de Conducta de la SECTUR, en el tema de



Aguascalientes, Aguascalientes.

Prevención de Conflictos de Interés por parte de la Secretaría de la Función Pública (SFP).

Fueron capacitados diecinueve Facilitadores en temas del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés y del Código de Conducta de los Servidores Públicos de la SECTUR; y se llevaron a cabo 17 cursos de sensibilización y capacitación, en los que participaron doscientos cincuenta y siete servidores públicos.

Se capacitaron a seis servidores públicos en temas como: Ética, Integridad Pública y Prevención de Conflictos de Interés Taller de Indicadores de Integridad, Actualización, evaluación y seguimiento de las tareas que realizan los CEPCI, impartidos por la SFP, y uno en coordinación con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE).

Para llevar a cabo la difusión de información orientada a impulsar la identidad institucional, el valor del servicio público y la ética profesional de los servidores públicos, así como los objetivos del Comité de Ética, periódicamente se remitieron mensajes alusivos por correo electrónico.

El 23 de marzo de 2017 se aprobó la actualización de las Bases de Integración, Organización y Funcionamiento del Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés de la Secretaría de Turismo, el Procedimiento para Recibir, Registrar, Analizar y Emitir un Pronunciamiento Relativo a las Quejas que cualquier Persona presente ante el Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés de la Secretaría de Turismo, y el Protocolo para la Atención de Actos contrarios a la Ética en la SECTUR, fueron publicadas en el portal oficial de la Secretaría y difundidas a los servidores públicos de la dependencia y órganos administrativos desconcentrados.

Para el segundo trimestre de 2017, se programaron 9 sesiones de capacitación y sensibilización del personal de SECTUR para atender lo que establece el Protocolo para la prevención, atención y sanción del hostigamiento sexual, acoso sexual y laboral.

Se atendieron 1 caso por acoso sexual y 1 más por diversas violaciones al Código de Ética de los Servidores Públicos del Gobierno Federal, a las Reglas de Integridad para el Ejercicio de la Función Pública y al Código de Conducta de los Servidores Públicos de la Secretaría de Turismo.

Tecnologías de la Información y Comunicación

Se actualizó la Plataforma de Gestión Documental y Contenido Electrónico de la Secretaría de Turismo a través de la cual se gestionan los procesos de recepción y turnado de asuntos internos y externos vía electrónica. Se obtuvo un 100% de eficiencia (9 de 9) en la gestión de proyectos de la Cartera Ejecutiva de Proyectos de TIC 2016, destacando la ampliación de funcionalidades a la herramienta para la gestión y evaluación de los pueblos mágicos, destinos turísticos prioritarios y proyectos implementados a través del sistema PRODERMAGICO.

Se capacitó a las unidades administrativas y sustantivas en los procesos del MAAGTICSI donde tienen mayor participación, destacando los tópicos de planeación estratégica, administración del presupuesto y las contrataciones de TIC's y administración de procesos.

Se generaron economías en el servicio de telefonía local y larga distancia contratados por la SECTUR obteniendo condiciones favorables hasta por un 45% de ahorro respecto al estudio de mercado realizado.

El 6 de septiembre y 16 de diciembre de 2016 se realizaron reuniones de trabajo con representantes de nueve Organizaciones de la Sociedad Civil, donde participaron áreas sustantivas de la SECTUR y representantes de la SEGOB, con el objetivo de dar seguimiento al diseño y fortalecimiento de proyectos productivos con enfoque turístico, así como presentar tres nuevos proyectos, que están relacionados con el desarrollo de los siguientes temas: La Ruta Dorada de la Fe, la Miel y las Flores; el Museo Comunitario de Texcotzingo y el Fortalecimiento para prestadores de experiencias. Ideas que transforman la vida.

En coordinación con la Secretaría de la Función Pública, se publicó el trámite de Inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT), por medio de la VENTANILLA ÚNICA NACIONAL, el pasado mes de abril de 2017.

El 15 de agosto de 2017 se participó en la Feria de las Organizaciones de la Sociedad Civil, con una Conferencia sobre Turismo Rural- Comunitario.

Del 1 de septiembre de 2016 al 12 de julio de 2017, SECTUR ha recibido y atendido 852 solicitudes de acceso a la información a través del sistema INFOMEX-Gobierno Federal.

Sistema INFOMEX-GOBIERNO FEDERAL		
Año	Solicitudes recibidas	Porcentaje de incremento
2016	712**	1.2%*
2017	588	32.9%***

* Porcentaje de variación con respecto al año 2015.

** Periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2016.

***Porcentaje obtenido con respecto al periodo del 1° de septiembre de 2016 al 12 de julio 2017.

NOTA: Se incrementó el porcentaje de solicitudes, ya que a partir de junio de 2016 se incorporaron al sistema INFOMEX-Gobierno Federal, los Órganos desconcentrados que dependen de la SECTUR, así como los Fondos y Fideicomisos en los que la Dependencia participó.

Del 1 de septiembre de 2016 al 12 de julio de 2017 se han recibido once recursos de revisión, dos menos que en el mismo periodo del año anterior, para los cuales se han emitido por parte del INAI ocho resoluciones: 3 confirmaciones, 2 sobreseimientos, 1 revocación, 2 modificaciones. Tres se encuentran en trámite.

Se capacitó a un total de 34 servidores públicos, quienes se capacitaron tomando 79 cursos (8 cursos presenciales y 71 en línea), que ofrece el INAI, relacionados con la Reforma Constitucional en Materia de Transparencia, introducción a la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Clasificación y Desclasificación de la Información, Sensibilización para la Transparencia y la Rendición de Cuentas, Organización de Archivos.

El presupuesto autorizado para el ejercicio 2017 ascendió a la cantidad de 3,947.4 millones de pesos, lo que representaba un decremento de 24.3% con relación a lo autorizado en el 2016.

El presupuesto fue distribuido inicialmente de la siguiente manera:

- 1,343.0 millones de pesos para SECTUR (Sector Central)
- 1,815.4 millones de pesos para FONATUR
- 186.6 millones de pesos para la filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V. (FONATUR)
- 602.4 millones de pesos para CPTM (OM)

Sin embargo, la SHCP con motivo de control presupuestal en los meses de febrero y marzo del presente ejercicio, realizó una reserva de recursos por 245.0 millones de pesos, lo que tradujo en un decremento en el presupuesto disponible de 6.2 por ciento.

La reserva se ve reflejada en la suficiencia presupuestal y distribuida de la siguiente manera:

- 86.7 millones de pesos para SECTUR (Sector Central)
- 144.0 millones de pesos para FONATUR
- 14.3 millones de pesos para la filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.

El presupuesto ejercido al 30 de junio del presente año, asciende a la cantidad de 3,436.9 millones de pesos, cifra que representa el 87.7% de la asignación original y se ejerció de la siguiente manera:

- 604.2 millones de pesos de SECTUR (Sector Central).
- 821.3 millones de pesos de FONATUR.
- 85.7 millones de pesos para la filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- 1,925.7 millones de pesos del CPTM.

Este comportamiento se debe a los recursos excedentes que recibe el CPTM por derechos de los Visitantes sin permiso para realizar actividades remuneradas que ingresen al país con fines turísticos.

Es importante mencionar que los recursos se han ejercido de acuerdo con lo autorizado en la estructura programática y por tanto, de manera congruente con las metas y objetivos planteados para el Sector Turístico en el Plan Nacional de Desarrollo, así como con lo establecido en el Decreto que Establece las Medidas para el (OM) Uso Eficiente, Transparente y Eficaz de los Recursos Públicos y las Acciones de Disciplina Presupuestaria de la Administración Pública Federal y demás normatividad aplicable.

Capital Humano

En el periodo del 1 de septiembre al 31 de diciembre del 2016, se impartieron 23 acciones de capacitación a 243 Servidores Públicos. En el periodo del 1 de enero al 22 de julio de 2017, se han capacitado 57 servidores públicos con acciones de capacitación consideradas como capacitación externa. Considerándose un total de 300 servidores públicos capacitados en el periodo en mención.

Del 1° de septiembre al 16 de diciembre de 2016, ingresaron 45 prestadores de servicio social.

En el periodo comprendido de enero de 2017 a la fecha, han ingresado 114 prestadores.



Amanecer en Huatulco, Oaxaca



ANEXO ESTADÍSTICO

Oferta hotelera nacional, crédito e inversión extranjera en turismo

Año	Oferta hotelera nacional (Habitaciones) ^{1/}			Crédito otorgado por el sistema bancario a la actividad turística (Saldos al final del periodo en millones de pesos) ^{2/}			Inversión extranjera directa (Millones de dólares) ^{3/}
	Total	De una a cinco estrellas ^{4/}	Otros ^{5/}	Total	Banca comercial	Banca de desarrollo	
1996	381,522	300,377	81,145	19,244.0	18,458.0	786.0	164.9
1997	382,364	303,537	78,827	21,636.0	20,911.0	725.0	255.2
1998	396,968	311,344	85,624	19,714.0	18,604.0	1,110.0	176.0
1999	419,608	341,880	77,728	17,613.1	16,192.1	1,421.0	472.0
2000	421,850	348,203	73,647	18,048.7	15,467.4	2,581.3	605.6
2001	458,123	378,956	79,167	15,080.7	12,297.7	2,783.0	496.3
2002	469,488	386,829	82,659	16,752.1	12,850.1	3,902.0	431.7
2003	496,292	403,886	92,406	16,726.7	12,913.4	3,813.4	559.6
2004	515,904	409,108	106,796	14,612.9	11,370.9	3,242.0	552.0
2005	535,639	435,727	99,912	17,244.9	14,668.2	2,576.7	1,627.4
2006	556,399	450,428	105,971	16,769.6	14,295.4	2,474.2	1,472.6
2007	584,331	476,732	107,599	28,562.5	26,879.5	1,682.9	1,688.2
2008	604,051	490,491	113,560	38,092.0	35,287.5	2,804.5	683.7
2009	623,555	502,170	121,385	39,649.3	35,466.4	4,182.9	437.3
2010	638,494	514,096	124,398	38,686.5	34,252.8	4,433.7	854.1
2011	651,160	528,439	122,721	49,079.1	41,264.4	7,814.6	823.1
2012	660,546	538,040	122,506	48,218.0	40,643.8	7,574.2	1,222.3
2013	672,296	545,872	126,424	49,534.5	40,796.0	8,738.5	1,349.7
2014	692,351	567,198	125,153	63,958.2	49,631.9	14,326.3	931.7
2015	736,512	606,121	130,391	75,104.8	56,392.5	18,712.3	669.6
2016	763,990	621,944	142,046	97,509.8	71,051.5	26,458.3	577.2
2017 ^{p/}	n. d.	n. d.	n. d.	93,590.1	69,439.2	24,150.9	406.4

1/ Se refiere al número de cuartos disponibles al mes de diciembre de cada año.

2/ Desde junio de 1995 incluye cartera asociada al FOBAPROA. A partir de la información de diciembre de 2004 no se incorporan los bancos que se encontraban en proceso de liquidación o en quiebra.

3/ A partir de 1999 la Inversión Extranjera Directa se refiere a flujos anuales canalizados al subsector de servicios de alojamiento temporal.

4/ Incluye establecimientos con categoría denominada clase especial y gran turismo.

5/ Incluye establecimientos de clase económica, sin categoría, casas de huéspedes y modalidades distintas a hotel como villas y cabañas, apartamentos, casas de huéspedes y posadas, bungalows, cuartos amueblados, campamentos, suites y condominios y casas.

n.d. No disponible, será hasta en el mes de julio que estará disponible la información.

p/ Cifras preliminares. Para 2017 cifras preliminares al mes de junio de 2017.

Nota: Las cifras de Inversión Extranjera Directa refieren a montos notificados y actualizados al mes de marzo de 2016, por lo que las mismas son sujetos de actualización en periodos futuros.

Fuente: Secretaría de Turismo Compendio estadístico y anuarios estadísticos por entidad federativa INEGI, Banco de México y Secretaría de Economía

6/ Preliminar; La información aún se encuentra en validación y elaboración con los trabajos conjuntos de INEGI-SECTUR para la elaboración de los Anuarios Estadísticos y Compendio Estadístico del Turismo de México.

n. d.: No disponible, La información aún se encuentra en validación y elaboración con los trabajos conjuntos de INEGI-SECTUR para la elaboración de los Anuarios Estadísticos y Compendio Estadístico del Turismo de México.

Inversión canalizada por FONATUR al desarrollo de infraestructura turística

(Millones de pesos)

Año	Total	Cancún	Ixtapa	Los Cabos	Loreto	Huatulco	Palenque	Costa Maya	Costa Capomo, Nayarit	Escalera Náutica	Marina Cozumel	Costa del Pacífico	Kino Nuevo	Otros
1996	271.3	117.7	49.8	19.4	10.1	74.3								
1997	487.3	230.8	55.9	47.4	20.0	133.2								
1998	391.7	135.5	56.3	50.0	20.4	129.5								
1999	474.8	156.5	163.6	41.8	30.3	82.6								
2000	456.5	175.8	128.8	29.4	19.5	89.2								13.8
2001	471.4	141.2	97.9	55.1	35.4	83.3				2.5				56.0
2002	587.2	186.5	77.1	73.9	62.5	150.4	0.8			16.3				19.7
2003	294.4	110.7	30.8	25.5	29.2	66.1	0.8			27.7				3.6
2004	489.7	114.4	52.8	71.1	38.0	138.0	0.2	32.3	3.8	31.0				8.1
2005	815.4	209.8	39.3	42.5	17.8	123.8		3.5	53.4	307.3	4.8			13.2
2006	1,526.4	193.7	63.0	64.8	23.9	126.5		2.0	319.8	713.3	3.6			15.8
2007	930.0	261.0	51.9	96.5	71.8	114.3		0.2	216.1	94.7	12.4			11.1
2008	2,043.7	466.4	186.9	109.6	177.1	610.6	13.6		116.4	145.0	161.6	5.2	10.0	41.3
2009	1,791.0	197.6	524.7	84.0	215.7	515.3	1.6		39.6		62.4	115.1	2.3	32.7
2010	1,307.8	157.7	99.4	55.3	123.2	439.3			111.3		39.4	260.1		22.1
2011	873.8	61.8	43.7	25.1	66.8	111.3			109.9	38.7	92.8	291.5		32.2
2012	654.9	84.5	26.7	43.5	38.4	68.1			49.4		55.3	267.3		21.7
2013	736.1	95.4	75.1	42.7	45.1	134.9			164.5		7.5	170.6		0.3
2014	1,279.1	130.7	142.6	36.3	39.0	193.2			202.9		13.6	520.0		0.8
2015	1,150.8	163.8	189.8	36.5	27.0	180.3			134.8	25.0	25.5	368.1		
2016	793.9	165.6	67.5	37.5	23.1	152.1			100.9	42.9	20.4	174.8		9.1
2017 ^{1/}	152.2	38.2	26.2	14.9	7.9	34.0			8.3		2.8	19.9		

1/ Cifras del presupuesto pagado al mes de mayo. Se refiere a la inversión en materia de infraestructura y mantenimiento.
Fuente: Secretaría de Turismo.

Balanza turística 1/
(Millones de pesos)

Año	Ingresos				Egresos				Saldo						
	Turistas		Excursionistas		Turistas		Excursionistas		Turistas		Excursionistas				
	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En cruceros	Total	En zona fronteriza	A otros destinos	Total	En zona fronteriza	Otros destinos	Excursionistas		
1996	6,756.2	5,110.2	4,470.0	1,646.0	1,532.6	113.4	3,387.2	1,536.4	216.3	1,320.1	1,850.8	3,369.0	423.8	3,149.9	- 204.8
1997	7,376.0	5,531.0	5,086.0	1,845.0	1,722.5	122.5	3,891.9	1,821.2	228.4	1,592.8	2,070.7	3,484.1	216.5	3,493.2	- 225.7
1998	7,493.1	5,633.3	5,134.5	1,859.8	1,737.8	121.9	4,209.1	2,001.9	281.4	1,720.6	2,207.2	3,284.0	217.5	3,413.9	- 347.4
1999	7,222.9	5,505.7	5,061.7	1,717.2	1,551.7	165.4	4,541.3	1,950.4	259.6	1,690.8	2,590.9	2,681.6	184.4	3,370.9	- 873.7
2000	8,294.2	6,435.4	6,192.2	1,858.8	1,657.7	201.1	5,499.1	2,444.9	281.1	2,163.9	3,054.2	2,795.1	338.2	3,652.3	- 1,195.4
2001	8,400.6	6,538.4	5,970.0	1,862.2	1,646.9	215.3	5,701.9	2,767.5	368.0	2,399.5	2,934.4	2,698.7	228.9	3,541.9	- 1,072.1
2002	8,858.0	6,724.7	6,409.0	2,133.3	1,850.9	282.5	6,059.7	2,777.6	348.5	2,429.1	3,282.0	2,798.3	292.4	3,654.6	- 1,148.7
2003	9,361.7	7,251.7	6,680.1	2,110.0	1,821.5	288.5	6,253.3	2,835.0	269.7	2,565.3	3,418.3	3,108.4	301.9	4,114.8	- 1,308.2
2004	10,795.6	8,382.2	7,783.5	2,413.3	1,992.5	420.8	6,959.0	3,227.3	316.4	2,910.9	3,731.7	3,836.5	282.4	4,872.5	- 1,318.4
2005	11,803.4	9,146.3	8,502.4	2,657.1	2,204.5	452.6	7,600.4	3,653.5	339.7	3,313.7	3,946.9	4,203.0	304.2	5,188.7	- 1,289.8
2006	12,176.6	9,559.4	8,954.6	2,617.1	2,158.8	458.3	8,108.3	4,193.3	387.9	3,805.4	3,914.9	4,068.3	216.9	5,149.2	- 1,297.8
2007	12,919.0	10,367.0	9,737.2	2,552.1	2,053.7	498.4	8,461.6	4,794.0	421.5	4,372.5	3,667.6	4,457.5	208.4	5,364.6	- 1,115.5
2008	13,369.7	10,860.5	10,152.4	2,509.1	2,026.2	483.0	8,567.7	4,945.9	379.5	4,566.4	3,621.8	4,802.0	328.6	5,586.0	- 1,112.6
2009	11,512.7	9,430.8	8,827.0	2,081.9	1,628.0	453.9	7,207.3	4,396.8	338.8	4,058.0	2,810.6	4,305.4	265.0	4,769.0	- 728.6
2010	11,991.7	9,990.8	9,442.8	2,000.9	1,472.0	528.8	7,254.9	4,540.1	352.7	4,187.4	2,714.8	4,736.8	195.3	5,255.4	- 713.9
2011	11,868.8	10,006.3	9,448.5	1,862.5	1,383.7	478.8	7,831.9	5,014.0	321.3	4,692.7	2,817.9	4,036.9	236.6	4,755.7	- 955.4
2012	12,739.0	10,766.0	10,199.0	1,973.0	1,533.0	440.0	8,449.0	5,549.0	326.0	5,223.0	2,900.0	4,290.0	242.0	4,976.0	- 927.0
2013	13,949.0	11,853.8	11,311.5	2,095.2	1,737.1	358.1	9,122.4	6,024.9	248.3	5,776.6	3,097.5	4,826.6	293.9	5,535.0	- 1,002.3
2014	16,208.4	14,320.0	13,579.9	1,888.4	1,469.6	418.8	9,605.8	6,610.7	457.4	6,153.4	2,995.1	6,602.6	282.7	7,426.5	- 1,106.7
2015	17,733.7	15,825.7	15,035.0	1,908.0	1,508.9	399.2	10,098.1	7,026.5	556.2	6,470.2	3,071.6	7,635.6	234.4	8,799.2	- 1,163.6
2016	19,649.7	17,697.8	16,925.8	1,951.8	1,558.1	393.8	10,303.0	7,155.6	566.2	6,589.4	3,147.4	9,346.7	205.8	10,336.4	- 1,195.5
2017 p/	11,103.8	10,040.5	9,597.8	1,063.3	815.4	247.9	4,812.6	3,237.9	244.5	2,993.4	1,574.7	6,291.2	198.2	6,604.4	- 511.4

1/ Con objeto de homogeneizar las cifras estadísticas de la actividad turística con las de otros países, a partir de 1993 se adecuó la información de viajeros captados por México con base en los criterios de la Organización Mundial de Turismo, con lo cual dejan de clasificarse como viajeros al interior y fronterizos; la nueva clasificación comprende turistas (los que pernactan en el país visitado) y excursionistas (visitantes de un solo día). Cabe señalar que en la obtención del saldo de excursionistas en zona fronteriza, se incluyen también las cifras de ingresos de excursionistas de cruceros. Entre enero de 2007 y marzo de 2012, el Banco de México realizó cambios a su metodología de medición. La suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo de cifras.

p/ Cifras preliminares. Para 2017 datos preliminares al mes de junio.
Fuente: Secretaría de Turismo con base en datos proporcionados por el Banco de México.

Viajeros internacionales y gasto medio 1/

Año	Viajeros internacionales (Miles de personas)											
	Viajeros a México 2/						Viajeros al exterior 3/					
	Turistas			Excursionistas			Turistas			Excursionistas		
	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En cru-ceros	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En cru-ceros
1996	90394	21395	12413	8982	68999	66857	2142	103442	9001	4564	4437	94441
1997	92915	19351	9557	9794	73564	71311	2253	107242	8910	4072	4838	98332
1998	95214	19392	9617	9775	75822	73576	2246	107927	9637	4460	5177	98290
1999	99869	19043	8829	10214	80826	77778	3048	117383	10352	4809	5543	107031
2000	105673	20641	10050	10591	85032	81565	3467	127268	11079	4879	6200	116189
2001	100719	19810	9659	10151	80908	77103	3805	123737	12075	5652	6423	111657
2002	100153	19667	9784	9883	80487	75352	5136	124633	11948	5456	6492	112685
2003	92330	18665	8312	10353	73664	68690	4974	123015	11044	4441	6603	111971
2004	99250	20618	9065	11553	78632	72139	6493	128903	12494	5096	7398	116409
2005	103146	21915	9381	12534	81231	74524	6707	128392	13305	5305	8000	115087
2006	97701	21353	8745	12608	76348	69832	6516	122022	14002	5516	8486	108020
2007	93582	21606	8565	13041	71976	65034	6943	109540	15257	5870	9387	94283
2008	92948	22931	9505	13425	70017	63526	6491	107519	14527	5129	9397	92992
2009	88044	22346	9845	12501	65698	59997	5701	98228	14104	5067	9037	84124
2010	81953	23290	9962	13327	58664	52615	6048	91658	14334	5003	9331	77323
2011	75732	23403	10166	13237	52329	47039	5289	88113	14799	4599	10200	73314
2012	76749	23403	9738	13665	53346	48148	5199	87332	15581	4372	11209	71752
2013	78100	24151	9589	14562	53950	49394	4555	90777	15911	4217	11694	74866
2014	81042	29346	13346	16000	51697	45911	5785	90982	18261	7018	11243	72721
2015	87129	32093	13786	18307	55035	48920	6115	94988	19603	8328	11275	75385
2016	94853	35079	14416	20664	59774	53079	6695	97372	20223	8678	11545	77149
2017p/	49351	19221	7907	11314	30130	26027	4103	45393	8527	3664	4862	36866

Año	Gasto medio (Dólares) 3/											
	Viajeros a México 2/						Viajeros al exterior 3/					
	Turistas			Excursionistas			Turistas			Excursionistas		
	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En cru-ceros	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En cru-ceros
1996	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
1997	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
1998	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
1999	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2000	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2001	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2002	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2003	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2004	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2005	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2006	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2007	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2008	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2009	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2010	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2011	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2012	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2013	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2014	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2015	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2016	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388
2017p/	327	1707	474	2975	196	327	529	4977	516	2388	747	2388

1/ Con objeto de homologar las cifras estadísticas de la actividad turística con las de otros países, a partir de 1993 se adecuó la información de viajeros captados por México con base en los criterios de la OMT, con lo cual dejan de clasificarse como viajeros al interior y fronterizos; la nueva clasificación comprende turistas (los que pernoctan en el país visitado) y excursionistas (visitantes de un solo día). La suma de los parciales puede no coincidir con el total debido al redondeo de las cifras. Datos revisados y actualizados por la dependencia responsable.

2/ Residentes en el exterior que viajaron al exterior por un año o menos con fines de negocios, salud, actividades científicas, deportivas o religiosas.

3/ Nacionales residentes en México que viajaron por un año o menos con fines de negocios, salud, actividades científicas, deportivas o religiosas.

p/ Cifras preliminares. Para 2017 datos preliminares al mes de junio.

Fuente: Secretaría de Turismo con base en datos proporcionados por el Banco de México.

Actividad hotelera en los principales centros turísticos seleccionados ^{1/}

(Continúa)

Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación	Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación	Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación
		Nacionales	Extranjeros				Nacionales	Extranjeros				Nacionales	Extranjeros	
Acapulco					Guadalajara					Monterrey				
1996	15,756	1,914	1,577	44.2	1996	11,712	1,462	145	44.3	1996	6,624	880	173	60.5
1997	16,214	1,860	1,513	42.6	1997	11,888	1,587	172	49.4	1997	6,903	1,075	166	63.4
1998	16,434	1,899	1,662	42.3	1998	12,387	1,626	191	49.2	1998	6,975	1,108	173	62.8
1999	16,434	4,226	3,665	48.9	1999	12,359	1,831	199	53.7	1999	7,320	1,116	226	65.2
2000	17,440	1,777	401	47.1	2000	12,256	1,912	238	54.4	2000	7,801	1,228	242	63.8
2001	17,440	1,845	698	44.3	2001	12,252	1,766	211	49.0	2001	8,268	1,233	247	58.1
2002	18,069	1,742	235	37.2	2002	12,679	1,660	183	43.2	2002	9,065	1,227	240	57.9
2003	16,587	1,501	224	31.6	2003	13,667	1,734	196	43.6	2003	9,071	1,240	217	53.7
2004	16,547	3,147	384	41.2	2004	13,782	1,865	235	45.7	2004	9,142	1,173	211	53.4
2005	16,518	3,617	158	40.8	2005	13,401	1,975	217	48.2	2005	9,989	1,253	259	57.9
2006	16,329	4,100	62	39.3	2006	13,822	2,063	242	49.1	2006	10,377	1,316	280	57.5
2007	16,435	4,590	70	42.2	2007	14,444	2,133	229	48.1	2007	10,986	1,444	318	58.3
2008	16,419	5,188	266	45.3	2008	14,901	2,125	240	48.6	2008	11,181	1,550	369	58.1
2009	16,792	4,761	115	34.8	2009	14,900	2,050	211	43.3	2009	11,576	1,398	248	47.1
2010	18,513	4,757	134	38.8	2010	15,734	2,283	229	46.5	2010	11,925	1,243	208	44.3
2011	18,345	3,792	112	37.7	2011	17,298	2,441	272	49.3	2011	12,161	1,232	156	42.7
2012	18,420	4,644	139	41.3	2012	18,024	2,672	302	48.2	2012	12,014	1,337	206	50.2
2013	18,454	4,500	134	39.3	2013	18,036	2,788	320	49.0	2013	11,975	1,383	305	54.2
2014	18,514	4,481	110	38.9	2014	18,107	2,826	362	49.9	2014	12,136	1,435	364	57.5
2015	18,591	5,010	111	40.1	2015	17,823	2,826	405	51.9	2015	12,412	1,724	327	67.5
2016p/	18,574	5,544	91	40.3	2016p/	18,271	3,179	448	53.5	2016p/	13,009	1,882	370	66.2
2017p/	18,622	3,195	51	45.6	2017p/	18,183	1,514	202	52.4	2017p/	13,550	1,038	237	65.9
					Zihuatanejo					Puerto Vallarta				
1996	19,754	473	1,833	77.8	1996	4,446	257	158	50.2	1996	8,134	387	490	67.2
1997	20,381	554	2,086	81.1	1997	4,738	232	165	52.2	1997	8,328	404	531	74.0
1998	21,802	647	2,005	76.3	1998	4,336	211	152	50.7	1998	8,525	453	510	66.9
1999	24,610	747	2,072	72.1	1999	4,599	209	140	48.8	1999	9,703	514	586	68.7
2000	24,702	789	2,254	73.8	2000	4,608	248	144	48.6	2000	9,896	510	873	67.2
2001	25,086	808	2,178	71.3	2001	5,142	304	328	49.1	2001	10,329	669	534	61.5
2002	24,754	861	1,965	65.5	2002	6,780	535	131	49.3	2002	9,768	682	464	57.9
2003	25,014	980	2,077	69.9	2003	4,353	571	140	47.1	2003	10,702	676	457	55.1
2004	25,416	1,037	2,331	76.2	2004	4,533	441	150	61.0	2004	10,532	689	474	55.2
2005	10,525	938	2,134	78.7	2005	4,555	422	146	62.6	2005	10,784	787	555	63.4
2006	21,776	845	1,587	73.5	2006	4,740	528	159	68.1	2006	10,664	844	649	65.5
2007	25,985	982	2,022	71.2	2007	4,763	575	152	65.4	2007	10,681	835	596	63.6
2008	27,131	1,100	2,165	71.0	2008	5,069	548	122	56.1	2008	10,573	802	630	62.7
2009	29,281	1,753	2,344	56.3	2009	5,127	531	88	51.3	2009	10,585	800	422	55.4
2010	29,670	1,756	2,285	57.2	2010	5,039	546	94	52.0	2010	10,128	770	431	54.3
2011	28,844	1,646	2,246	58.4	2011	5,100	469	78	47.1	2011	11,286	897	380	54.0
2012	29,694	1,888	2,523	65.1	2012	5,164	514	59	49.6	2012	11,959	1,127	394	58.1
2013	30,055	1,601	2,816	70.6	2013	5,068	468	71	45.3	2013	11,914	1,226	395	57.6
2014	30,497	2,018	4,002	75.3	2014	5,063	507	92	47.7	2014	11,711	1,197	479	63.5
2015	31,816	2,440	4,813	77.1	2015	5,043	759	126	55.1	2015	11,993	1,329	632	66.0
2016p/	31,663	2,576	5,829	76.8	2016p/	5,209	878	131	60.2	2016p/	12,292	1,389	628	71.9
2017p/	32,311	1,028	3,337	81.9	2017p/	5,453	449	79	67.1	2017p/	12,402	683	387	79.6

1/ Se refiere a una selección de 12 de los centros turísticos más importantes del país, incluyendo sólo los establecimientos de hospedaje de gran turismo, clase especial y categorías de una a cinco estrellas. Cifras revisadas y actualizadas por la dependencia responsable.

2/ Cuartos disponibles promedio del periodo.

p/ Cifras preliminares anuales. Para 2017 datos preliminares al mes de junio.

Fuente: Secretaría de Turismo.

Actividad hotelera en los principales centros turísticos seleccionados ^{1/}

(Concluye)

Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación	Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación	Centro turístico y año	Cuartos disponibles ^{2/}	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación
		Nacionales	Extranjeros				Nacionales	Extranjeros				Nacionales	Extranjeros	
Cd. Juárez					Los Cabos					Tijuana				
1996	2,777	633	80	55.4	1996	4,072	69	479	73.5	1996	4,448	639	178	49.4
1997	2,802	676	75	73.8	1997	3,906	80	595	63.6	1997	4,500	638	209	46.1
1998	3,240	794	108	54.5	1998	4,359	80	392	55.2	1998	4,462	623	222	47.6
1999	3,163	799	107	50.8	1999	4,842	78	442	59.1	1999	4,668	653	256	42.9
2000	3,794	1,010	148	47.9	2000	4,842	82	464	60.0	2000	5,098	837	261	51.4
2001	3,794	1,017	144	46.3	2001	nd.	nd.	nd.	nd.	2001	4,457	731	196	49.5
2002	3,784	877	117	41.8	2002	nd.	nd.	nd.	nd.	2002	4,751	719	194	52.1
2003	3,652	848	140	44.0	2003	nd.	nd.	nd.	nd.	2003	4,189	823	220	53.4
2004	2,852	819	133	44.9	2004	nd.	nd.	nd.	nd.	2004	4,326	743	194	54.4
2005	3,024	352	59	51.6	2005	7,849	166	696	64.1	2005	4,867	884	248	54.4
2006	3,139	434	105	52.6	2006	8,145	238	835	68.4	2006	4,841	850	237	52.6
2007	3,258	485	117	61.1	2007	8,755	241	855	65.2	2007	4,848	887	238	54.1
2008	3,765	416	105	53.7	2008	9,929	271	1,020	56.8	2008	4,629	773	220	51.1
2009	3,796	373	80	48.4	2009	11,149	263	938	52.3	2009	4,775	517	203	40.1
2010	3,690	326	74	53.2	2010	11,762	317	804	56.8	2010	4,781	553	277	42.8
2011	4,078	327	79	42.5	2011	11,852	336	901	59.0	2011	4,775	588	264	43.7
2012	4,092	381	101	37.8	2012	12,060	350	918	62.0	2012	4,773	626	271	45.7
2013	4,118	432	77	37.0	2013	12,466	345	1,076	65.8	2013	4,765	659	204	48.2
2014	4,173	667	34	44.1	2014	12,516	346	985	63.3	2014	4,814	672	264	46.4
2015	4,180	833	37	56.6	2015	11,466	336	940	69.9	2015	4,779	615	340	53.1
2016p/	4,205	892	34	60.4	2016p/	12,602	312	1,137	68.1	2016p/	4,709	678	385	59.4
2017p/	4,256	434	13	57.6	2017p/	15,106	143	800	74.9	2017p/	4,906	358	206	61.3
Ciudad de México ^{3/}					Mazatlán					Veracruz				
1996	40,188	5,736	1,643	57.0	1996	6,585	528	195	46.5	1996	5,552	1,231	51	45.8
1997	39,008	5,605	1,740	58.2	1997	6,425	576	221	52.1	1997	5,812	1,597	48	54.3
1998	41,812	5,930	1,961	59.1	1998	6,522	535	223	48.6	1998	6,247	1,628	69	51.9
1999	43,758	6,899	1,994	61.6	1999	8,319	775	215	47.5	1999	6,251	1,492	35	45.7
2000	46,302	7,025	2,099	56.6	2000	7,601	800	191	45.6	2000	6,851	1,401	48	45.6
2001	41,503	6,333	2,482	60.1	2001	7,283	670	164	41.5	2001	7,019	1,465	51	44.4
2002	41,643	6,375	2,298	55.2	2002	6,816	654	120	38.4	2002	7,661	1,559	40	45.5
2003	42,630	6,961	2,564	52.2	2003	6,713	624	102	37.6	2003	7,944	1,640	53	49.7
2004	42,847	7,975	2,755	54.6	2004	6,713	581	119	37.9	2004	8,344	1,671	57	45.2
2005	43,662	8,167	3,242	55.2	2005	8,149	798	191	50.6	2005	8,669	1,577	65	43.0
2006	45,717	7,563	2,733	54.4	2006	8,122	988	266	58.2	2006	8,743	1,702	72	49.6
2007	45,952	7,747	2,560	56.3	2007	8,250	968	271	59.4	2007	8,862	1,943	54	49.9
2008	46,002	8,066	2,744	56.1	2008	8,622	1,056	241	56.9	2008	8,837	2,028	52	49.3
2009	46,057	7,295	1,884	45.7	2009	8,994	1,162	312	51.7	2009	8,878	2,134	37	46.6
2010	45,980	8,100	1,800	52.3	2010	9,111	1,181	423	48.2	2010	8,828	1,919	30	44.0
2011	46,363	9,186	2,020	57.4	2011	9,143	1,170	379	47.4	2011	8,844	1,889	37	42.7
2012	47,453	9,662	2,197	62.5	2012	9,217	1,255	336	47.5	2012	8,719	2,287	19	46.8
2013	47,691	8,669	1,712	63.6	2013	9,118	1,415	329	50.5	2013	8,698	2,412	46	47.9
2014	47,967	9,006	2,013	64.2	2014	9,099	1,605	317	55.2	2014	8,671	2,624	42	51.1
2015	49,821	9,439	2,160	67.1	2015	9,152	1,712	269	59.0	2015	8,659	2,559	30	48.0
2016p/	51,782	9,295	2,157	67	2016p/	9,279	1,919	236	61.4	2016p/	8,647	2,453	22	45.3
2017p/	52,404	4,602	1,211	66.2	2017p/	9,903	902	256	62.3	2017p/	8,653	1,146	10	41.3

1/ Se refiere a una selección de 12 de los centros turísticos más importantes del país, incluyendo sólo los establecimientos de hospedaje de gran turismo, clase especial y categorías de una a cinco estrellas.

2/ Cuartos disponibles promedio del periodo.

3/ En 2001 la disminución de cuartos disponibles en la Ciudad de México se debe a la reclasificación y recálculo de la serie estadística realizada por las oficinas de turismo de la entidad, cifras de la Ciudad de México 2012 y anteriores. Para 2013-2017, cifras del Sistema de Monitoreo Data Tur.

n.d. No disponible.

p/ Cifras preliminares anuales. Para 2017 datos preliminares al mes de junio.

Fuente: Secretaría de Turismo.

Principales destinos turísticos en el mundo

Concepto	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016p/	
En función del número de visitantes (Millones de turistas)																						
Alemania	171	158	165	171	190	179	180	184	201	215	236	244	249	242	269	284	304	315	330	350	356	
Austria	173	166	174	175	180	182	186	191	194	200	203	208	219	214	220	230	242	248	263	281	280	
Canadá	207	176	189	195	196	197	201	175	191	188	183	179	171	157	162	160	163	161	165	180	200	
China	228	238	251	270	312	332	368	330	418	468	499	547	530	509	557	576	577	557	556	569	593	
España	465	433	474	468	464	501	523	518	524	559	580	587	572	522	527	562	575	607	649	685	756	
Estados Unidos																						
de América	405	478	464	485	512	449	436	412	461	492	510	560	579	550	600	627	667	700	750	775	nd	
Francia	624	673	700	730	772	752	770	750	751	750	779	809	792	768	776	816	820	836	837	845	826	
Grecia	nd	101	109	122	131	141	142	140	133	148	160	162	159	149	150	164	155	179	220	236	248	
Hong Kong	101	104	96	113	88	137	166	155	137	148	158	172	173	169	201	223	238	257	278	267	266	
Hungría	117	172	150	144	30	153	nd	nd	122	100	93	86	88	91	95	103	104	107	121	143	153	
Italia	329	347	349	365	412	396	398	396	371	365	411	437	427	432	436	461	464	477	486	507	526	
México1/	214	194	194	190	206	198	197	187	206	219	214	214	216	223	233	234	234	242	293	321	351	
Países Bajos	65	78	93	nd	100	95	96	92	96	100	107	110	101	99	109	113	122	128	139	150	158	
Reino Unido	252	255	257	254	232	228	242	247	257	280	307	309	301	282	283	293	293	311	326	344	358	
Suiza	nd	nd	nd	nd	78	nd	69	65	nd	72	79	84	86	83	86	85	86	90	92	93	92	
En función del ingreso por turismo (Miles de millones de dólares)																						
Alemania	174	165	164	167	187	184	192	231	277	292	328	360	399	346	347	389	381	413	433	369	374	
Austria	128	110	112	125	98	101	112	140	156	161	166	187	216	254	186	199	189	202	208	182	193	
Canadá	86	88	94	102	108	108	107	106	129	137	146	156	157	137	158	168	174	177	177	166	182	
China	102	121	126	141	162	178	204	174	257	293	339	372	408	397	458	485	500	517	440	450	444	
España	267	267	297	324	309	329	317	396	452	497	511	576	616	532	546	599	582	626	651	565	603	
Estados Unidos																						
de América	818	862	850	920	1002	919	881	864	978	1015	1051	1190	1338	1199	1370	1509	1616	1729	1919	2054	2068	
Francia	284	280	299	315	330	300	323	366	453	440	463	543	565	495	470	548	537	567	581	449	425	
Grecia	nd	nd	nd	88	92	94	97	107	129	133	143	155	171	145	127	146	134	161	178	157	146	
Hong Kong	108	92	71	72	59	83	75	71	90	103	116	138	153	164	222	277	331	389	384	362	329	
Italia	300	297	299	284	275	258	267	312	357	354	381	427	457	402	388	430	412	439	455	394	402	
México1/	68	74	75	72	83	84	89	94	108	118	122	129	133	115	120	119	127	139	162	177	196	
Países Bajos	65	63	68	nd	72	67	79	92	103	91	113	133	133	124	117	143	123	138	147	132	141	
Reino Unido	192	200	210	202	222	163	204	227	282	311	346	386	360	301	329	351	366	410	465	455	396	
Suiza	88	79	78	nd	66	73	79	92	106	100	108	122	144	141	147	171	161	169	178	164	159	
Turquía	nd	81	78	nd	76	74	119	132	159	192	169	185	220	213	226	251	253	280	296	266	187	

1/ Cifras registradas por Banco de México. Datos revisados y actualizados.

p/ Cifras preliminares.

nd. No disponible.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT - Volumen 15; julio de 2016-Anexo Estadístico).

Años actualizados en función del ingreso 2005, 2010, 2014, 2015 y 2016. Años actualizados en función del número de visitantes 2000, 2005, 2010, 2014, 2015 y 2016.

Nota: Para ingreso por turismo en Estados Unidos de 1995 a 2011 World Tourism Organization (2015). Compendium of Tourism Statistics dataset [Electronic], UNWTO, Madrid, data updated on 02/04/2015.

Llegada de turistas internacionales por subregiones

(Millones de turistas)

Concepto	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 ^{p/}
Mundo 1/	5750	5990	6170	6400	6740	6839	7027	6889	7655	8090	8420	8980	9170	8830	9530	9940	10400	10880	11370	11890	12350
Europa	3230	3433	3557	3605	3866	3878	3973	3959	4245	4532	4616	4829	4852	4617	4890	5206	5411	5668	5756	6026	6150
Europa del Norte	nd	nd	nd	nd	448	449	464	445	497	599	610	626	608	560	628	645	656	672	708	754	802
Europa Occidental	nd	nd	nd	nd	1397	1358	1380	1361	1390	1417	1486	1539	1532	1485	1544	1604	1662	1708	1744	1803	1798
Europa Central/ Oriental	nd	nd	nd	nd	696	634	653	677	863	953	914	966	1000	926	985	1088	1189	1279	1156	1214	1263
Europa del Sur/ Mediterráneo	nd	nd	nd	nd	1326	1437	1476	1476	1495	1564	1605	1699	1712	1645	1733	1869	1904	2010	2148	2255	2287
Asia y el Pacífico	940	930	924	1023	1104	1206	1310	1197	1454	1541	1660	1820	1841	1811	2081	2183	2338	2499	2695	2841	3086
Noreste Asiático	nd	nd	nd	nd	583	659	741	676	794	859	920	1010	1009	980	1115	1158	1228	1270	1363	1421	1543
Sudeste Asiático	nd	nd	nd	nd	363	398	420	363	483	490	531	597	618	621	705	778	849	945	970	1042	1130
Oceanía	nd	nd	nd	nd	96	91	91	90	101	109	110	112	111	109	114	115	119	125	133	143	157
Sur de Asia	nd	nd	nd	nd	61	58	58	68	76	83	98	101	103	101	147	133	142	160	229	235	257
Américas	1145	1162	1192	1219	1282	1222	1166	1130	1258	1333	1358	1440	1480	1417	1501	1556	1626	1676	1819	1927	2002
América del Norte	nd	nd	nd	nd	915	864	832	774	858	899	906	953	977	930	995	1022	1064	1102	1209	1276	1314
México	214	194	194	190	206	198	197	187	206	219	214	214	226	223	233	234	234	242	293	321	350
El Caribe	nd	nd	nd	nd	171	169	161	171	181	188	195	199	201	196	195	199	206	211	223	241	253
América Central	nd	nd	nd	nd	43	44	47	49	57	63	69	78	82	76	78	83	89	91	96	102	108
América del Sur	nd	nd	nd	nd	153	145	126	136	162	183	188	211	219	214	232	252	268	272	291	308	327
África	221	230	255	269	262	293	299	307	335	348	395	432	444	459	504	501	524	547	550	534	578
África del Norte	nd	nd	nd	nd	102	107	104	111	128	139	151	163	171	176	197	180	196	207	204	180	186
África Subsahariana	nd	nd	nd	nd	160	186	195	196	207	209	244	269	272	283	307	321	328	340	346	354	392
Medio Oriente	160	170	189	225	224	240	279	296	363	337	393	456	552	524	554	495	506	491	554	559	536

1/ La suma de los parciales puede no coincidir con el total, debido al redondeo de las cifras. Los datos difieren en algunos años debido a que fueron revisados y actualizados por la Organización Mundial de Turismo.

p/ Cifras preliminares.

nd. No disponible

Años actualizados 2000, 2005, 2010, 2014, 2015 y 2016.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT - Volumen 1.5, Marzo de 2017 - Anexo Estadístico).



Monumento a la Revolución, Ciudad de México.

IX.2. Glosario

Conceptos Genéricos

Visitante. Toda persona que se desplaza a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia, con una duración de viaje inferior a doce meses y cuyo propósito no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Turista. Toda persona que se desplaza a un sitio diferente al de su lugar habitual de residencia y que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado, con una duración de viaje inferior a doce meses 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.

Conceptos Aplicables al Turismo Nacional

Visitante nacional. Toda persona que reside en un país y que viaja durante un periodo menor a doce meses a un lugar dentro del mismo, distinto al de su residencia habitual, y cuyo propósito de viaje no es desarrollar una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Turista nacional. Toda visitante nacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

Excursionista nacional. Todo visitante nacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

Conceptos Aplicables al Turismo Internacional

Visitante internacional. Toda persona que viaja, por un periodo menor a un año, a un país diferente a aquél en el que tiene su residencia, es decir, fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

Turista internacional. Toda persona que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado, por un periodo menor a un año, a un país diferente a aquél en el que tiene su residencia, es decir, fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de desplazamiento no es el ejercicio de una actividad que se remunere en el país visitado.

Excursionista internacional. Todo visitante internacional que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

Turista fronterizo. Todo turista internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado en la zona o franja fronteriza del país.

Turista al interior. Todo turista internacional que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado localizado fuera de la zona o franja fronteriza del país visitado.

Excursionista fronterizo. Todo excursionista internacional que ingresa al país visitado a través de su zona o franja fronteriza.

Excursionista en crucero. Todo excursionista internacional que ingresa al país visitado por vía marítima.

IX.3. Acrónimos y Siglas

AEC	Asociación de Estados del Caribe
ACTA	Asociación Canadiense de Agencias de Viaje
AMPROFEC	Asociación Mexicana de Profesionales de Ferias Exposiciones y Convenciones
AICM	Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México
AMAV	Asociación Mexicana de Agencias de Viaje
AMMT	Asociación Mexicana de Marinas Turísticas
APEC	Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico
APF	Administración Pública Federal
API	Administración Portuaria Integral
ASA	Aeropuertos y Servicios Auxiliares
ATMEX	Feria Mundial de Turismo de Aventura
ATTA	Adventure Travel Trade Association
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
BANJERCITO	Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada
BANOBRAS	Banco Nacional de Obras y Servicios Públicos
BANSEFI	Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros
BRICS	Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica
CANAERO	Cámara Nacional de Aerotransportes
CANAPAT	Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo
CANIRAC	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados
CARICOM	Comunidad del Caribe
CCN	Código de Conducta Nacional
CDI	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
CEDOC	Centro de Documentación Turística
CNET	Consejo Nacional Empresarial Turístico
CICC	Comisión Intersecretarial de Cambio Climático
CIP	Centro Integralmente Planeado
CIE	Corporación Interamericana de Entretenimiento
CNCH	Cruzada Nacional Contra el Hambre
CNN	Comisión Nacional de Normalización
CNS	Consejo Nacional de Seguridad
COCODI	Comité de Control y Desempeño Institucional
COFEMER	Comisión Federal de Mejora Regulatoria
COMERI	Comité de Mejora Regulatoria Interna
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
CONAGUA	Comisión Nacional del Agua
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
CONCANACO SERVYTUR	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo
COPANT	Comisión Panamericana de Normas Técnicas
COPARMEX	Confederación Patronal de la República Mexicana
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
CST	Cuenta Satélite del Turismo en México
CSTAV	Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes
CTEEEST	Comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo
DATATUR	Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México

DENUE	Directorio Económico Nacional de Unidades Económicas
DNI	Derecho de No Inmigrante
DOF	Diario Oficial de la Federación
EIBTM	The Global Meetings and Events Expo
EMA	Entidad Mexicana de Acreditación
FEPADE	Fiscalía Especializada para la Atención de Delitos Electorales
FCCA	Florida Caribbean Cruise Association
FITUR	Feria Internacional de Turismo
FMTC	Feria Mundial de Turismo Cultural
FONACOT	Instituto del Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores
FONART	Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías
FONDEN	Fondo de Desastres Naturales
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
FSIDITT	Fondo Sectorial para la Investigación y el Desarrollo en Innovación Tecnológica en Turismo
HyAS	Comité para la Prevención y Atención del Hostigamiento y Acoso Sexual y Laboral
IATA	Asociación de Transporte Aéreo Internacional
ICCA	International Congress & Convention Association
ICTUR	Instituto de Competitividad Turística
IFAI	Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos
IMCINE	Instituto Mexicano de Cinematografía
IMEX	Worldwide Exhibition for Incentive Travels, Meetings and Events
IMNC	Instituto Mexicano de Normalización y Certificación
INADEM	Instituto Nacional del Emprendedor
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INAMI	Instituto Nacional de Migración
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INFOTUR	Servicios de Orientación e Información Turística
INFOMEX	Sistema de Información Mexicana
INMUJERES	Instituto Nacional de las Mujeres
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
ITB	Feria de la Industria Turística Mundial
LFTAIPG	Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
LGBT	Lésbico, Gay, Bisexual y Transexual
MAGAT	Feria de Mosaico Artesanal, Gastronómico y Turístico
MIA	Manifestación de Impacto Ambiental
MIPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
MIR	Matriz de Indicadores de Resultados
MITT	Moscu International Travel and Tourism
NAFIN	Nacional Financiera
NOM	Normas Oficiales Mexicanas
NORMEX	Sociedad Mexicana de Normalización y Certificación
OACI	Organización de Aviación Civil Internacional
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
ODT	Obligaciones de Transparencia
OEA	Organización de los Estados Americanos
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OITS	Organización Internacional de Turismo Social de las Américas
OMT	Organización Mundial del Turismo
OMM	Organización del Mundo Maya
ONG	Organización no Gubernamental
ONU	Organización de las Naciones Unidas

PATEM	Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios
PICCT	Programa Integral de Capacitación para la Competitividad Turística
PEC	Programa Especial Concurrente
PECC	Programa Especial de Cambio Climático
PEF	Presupuesto de Egresos de la Federación
PIB	Producto Interno Bruto
PMD	Plan Maestro de Desarrollo
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PNI	Programa Nacional de Infraestructura
PNT	Política Nacional Turística
PRODERETUS	Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROFEPA	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente
PROIN	Programa para Mejoramiento de la Producción y Productividad Indígena
PST	Programa Sectorial de Turismo
PTI	Proyecto Turístico Integral
RICIT	Red de Investigadores y Centros de Investigación Turística
RNT	Registro Nacional de Turismo
RVOE	Reconocimiento de Validez Oficial de Estudios
SAE	Sistema de Autorización Electrónica
SAGARPA	Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación
SARE	Sistema de Apertura Rápida de Empresas
SAT	Servicio de Administración Tributaria
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SE	Secretaría de Economía
SECTUR	Secretaría de Turismo
SEDATU	Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
SEDET	Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos
SEGITTUR	Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas
SEGOB	Secretaría de Gobernación
SEMAR	Secretaría de Marina
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SEP	Secretaría de Educación Pública
SFP	Secretaría de la Función Pública
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SNCT	Sistema Nacional de Certificación Turística
SRE	Secretaría de Relaciones Exteriores
SSA	Secretaría de Salud
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social
TIC	Tecnologías de la Información y la Comunicación
TURISSSTE	Sistema de Agencias Turísticas del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado
UMA	Unidades de Manejo para la Conservación de la Vida Silvestre
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
WTTC	Consejo Mundial de Viajes y Turismo
ZDTS	Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable

DIRECTORIO

Enrique de la Madrid Cordero

Secretario de Turismo

Rubén Gerardo Corona González

Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

María Teresa Solís Trejo

Subsecretaria de Planeación y Política Turística

José Salvador Sánchez Estrada

Subsecretario de Calidad y Regulación

José Luis Mario Aguilar y Maya Medrano

Oficial Mayor

Héctor Flores Santana

Director General del Consejo de Promoción Turística de México S.A de C.V

Miguel Alonso Reyes

Director General del Fondo Nacional del Fomento al Turismo

Salvador López Toledo

Director General de Seguimiento y Evaluación

Fotografías:

Archivo Presidencia de la República

Páginas: 29, 49, 119

Archivo Secretaría de Turismo y Consejo de Promoción Turística de México

Páginas: 9, 14, 18, 23, 33, 34, 36, 40, 51, 52, 57, 58, 68, 70, 76, 77, 84, 86, 88, 89, 90, 93, 94, 96, 98, 101, 103, 106, 109, 111, 115, 118, 120, 125, 126

Archivo Blanca Charolet

Páginas: 12, 26, 61, 65, 71, 74, 81, 92, 97, 100, 108, 112, 113, 114, 123, 129, 140

Archivo Secretaría de Turismo de Quintana Roo

Páginas: 42, 43, 46, 55, 63, 78

El Quinto Informe de Labores de la
Secretaría de Turismo,
se terminó de imprimir el 22 de agosto de 2017
en la Ciudad de México.

Se imprimieron 1,200 ejemplares.



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

