

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



6^{TO} INFORME DE LABORES

2 0 1 7 - 2 0 1 8



1 DE SEPTIEMBRE DE 2018

6^{TO} INFORME DE
LABORES

2 0 1 7 - 2 0 1 8

ÍNDICE GENERAL

Presentación	5
La Política Nacional Turística y el Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018	11
La Política Nacional Turística	13
Visión	14
Misión	14
Organigrama del Sector	15
México Próspero	17
Principales Indicadores de la Actividad Turística	19
México incrementa su competitividad turística	19
La importancia Económica del Turismo en México	20
Empleo Turístico	20
Visitantes Internacionales a México	20
Ingresos de Divisas por Visitantes a México	21
Balanza Turística	21
Turismo Doméstico	22
Actividad Hotelera	23
Conectividad	23
I. Transformar el Sector Turístico y Fortalecer Esquemas de Colaboración y Corresponsabilidad para Aprovechar el Potencial Turístico	27
I.1. Fortalecer las Capacidades Institucionales del Sector Turismo	29
I.2. Establecer Instrumentos que Armonicen las Acciones Gubernamentales con la Política Nacional Turística y que Promuevan la Corresponsabilidad	32
I.3. Impulsar la Coordinación Intergubernamental en Materia Turística	40
I.4. Fortalecer los Mecanismos de Concertación con la Academia, el Sector Privado y el Sector Social, en Beneficio del Turismo	42
II. Fortalecer las Ventajas Competitivas de la Oferta Turística	45
II.1. Generar Información, Investigación y Conocimiento Sobre los Destinos y Líneas de Producto	48
II.2. Impulsar la Innovación, Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística por Región y Destino	51
II.3. Promover Altos Estándares de Calidad en los Servicios Turísticos	58
II.4. Impulsar la Profesionalización de los Prestadores de Servicios Turísticos	64
II.5. Impulsar una Política de Seguridad Integral para Proporcionar una Experiencia Turística Satisfactoria y Plena a los Visitantes	65
III. Facilitar el Financiamiento y la Inversión Público-Privada en Proyectos con Potencial Turístico	69
III.1. Impulsar la Ampliación del Acceso a Crédito e Instrumentos Financieros del Sector Turístico	71
III.2. Fomentar Mayores Niveles de Inversión para Emprendedores y Prestadores de Servicios Turísticos	72
III.3. Brindar Capacitación y Asistencia Técnica en Cultura Financiera para el Desarrollo de Productos Turísticos	73

III.4. Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP)	74
III.5. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector	76
IV. Impulsar la Promoción Turística para Contribuir a la Diversificación de Mercados y el Desarrollo y Crecimiento del Sector	79
IV.1. Promover a México como un Destino Turístico de Calidad que Ofrece gran Variedad de Atractivos y Experiencias Únicas	81
IV.2. Impulsar el Desarrollo del Mercado Nacional Promoviendo en la Población del País la Intención de Conocer México y sus Destinos	99
IV.3. Incrementar la Promoción de México en los Mercados Tradicionales e Impulsar la Diversificación de Mercados	102
V. Fomentar el Desarrollo Sustentable de los Destinos Turísticos y Ampliar Beneficios Sociales y Económicos de las Comunidades Receptoras	107
V.1. Identificar la Vocación y el Potencial del Capital Natural y Cultural mediante el Ordenamiento Turístico del Territorio	109
V.2. Diseñar Instrumentos con Criterios de Sustentabilidad para Dirigir al Sector Turístico hacia una Industria Limpia y Resiliente al Cambio Climático	110
V.3. Fortalecer la Contribución del Turismo a la Conservación del Patrimonio Nacional y a su Uso Sustentable	112
V.4. Promover una Distribución Amplia y Justa de los Beneficios Económicos y Sociales del Turismo en las Comunidades Receptoras	114
V.5. Crear Instrumentos para que el Turismo sea una Actividad Incluyente que Brinde Oportunidades para que más Mexicanos Viajen	115
Estrategias y Líneas Transversales	119
Democratizar la Productividad	121
Perspectiva de Género	122
Promover un Gobierno Cercano y Moderno	125
Anexos	133
Anexo Estadístico	134
Glosario	147
Acrónimos y Siglas	148
Directorio	151



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 Sexto 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 2017 y agosto de 2018.

El Sexto 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 para conseguirlos. La integración del Informe se realizó con la participación y 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 las 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 primer apartado se refiere a la Política Nacional de Turismo y aborda la relevancia del sector en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, así como la misión, visión y organigrama institucional.

En el segundo apartado, Principales Indicadores de la Actividad Turística, se presentan los resultados más relevantes del sector, así como el comportamiento de los datos vinculados con la actividad.

El objetivo sectorial 1, Transformar al Sector Turístico y Fortalecer Esquemas de Colaboración y Corresponsabilidad para Aprovechar el Potencial Turístico, expone las acciones emprendidas para mejorar la plataforma turística con la finalidad de alcanzar los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018 y el Programa Sectorial de Turismo 2013 - 2018.

En el objetivo sectorial 2, Fortalecer las Ventajas Competitivas de la Oferta Turística, se documenta el trabajo realizado para incrementar la competitividad de los destinos mediante el impulso a 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 objetivo sectorial 3, Facilitar el Financiamiento y la Inversión Público-Privada en Proyectos con Potencial Turístico, se describen las acciones de fomento de la inversión pública y privada, destacando las gestiones para que la banca de desarrollo, la banca comercial y las instituciones de crédito puedan financiar proyectos turísticos con potencial.

En el objetivo sectorial 4, 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, que resaltan la autenticidad de nuestro país como un destino turístico moderno, diverso y sofisticado.

En el objetivo sectorial 5, 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 promueve un desarrollo económico y social a las comunidades receptoras del turismo.

En la sección que corresponde a las Estrategias y Líneas Transversales, se explican los tópicos vinculados con 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 presentan cuadros informativos y estadísticos con información relevante del sector, el glosario y una sección de acrónimos y siglas utilizados a lo largo del Informe.





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



LA POLÍTICA NACIONAL TURÍSTICA

El Turismo en el Plan Nacional de Desarrollo 2013 - 2018

El Plan Nacional de Desarrollo 2013–2018 (PND), que establece como objetivo superior llevar a México a su máximo potencial, identifica al turismo como un sector estratégico con alta capacidad para generar empleo, competir exitosamente en el exterior, democratizar la productividad entre sectores económicos y regiones geográficas, y generar alto valor a través de su integración con cadenas productivas locales.

La cuarta Meta Nacional: México Próspero, la cual reconoce que el crecimiento económico no es un fin en sí mismo, sino un medio para propiciar el desarrollo, abatir la pobreza y alcanzar una mejor calidad de vida para la población.

En este contexto, el sector turismo se inserta en el objetivo 4.11 Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país, del cual se desprenden cuatro estrategias a seguir: i) impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; ii) impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; iii) fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; iv) impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

Durante la presente administración, se ha constatado que el turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable con un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas.

La naturaleza transversal del turismo lo coloca como un importante motor de progreso, por un lado, genera oportunidades principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, y es capaz de crear encadenamientos productivos de mayor valor agregado para el país. Por otro lado, es un catalizador del desarrollo que representa un poderoso instrumento para elevar el bienestar de las comunidades receptoras, genera un sentido de pertenencia y contribuye a la preservación de la riqueza natural y cultural.

El Programa Sectorial de Turismo 2013 - 2018

Con la finalidad de contribuir al logro de los objetivos y metas nacionales, establecidos en el PND, el Gobierno de la República diseñó el Programa Sectorial de Turismo 2013–2018 (PROSECTUR), como el instrumento base de la planeación del Ejecutivo Federal en materia turística, en donde se establecen los objetivos, estrategias, líneas de acción e indicadores concretos del sector.

El PROSECTUR fue elaborado a través de un proceso exitoso de involucramiento activo y entusiasta de miles de participantes en todo el país; de los tres órdenes de gobierno, de especialistas, de empresarios, de trabajadores, la sociedad civil organizada, el sector académico y los ciudadanos en general.

Los 5 objetivos estratégicos a los que se alinean los programas y acciones del sector son los siguientes:

- 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.

A través de los objetivos, estrategias y líneas de acción del PROSECTUR, la SECTUR implementa las políticas públicas con que se ha fortalecido la actividad turística, cuyas consecuencias la han sido la mejora de la calidad de los servicios turísticos, la innovación en el sector y el incremento en la competitividad, contribuyendo al fomento de la inversión y al crecimiento económico, sustentable e incluyente de la actividad turística.

Visión

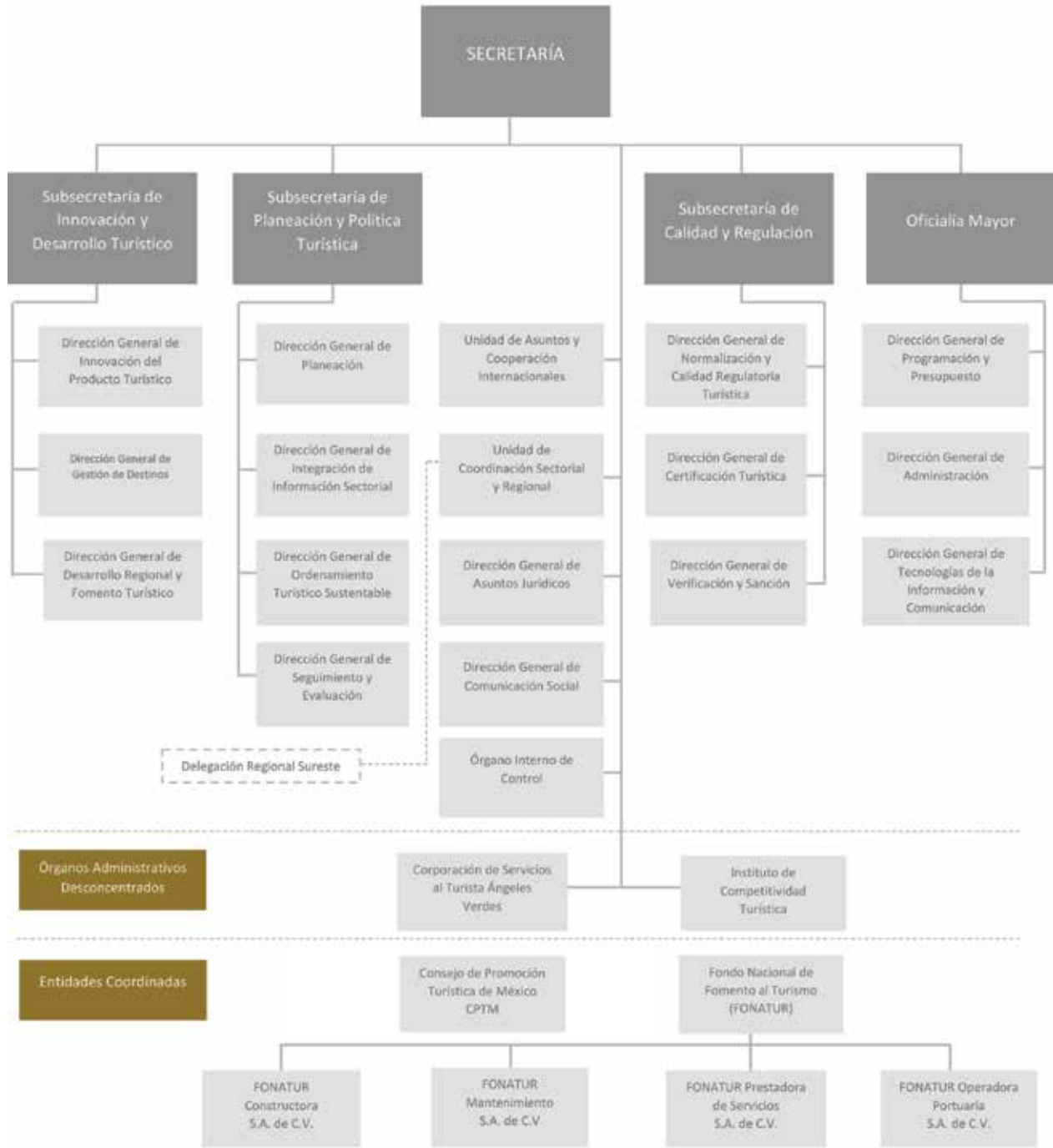
México se posicionará como una potencia turística a nivel global, con una oferta diversificada de servicios y destinos competitivos. La actividad turística detonará la inversión y el crecimiento económico, impulsando el desarrollo regional equilibrado y los beneficios sociales del país.

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.



Organigrama





MÉXICO PRÓSPERO

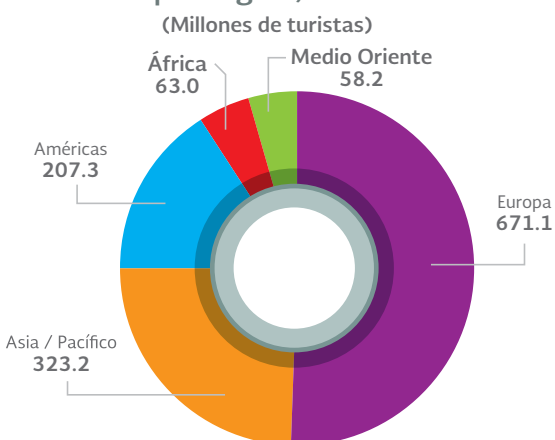


PRINCIPALES INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

El turismo internacional continúa con su tendencia de crecimiento, consolidándose como una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, creando desarrollo y beneficios para las poblaciones locales, incluyendo la revalorización y cuidado de su patrimonio cultural y natural.

A nivel global, los más de 1,323 millones de turistas internacionales en 2017 generaron ingresos por mil 332 miles de millones de dólares. El flujo superó en 84 millones a los registrados en 2016, equivalente a un incremento de 6.8 por ciento.

Llegada de Turistas Internacionales por región, 2017



Fuente: OMT. Barómetro Mundial de Turismo, junio 2018.

México incrementa su competitividad Turística

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.

México subiría al sexto lugar en el Ranking Internacional de Turismo.

De acuerdo con estimaciones realizadas a partir de información oportuna de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en 2017 México alcanzó el sexto lugar en la clasificación de llegada de turistas internacionales al superar a Turquía, Reino Unido y Alemania en el indicador de la Organización Mundial de Turismo (OMT), con esto se han avanzado 9 posiciones en el ranking de turismo internacional de la Organización Mundial de Turismo 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	2016		2017	
	País	Millones de turistas	País	Millones de turistas
1	Francia	82.6	Francia*	89.7
2	Estados Unidos	75.9	España	81.8
3	España	75.3	Estados Unidos*	73
4	China	59.3	China	60.7
5	Italia	52.4	Italia	58.3
6	Reino Unido	35.8	México	39.3
7	Alemania	35.6	Turquía	37.6
8	México	35.1	Alemania	37.5
9	Tailandia	32.6	Reino Unido*	37.5
10	Turquía	30.3	Tailandia	35.4
11	Austria	28.1	Austria	29.5
12	Malasia	26.8	Japón	28.7
13	Hong Kong	26.6	Hong Kong	27.9
14	Grecia	24.8	Grecia	27.2
15	Rusia	24.6	Malasia	25.9
Total mundial		1,239.00		1,323.00

Elaboración propia con datos de la OMT 2018.

*Para 2017, Estados Unidos, Francia y Reino Unido no han reportado a la OMT datos de cierre.

Fuente: Barómetro Mundial de Turismo OMT, junio 2018.

La Importancia Económica del Turismo en México.

El turismo es 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 del 8.7% en la economía nacional a precios corrientes para el año 2016, una mayor participación que la de sectores como la minería, incluyendo petróleo, el primario, la construcción o los servicios financieros.

En 2017 el turismo creció 3.4% mientras que la economía creció 2.3%. En 9 de los últimos 10 trimestres, el PIB turístico ha crecido más que el resto de la economía.

De acuerdo a la Cuenta Satélite de Turismo 2016, las actividades económicas que más contribuyen con el PIB Turístico (valores corrientes), incluyen: los servicios de alojamiento con el 28.8%; el transporte de pasajeros que aporta el 19.5%; restaurantes, bares y centros nocturnos que participan con el 15.4%; bienes y artesanías con el 10.6%; el comercio que aporta el 7.4%; servicios culturales y servicios deportivos y recreativos que participan por igual con el 1.1%; agencias de viajes y tour operadores 0.8% y otros servicios que aportan el 15.3 por ciento.

Empleo Turístico

El empleo turístico ha crecido más que el empleo total a nivel nacional desde 2015

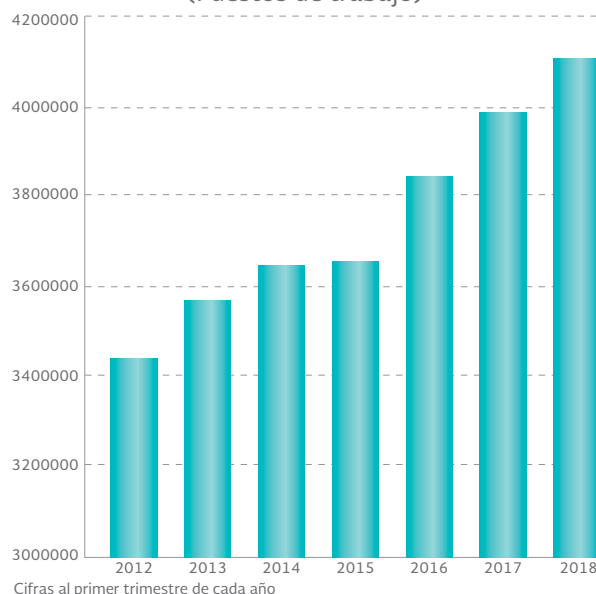
En México, cerca de 10 millones de personas, tienen empleo gracias al turismo de forma directa o indirecta.

Se han creado un millón de nuevos empleos directos en México en la última década, un crecimiento medio anual del empleo turístico de 2.9%, el doble del crecimiento en la generación de empleos de las manufacturas, el sector primario y el comercio.

Al cierre de 2017, el empleo en el sector turístico registró un crecimiento anual de 3.6 por ciento.

De acuerdo con las últimas cifras de la Cuenta Satélite del Turismo de México, el sector turismo representa más de 4 millones de puestos de trabajo directos en 2018, lo que representó el 5.9% del total del país.

Empleo Turístico (Puestos de trabajo)



Fuente: Datatur

Por actividad económica, la mayor contribución al empleo corresponde a los restaurantes, bares y centros nocturnos (29.0%), seguido por el transporte de pasajeros (25.0%) y otros servicios (24.5%); mientras que el alojamiento participa con 9.0%; comercio con el 3.8%, bienes y artesanías con 3.4%, servicios deportivos y recreativos con el 2.5%, servicios culturales con 1.9% y, finalmente agencias de viajes y tour operadores con el 0.9 por ciento.

Visitantes Internacionales a México

México registró una llegada de 39.3 millones de turistas internacionales durante 2017, 12% superior a la cifra alcanzada durante 2016 (35.1 millones de turistas internacionales). Este resultado permitió que México escalara a la posición sexta del ranking mundial de la Organización Mundial del Turismo, consolidando su posición dentro de los 10 destinos con mayor número de turistas internacionales.

El turismo nacional registró en 2017 un crecimiento de 67.9% en la llegada de turistas con respecto a 2012, pasando de 23.4 millones a 39.3 millones de turistas, cifra siete veces superior al crecimiento observado en la administración anterior (2006-2011), cuando se registró un crecimiento en este rubro de 9.6 por ciento.

Incremento en visitantes internacionales Cifras sexenio (2012-2017):

- El ingreso de divisas por visitantes internacionales tuvo un incremento del 67.5 por ciento.
- El gasto de los visitantes por vía aérea tuvo un incremento del 76.7 por ciento.
- El número de turistas internacionales alcanzó un incremento del 67.9 por ciento.
- Los turistas que ingresaron al país por vía aérea presentaron un incremento del 63.3 por ciento.

El turismo internacional, entre septiembre de 2017 y junio de 2018 en comparación con el mismo periodo del sexenio anterior (septiembre 2011-junio 2012), ha mostrado los siguientes resultados:

- El ingreso de divisas por visitantes internacionales tuvo un incremento del 75.8 por ciento.
- El gasto de los visitantes por vía aérea tuvo un incremento del 84.7 por ciento.
- El número de turistas internacionales alcanzó un incremento del 75.4 por ciento.
- Los turistas que ingresaron al país por vía aérea presentaron un incremento del 70.6 por ciento.

Entre septiembre de 2017 y junio de 2018, la llegada de turistas internacionales sumó 34.0 millones de personas, cifra superior en 75.4% 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 5.67 millones durante enero a junio de 2017 a 5.74 millones en el mismo lapso de 2018, cifra superior en 1.2 por ciento.

La llegada de visitantes extranjeros del Reino Unido, pasó de 240 mil pasajeros de enero a junio de 2017 a 255 mil pasajeros en el mismo periodo de 2018, lo que representó 6.1% de incremento.

Destaca la llegada de extranjeros con residencia en Perú, ya que se tuvo un incremento del 26.9%, al pasar de 83 mil personas de enero a junio de 2017 a 105 mil durante el mismo lapso de 2018.

Mientras que la llegada de visitantes extranjeros de China tuvo un incremento del 26.7%, al pasar de 44 mil personas de enero a junio de 2017 a 55 mil personas en el mismo lapso de 2018.

La llegada de visitantes extranjeros de Corea del Sur pasó de 33 mil personas de enero a junio de 2017 a 43 mil en el mismo lapso de 2018, cifra 31.0% superior.

Ingresos de Divisas por Visitantes a México

El turismo genera una balanza comercial positiva que promueve el ingreso de divisas al país

El arribo de turistas internacionales a México durante 2017, dejó una derrama económica por 21.3 miles de millones de dólares, cifra 8.6% superior a lo alcanzado en 2016 (19.6 miles de millones de dólares).

Por su parte, la balanza por viajeros internacionales en 2017 fue de 10 mil 504 millones de dólares, cifra superior a lo alcanzado en periodos anteriores.

México logró nuevamente un máximo histórico por ingreso de divisas internacionales al registrar 21 mil 336 millones de dólares durante 2017, es decir, mil 687 millones de dólares más que 2016, con un incremento del 8.6 por ciento.

Balanza Turística

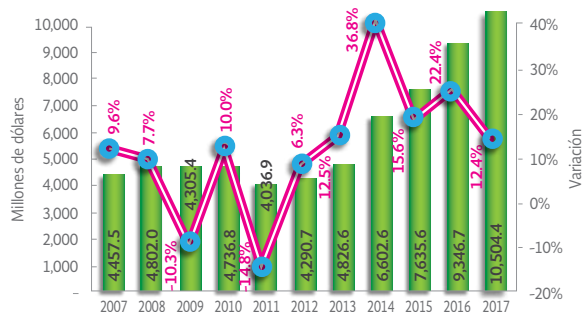
El turismo egresivo de México (mexicanos que viajan al exterior) tuvo un gasto de 7 mil 503 millones de dólares durante 2017, cifra 48% superior a lo alcanzado en 2016.

El ingreso de divisas por visitantes internacionales a México entre septiembre 2017 y junio 2018, alcanzó 18 mil 230 millones de dólares, cifra 74.9% superior a lo alcanzado en el mismo lapso del sexenio anterior (septiembre 2011 a junio 2012). Mientras que los ingresos por turismo internacional alcanzaron los 16 mil 358 millones de dólares, cifra superior en 86.3 por ciento.

Para el mismo periodo, el ingreso de divisas por turismo internacional vía aérea mostró un incremento de 84.7% respecto al mismo lapso del sexenio anterior, al alcanzar 14 mil 297 millones de dólares contra 7 mil 743 millones de dólares.

Para el mismo periodo, el ingreso de divisas por turismo internacional vía aérea mostró un incremento de 84.0% respecto al mismo lapso del sexenio anterior, al alcanzar 12 mil 830 millones de dólares contra 6 mil 972 millones de dólares.

Balanza de divisas por viajeros internacionales 2007 - 2017

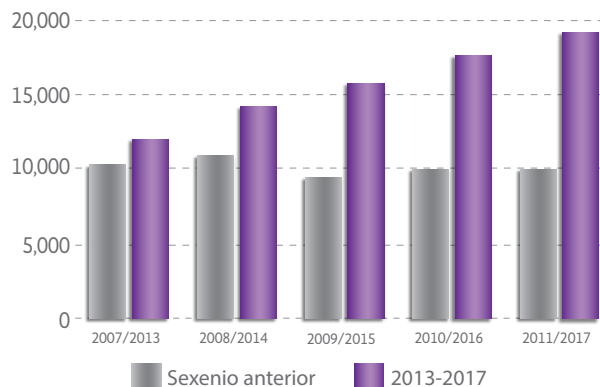


Fuente: Banco de México, Balanza de pagos
www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/VisitantesInternacionales.aspx

La balanza turística alcanzó los 8 mil 912 millones de dólares entre septiembre de 2017 y junio de 2018:

- 18 mil 230 por ingreso de divisas internacionales.
- 9 mil 318 por egreso de divisas internacionales.

Ingresos internacionales por turismo (Millones de dólares)



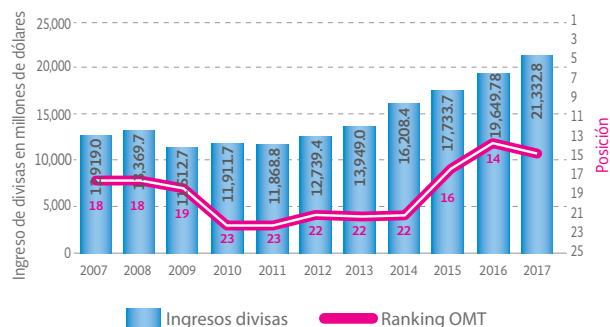
Fuente: Banco de México, Balanza de pagos

En el contexto internacional, México retrocedió una posición en el ranking de captación de divisas en 2017 respecto al año anterior, de acuerdo al barómetro publicado por la Organización Mundial de Turismo, para ubicarse en el lugar 15.

Turismo Doméstico

En México, durante 2017 viajaron más de 235 millones de turistas nacionales, de los cuales más de 92 millones se hospedaron en hotel y el resto se hospedaron en oferta extra hotelera, como segundas viviendas, tiempos compartidos, casas de conocidos, entre otros.

Posición de México en el ranking de la OMT para el ingreso de divisas por visitantes internacionales 2007-2017



Fuente: Organización Mundial de Turismo

Países con mayores ingresos por turistas internacionales, 2016 - 2017 / p

País	2016	Clasif. 2016	País	2017	Clasif. 2017
Estados Unidos	206,902	1	Estados Unidos	210,747	1
España	60,503	2	España	67,964	2
Francia	54,531	3	Francia	60,681	3
Tailandia	48,792	4	Tailandia	57,477	4
China	44,432	5	Italia	44,233	5
Reino Unido	41,527	6	Reino Unido	43,856	6
Italia	40,246	7	Australia	41,738	7
Alemania	37,455	8	Alemania	39,823	8
Australia	37,040	9	Macao	35,575	9
Hong Kong	32,846	10	Japón	34,054	10
Japón	30,679	11	Hong Kong	33,243	11
Macao	30,373	12	China	32,617	12
India	22,427	13	India	27,365	13
México	19,650	14	Turquía	22,478	14
Emiratos Arabes	19,496	15	México	21,333	15
Austria	19,260	16	Emiratos Arabes	21,048	16
Singapur	18,945	17	Austria	20,400	17
Turquía	18,743	18	Canadá	20,328	18
Malasia	18,075	19	Singapur	19,707	19

Para 2017, cálculos realizados a partir de información del Barómetro OMT de Turismo Internacional marzo/abril 2018.
Fuente: OMT, Barómetro OMT de Turismo Internacional marzo/abril 2018.

La llegada de turistas nacionales para los principales 70 destinos turísticos monitoreados, en el acumulado preliminar al mes de junio de 2018, fue de 28 millones 858 mil 934 huéspedes, lo que representa un incremento del 3.3 por ciento.

Actividad Hotelera

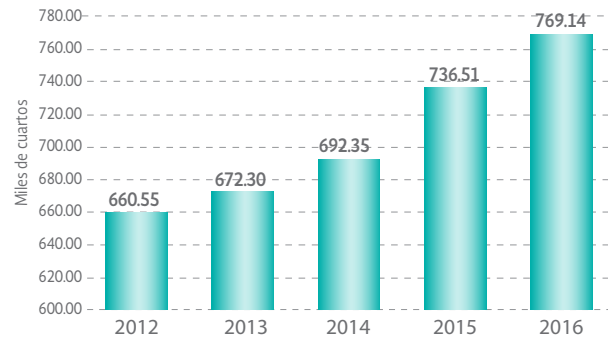
La oferta de alojamiento de México en 2016, fue de 769 mil cuartos, con lo que se ha incrementado en más de 20 mil habitaciones en promedio durante los últimos 5 años. En 2012 se registraron más de 660 mil cuartos en México.



Fuente: DataTur.
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/ActividadHotelera.aspx>

En los 70 destinos monitoreados por el programa de monitoreo hotelero DataTur, Para el cierre de 2017, se tuvo una ocupación promedio de 235.278 habitaciones, equivalente a un crecimiento del 6.5% respecto del año anterior.

Oferta de cuartos a nivel nacional



Fuente: Compendio Estadístico

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

En México durante 2017, se registraron 347 rutas aéreas nacionales 32% más que en 2012, y 442 rutas internacionales, 25% más que en 2012.

Durante 2017 arribaron 68.3 millones de pasajeros a los aeropuertos de nuestro país, cifra superior en 8.6% a los 62.8 millones de pasajeros de 2016 y 60.2% más que en 2012.

Conectividad

Transporte Aéreo

La distribución de pasajeros durante 2017 fue de 45.4 millones provenientes de vuelos nacionales (8.3% más que en 2016 y 61.5% más que en 2012) y 22.9 millones llegaron de vuelos internacionales (9.2% más que en 2016 y 57.7% más que en 2012).

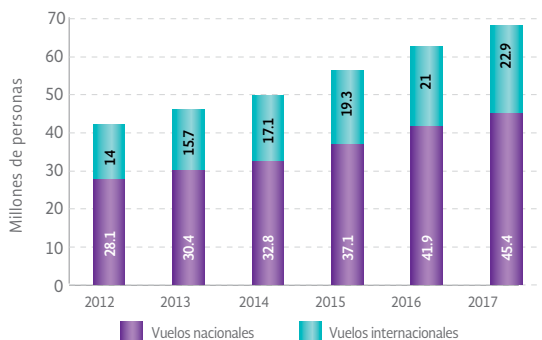


Las Oficinas de Representación en el Exterior apoyaron acuerdos y alianzas estratégicas en coordinación con los destinos y aerolíneas, para impulsar la apertura de nuevas rutas aéreas, resaltando la labor realizada con Aeroméxico, Volaris, Interjet, Alaska Airlines, Copa Airlines, WestJet y Hainan Airlines.

Destacan las acciones para la apertura de las rutas aéreas siguientes:

- Inauguración del vuelo de San Antonio a Ciudad de México de la aerolínea Volaris de septiembre, con una frecuencia diaria.
- Inauguración del vuelo de Portland a Ciudad de México de Aeroméxico en septiembre.
- Apertura del vuelo de Volaris de Ixtapa-Zihuatanejo al aeropuerto de O'Hare, Chicago en octubre.
- Vuelo de Alaska Airlines de San Diego a Ciudad de México en noviembre.
- Vuelos de Interjet de Los Ángeles a Guanajuato, Puerto Vallarta y Los Cabos, en noviembre.
- Apertura de los vuelos de Interjet Toronto-CDMX y Toronto-Cancún, en noviembre.
- Nuevo vuelo de Aeroméxico, Atlanta-Mérida, en diciembre.
- Inauguración del vuelo de Salt Lake City a Guadalajara de Aeroméxico el 1° de febrero.
- Apertura del vuelo de Hainan Airlines, de Beijing a Ciudad de México con escala en Tijuana, el 21 de marzo.
- Vuelos de Interjet, de San Francisco a Cancún y Guadalajara, el 14 de marzo.
- Vuelo de Westjet, de Calgary a Ciudad de México, el 14 de marzo.
- Apertura de los vuelos de Aeroméxico, de León a Detroit, el 15 de mayo.
- Anuncio el 12 de junio, de Copa Airlines, de su vuelo Panamá-Puerto Vallarta, en diciembre 2018.

Llegada de pasajeros



Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes

La oferta de rutas existentes hacia México incrementó en 2017:

- En febrero de 2017 se abrió en nuestro país la ruta Tokio-Ciudad de México, a cargo de la aerolínea japonesa ANA (*All Nippon Airways*), luego de una pausa de siete años en la conectividad de rutas de compañías niponas a México.
- Desde marzo de 2017 se opera la ruta Shanghái-Ciudad de México, a cargo de Aeroméxico.
- A partir de abril de 2017 existe una nueva ruta desde la ciudad de Guangzhou hacia el aeropuerto de la Ciudad de México, por la aerolínea asiática, *China Southern Airlines*.

La llegada de pasajeros en vuelos nacionales a los aeropuertos del país fue de 34.7 millones, de septiembre de 2017 a mayo de 2018, 15.1 millones de pasajeros más respecto al mismo periodo del sexenio anterior (septiembre 2011 a mayo 2012).

Se ha registrado un total de 19.6 millones de pasajeros en vuelos nacionales, entre enero y mayo de 2018, 9.7% más respecto del periodo correspondiente de 2017. Mientras que en vuelos internacionales durante enero-mayo 2018 llegaron al país 10.4 millones de pasajeros, cifra 7.5% superior a igual periodo de 2017.

Transporte Marítimo

Durante el periodo septiembre 2017-junio 2018, han arribado a puertos mexicanos 2,427 cruceros y 6.9 millones de cruceristas. En dicho periodo Cozumel, Majahual, Ensenada, Cabo San Lucas y Progreso han sido los puertos más visitados en nuestro país por el turismo internacional de cruceros.

México se consolida en la posición número 1 como país receptor de cruceros

En 2017, se registraron 2,558 arribos, 12.7% más que en 2016, y 7.3 millones de pasajeros, 18.6% más que en 2016. El crecimiento acumulado comparado con los resultados de 2012 es de 44.4% y 52.9%, respectivamente.





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



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

I.1. Fortalecer las Capacidades Institucionales del Sector Turismo

Modernización del Marco Jurídico e Institucional

Mejora Regulatoria Interna

Conforme a la estrategia 4.5 del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018, relativa a simplificar la regulación que rige a las dependencias y entidades para garantizar la eficiente operación del gobierno, de septiembre de 2017 a agosto de 2018, se actualizaron cuatro disposiciones administrativas internas y una fue dada de baja, con lo que se buscó homologar los procesos y utilizar las normas estrictamente necesarias para trabajar eficientemente y que no se afecte el desempeño de la dependencia.



Matriz Regulatoria

Para modernizar la normatividad aplicable a las actividades turísticas, así como facilitar la prestación de servicios turísticos, se realizaron las siguientes acciones:

- Se envió una propuesta a la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales para incluir la definición de "Ecosistema Costero" en el Reglamento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente en Materia de Evaluación del Impacto Ambiental, así como propuesta para publicar

las Guías para la Presentación de las Manifestaciones de Impacto Ambiental a las que hace referencia el mismo Reglamento.

- Se envió a la Secretaría de Economía una propuesta de modificación al Reglamento de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, referente al establecimiento de una vigencia de los dictámenes de verificación, a efecto de brindar mayor información a los turistas sobre el cumplimiento de los Prestadores de Servicios Turísticos (PST).
- Se promovió la incorporación de los servicios de campamentos en el Catálogo de Prestadores de Servicios Turísticos, derivado de la actualización de la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2009 que establece los requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los PST de campamentos.
- Se promovió, para el Programa de Pueblos Mágicos, la inclusión del requisito de difusión del cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas (NOMs), a fin de que las autoridades que soliciten su incorporación y/o permanencia, desarrollen un programa de difusión que coadyuve al fortalecimiento del cumplimiento de las NOMs Turísticas que son de carácter obligatorio.
- Se propuso la inclusión de un inciso en el artículo 111 al Reglamento de la Ley General de Pesca y Acuicultura Sustentable, para establecer que no se podrá realizar actividades de pesca deportiva en zonas de buceo y donde se realicen actividades de avistamiento de flora y fauna.

En seguimiento a los trabajos de facilitación entre la SECTUR y el Servicio de Administración Tributaria (SAT) en temas de importación temporal de embarcaciones, se divulgaron las fechas y sitios en los que se realizó la Segunda Jornada de cancelación de los Permisos de Importación Temporal (PIT), en su edición 2017, en los Consulados de México en Estados Unidos de América. Adicionalmente, se promovieron adecuaciones a la página de BANJÉRCITO, para facilitar la obtención del PIT y que ahora permite a los interesados consultar el estatus de sus permisos vía Internet; tramitar permisos

para embarcaciones de fabricación hasta el año 1900, ya que anteriormente sólo se podía tramitar para embarcaciones hasta el año 1975 ; comprender mejor la información, ya que se corrigieron errores de traducción que aparecían en el portal; y la posibilidad de que los importadores señalen un domicilio en territorio mexicano para recibir su PIT, ya que anteriormente dicho permiso se enviaba al domicilio registrado en los Estados Unidos de América.

En cumplimiento del Programa de Mejora Regulatoria 2017-2018 de la SECTUR, se actualizó la información del Registro Federal de Trámites y Servicios (RFTS) en materia del Registro Nacional de Turismo, Clasificación Hotelera, Sistema Nacional de Certificación Turística, guías de turistas y servicio e inspección de los equipos de buceo; y se emitieron dos ordenamientos siendo: los Lineamientos del Sistema Nacional de Certificación Turística y la NOM-06-TUR aplicable a los campamentos. Derivado de lo anterior se recibió, de parte de la CONAMER, la opinión sobre los resultados de los Programas de Mejora Regulatoria 2017-2018, destacando el cumplimiento del 100% en cada uno de sus tres apartados (Acciones



de simplificación de alto impacto, Planeación regulatoria y Actualización del RFTS), lo que da por concluido el tema del PMR de la SECTUR.

Agenda Legislativa

En el marco de la Agenda Legislativa 2014-2018, y dentro del periodo septiembre 2017 a junio 2018 la SECTUR logró impulsar la reforma de 3 iniciativas de ley,

- Decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley General de Turismo (D.O.F. 22-12-2017). Dicho proyecto de reforma a la Ley, tuvo como finalidad el sustituir la denominación de “Distrito Federal” por la de “Ciudad de México” para homologar la ley a la legislación nacional, además de establecer la referencia de las Unidades de Actualización y Medida, con motivo de la desindexación del Salario Mínimo General Vigente.
- Decreto por el que se reforma la fracción II del artículo 63 de la Ley General de Turismo (D.O.F. 13-04-2018). Con este decreto de reforma, se fortalecen los procesos de profesionalización de los prestadores de servicios turísticos.
- Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola (D.O.F. 23-05-2018), la cual tiene como objeto impulsar, fomentar, promover y difundir las actividades relacionadas al Sector, en concordancia con la Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad de la Economía Nacional.

Se presentaron a la Secretaría de Economía dos propuestas de reforma a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización para:

- Incluir en los dictámenes que emitan las personas acreditadas y autorizadas para constatar el cumplimiento de las NOMs una vigencia, con el fin de incentivar una cultura de cumplimiento por parte de los Prestadores de Servicios Turísticos.
- Incluir en los dictámenes que emitan las personas acreditadas y autorizadas para constatar el cumplimiento de las NOMs mecanismos como los códigos QR, a efecto de que los turistas puedan contar con información inmediata sobre los servicios turísticos verificados y el cumplimiento de los Prestadores de Servicios Turísticos.

LA SECTUR emitió opinión a 55 Iniciativas de Ley por medio del Sistema Automatizado de Opiniones (SAO) de la Secretaría de Gobernación:

- La actualización de la Ley General de Turismo para establecer la referencia a la Ciudad de México con base en la reforma política a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, con lo cual se brindará certeza jurídica a los gobernados (turistas y Prestadores de Servicios Turísticos) respecto de las autoridades competentes para emitir actos o intervenir en los procedimientos legales, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 22 de diciembre de 2017.
- Reforma a la fracción II del artículo 63 de la Ley General de Turismo que orienta la profesionalización de los PST a las características de las líneas de producto y la demanda, la certificación en competencias laborales y fortalecimiento de la especialización del capital humano, fortaleciendo las diversas acciones e incentivos en materia de calidad, seguridad al turista, actualización y difusión de las NOMs Turísticas, de estándares de competencia, del incentivo “Reconocimiento Turístico” y del Sistema Nacional de Certificación Turística, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de abril de 2018.
- Expedición de la Ley General de Fomento a la Industria Vitivinícola, que impulsa, fomenta, promueve y difunde las actividades relacionadas al sector vitivinícola mexicano, permitiendo la promoción y desarrollo de rutas de vino y de turismo enológico e impulsar el vino mexicano como un producto representativo nacional dentro de la Política de Fomento a la Gastronomía Mexicana, publicándose en el Diario Oficial de la Federación el 23 de mayo de 2018.
- Acuerdo por el que se crea el Consejo Consultivo de Turismo Médico de la Secretaría de Turismo (D.O.F. 08/09/2017) y su Nota Aclaratoria (D.O.F. 08/09/2017).
- Acuerdo por el que se amplía el plazo para dar cumplimiento a los Lineamientos del Sistema de Clasificación Hotelera (D.O.F. 13/09/2017).
- Respuesta a los comentarios recibidos respecto al Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-06-TUR-2016, Requisitos Mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos, publicado el 27 de marzo de 2017 (D.O.F. 20-09-2017).
- 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 2018 (D.O.F. 28/12/2017).
- Durante el periodo comprendido de enero a junio de 2018, se publicaron los siguientes instrumentos normativos:
- Acuerdo mediante el cual se modifica el diverso por el que se emiten las Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), para el ejercicio fiscal 2018 (D.O.F. 22/02/2018).
- Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2017, Requisitos mínimos de operación, información, higiene, seguridad instalaciones y equipamiento que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos (D.O.F. 27/04/2018).
- Proyecto de Modificación a la Norma Oficial Mexicana NOM-011-TUR-2001, Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de aventura para quedar como Proyecto de Norma Oficial Mexicana PROY-NOM-011-TUR-2018, Requisitos mínimos de seguridad, información, operación, instalaciones y equipamiento que deben cumplir las operadoras de servicios turísticos de turismo de aventura / naturaleza.

Se brindó atención a 51 solicitudes enviadas a la SECTUR por el Poder Legislativo, en materia de Pueblos Mágicos, seguridad al turista, gastronomía, sede del Tianguis Turístico, promoción e infraestructura en destinos turísticos, de los cuales correspondieron 36 Puntos de Acuerdo y 15 a solicitudes de Legisladores.

Formalización de acuerdos

Durante el periodo comprendido de septiembre de 2017 a junio de 2018, se formalizaron 4 acuerdos, 2 proyectos de modificación de Normas Oficiales Mexicanas en el sector turismo, y 1 Norma Oficial Mexicana, 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 2017, fueron las siguientes:



En el periodo comprendido del septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se realizó ante el Instituto Nacional del Derecho de Autor la solicitud de Reserva de Derechos para el Uso Exclusivo de dos revistas (“Expresiones” y “Visión Global”), así como el registro del Contrato de Licencia de Uso del Sistema Nacional de Certificación Turística a favor de esta Dependencia.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial entregó a esta Dependencia los títulos de registro de 11 marcas, así como el registro de Pueblos Mágicos como marca famosa.

En el periodo del 1° de septiembre al 31 de diciembre de 2017, se atendieron 52 consultas jurídicas, destacando las siguientes:

- Opinión relativa a la aplicabilidad del Memorándum de Entendimiento celebrado entre la Secretaría de Turismo y la Administración Nacional de Turismo de la República Popular China.
- Reunión de trabajo con la Relatora Especial de Naciones Unidas sobre los derechos de los Pueblos Indígenas, convocada por la Secretaría de Relaciones Exteriores.
- Opinión a la Séptima Versión del "Acuerdo Regional sobre el Acceso a la Información, Participación Pública y el Acceso a la Justicia en Asuntos Ambientales en América Latina y el Caribe".
- Revisión y actualización de la normatividad aplicable al Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés de la Secretaría de Turismo.
- Opinión Jurídica respecto de la propuesta de reforma a la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al ambiente impulsada por la SEMARNAT.
- Opinión jurídica respecto de la propuesta de reforma al Reglamento de la Ley General para la Atención a Víctimas.

Del periodo del 1° de enero al 30 de junio de 2018 se han atendido 90 consultas jurídicas, siendo de relevancia las siguientes:

- Revisión y opinión jurídica, para la actualización del Convenio de Asignación de recursos del Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo (FSIDITT), a fin de ajustarlo a las necesidades de la SECTUR.
- Revisión y opinión jurídica respecto del Acuerdo por el que se reforman los Lineamientos para el procedimiento de cumplimiento y seguimiento de las recomendaciones emitidas a las dependencias y

entidades de la Administración Pública Federal, por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos.

- Revisión y opinión jurídica respecto del Proyecto de Reglamento de la Ley General de Pesca y Acuacultura.

Los establecimientos de hospedaje han continuado ejerciendo su derecho de realizar su clasificación hotelera, por lo que al 30 de junio de 2018, 3,895 prestadores de servicios turísticos de hospedaje han cumplido con la obligación de clasificarse.

Clasificación hotelera

CATEGORÍA	TOTAL
1 Estrellas	121
2 Estrellas	569
3 Estrellas	567
4 Estrellas	593
5 Estrellas	290
Sin Categoría	1,755
Total	3,895

Atención y Defensa de los Intereses de SECTUR

En seguimiento a las disposiciones normativas se atendieron las siguientes acciones:

- Dieciocho juicios de amparo en materia administrativa.
- Diecisiete juicios de nulidad.
- Seis recursos administrativos de revisión.

En materia laboral se atendieron seis juicios nuevos en contra de SECTUR, y seis juicios de amparo ante Tribunales Colegiados de Circuito.

En materia penal se atendieron ocho carpetas de Investigación y dos Averiguaciones Previas.

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

En el marco del Movimiento Nacional por el Turismo “Viajemos Todos por México”, la Secretaría de Turismo, suscribió Cartas de Intención con la Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo (CANAPAT), así como con Inversionistas en Autotransportes Mexicanos S.A. de C.V. (IAMSA).

Gabinete Turístico

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

El Gabinete Turístico ha permitido la concurrencia de las políticas públicas de las dependencias y entidades de la APF, así como de los sectores privado y social en favor del turismo. La participación conjunta no sólo ha creado sinergias, sino que ha permitido realizar acciones focalizadas en pro del uso eficiente de los recursos públicos a través de 9 grupos de trabajo.

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

Al mes de diciembre de 2017 los Grupos de trabajo del Gabinete Turístico obtuvieron, entre otros, los siguientes resultados:

- Con la participación de la SCT, se concluyeron 6 proyectos carreteros con incidencia en el sector turístico con una inversión de \$1261.1 millones de pesos.
- Las Redes de México Conectado tienen presencia en 83 de 111 Pueblos Mágicos, además de 42 de los 44 destinos turísticos prioritarios, ubicados en escuelas, centros de salud, centros comunitarios, oficinas de gobierno y espacios públicos, entre otros.
- Se concluyeron 3 recintos culturales y se rehabilitaron 5 proyectos en beneficio de la actividad turística, con

una inversión en conjunto con gobiernos estatales de 1,207.7 millones de pesos.

- Impulsando la conectividad aérea en México, durante la presente Administración, la SCT ha autorizado 930 rutas, de las cuales 438 son rutas Nacionales y 492 Internacionales, lo que refleja un crecimiento de 82%, entre las que destacan las nuevas rutas desde Guangzhou, China (China Southern Airlines), Tokio, Japón (Aeroméxico y All Nippon Airways) y Seúl, Corea (Aeroméxico).
- 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.
- Con la finalidad de mejorar los servicios aeroportuarios, se ha realizado una inversión de 19,822.0 millones de pesos en los aeropuertos del país
- Se han licitado las obras más importantes del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, comprometiendo recursos por más de 115.0 miles de millones de pesos.
- Con la finalidad de agilizar el ingreso de pasajeros procedentes del extranjero, bajo la coordinación de la SECTUR, se concluyó la instalación de quioscos de control automatizado de pasaportes en los aeropuertos internacionales de la Ciudad de México, Los Cabos y Cancún, el costo total del proyecto (equipos y plataforma biométrica) es de 7,620,573 dólares, monto que fue autorizado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en el marco del Plan Maestro de Desarrollo de los grupos aeroportuarios (GAP y ASUR).





Los proyectos más relevantes que los grupos de trabajo del Gabinete Turístico tienen programados para el ejercicio 2018 son:

Grupo 1. Ordenamiento y Coordinación Institucional:

- Servicios de hospedaje en plataformas colaborativas digitales.
- Ordenamiento turístico del territorio.

Grupo 2. Conectividad e Infraestructura:

- Proyectos de comunicaciones y transportes con incidencia en el turismo.
- México conectado en los destinos turísticos.
- Impulso a la conectividad aérea en México.

Grupo 3. Registro, Calidad y Certificación de Servicios Turísticos:

- Sistema Nacional de Certificación Turística.

Grupo 4. Facilitación de Inversiones y Financiamiento:

- Diseñar mecanismos legales y financieros que estimulen el crédito y la inversión hacia el sector turístico.
- Elaborar un portal de internet para la facilitación de inversiones y financiamiento en el sector turístico.

- Desarrollar e instrumentar programas de Incubación de empresas del sector turístico.

Grupo 5. Facilitación de Viajes:

- Facilitación migratoria mediante el uso de Quioscos automatizados.
- Relanzamiento del Programa Viajero Confiable.

Grupo 6. Promoción Eficaz:

- Viajemos Todos por México (mercado hispano en Estados Unidos).

Grupo 7. Seguridad Integral para el Turista:

- Consolidar un esquema de seguridad integral para el turista en los destinos turísticos.

Grupo 8. Innovación, Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos:

- Consejo Consultivo de Turismo Médico.

Grupo 9. Política de Fomento a la Gastronomía Nacional:

- Participación en eventos gastronómicos.

En el periodo de reporte, se incorporaron 29 Pueblos Mágicos a la Red Compartida de México Conectado.

Respecto a los Acuerdos Bilaterales orientados a impulsar la conectividad aérea de nuestro país con otros países y regiones del mundo, el Gobierno de la República ha negociado convenios bilaterales bajo esquemas más flexibles, que permitan la expansión de los mercados aéreos; en el primer semestre de 2018, se llevó a cabo el cierre de negociaciones con Alemania, Cuba y Ecuador.

En el periodo de diciembre de 2012 hasta el 15 de mayo de 2018, la SCT ha autorizado 1,140 rutas, de las cuales 525 son rutas Nacionales y 615 Internacionales, lo que refleja un crecimiento del 100 por ciento.

El autotransporte federal aumentó el número de pasajeros de 3,363 millones trasladados en 2012 a 3,701 millones en 2017, lo que representa un incremento del 10% en el periodo.

En materia de señalización turística, en 2017 la SECTUR apoyó 5 proyectos localizados en Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Querétaro y Zacatecas, que involucraron un total de 20.8 mdp.

Para 2018, se están apoyando 3 proyectos de señalización y señalética turística en carreteras federales y estatales, en Hidalgo, Michoacán y San Luis Potosí, con un total de recursos detonados de 10.8 mdp.

Campañas de difusión institucionales

Se realizaron las siguientes campañas de difusión: Difusión permanente; versión “Logros en Turismo”. Se difundió a través de 19 periódicos de circulación nacional y 3 de circulación estatal en Jalisco, Nayarit y Quintana Roo. Además se publicaron anuncios promocionales en 12 revistas de circulación nacional y en 3 medios exteriores del área Metropolitana de la Ciudad de México. Para esta campaña se produjeron 2 spots para radio y un video que se transmitieron en las redes digitales institucionales y de Turismo de los estados de la República. Campaña Ángeles Verdes, versión “Vacaciones”. Se difundió a través de 14 periódicos de circulación nacional, 3 de circulación en entidades federativas: en Jalisco, Nayarit y Quintana Roo. Además se publicaron anuncios promocionales en 15 revistas de circulación nacional y en 3 medios exteriores en la Ciudad de México. También se difundió en 10 medios digitales.

Cobertura de giras nacionales e internacionales

Se llevó a cabo una cobertura al 100 por ciento de las 37 giras nacionales y las 9 visitas de trabajo internacionales a diversos países que realizó el Secretario, entre el 1° de septiembre de 2017 y el 15 de junio de 2018, para promocionar el país, dar conocer la diversificación del producto turístico y demás acciones para favorecer más llegadas de turistas nacionales e internacionales a nuestro país.

Comunicados e impactos mediáticos.

128 comunicados de prensa emitidos y 8 mil 383 impactos producidos en los medios de comunicación electrónicos e impresos, en el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2017 al 15 de junio de 2018.

Entrevistas con medios de comunicación.

Del 1° de septiembre de 2017 al 15 de junio de 2018, lapso del cual se da cuenta, se llevaron a cabo 178 entrevistas con distintos medios de comunicación: 138 entrevistas se efectuaron con el titular de la dependencia. Y 40 más con los subsecretarios de la institución.

La SECTUR fortalece su presencia en medios digitales.

A través de las redes sociales de la dependencia se llevaron a cabo diversas campañas de promoción y difusión para incentivar y promover el turismo en México. El sitio web www.gob.mx/sectur alcanzó las 357,000 visitas; mientras que las cuentas de Facebook, Twitter e Instagram de la dependencia alcanzaron 1 millón 534 mil 170 seguidores, 765 mil 033 seguidores, 118 mil 237 seguidores respectivamente, así como 1,293 suscriptores al canal de YouTube, hasta el mes de junio de 2018. Mensualmente se ha publicado la revista digital “Conexión SECTUR”, la cual brinda información relevante de las acciones de la Secretaría, así como de los distintos destinos turísticos y promociones. Esta revista se ha difundido exitosamente por el sitio web y redes sociales para todo el público, y a través de la red interna y en periódicos murales de los tres edificios de la dependencia y la sede del CPTM, registrando 3,875 visitas únicas durante el periodo señalado.

Campañas Permanentes de Comunicación Social

- “Pueblos Mágicos”.
- “Viajemos Por México (#ViajemosPorMéxico)” en conjunto con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y los enlaces digitales de las instituciones estatales.
- “Conexión Sector – Revista Digital”
- “Turismo Sustentable”.
- “Distintivos Sector”
- “Datos Abiertos”
- “Punto México”.
- “Turismo Libre de Explotación”.
- “Turismo de Cultura”.

Campañas de comunicación social por temporadas

- “Día de Muertos” durante octubre y noviembre de 2017.
- “4ª Feria Nacional de Pueblos Mágicos”.
- “Tianguis Turístico 2018”.
- “Conéctate Al Turismo”.
- “Turismo de Naturaleza”.
- “Museos Imperdibles”.
- “Turismo de Aventura ATMEX”.
- “DATATUR”.
- “Encuentro de mujeres emprendedoras en el sector turismo”.
- “Estudio de Política Turística de México” – Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).
- “Turismo es Bienestar: Hacia una Política Turística de Estado con Perspectiva al 2040” – foros CDMX, Mérida y Tijuana.
- “Turismo Libre de Explotación” – Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA).



Campañas en colaboración con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)

- “Fórmula 1 Gran Premio México”.
- “NFL en México”.
- “Videos Dear Country”.
- “México en una foto”.
- “United 2026”.
- “El Viaje Continúa” – Gran desfile de Día de Muertos.
- Campañas en colaboración con el Instituto de Competitividad Turística (ICTUR)
- “Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos”.
- “Cruzada por la Capacitación Turística”.
- “Premio Nacional de Diseño: México Diseña 2018”.
- “Concurso Nacional de Cultura Turística 2018: Turismo del Futuro”.
- “CEDOC y sus autores”.
- “Conversando con los expertos”.
- “XXII Reunión Nacional de Interlocutores Estatales de Capacitación”.
- “Curso Organización Mundial de Turismo (OMT)”.

Campañas que apoyan los periodos vacacionales y dan difusión a la Corporación Ángeles Verdes

- “Vacaciones de Invierno” durante diciembre de 2017.
- “Primer Puente 2018”.
- “Semana Santa 2018”.
- Campañas en conjunto con otras dependencias
- “¡Atención Turista!” en conjunto con PROFECO.
- “Sin Popote” – SEMARNAT.
- “Programa De Turismo De Naturaleza En La Región Del Alto Golfo De California Y El Mar De Cortés” – SEMARNAT.
- “Aquí Estoy” – SEGOB.
- “4º Concurso de Fotografía Sentimientos de México” – SEGOB.
- “Centenario de la Constitución” durante 2017 – SEGOB.
- “Aniversario de la Reforma Institucional” – SEGOB.
- “Corredor CONANP” – CONANP.
- “Diplomado en Políticas Públicas” – IMJUVE.
- “Fuerza México”, “Internet Seguro”, “Acta de Nacimiento en línea”, “Cédula profesional en línea”, “Día naranja”, “Mover a México” – gob.mx
- “4ª Convocatoria Prepa en línea” – SEP.
- “Programa Mascota Viajero Frecuente” – SENASICA.
- “¿Qué te traes? – SENASICA.
- “Difusión de Museos Navales” – SEMAR.
- “Difusión de Eventos Culturales” – SEMAR.



Feria Nacional de Pueblos Mágicos

Evento estandarte de la cultura mexicana

La Cuarta Feria Nacional de Pueblos Mágicos en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, contó con la participación de los 111 Pueblos Mágicos y con la asistencia de más de 114 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,

Datos generales

Asistentes a la Feria	114,000
Ocupación hotelera durante el evento*	85%
Derrama turística en Monterrey en fechas del evento*	238 mdp
Índice de satisfacción de expositores**	89%
Nivel de recomendación de la feria	87%
Visitantes que encontraron lo que buscaban	93%

Pabellones de la feria

Pabellón	Stands	Expositores
Pueblos Mágicos	111	1665
Viajemos todos por México	30	51
Conéctate al Turismo	5	12
Artesanías (FONART)	32	64
Gastronómico	8	60
Dependencias federales	20	80

Jornada Académica

El 16 de noviembre se llevó a cabo una jornada académica con el objetivo de fortalecer las capacidades de gestión turística de los actores turísticos de los destinos.

Asistieron 354 actores locales entre los que destacaron Presidentes Municipales, Presidentes de Comité Pueblo Mágico y Directores de Turismo Municipal.

Reconocimientos a Pueblos Mágicos:

Se entregaron 6 reconocimientos a Pueblos Mágicos en las siguientes categorías:

1. Atracción de inversión: Bernal, Querétaro
2. Gestión y participación ciudadana: Tapijulapa, Tabasco
3. Prácticas de sustentabilidad: Teotihuacán, Estado de México
4. Destino accesible: Tlayacapan, Morelos
5. Creación de cadenas productivas: Magdalena de Kino, Sonora
6. Manejo de redes sociales y estrategia de promoción turística: Tequila, Jalisco

Durante la inauguración de la Feria la Secretaría de Economía, entregó a la SECTUR reconocimiento que nueve de cada 10 mexicanos conocen la marca Pueblos Mágicos, por lo que se emitió su declaratoria de marca famosa.

Para 2018 se ha elegido como sede la Ciudad de Morelia, Michoacán, bajo el lema "Año internacional de la transformación digital"

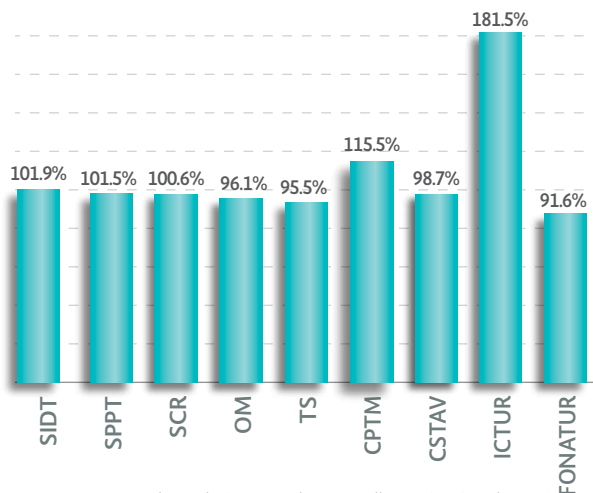
Programa de Trabajo de Desarrollo Institucional

El Programa de Trabajo de Desarrollo Institucional (PTDI) es el instrumento de corto plazo que tiene por objeto garantizar el ejercicio eficiente de las responsabilidades, de acuerdo con los objetivos sectoriales, y establecer una base para mejorar los resultados, la transparencia y la rendición de cuentas del sector, y el cual está constituido por los elementos de alineación sectorial y alineación transversal al Plan Nacional de Desarrollo, las atribuciones de las Unidades Administrativas de acuerdo a la legislación y el Reglamento Interno, los proyectos y actividades, la programación mensual de actividades e indicadores y metas de proyectos. Lo anterior, con el objetivo de llevar a cabo el seguimiento y la evaluación de los proyectos de cada una de las Unidades Responsables.

Al cierre de 2017, se cumplió con 91.8% de las actividades programadas, mientras que en materia de indicadores, se rebasaron las metas establecidas, con 109.2%.

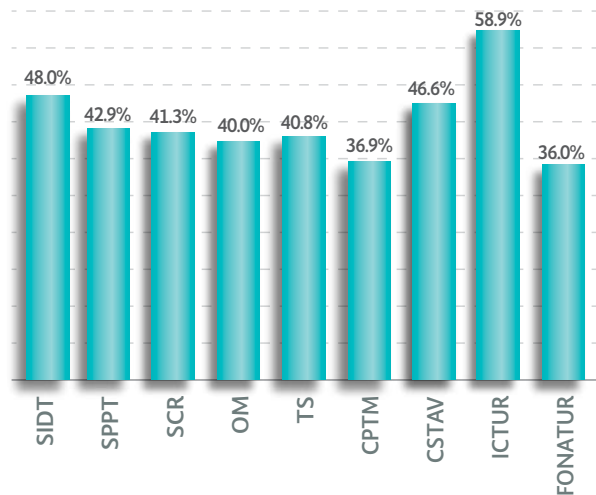
Para fortalecer la planeación institucional y apoyar el diseño y la coordinación de proyectos y acciones específicas alineadas a los objetivos institucionales, en 2018, con la participación de cada Unidad Responsable que conforma al sector, se elaboró el PTDI que integró 104 proyectos sustantivos, 330 actividades y 127 indicadores, los cuales son reportados con corte trimestral a fin de apoyar la toma de decisiones de la institución y alcanzar los objetivos sectoriales con la mayor eficiencia, eficacia y calidad.

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



Fuente: Programa de Trabajo para el Desarrollo Institucional

Avance Anual de Indicadores por Área Responsable al segundo trimestre de 2018



Fuente: Programa de Trabajo para el Desarrollo Institucional

El cumplimiento de las actividades programadas en el segundo trimestre de 2018 fue del 96.1%. En lo general, los resultados indican que éstas se llevaron a cabo conforme a lo planeado.

Referente a indicadores y metas, el avance al segundo trimestre de 2018 fue del 43.5%, lo que representó un 0.3% menor a lo programado, significando un grado satisfactorio de cumplimiento por todas las áreas del sector.

Sistema de Evaluación del Desempeño

Matriz de Indicadores para Resultados

Con la finalidad de generar información sobre el avance de las metas de los indicadores de los programas y proyectos de la SECTUR que permitan evaluar las estrategias y encaminarlas a un mejor desempeño de resultados, además de contribuir a la toma de decisiones con información de calidad, con base en los Criterios para el registro y actualización de la MIR de los Programas presupuestarios para el Ejercicio Fiscal 2018 que emitió la Secretaría de Hacienda y Crédito Pública, para el Ejercicio Fiscal 2018 se registraron y actualizaron 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):

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 para el Ejercicio Fiscal 2018, 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 92.79% 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

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.

En cumplimiento con el Programa Anual de Evaluación para el Ejercicio Fiscal 2017 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:

Evaluaciones de consistencia y resultados:

- E007 Conservación y mantenimiento a los CIPs
- K021 Proyectos de infraestructura de turismo
- K027 Mantenimiento de infraestructura
- P001 Planeación y conducción de la política de turismo
- S248 Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos.

Evaluación de diseño

- P002 Impulso a la Competitividad del Sector Turismo

Aspectos Susceptibles de Mejora

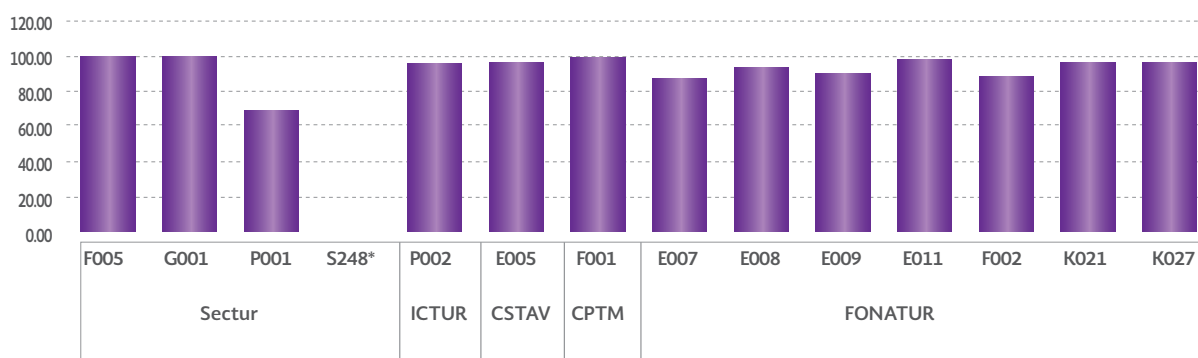
De conformidad con el Programa Anual de Evaluación (PAE) 2017, se llevaron a cabo 5 evaluaciones de consistencia y resultados a los programas presupuestarios de la SECTUR.

Al respecto, con base en el Mecanismo para el seguimiento a los Aspectos Susceptibles de Mejora se establecieron 16 nuevos Aspectos Susceptibles de Mejora:

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

Clave del Pp	Programa Presupuestal	# de ASM
E007	Conservación y mantenimiento a los CIPs	6
K021	Proyectos de infraestructura de turismo	3
K027	Mantenimiento de infraestructura	2
P001	Planeación y conducción de la política de turismo	5

Valoración MIR 2018 Ramo 21*



Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público



Buenas Prácticas de Monitoreo y Evaluación

El reconocimiento Buenas prácticas en el uso de los resultados de monitoreo y evaluación en el ciclo de las políticas públicas 2017, es una iniciativa del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) orientada a promover el uso de los resultados de las evaluaciones y acciones de monitoreo en el quehacer de la Administración Pública Federal (APF).

SECTUR obtiene reconocimiento del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social por Buenas Prácticas en Monitoreo y Evaluación.

CONEVAL otorgó a la Secretaría de Turismo un reconocimiento por su buena práctica Capacitación de Metodología de Marco Lógico, la cual consistió en solicitar al equipo evaluador externo, una capacitación sobre metodología de marco lógico, durante el desarrollo de las evaluaciones establecidas en el Programa Anual de Evaluación 2017.

I.3. Impulsar la Coordinación Intergubernamental en Materia Turística

La alineación de las políticas que se instrumentan en materia turística conforme a los objetivos, estrategias, y líneas de acción de la política aplicada por el sector,

facilita la concurrencia de proyectos y acciones acordes con la estrategia integral de desarrollo turístico nacional.

Se elaboró el “Reporte de Alineación de la Política Turística a nivel local”, documento que presentó el ejercicio de alineación de los objetivos y estrategias definidos en los programas de turismo locales vigentes, con los objetivos establecidos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PROSECTUR) y se definió la estrategia integral que permitió, durante la presente administración, trabajar de manera coordinada y permanente con las entidades federativas con el fin de garantizar dicha alineación.

Con el propósito de que los programas de turismo municipales guarden congruencia con el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 (PROSECTUR), en coordinación con el Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (INAFED), se desarrolló una herramienta digital que permitió llevar a cabo de junio a diciembre de 2017, la impartición del curso virtual denominado “Seminario para la elaboración del Programa Municipal de Turismo”, tomando como referencia documentos técnicos de la SECTUR, asistencia técnica y la utilización de la plataforma de educación y capacitación del INAFED. El curso se presentó como taller teórico/práctico, el cual constó de cuatro unidades y dio inicio con la participación de 61 municipios.

En el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se concluyeron 5 estudios de planeación turística y se identificaron 28 proyectos detonadores en 4 entidades federativas del país (Chiapas, Estado de México, Tamaulipas y Tlaxcala).

Se suscribieron 15 convenios entre FONATUR y los estados de Baja California, México (2), Chiapas, San Luis Potosí (7), Tlaxcala, Tamaulipas, Zacatecas y Veracruz.

Identificación de Áreas para el Aprovechamiento Turístico

En el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se concluyó 1 estudio de identificación de reservas territoriales, encontrándose 1,500 hectáreas con potencial turístico.

Se realizaron tres foros nacionales con sede en Mérida, Ciudad de México y Tijuana donde se desarrollaron múltiples mesas temáticas en torno a los desafíos del sector con la participación de expertos, representantes de organismos internacionales, académicos, empresarios, líderes sociales,

legisladores y funcionarios públicos. También se llevó a cabo un foro de conclusiones en la Ciudad de México. Con los planteamientos formulados en las mesas temáticas, se integraron apartados prioritarios en un documento de memoria, el cual articula las principales conclusiones y propuestas generadas en los foros.

Construcción conjunta del Turismo del Futuro 2040

A fin de integrar una Política Turística de Estado con Perspectiva al año 2040, con el apoyo de diversas entidades federativas e instituciones públicas y privadas, se realizó durante 2017, un amplio ejercicio de consulta pública, a partir de una convocatoria abierta y plural.

Se realizaron tres foros especializados con una participación de más de 1,200 asistentes en las sedes regionales: Mérida, Ciudad de México y Tijuana.

Se desarrollaron 15 mesas de trabajo temáticas, en torno a los desafíos del sector, con la participación de 125 expositores y panelistas, incluyendo expertos, representantes de organismos internacionales, académicos, empresarios, líderes sociales, legisladores y funcionarios públicos.

Una vez concluida la etapa de diálogo con los principales actores del turismo en México, se

identificaron siete grandes ejes rectores que integran la Política Turística de Estado con visión al 2040, la cual recoge los principales retos y oportunidades del sector, la visión futura del turismo, y la formulación de propuesta de política pública, con el objetivo de impulsar un turismo sustentable, competitivo e incluyente.

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

A través del Fondo Sectorial para la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica en turismo SECTUR-CONACYT, formalizó 3 proyectos, con una inversión de \$7 millones de pesos:

- Metodología que permita identificar, cuantificar y monitorear la oferta de hospedaje de los destinos turísticos de México a cargo del Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica.
- Identificación y caracterización de la cadena de proveeduría de la industria turística en México, a cargo de la Universidad Anáhuac
- Estudio de Vulnerabilidad al Cambio Climático en Destinos Turísticos Seleccionados, a cargo de la Academia Nacional de Investigación y Desarrollo.



En el periodo 2017 – 2018 concluyeron un total de 8 proyectos, cuyos resultados han sido transferidos a las áreas usuarias de la SECTUR a fin de que sean implementados en beneficio del sector turismo

Los proyectos concluidos son:

- Diseño y aplicación del Modelo de Observatorio Turístico para destinos de grandes ciudades, aplicado a la Ciudad de México, desarrollado por el IPN
- Modelo de capacidad de carga recreativa y ordenación de las playas turísticas, desarrollado por la Universidad de Colima
- Diseño de un modelo tipo para el turismo médico en México, desarrollado por la Universidad Iberoamericana
- Diseño y aplicación de un sistema de información turística para la planeación, gestión y marketing del turismo en la región de los valles centrales de Oaxaca, desarrollado por el Instituto Tecnológico de Oaxaca
- Mejoramiento de la calidad de servicios de hoteles de dos y tres estrellas en el estado Campeche: bajo la percepción del consumidor, desarrollado por la Universidad Autónoma del Carmen
- Desarrollo de un programa integral de capacitación del personal de los prestadores de servicios turísticos de acuerdo, desarrollado por la Universidad Autónoma de Yucatán
- Metodología que permita identificar, cuantificar y monitorear la oferta de hospedaje de los destinos turísticos de México a cargo del Instituto Nacional de Astrofísica, Óptica y Electrónica.
- Identificación y caracterización de la cadena de proveeduría de la industria turística en México, a cargo de la Universidad Anáhuac

Como parte del programa Conéctate al Turismo se han suscrito 18 convenios de colaboración.

Alianzas Estratégicas:

- Para fortalecer las actividades que se realizan a través de Conéctate al Turismo, la SECTUR ha establecido alianzas estratégicas al suscribir convenios de colaboración con los Organismos Empresariales más representativos a nivel nacional y con dependencias de gobierno de los niveles federal y estatal; de julio de 2017 a junio de 2018 se suscribieron 9 convenios con los siguientes organismos:

- Asociación Mexicana de Secretarios de Desarrollo Económico A.C. (AMSDE).
- Secretaría de Economía (SE).
- Cámara Nacional de la Industria de la Construcción (CMIC).
- Asociación Mexicana de Mujeres Jefas de Empresas A.C. (AMMJE).
- Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología A.C. (COMCE).
- Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).
- Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos A.C. (AMEDIRH).
- Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET)
- Consejo Coordinador Empresarial (CCE)

Los Encuentros de Vinculación Ciencia Tecnología e innovación para el Turismo son 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. En el periodo 2017-2018 se realizaron los siguientes eventos:

- Zacatecas (Abril 2017)
- Cancún (Junio 2017)
- Tampico (Diciembre 2017)
- Bajío (Abril 2018)

Como resultado del convenio de colaboración firmado entre la Secretaria de Turismo y el CONACYT, se emitió una convocatoria a fin de integrar a profesionales de la industria turística en el padrón de evaluadores acreditados del CONACYT, lo anterior con el fin de fortalecer los procesos de evaluación de proyectos del sector turismo que son sometidos a programas de financiamiento de ciencia y tecnología coordinados por el CONACYT.

Como resultado de ello se incorporaron 20 evaluadores al Registro CONACYT de evaluadores acreditados en el sector turismo.

El Instituto de Competitividad Turística emprendió un programa de asesorías técnicas a los Secretarios de Turismo de las Entidades Federativas, a fin de brindarles asesoría sobre la forma en que podrían acceder a recursos de ciencia y tecnología de los estados, y que estos fueran utilizados para atender necesidades del Sector Turismo.





II. FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA OFERTA TURÍSTICA



II. FORTALECER LAS VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA OFERTA TURÍSTICA

Contribuir a fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística en los destinos y en las regiones del país, así como fomentar el desarrollo de los mismos, mediante el otorgamiento de un subsidio para la ejecución de obras, servicios relacionados y acciones que permitan ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.

La infraestructura es un factor fundamental para el desarrollo económico de las localidades es la infraestructura, así como el impulsar la construcción, conservación y remodelación de espacios públicos en los destinos y las regiones, para mejorar las condiciones de los atractivos y los servicios turísticos, fomentar la gestión de las acciones concurrentes, mediante la colaboración entre las instancias públicas competentes en la materia turística de los tres niveles de gobierno.

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 en las comunidades receptoras.

Se ha incrementado la competitividad de México en el mercado global mediante la implementación de estrategias conjuntas que ha elevado la productividad, incentivando la innovación, mejorando la calidad y diversidad de la oferta, así como fortaleciendo los mecanismos de certificación relativos al cumplimiento del marco normativo, además de los estándares de calidad turística reconocidos de forma oficial.

Conéctate al Turismo

Conéctate al Turismo tiene como objetivo principal potencializar los beneficios que se generan a partir del turismo a los diferentes sectores de la economía nacional, fortaleciendo la cadena de proveeduría del sector incorporando a un mayor número de empresas mexicanas y así dar mayor bienestar a los mexicanos.

El programa se sustenta en una plataforma tecnológica, <http://www.conectatealturismo.mx> la cual está integrada por diferentes módulos que permiten a los empresarios vincular los requerimientos de bienes y servicios del sector turístico con la oferta de proveedores potenciales, administrar la realización de ruedas y



encuentros de negocios, promover esquemas de financiamiento, vincular a las empresas con los Centros CONACYT, vincular las vacantes de trabajo de los prestadores de servicios turísticos con candidatos y promover diversos apoyos institucionales.

Las ruedas y los encuentros de negocios y las ferias de empleo son acciones que dan un valor agregado al programa, ya que permiten a los participantes llevar a cabo encuentros uno a uno. En el caso de las ruedas y encuentros de negocios, participan los compradores de hoteles, restaurantes, líneas aéreas, parques temáticos de las cadenas más importantes del país y dan una oportunidad única a las empresas proveedoras de presentar su oferta de trabajo de forma personal a estos compradores.

Al 30 de junio de 2018, la plataforma Conéctate al Turismo tiene registrados 2,700 requerimientos de productos y servicios de 333 compradores de las principales cadenas de hoteles, restaurantes, líneas aéreas, parques temáticos del país y a 1,372 empresas de todos los estados de la república con potencial de proveer esos requerimientos. Se han realizado 15 ruedas y encuentros de negocios en los que han participado 1,993 empresas y se han generado 9,241 citas de negocios, con una expectativa de compra a mediano y largo plazo de 1,099 millones de pesos.

Gracias al trabajo conjunto entre la Secretaría del Trabajo y Previsión Social y la Secretaría de Turismo, se realizó la primer Feria del Empleo Conéctate al Turismo, en Puerto Vallarta, Jalisco; en esta feria participaron 30 gerentes de recursos humanos de hoteles y restaurantes de este destino, quienes ofertaron 1,200 vacantes de puestos de trabajo.

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

El Programa CEDOC y sus autores, brindó un espacio para presentar publicaciones especializadas en materia turística y difundirlas a través del Centro de Documentación Turística (CEDOC). Durante el último trimestre de 2017, se presentaron los libros "Regionalización Turística de México" y "Desarrollo de destinos turísticos consolidados: una visión desde la sustentabilidad y la resiliencia".

Durante el primer semestre del año 2018, se efectuaron cuatro sesiones en las que se presentaron los libros:

1. Turismo Residencial en México: comportamientos socio - espaciales
2. Construcción social de la experiencia turística
3. Desarrollo Sustentable y Turismo
4. Tesis: Observando los observatorios turísticos: un análisis basado en el sistema de capitales

Con el fin de continuar coadyuvando al fortalecimiento de los procesos de toma de decisiones del sector turístico y cumplir con el objetivo de promover la realización de proyectos específicos relacionados con la gestión del conocimiento, la información y la utilización de metodologías aplicadas al turismo, en el periodo que se informa se han realizado las siguientes actividades:

Durante el cuarto trimestre de 2017, en coordinación con la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato, se realizó por quinto año consecutivo el Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos en la ciudad de Dolores Hidalgo, Guanajuato, los días 19 y 20 de octubre, se contó con la participación de ponentes y asistentes regionales, nacionales e internacionales de países como Guatemala, Honduras, Paraguay, Colombia y España, entre otros, teniendo como tema principal "Midiendo la Sustentabilidad Turística", con el fin de alinear la temática a la

celebración del 2017, como Año Internacional del Turismo Sustentable para el Desarrollo.

Durante mayo del 2018, se realizó la sexta edición del Encuentro en la ciudad de Silao, Guanajuato. El tema se denominó "Turismo y Transformación digital, el uso de datos para la toma de decisiones". El encuentro tiene como propósito impulsar el proceso de medición de la actividad turística, intercambiando experiencias y conocimientos en el desarrollo de este mecanismo.

Del 16 al 18 de julio del 2018 se organizó, en coordinación con la Secretaría de Turismo del Estado de Jalisco, la segunda edición de la Escuela de Verano con el tema: "Rumbo a la transformación digital del sector turístico".

Big Data

Durante los últimos tres años la Secretaría de Turismo ha venido incursionando en el aprovechamiento de bases de datos a gran escala para el análisis de la información turística, mediante colaboraciones estratégicas con otras instituciones como BBVA Bancomer e INEGI. En el último año, la secretaría y Visa, mediante un acuerdo de colaboración, han trabajado en el intercambio de información respecto a los patrones de consumo de los turistas internacionales que visitan México. Gracias al trabajo en conjunto, la SECTUR contará con información periódica respecto al gasto de los turistas.

Destinos Turísticos Inteligentes

Los Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) se han posicionado como una tendencia que apunta al desarrollo de las comunidades y mejora la experiencia y la calidad de la visita de los turistas. Gracias a la estrecha relación entre la Secretaría de Turismo y el Gobierno de España, se ha dado puntual acompañamiento a la transformación del Pueblo Mágico de Tequila hacia un DTI, que se ha colocado como referente a nivel internacional de buenas prácticas en materia de turismo inteligente. Derivado de la importancia que la secretaría le ha dado al tema, la SECTUR ha sido invitada a diversos foros a nivel mundial para exponer los avances de los destinos inteligentes en México, entre ellos, el II Congreso Mundial de Destinos Turísticos Inteligentes, organizado por la Organización Mundial de Turismo. Ante la relevancia del tema, y considerando el interés por parte de destinos mexicanos por adoptar esta política pública, la SECTUR ha convocado a investigadores para diseñar un modelo de Destino Turístico Inteligente para México que contemple las características particulares de nuestro país y cuya

finalidad consiste en definir un modelo para la gestión y ordenamiento de los DTI en nuestro país.

En coordinación con la Asociación Diseña México, el 1 de marzo de 2018 se emitió la convocatoria para participar en el Premio Nacional de Diseño: Diseña México 2018.

El premio busca reconocer el buen diseño y la innovación generada en productos, servicios y sistemas. Dentro de las subcategorías se incluyó al sector turístico con las siguientes modalidades:

- Diseño de producto (Mobiliario para hoteles y restaurantes)
- Diseño Digital (Destinos inteligentes)

- Diseño de experiencias y espacios interiores (Espacios turísticos)
- Diseño de comunicaciones visuales (Campaña turística)

Se llevó a cabo la 17ª edición del Curso OMT (Organización Mundial del Turismo) en la ciudad de Guadalajara, Jalisco, del 4 al 8 de septiembre de 2017, con el tema “Estrategias de turismo sostenible para el desarrollo local”. El Curso se realizó con la colaboración de la Secretaría de Turismo del gobierno del Estado de Jalisco, la OMT a través de la Fundación OMT-Themis y la SECTUR, a través del Instituto de Competitividad Turística (ICTUR).



Seminario Conversando con los Expertos

Durante el periodo de septiembre a junio, se llevaron a cabo 7 Seminarios Conversando con los Expertos, a los cuales asistieron 393 funcionarios públicos del sector y representantes de instituciones educativas y empresas del sector.

Los temas abordados en los Seminarios, fueron:

- “Tendencias y Perspectivas en el año Internacional del Turismo Sostenible”, en la Sala de Cine “Guillermo del Toro” del Instituto Cultural Cabañas,
- “Reflexiones y visiones sobre la sustentabilidad en el Turismo”, en el Auditorio de la Escuela Superior de Turismo del IPN,
- “Igualdad y no discriminación en el sector turístico”,
- “Transformación digital del Turismo en México”, IBM Watson,
- Inteligencia aumentada para el mundo de los negocios,
- “Evaluación de los pueblos mágicos y su impacto en los turistas y la comunidad receptora”,
- La perspectiva de los observatorios turísticos en el concierto internacional.

Se llevó a cabo el Congreso de Investigación Turística Aplicada 2018, del 13 al 15 de junio, en la Universidad Intercontinental en la Ciudad de México, con el tema “El turismo y la transformación digital”; presentándose 37 ponencias con base en siete líneas de investigación:

1. e commerce
2. Innovación y capacitación del factor humano
3. Utilización del Big Data en el sector turístico
4. Economía colaborativa
5. Destinos inteligentes
6. Barreras de la transformación digital en el sector
7. Tecnología aplicada a empresas del sector. Se contó con la participación de 263 asistentes.

Se publicó la convocatoria 2018, en la cual se solicitan proyectos de investigación científica aplicada, desarrollo tecnológico e innovación que atiendan las siguientes necesidades prioritarias de la SECTUR:

1. Análisis para la gestión de los subsistemas de integración turística de México.
2. Propuesta metodológica para medir la inversión nacional en actividades económicas representativas del sector turístico de México.
3. Modelo de destino turístico inteligente para México.
4. Índices de competitividad turística de los destinos turísticos en México.

5. Desarrollo de metodología y modelo estadístico de estimación del número y características del turismo doméstico que viaja con pernocta dentro del territorio nacional.

Del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018 se impartieron por parte del Instituto de Competitividad Turística, 58 cursos de capacitación a 1,900 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), la Policía Federal, la Policía Auxiliar de la Ciudad de México y las Oficinas de Turismo de Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Ciudad de México, Hidalgo, Michoacán, Oaxaca y Zacatecas.

Cruzada por la Capacitación Turística

El pasado 11 de septiembre de 2017, se llevó a cabo el lanzamiento de la Cruzada por la Capacitación Turística, la cual es una iniciativa de la Secretaría de Turismo para que se concreten acciones de capacitación gratuita (presencial y a distancia) para prestadores de servicios turísticos por parte de instituciones educativas y agentes capacitadores independientes, así como Oficinas Estatales de Turismo.

Se han impartido 67 cursos presenciales y en línea de, capacitando a un total de 52,495 prestadores de servicios turísticos con un grado de satisfacción del 100%; dichas acciones se realizaron en 11 entidades federativas donde participaron 12 oficinas estatales de turismo, 6 entidades capacitadoras, 2 Instituciones Educativas y 1 Fundación.

Se firmaron 18 Agendas de Cooperación y 5 Contratos de Sublicenciamiento del “Diplomado de Gestión Turística en línea para funcionarios del sector”.

De septiembre de 2017 a junio de 2018 se han incorporado 19 instituciones públicas y privadas a la cruzada por la capacitación turística, impartiendo 414 cursos, capacitando a un total de 63,523 prestadores de servicios turísticos, en 13 entidades federativas.

Los mecanismos de participación en este programa son:

- LÍNEA DE ACCIÓN 1: Capacitación a prestadores de servicios turísticos a través de servicio social o prácticas profesionales utilizando manuales emitidos por CESSA Universidad – ICTUR.

- LÍNEA DE ACCIÓN 2: Registro de cursos gratuitos ante ICTUR que la Entidad basada en sus capacidades internas impartirá a prestadores de servicios turísticos.
- LÍNEA DE ACCIÓN 3: Diplomado de Gestión Turística en Línea para funcionarios del sector.
- LÍNEA DE ACCIÓN 4: Promover, desarrollar y registrar cursos y diplomados de guías de turistas.

El 20 de febrero de 2018, se lanzó la Convocatoria conjunta NAFIN-SECTUR para desarrollar 334 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 éstas: 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.

En enero 2018, se lanzó la convocatoria para el registro de las empresas capacitadoras e instituciones que realicen labores a nivel nacional vinculadas con el tema. En el periodo de septiembre de 2017 a junio de 2018 se tienen registradas 15 Instituciones o Entidades capacitadoras a nivel nacional.

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

A través del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMÁGICO) se destinaron recursos para diferentes proyectos, a través de convenios con las entidades federativas para el ejercicio 2018.

Al cierre de 2017 se realizaron 157 proyectos mediante 62 convenios (originales y modificatorios) con 28 entidades federativas (no se formalizó convenio con CDMX, Nayarit, Tabasco y Veracruz). El monto federal de estos proyectos fue de 490.52 millones de pesos.

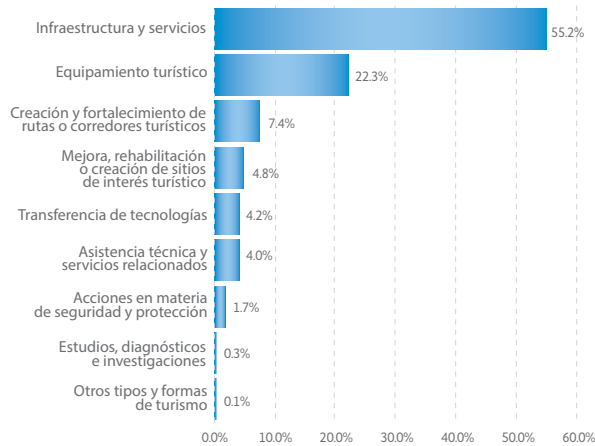
En el 2018 se formalizaron 30 convenios (no se firmó convenio con CDMX y Yucatán) con otras tantas entidades federativas de la República Mexicana.

El monto autorizado en el 2018, es de 578 millones de pesos.

La distribución por línea de producto en cuanto a cantidad de los proyectos quedó conformada por los apoyados en el 2018 de la siguiente manera: turismo cultural 58.8%, negocios y reuniones 1.5%, naturaleza 12.0%, sol y playa 17.4%, otras formas de turismo 57.6% y turismo social 2.7 por ciento.



Uso de recursos PRODERMAGICO



Consolidación y Diversificación de Productos Turísticos

Con el propósito de actualizar la oferta turística en los destinos y fortalecer su competitividad, dentro del programa del Tianguis Turístico celebrado en Mazatlán en abril 2018, 12 empresas que comercializan productos innovadores recibieron el "Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano 2018", en sendas líneas de productos turísticos.

Turismo Cultural

Las Oficinas de Representación en el Exterior organizan y participan en diversas acciones promocionales con el objetivo de promover la cultura mexicana en sus diversas manifestaciones y con ello incrementar la afluencia de visitantes extranjeros a nuestros destinos culturales. Destacan:



Se participó en la 7ª versión del Festival de Visiones de México en Medellín, Colombia, del 14 al 30 de septiembre, el cual contó con presentaciones musicales, invitados mexicanos expositores quienes expusieron sobre México y su riqueza cultural.

Se participó en la apertura de la exhibición fotográfica "The Power of the South Wind Across Borders" en Nueva York, el 5 de octubre, con obras del artista mexicano José Luis Bustamante, evento promocional con presencia de la marca "MÉXICO" en el ámbito cultural.

Festival Viva México, del 4 al 10 de octubre, evento promocional en París, Francia, que se enfoca principalmente en la cultura mexicana a través del cine, se contó con más de 1,500 espectadores.

Día de Muertos

En el marco del tradicional Día de Muertos, las oficinas del CPTM en el exterior participaron de manera coordinada con las Embajadas, Consulados y Socios Comerciales en distintos eventos culturales realizados para promover esta tradición que representa e identifica la cultura de nuestro país, a estos eventos asistieron representantes de la vida política, turoperadores, agentes de viajes, ejecutivos de compañías multinacionales y público en general.

Tradiciones Decembrinas

Las Oficinas del CPTM en el exterior llevaron a cabo acciones de promoción con la intención de dar a conocer las tradiciones culturales decembrinas mexicanas, destacando los seminarios de capacitación y eventos con socios comerciales.

Frida Kahlo, 28 de febrero, evento realizado en conjunto con el Consulado General de México en Calgary, en donde se llevó a cabo una exposición fotográfica de la vida de Frida Kahlo, y coctel para el Women International Forum, con el objetivo de posicionar la cultura mexicana a través de esfuerzos puntuales.

Louis Vuitton Travel Book, el 8 de febrero, evento promocional en asociación con el Instituto Cultural de México en Francia, la marca Louis Vuitton y el artista Nicolas de Crécy. Durante este evento se expuso el "Carnet du Mexique", cuyo contenido es una serie de acuarelas de la Ciudad de México dibujadas por el artista.

Cantaré Chicago, el 15 de marzo, evento que celebró la música mexicana, y se promovió el programa musical "Cantaré Chicago", el cual enseña a los estudiantes sobre

la cultura mexicana a través de la música tradicional de nuestro país.

Por tercer año consecutivo, Casa México SXSW abrió sus puertas del 8 al 14 de marzo, en el marco del festival South by Southwest (SXSW) en la ciudad de Austin, Texas, con el objetivo de promover la riqueza cultural de México y proyectarlo como un líder global en emprendimiento, innovación y cultura digital.

En el marco de la Exposición de Frida Kahlo en el Museo Mudec de Milán, Italia, el 5 de marzo se organizó una visita guiada en la exposición, en colaboración con el turoperador Tour 2000 para sus mejores agencias de viajes, con el objetivo de presentar a México como potencia turística a nivel internacional, resaltando los aspectos culturales y artísticos del país.

Se participó el 1º de mayo en la presentación del Consulado de México en Filadelfia y el Centro Cultural Mexicano de la Semana Mexicana 2018, que se llevó a cabo en la Ciudad de Filadelfia, Pensilvania. La Semana Mexicana constó de una serie de eventos que celebraron la diversidad que caracteriza la cultura mexicana a través del arte, la gastronomía, la música y otras expresiones.

Presentación en París, Francia, del nuevo circuito a Puebla de la agencia Odyssea Voyage y exposición fotográfica de Cristina Kahlo, con el objetivo de diversificar la demanda atrayéndola a destinos culturales.

Se participó en el evento promocional Italia Travel Awards, el 24 de mayo, evento anual del periódico del sector Turismo & Attualità. México compitió en la categoría de Mejor Destino Cultural y, aunque no obtuvo el premio, se le dio un reconocimiento muy relevante para resaltar que somos un destino cultural importante.

En Nueva York, del 26 al 29 de junio, se realizó una presentación de proyectos artísticos y culturales de Oaxaca, "Las Mujeres Oaxaqueñas: La Tierra y la Luz", para generar un intercambio de valores e ideas, así como despertar el interés por visitar el destino y conocer el arte y cultura, también se dieron a conocer proyectos artísticos y culturales de Oaxaca.

Dentro del marco del año México-Colombia, se llevó a cabo el Festival Más Allá del Pancracio, del 7 al 9 de junio, en el que se rindió un homenaje a la lucha libre mexicana, a través de exposiciones de lucha y de arte y eventos y actividades culturales.



Turismo de Naturaleza

Como parte de las estrategias establecidas en el Plan de Mercadotecnia del CPTM, se encuentra el fortalecer e impulsar segmentos y productos turísticos de alto valor como el Turismo de Naturaleza, por lo que uno de los principales objetivos es diseñar e implementar una estrategia para el Turismo de Naturaleza (Turismo Rural, Ecoturismo y Turismo de Aventura) que nos permita generar demanda y posicionar a México como un destino de Turismo de Naturaleza responsable y focalizado, acorde a la demanda actual.

México es parte del selecto grupo de 17 países reconocidos como mega diversos, cuenta con 181 Áreas Naturales Protegidas (ANP), en donde se conservan bosques, selvas, desiertos y muchas especies en peligro de extinción, de las cuales 70 ANP están abiertas para la visita de turistas, en donde se pueden ver sus hermosos paisajes y disfrutar de su biodiversidad de animales y plantas, así como practicar Turismo de Aventura.

La Feria de Turismo de Aventura de México 2017, ATMEX, se llevó a cabo del 6 al 8 de diciembre en Villahermosa, Tabasco, con el objetivo de promover y mejorar el posicionamiento de México como destino de aventura a nivel nacional e internacional, contó con una asistencia de 750 personas, reuniendo empresas y compradores de Turismo de Aventura nacionales e internacionales.

Se realizaron viajes de familiarización a los estados de Chihuahua, Chiapas y Tabasco. El CPTM apoyó con servicios especializados para la gestión internacional de compradores, ponentes, medios y delegados.

Al mes de junio de 2018, se han incorporado la plataforma www.viajemostodospormexico.com diversos atractivos turísticos como: Fiestas y Tradiciones; Naturaleza y Ecoturismo; Zonas Arqueológicas; Arte y Cultura; Gastronomía; Bienestar, así como Aventura y Deporte.

Como parte de las acciones de apoyo se trabajó en acciones orientadas al fortalecimiento integral de los destinos turísticos claramente identificados con esta línea de producto. En el periodo 2013-2017 la inversión directa de la SECTUR alcanzó los 597.6 millones de pesos.

A través del Programa Especial Concurrente (PEC) durante 2017 se apoyaron 20 proyectos de Turismo de Naturaleza por un monto de 44.03 millones de pesos.

El Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio 2017, destinó recursos del orden de 56.03 millones de pesos para el Programa Especial Concurrente para el Desarrollo Rural Sustentable, a fin de desarrollar proyectos en Comunidades Indígenas.

Para el 2018, en el PEF se aprobaron recursos por un monto de 56.03 millones de pesos, destinados al Turismo de Naturaleza.

Derivado del Convenio de Colaboración celebrado entre la SECTUR y la Comisión Nacional para el Desarrollo de Pueblos Indígenas (CDI), durante el ejercicio 2017 con el propósito de impulsar proyectos con enfoque turístico, que se conviertan en fuente de bienestar social para la población indígena, la SECTUR aportó 12 millones de pesos, mientras que la CDI destinó recursos por 21 millones de pesos, mismos que se utilizaron como fondo de garantía líquida de posibles sujetos de financiamiento ante el Fondo Nacional de Atención a Comunidades Indígenas (FONACI).

Turismo de Reuniones

Con el fin de generar mayor derrama por divisas y flujo de visitantes internacionales por congresos, convenciones, ferias y viajes de incentivos, se realizaron diversas acciones de vinculación entre la oferta nacional y la demanda internacional para impulsar la presencia de México en los mercados internacionales de Turismo de Reuniones.

Durante 2017, se realizaron en México 198 congresos internacionales de la base de datos de *International Congress and Convention Association* (ICCA, por sus siglas en inglés), lo que nos coloca en el ranking internacional en el lugar número 22, el 3er. lugar en Latinoamérica y el 5° en el Continente Americano.

Estrategia Nacional de Impulso al Turismo Médico

En febrero 2018, el Secretario Enrique de la Madrid encabezó en Sacramento, capital del estado de California, reuniones de trabajo con representantes consulares de México, ONG's, así como con legisladores y autoridades estatales en materia de salud y turismo.

En marzo 2018, se llevó a cabo la Primera Sesión Ordinaria del Consejo Consultivo en Turismo Médico (CCTM) de 2018, con una asistencia del sector público, privado, academia y sociedad civil. Se presentó reglamento de funcionamiento del CCTM, Estrategia SECTUR, Plan de trabajo y Calendario 2018 y bases para la creación de Grupos de trabajo.

En abril se realizó ante la "San Diego Regional Chamber of Commerce" en la Ciudad de México.



Se llevó a cabo una reunión con ANHP (Asociación Nacional de Hospitales Privados) para la revisión de posibles prospectos para fomento del turismo médico a mercados objetivo en EUA.

Se atendió a junta en con Hospitales del Clúster Médico de Quintana Roo para fomento del Turismo Médico en la ciudad de Miami.

Durante el mes de mayo 2018, hubo reunión con IPN en seguimiento del acuerdo de colaboración: formación de especialistas para Turismo Médico.

Se realizaron las sesiones de las tres mesas de trabajo del CCTM: Pacientes sin seguro, Mercado corporativo, Retirados y vida asistida a través de conferencias telefónicas.

Se revisó con autoridades de Salud, SEP y Migración, así como Academia y Colegios de Especialidades Médicas la facilitación para el ingreso de especialistas norteamericanos en Bariatría, Ortopedia y Robótica. Esto con la finalidad de poder tratar a sus pacientes que viajan con ellos para atención en hospitales privados y personal de apoyo mexicano en el país.

En junio se concretó la misión de fomento al Turismo Médico en la ciudad de Miami con el Clúster de Quintana Roo.

Se coordinaron acciones para la misión de fomento al Turismo Médico en las ciudades de Houston, Texas, y Los Ángeles, California, en EUA, con diversos estados de la república.

Turismo de Cruceros

Del 22 al 28 de octubre de 2017, se participó en la 24ª Conferencia Anual de Cruceros de la *Florida-Caribbean Cruise Association* (FCCA), que se llevó a cabo en Mérida, Yucatán.

El 5 de marzo de 2018, se participó en el *Seatrade Global Cruise*, evento con alcance mundial, en donde participaron los destinos de Campeche, Sinaloa, Sonora, Baja California Sur, Quintana Roo, Guerrero, Yucatán y Jalisco. En el marco del evento se realizó la presentación de la nueva ruta de los CMC (Cruceros Marítimos Vacacionales), compañía filial en México de *Cruise Maritime Voyages*, que comenzará operaciones en el 2019, saliendo desde Acapulco a Los Cabos, tocando los puertos de Mazatlán, Puerto Vallarta y Manzanillo, y regresando a Acapulco.

México, primer lugar en el segmento de cruceros

Durante 2017, México se posicionó nuevamente como líder mundial en arribo de turistas internacionales vía la industria de cruceros, recibiendo a 7 millones 299 mil 280 pasajeros.





Turismo de Bodas y Romance

Como parte del Programa de Capacitación “*Destination Wedding Specialist Certificación*”, en el período reportado se realizaron 4 certificaciones en Veracruz, Hidalgo y Querétaro, con la participación de 136 asistentes, cuyo objetivo es que los profesionales de la industria de bodas y lunas de miel cuente con una certificación internacional y mantener a México como el destino predilecto para la realización de este tipo de eventos.

Se participó en Miami-Bodas Romance en diversos eventos para promover a México para la realización de bodas y lunas de miel, entre los que destacan:

- Congreso Latinoamericano de Bodas en Playa del Carmen, 18 de septiembre, donde se contó con

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

México contó con una participación líder en el segmento. Por primera vez, México fue sede del congreso de la Association of Bridal Consultant (ABC), una de las principales asociaciones de Bodas y Romance de Estados Unidos, el congreso tuvo lugar en la Riviera Maya en el mes de noviembre del 2017.

Así mismo, se llevó a cabo el Congreso Internacional de Wedding Planners (DWP) para México como sede en el 2018, en Los Cabos, en donde participaron Wedding Planners de más de 67 países.

un stand de México en el que estuvo presente el destino Ixtapa, asimismo se compartieron los éxitos de los destinos de Ciudad de México y San Miguel de Allende.

- Congreso Anual de la *Association of Bridal Consultants* (ABC), del 4 al 8 de noviembre en la Riviera Maya, que por vez primera se realizó en México con la asistencia de 270 *wedding planners* de Estados Unidos, Canadá y Panamá.
- *Creme de la Creme*, 19 de noviembre, es el trade show más importante para bodas y lunas de miel en la costa oeste de Canadá.
- Casar e Viajar 2017, en Sao Paulo, Brasil, 23 de noviembre, evento que reúne a los mejores *wedding destination* y proveedores de servicios para bodas.
- “Love Mexico”, del 3 al 7 de diciembre, realizado en Los Cabos, donde participaron 201 *wedding planners* de Estados Unidos y Canadá, teniendo a Chiapas e Ixtapa como destinos invitados.
- *Engage*, del 11 al 14 de diciembre en Nizuc, Cancún, evento de lujo diseñado por profesionales top de la industria de bodas, que muestra las tendencias y exigencias del segmento de mercado.
- *Travvy Awards*, 24 de enero, evento gala organizado por TravAlliance en Nueva York, en donde se galardonó a Riviera Maya como el mejor destino para bodas.
- DWP Congress Los Cabos, del 10 al 12 de abril, el evento concentra a los principales Destination Wedding Planners de todo el mundo, así como a los mejores proveedores de la industria. Durante el evento se llevaron a cabo alrededor de 3,200 reuniones entre los participantes, durante el congreso se capacitó a 600 *wedding planners* y posteriormente se realizaron dos viajes de familiarización para la promoción y oferta de los destinos de Los Cabos y Ensenada.
- *Biz Bash Live* 2018, 16 de mayo, se participó en una de las ferias más importantes para planificadores de eventos en Fort Lauderdale, Florida, en donde se logró posicionar a México como uno de los mejores destinos para la realización de bodas destino y lunas de miel.
- *World Romance Travel Conference* 2018, 24 de mayo, en Toronto, Canadá, conferencia organizada por la International Association of Destination Wedding Professionals (IADWP) para capacitar a agentes de viajes y planificadores de bodas, en donde se logró consolidar la presencia de México como destino de romance en Canadá.

Segmentos Especializados Turismo LGBT

De septiembre de 2017 a junio de 2018, se ha participado en las siguientes acciones en el segmento LGBT:

Trade Show LGTB Honey Moon and Milestone Travel Summit, 17 de octubre, en la ciudad de Nueva York, que se enfocó en promocionar el turismo de bodas y celebraciones importantes para parejas LGBT, patrocinado por la revista de lujo Out-There Magazine y la agencia mexicana Agence-V enfocada al turismo LGBTQ.

Reunión de enlaces de turismo LGBTQ, 29 de noviembre, en la Ciudad de México, en donde se reunieron los estados y destinos de México para analizar los servicios que se ofrecen a este segmento, con la finalidad de generar productos turísticos innovadores enfocados al mercado LGBTQ.

Brasil Forum LGBT, del 2 al 7 de junio, plataforma de contenido que reunió a los profesionales del sector para concentrar información, discutir escenarios, mejores prácticas y oportunidades del mercado de turismo LGBT.

En el marco de este fórum se llevó a cabo la reunión con la International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA), la más importante de turismo LGBT, en donde se ofrecen opciones de lujo y vanguardia.

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

Sistema Nacional de Certificación Turística

Se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo por el cual se emiten los Lineamientos del Sistema Nacional de Certificación Turística, con fecha 18 de agosto de 2017.

Del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se llevaron a cabo 230 pruebas piloto del Sistema Nacional de Certificación Turística en las entidades de Baja California Sur, Chihuahua, Ciudad de México, Colima, Estado de México, Guadalajara, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Veracruz y Zacatecas. Como resultado de este proceso, el 11% no obtuvo nivel de calidad, el 19% obtuvo bronce, el 12% plata, el 23% oro, el 17% platino y el 18% diamante.

Nuevo sistema de Certificación Turística

Como resultado de la suscripción del Contrato de Licencia de uso del Programa denominado Sistema Nacional de Certificación Turística entre la Secretaría de Turismo, a través de la Dirección General de Certificación Turística y del Tecnológico de Estudios Superiores del Oriente del Estado de México (16 de agosto de 2017), en el mes de diciembre se concluyó el diseño y desarrollo de la plataforma tecnológica de manera exclusiva y gratuita para la Secretaría.

Una vez concluida la herramienta tecnológica, la Unidad de Gobierno Digital de la Secretaría de la Función Pública publicó los cuatro trámites del Sistema Nacional de Certificación Turística en la Ventanilla Única Nacional para los Trámites e Información del Gobierno, a través del portal <http://www.gob.mx/tramites> el día 7 de mayo de 2018. El 18 de enero del 2018, se llevó a cabo una inducción sobre la fase de pruebas piloto e informe de dictaminación del

nivel de calidad, así como de la operación de la plataforma tecnológica del SNCT, dirigida a 25 auditores que forman parte de 10 empresas acreditadas como organismos dictaminadores, de las entidades de Chihuahua, Ciudad de México, Estado de México y Tamaulipas.

En coordinación con la Dirección General de Centros de Formación para el Trabajo de la Secretaría de Educación Pública, se llevó a cabo un taller de capacitación en el estándar de competencia EC0687 "Prestación de Servicios de Consultoría del Sistema Nacional de Certificación Turística", el día 20 de marzo de 2018 en el Centro de Investigación y Desarrollo de la Formación para el Trabajo (CIDFORT) en el Estado de Hidalgo, con la asistencia de 13 representantes de centros de evaluación de los CECATI, de las entidades federativas de Baja California, Baja California Sur, Hidalgo, Morelos, Ciudad de México, Sinaloa, Sonora, Quintana Roo y Yucatán, con la finalidad de contar con un mayor número de capacitadores y evaluadores en la función, para la certificación de consultores que forman parte de las Unidades Promotoras de la Calidad y Sustentabilidad de los Servicios Turísticos.



En la Primera Sesión Ordinaria del Grupo 3 de Gabinete Turístico “Registro, Calidad y Certificación de los Servicios Turísticos”, celebrada el 14 de marzo de 2018, se autorizaron 10 empresas para participar como Unidades Promotoras de la Calidad y Sustentabilidad de los Servicios Turísticos de las entidades de Puebla, Tlaxcala, Tamaulipas, Ciudad de México, Querétaro, Chihuahua y San Luis Potosí.

El 27 de octubre de 2017, se instaló y se llevó a cabo la Primera Sesión del Consejo de Organismos Dictaminadores para revisar los documentos técnicos y de calidad de empresas candidatas a participar como órganos operativos, conforme a la Convocatoria emitida sobre el “Esquema de Reconocimiento y Evaluación de Organismos Dictaminadores del Sistema Nacional de Certificación Turística”.

Del 27 de octubre de 2017 al 30 de junio de 2018, se han acreditado 10 empresas como organismos dictaminadores del SNCT ante la Entidad Mexicana de Acreditación, A.C.

Programa Nacional de Verificación Turística

Para elevar la calidad y seguridad de los servicios turísticos, a fin de impulsar la competitividad de las empresas de la industria, se creó el Programa Nacional de Verificación Turística.

De septiembre a diciembre de 2017, se ejecutaron 1,126 visitas de verificación e inspección a los prestadores de servicios turísticos en las modalidades de campamentos, hospedaje, agencias de viajes, guías de turistas, Turismo de Aventura y operadoras de buceo, a fin de verificar el cumplimiento de las siete Normas Oficiales Mexicanas turísticas: 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.

Se elaboró e inició la ejecución del nuevo Programa Nacional de Verificación Turística, para la realización de 1,025 inspecciones a junio de 2018.

En el mismo periodo se creó el Blog denominado ¡Atención Turista Nacional o Extranjero!, para prevenir a la población de posibles fraudes cometidos por empresas fantasma y a través de internet; asimismo, para difundir acciones de seguridad para la contratación de servicios turísticos, el cual fue incluido en la página de internet de esta Secretaría, visible en el siguiente link: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/atencion-turista-nacional-o-extranjero?idiom=es>, los interesados pueden formular

las consultas correspondientes y saber si se trata de empresas reales y con legítima reputación comercial, al correo: prevenirparaviajar@sectur.gob.mx.

Se llevó a cabo la campaña digital en los portales de la Instancias involucradas. Secretaría de Turismo (SECTUR), Procuraduría General de la República (PGR), Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la Comisión Nacional de Seguridad (CNS).

Calidad y Certificación Turística

Con objeto de elevar la calidad y competitividad del sector turístico, durante el periodo del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se beneficiaron 6,047 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas que cumplen con las mejores prácticas en el manejo higiénico de alimentos, gestión empresarial y sustentabilidad, otorgándoles alguno de los Distintivos o Sellos de Calidad que impulsa esta dependencia.

En el Programa Tesoros de México, se finalizaron los procesos de fortalecimiento, seguimiento y nuevo ingreso de 113 empresas a escala nacional, 16 restantes se encuentran en proceso de fortalecimiento; con lo cual se alcanzará 129 empresas comprometidas con la excelencia turística del país.

Durante 2017, se gestionaron recursos hasta por 12 millones de pesos para apoyar a las MIPYMES turísticas que estén interesadas en incorporar mejoras en la calidad de sus servicios turísticos e incrementar el número de empresas certificadas con los Programas de Calidad, de las cuales a la fecha se han beneficiado 217 empresas.

Se concluyó la gestión a través del INADEM, para participar en la Convocatoria 4.2 Formación Empresarial para MIPYMES, apoyando en la implementación de los Programas de Calidad a prestadores de servicios turísticos hasta con un 70% de financiamiento.

Implementación de sellos para segmentos especializados

Se acreditaron exitosamente 62 empresas, como resultado del diseño e implementación de los Sellos de Segmentos Especializados: Cerca de China, Halal México, Turismo de Inclusión y Turismo de Salud, en 13 entidades de la República, siendo éstas: Baja California, Chihuahua, Ciudad de México, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Quintana Roo, Sonora y Zacatecas.

En colaboración con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías (FONART), la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS), la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), *EarthCheck* y Rainforest Alliance, durante el periodo de reporte se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Se otorga la certificación con el Distintivo “S” a 158 empresas turísticas que aplicaron los Criterios Globales de Turismo Sostenible promovidos por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y Global Sustainable Tourism Council, a través de las certificaciones especializadas en la materia de PROFEPA, *EarthCheck* y Rainforest Alliance.
- En coordinación con FONART, fueron beneficiados 958 artesanos de 96 talleres, con la implementación del Programa Moderniza enfocado a talleres artesanales ubicados principalmente en 18 Pueblos Mágicos, de 14 estados de la República: Aguascalientes, Campeche, Chiapas, Colima, Estado de México, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí, Tlaxcala, Yucatán y Zacatecas.
- Se atendió a 40 empresas en el Programa Moderniza Ecoturístico, en 7 estados: Chiapas, Ciudad de México, Estado de México, Hidalgo, Michoacán, Oaxaca y Querétaro, en seguimiento al convenio de colaboración con CDI.
- Se mantiene un incremento en el número de establecimientos con Distintivo H, pues en seguimiento al convenio de colaboración con la COFEPRIS, se reconocen como empresas de menor riesgo sanitario.
- Se han llevado a cabo 3 jornadas de sensibilización para prestadores de servicios turísticos en coordinación con COFEPRIS, PROFECO, AMHYM y CANIRAC, cuyo objetivo es lograr que los participantes se apropien de los conocimientos sobre: procesos de fomento sanitario y verificación sanitaria, las buenas prácticas en el manejo de alimentos, bebidas alcohólicas y saneamiento básico, logrando una participación de más de 300 gerentes o propietarios de hoteles y restaurantes en el país.
- En materia de acreditación de guías de turistas y con objeto de modernizar, mejorar y simplificar este trámite, se actualizó el manual de procedimientos con la participación de todos los actores y se eleva el nivel de digitalización del Formato Único que se



encuentra en el portal institucional; con ello, se logró acreditar a 1,431 guías.

- En la celebración del Tianguis Turístico 2018, se reconocieron a 65 empresas turísticas con el Distintivo “S” por haber implementado buenas prácticas alineadas a los criterios globales de turismo sustentable, ubicados en los estados de Baja California, Ciudad de México, Chiapas, Coahuila, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Guanajuato, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, Querétaro, Puebla, Nuevo León, Sinaloa, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Se desarrolló en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), mediante el Programa de Capacitación a Distancia para Trabajadores (PROCADIST), el curso de capacitación en línea, denominado Alineación a Sistemas de Calidad, con la finalidad de que los colaboradores en las empresas adquieran conocimiento, desarrollen o perfeccionen sus habilidades y con ellos mejoren su desempeño laboral, proporcionando a las empresas turísticas herramientas tecnológicas que apoyen en la implementación de los Programas de Calidad y, a su vez, impacte en la reducción de costos en dicho proceso.



Atención a quejas turísticas

El Sistema Nacional de Atención a Quejas Turísticas surge de la necesidad de garantizar una experiencia satisfactoria a turistas nacionales y extranjeros, al tiempo que busca el fortalecimiento de la calidad y seguridad de los servicios turísticos que conforman la oferta disponible en el país. Por medio de este Sistema se atienden escritos de inconformidades bajo un esquema de conciliación.

La plataforma del Sistema Nacional de Quejas Turísticas permite al usuario formular de manera electrónica su inconformidad, con la posibilidad de adjuntar archivos electrónicos, tales como documentos en Word, PDF, fotografías o videos que apoyen su queja, con un límite de carga de 100 MB por caso.

En el año 2017, se recibieron y atendieron 962 quejas turísticas, superando la meta establecida para dicho ejercicio fiscal que correspondió a 900 quejas, con un porcentaje atendido de 106.88%. Se logró la restitución al turista de 172,260.00 pesos y 2,428.00 dólares.

Para el ejercicio fiscal 2018, se han recibido y atendido 439 quejas turísticas, que representan el 43.9% de la meta establecida de atender 1,000 quejas turísticas, con una recuperación para el turista por un monto de 346,030.99 pesos y 3,350 dólares; principalmente derivadas de contratos de prestación de servicios turísticos incumplidos.

Normalización Turística

El 27 de abril de 2018, se publicó como definitiva en el Diario Oficial de la Federación la NOM-06-TUR-2017, “Requisitos mínimos de operación, información, higiene, seguridad, instalaciones y equipamiento que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos”, que permitirá prestar servicios de mayor calidad y atendiendo la certeza jurídica, los derechos humanos de usuarios turistas, así como temas de sustentabilidad.

Se continúa trabajando en la respectiva actualización de las otras NOMs turísticas con un trabajo muy avanzado.

- NOM-07-TUR-2001, del seguro de responsabilidad civil, el cual permitirá establecer las condicionantes y montos de los seguros ajustados a las condiciones actuales del mercado y atendiendo al desarrollo de productos ad-hoc.
- NOM-08-TUR-2002, para guías de turistas generales y NOM-09-TUR-2002 para guías de turistas especializados, permitirán contar con disposiciones de información y seguridad más claras respecto del servicio de guía y la incorporación de actividades especializadas solicitadas por el sector, lo que da certeza jurídica y protege los derechos de los turistas.
- NOM-010-TUR-2002, de los contratos que deben suscribir los PST con los turistas, que permitirá contar con certeza que toda prestación de servicios

podrá ser reflejada en los diferentes tipos de formas con los que se contrata al día de hoy, dando certeza jurídica y claridad a la totalidad de los Prestadores de Servicios Turísticos del catálogo de los mismos, reconocidos por nuestro marco legal.

- PROY-NOM-011-TUR-2018, aplicable a los servicios de turismo de aventura/naturaleza, ya se publicó para consulta pública, por lo que en breve ya se podrá hacer la publicación definitiva de la misma. Los trabajos pendientes de normalización en comento se prevén terminar en el mes de octubre próximo.
- Mediante la suscripción de convenios con el sector privado y académico en colaboración con la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y el CONALEP, se ha permitido sensibilizar a estudiantes sobre la existencia y cumplimiento de las NOM Turísticas, contribuyendo al incremento de la calidad en la prestación de servicios turísticos. Asimismo, se ha propuesto incluir la normatividad turística en el plan de estudios de las carreras afines al sector.

A partir de lo anterior, se difundió y sensibilizó a más de 2,000 Prestadores de Servicios Turísticos y a 1,000 estudiantes sobre el conocimiento de las Normas Oficiales Mexicanas a través de 17 talleres y foros en diversos estados, tales como Chiapas, Querétaro, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Puebla, Guanajuato y Sonora.

Se propuso incluir la normatividad turística en el plan de estudios de las carreras afines al sector. En este marco se participó en dos ediciones del concurso de Ensayos "Comprometidos con la calidad", el cual tiene por objetivo promover la cultura de la Metrología y Normalización como fundamento de la formación técnica que ofrece el CONALEP.

Por otra parte, se asistió al XXII Foro Mundial de la Calidad y Mejora de la Gestión que organizó el Instituto Latinoamericano de la Calidad (INLAC), organismo enlace con la Organización Internacional de Normalización (ISO). Lo anterior, a efecto de que la SECTUR:

- Difundiera las NOM turísticas, destacando su enfoque en la sustentabilidad, la calidad, la mejora continua y la evaluación de la conformidad en la prestación de los servicios turísticos y sus destinos. Estándares que retoman las mejores prácticas para atender a un turismo cada vez más especializado y consciente del impacto de su consumo, por lo que demanda el mayor valor agregado en las

experiencias que busca vivir y por las cuales regresar a los destinos turísticos,

- Recibiera un reconocimiento por parte del INLAC, por el impulso que ha dado a la calidad y el servicio en el sector turístico.

A través de diversas gestiones, se logró contar con la infraestructura completa y debidamente autorizada para que se pueda llevar a cabo la verificación de las NOM turísticas, logrando además tener dicha infraestructura para el total de ellas y contar con un número mayor de Unidades de Verificación (UV), logrando que se sigan consolidando, existiendo además una UV que cubre la totalidad de las NOM turísticas.

Se cuenta además con mayor presencia en todo el territorio nacional, lo que permitirá la libre competencia y por ello la reducción de costos en beneficio de los PST y fomentando una mayor seguridad al turista o usuario, toda vez que se logró que de 2 Unidades de Verificación que atendían dos NOM turísticas, ahora se cuenta con cinco UV que cubren el total de las Normas del Sector y contando con más evaluadores acreditados, logrando pasar de 20 a 135.

Lo anterior ha permitido fortalecer la estructura existente y ampliar la capacidad de supervisión de las NOM turísticas mediante organismos de tercera parte, debidamente auditados y supervisados, lo que garantiza la calidad y competitividad, en beneficio de la seguridad del turista y la profesionalización de los servicios en beneficio del desarrollo de los destinos.

Creación del incentivo Reconocimiento Turístico

Con este distintivo se premió durante 2017 y 2018 a los Prestadores de Servicios Turísticos (PST) que se encuentran en pleno cumplimiento de sus obligaciones legales y atendiendo diversos aspectos de calidad como los distintivos y el apoyo a la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional; es decir, contempló el cumplimiento de las NOM Turísticas; su inscripción en el Registro Nacional de Turismo (RNT); distintivos de calidad vigentes; capacitación de su personal para la profesionalización de sus servicios y apoyo a la cadena de valor de la oferta gastronómica nacional. En el 2017, participaron 180 PST, de los cuales se galardonaron a 43 provenientes de 14 entidades federativas. En el 2018, se contó con 650 participantes y 184 galardonados en 22 entidades federativas.

Adicionalmente, se entregaron: el premio a la calidad de turística al chef Irad Santacruz Arciniega, por la conservación de la cocina tradicional de Tlaxcala; al Club Integra, por su metodología de mejora continua en el sector hospedaje; y el premio especial a la Ruta



Gastronómica de la Mixteca, Oaxaca, por el fomento a la Política Gastronómica Nacional.

Sitio Web Inteligente SWi: A través de gestiones con la iniciativa privada se logró dotar de una plataforma electrónica gratuita a los prestadores de servicios turísticos que fueron galardonados con el Reconocimiento Turístico 2018, con esto se busca generar competitividad entre los PST, pues las MYPIMES podrán posicionarse en la oferta turística, es decir, tendrán la posibilidad de ofertar sus servicios a la par de grandes cadenas mediante el posicionamiento global que la plataforma SWi les otorga. Este incentivo puede ser replicable a otros mecanismos para incentivar el cumplimiento o complementar programas de apoyo a los PST.

Plataforma “Sistema Integral de la Normalización Turística”: Se desarrolló una plataforma para apoyar en la difusión de las NOMs turísticas, misma que es una fuente de información y cuenta con un mecanismo de autoevaluación sobre las mismas.

Dicha plataforma se promocionó en los foros de difusión de la normatividad turística, y formó parte del incentivo del Reconocimiento Turístico que solicitaba que los participantes realizaran una autoevaluación.

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

A partir de la publicación en el DOF de los estándares de competencia EC687 “Prestación de Servicios de Consultoría del Sistema Nacional de Certificación Turística”, EC0868 “Asesoría de servicios turísticos en agencias de viajes”, EC0877 “Prestación de servicios de guía de buceo en aguas abiertas” y del EC0896 “Prestación de servicios de guía en espeleobuceo: zonas de cueva niveles 1 y 2”.

El Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER) emitió los primeros 18 certificados de competencia laboral: seis para consultores del SNCT; tres para la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes; tres para el Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viajes y Empresas Turísticas; y seis para la Federación Mexicana de Actividades Subacuáticas, lo que permitirá contar con los primeros expertos evaluadores en la función.



II.5. Impulsar una Política de Seguridad Integral para Proporcionar una Experiencia Turística Satisfactoria y Plena para 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 coadyuven 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

Servicios que son gratuitos 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 307 unidades, que comprende de 54 remolques, 11 grúas de plataforma, 25 de arrastre y 217 camionetas, así como 716 elementos Ángeles Verdes, con valiosa experiencia en el servicio en las rutas carreteras con cobertura de la Corporación.

La cobertura de la Corporación, al mes de junio 2018, es de aproximadamente el 59% de las carreteras federales, es decir, 208 rutas carretera, con una extensión de 42,078 kilómetros de recorrido total, cubriendo 71 de 86 Destinos Turísticos del Atlas Turístico.

Se instalaron 31 módulos distribuidos entre los estados de Baja California, Baja California Sur, Campeche, Guanajuato, Guerrero, México, Morelos, Nayarit, Puebla, Querétaro y Tlaxcala, donde se atendieron a 1,362,472 turistas; por cada 10 turistas atendidos, 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 operativos vacacionales:

- Operativo invierno 2016. Del 21 de diciembre 2017 al 8 de enero 2018, otorgaron 14,716 servicios, de los cuales 14,675 fueron de asistencia mecánica y 41 de accidentes; se atendieron 59,739 turistas, en un total de 829,792 kilómetros recorridos; se atendieron 2,172 llamadas al 078. Se instalaron 48 Puntos de Asistencia Turística y Auxilio Mecánico.
- Operativo Semana Santa 2018. Del 23 de marzo al 8 de abril, otorgaron 16,072 servicios, de los cuales 16,021 fueron de asistencia mecánica y 51 de accidentes; se atendieron 68,290 turistas en un total de 803,501 kilómetros recorridos y se atendieron 3,190 llamadas al 078. Se instalaron 52 Puntos de Asistencia Turística y Auxilio Mecánico.

En el marco de los servicios de información, auxilio, asistencia y seguridad integral para turistas nacionales y extranjeros se pusieron en marcha los Centros de Atención y Protección al Turista (CAPTA) en Mazatlán, Sinaloa; Ciudad Madero, Tamaulipas; Querétaro, Querétaro; Tlaquepaque, Jalisco; en el que participó la Policía Municipal, Protección Civil, Bomberos, Gendarmería, La Marina, Cruz Roja, Ángeles Verdes, entre otros.

Registro Automatizado de Internación de Pasajeros

Con el objetivo de brindar soluciones para el control fronterizo y de crear una solución eficiente, rentable y segura que apoye al Turismo de nuestro país, agilizando el proceso de internación de pasajeros provenientes de vuelos internacionales, además del sistema tradicional, se desarrolló un sistema y se instalaron 100 quioscos en los aeropuertos internacionales de la Ciudad de México (40 equipos, distribuidos 20 en la T1 y 20 en la T2), Cancún (40, 20 en la T2 y 20 en la T3) y Los Cabos (20 en la T1). Este proyecto de automatización en el control de ingreso de pasajeros, se logró con la participación de la Secretaría de Gobernación, a través de INAMI, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, los grupos aeroportuarios ASUR y GAP, así como el AICM, bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo.

Los quioscos cuentan con tecnología biométrica para capturar huellas dactilares con el fin de verificar la identidad de los pasajeros y mejorar la seguridad nacional; funcionan en 7 idiomas (Inglés, Español, Francés, Alemán, Italiano, Japonés y Portugués) y son accesibles para personas con discapacidad.

Los 100 quioscos tendrán la capacidad de procesar, en forma segura, cerca de ocho millones de llegadas al año. El evento de inauguración y puesta en marcha de los quioscos se realizó el 3 de abril en el AICM, presidido por los Titulares de SECTUR y la SCT, así como con representantes de la SEGOB.



Respuesta al sismo del 7 de septiembre de 2017, del Municipio de San Francisco Ixhuatán y San Francisco del Mar, Oaxaca

Visitas de reconocimiento

Del 11 al 15 de septiembre de 2017, se realizaron las primeras visitas de trabajo a efecto de conocer los daños causados por el sismo y definir las acciones para atender la emergencia.

Del 14 de septiembre al 15 diciembre de 2017, se llevaron a cabo reuniones con representantes del gobierno federal, estatal y sector social, para evaluar los avances obtenidos en los siguientes temas:

- Conformación de tres grupos de trabajo compuestos por 15 funcionarios de la SECTUR, para coordinar y supervisar el programa general de trabajo.
- Reuniones de coordinación con los titulares de SEDATU, MARINA, SEDENA, SEMAR, BANSEFI, CFE, SEP, SSA, SEMARNAT, Consejo Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), PEMEX, Gobernador del Estado y Presidentes Municipales.
- Levantamiento del censo de viviendas afectadas, clasificación y reclasificación del daño en viviendas.
- Instalación de albergues y suministro de alimentos con apoyo de SEDENA, SEMAR y autoridades municipales;
- Demolición y retiro de escombros con apoyo de SINFRA, CMIC y FONATUR;
- Gestión para entrega de tarjetas BANSEFI; gestión para la recepción de apoyos por parte de los damnificados y coordinación con la Fundación PROVIVAH para la construcción de una casa muestra en cada municipio.
- El 15 de diciembre de 2017, se entregaron 2 casas muestra, a sus propietarios en ambos municipios.
- FONATUR desarrollo un Plan emergente de recuperación del espacio público para los Municipios de San Francisco IXHUATÁN y San Francisco del Mar en Oaxaca.
- Se promovió una campaña de donaciones para la reconstrucción productiva de hornos de totopos con fotografías de la fotografa oaxaqueña Blanca Charolet.



Resumen Estadístico

Total de Viviendas afectadas en ambos municipios:

Municipio	Total de viendas afectadas
San Francisco Ixhuatán	2,658
Daño Parcial	1,504
Daño Total	1,154
San Francisco del Mar	2,194
Daño Parcial	1,405
Daño Total	789
TOTAL	4.852

Fuente: SEDATU

Entrega de Tarjetas BANSEFI en ambos municipios al 20 de julio de 2017

Municipio	Registros	Entregadas
San Francisco Ixhuatán	2,644	2,611
Daño Parcial	1,494	1,474
Daño Total	1,150	1,137
San Francisco del Mar	2,178	2,165
Daño Parcial	1,389	1,381
Daño Total	789	784

Fuente: Dirección General BANSEFI.

Reconstrucción de Viviendas con Daño Total al 20 de julio de 2018

Municipio	M.I.A.	PROVIVAH	ARTIT/ Banorte	Auto Construcc.	gran Total
San Francisco Ixhuatán	101	1	4	1,048	1,154
San Francisco del Mar	0	1	50	738	789
TOTAL	101	2	54	1,786	1,943

Fuente: Autoridades Municipales.





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



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

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

En conjunto con BANCOMEXT, NAFIN, FIRA Y FND, se crearon 21 esquemas de financiamiento que fortalecen las capacidades de las empresas participantes en el programa Conéctate al Turismo y de las posibles relaciones comerciales que puedan surgir entre ellos.

Esquemas de financiamiento a través de Nacional Financiera (NAFIN).

Mejora tu Restaurante (Segmento RIF)	Capital de trabajo y activo fijo, incluye equipamiento y ampliación o remodelación de instalaciones hasta por \$500,000.00.
Mejora tu Restaurante (Segmento PYME)	Capital de trabajo y activo fijo, incluye equipamiento y ampliación o remodelación de instalaciones hasta por \$15'000,000.00.
Financiamiento a Proveedores	Capital de trabajo y activo fijo.
Factoraje	Factoraje.
Microempresas Turísticas	Capital de trabajo, Adquisición de activos fijos.
Mejora tu Restaurante (Segmento RIF)	Capital de trabajo y activo fijo, incluye equipamiento y ampliación o remodelación de instalaciones hasta por \$500,000.00.

Esquemas de financiamiento a través BANCOMEXT

Industria Restaurantera	Inversión en Activo Fijo y Adquisición de equipo, certificaciones, upgrade de Marca, ampliación y remodelación, reconversión y sustentabilidad, construcción de nuevos hoteles. Hasta por 60'000,000.00.
-------------------------	--

Esquemas de financiamiento a través BANCOMEXT

Food Service	Construcción, Ampliación y modernización de instalaciones, mobiliario y equipo, cámaras de refrigeración, equipamiento y transporte especializados, compra de materia prima y capital de trabajo, factoraje para la proveeduría de alimentos, arrendamiento de equipos y vehículos especializados.
Ecoturismo y actividades turísticas	Financiamiento para proyectos de actividades turísticas en localidades con población menor a 50,000 habitantes.
Factoraje	Es la operación desarrollada mediante la formalización de un contrato de cesión de derechos entre Intermediarios Financieros previamente autorizados y personas físicas o morales, donde la primera adquiere derechos de crédito vigentes de la segunda, emanados de su relación de negocios, venta de productos, proveeduría de bienes y/o servicios.
Financiamiento Rural	Programa de financiamiento a todos los proyectos de inversión no relacionados al sector agroalimentario que se realicen en localidades que no excedan 50 mil habitantes y que tengan necesidades de financiamiento por proyecto de inversión de hasta 30 millones de UDIS.
Desarrollo de Proveedores	El esquema de Desarrollo de Proveedores es un modelo asociativo que permite vincular a los productores agrícolas con los compradores, a través de contratos de venta que establecen las condiciones y los precios antes de la cosecha del cultivo/producto.
Industria del Hospedaje	Construcción de hoteles; ampliación y modernización de instalaciones, adquisición de mobiliario y equipo. Cámaras de refrigeración, equipamiento y transporte especializados, compra de materia prima y capital de trabajo, arrendamiento de equipos y vehículos especializados.

Esquemas de financiamiento a través BANCOMEXT	
Del Campo al Plato	Construcción, ampliación o mobiliario de instalaciones. Cámaras de refrigeración, mobiliario y equipo; equipo de transporte (incluyendo equipo de refrigerado), áreas de proceso y acondicionamiento; compra de materia prima, capital de trabajo, factoraje para la proveeduría de alimentos; factoraje de clientes.
Del Campo al Plato - Factoraje	Del Campo al Plato – Factoraje.
Crédito Orgullo Rural	Construcción, ampliación o modernización de instalaciones en hoteles y restaurantes, mobiliario y equipo (incluyendo especializado como tirolesas, juegos, albercas); equipo de transporte (incluyendo especializados como motos, lanchas, bicicletas); arrendamiento de equipos y vehículos especializados; compra de materia prima, capital de trabajo, factoraje de clientes.

Se llevaron a cabo talleres sobre fuentes de financiamiento e inversiones turísticas a MIPYMES en diversos estados de la República Mexicana.

Se integraron proyectos en el Catálogo de Proyectos de Inversión para la búsqueda de una coinversión entre particulares.



Esquemas de financiamiento a través BANCOMEXT	
Proveedores del Sector Turismo	Dirigido a proveedores que cuenten con contratos de compra-venta con un hotel o restaurante y con necesidad de capital de trabajo para hacer frente a las obligaciones de pago a los productores. Se requiere firma de convenio de colaboración entre FND y los hoteles o restaurantes.
PEQUETUR	Créditos a pequeños emprendedores que sus necesidades de financiamiento no excedan las 45 mil UDIS. Tasa preferencial para mujeres.
TURURAL	Créditos para necesidades de financiamiento superiores a 45 mil UDIS.
Eco-Hotel	Crédito para actividades desarrolladas en zonas forestales que contribuyan a la reducción de emisiones por degradación y deforestación, vinculadas al sector rural y turístico. Adicionalmente, se otorga la asistencia técnica y acompañamiento al proyecto de manera gratuita a fin de cumplir con los objetivos de sustentabilidad del proyecto, así como con una garantía líquida al productor.

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

Fomento a la Inversión Turística

Como parte de los servicios que brinda FONATUR para apoyar a MIPYMES, durante el periodo comprendido del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se realizaron 40 evaluaciones de proyectos turísticos en 20 entidades del país, como son: Baja California, Chiapas, Ciudad de México, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas, con la finalidad de orientar el desarrollo de proyectos exitosos, con una inversión susceptible de ser detonada de 772.7 millones de pesos.

El Registro Nacional de Turismo continúa recibiendo los trámites de los prestadores de servicios turísticos obligados a realizar su inscripción, por lo que, al 30 de junio de 2018, se cuenta con 26,933 prestadores de servicios turísticos inscritos.



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

Marco de Cooperación Internacional

Con el fin de continuar fortaleciendo las capacidades institucionales del sector turismo y actualizar el

marco jurídico de cooperación internacional turística de México, entre septiembre de 2017 y junio de 2018, se suscribieron los siguientes instrumentos jurídicos:

Memorándum de Entendimiento entre la Organización Mundial del Turismo y la Secretaría de Turismo de México para el Fortalecimiento Institucional en Materia de Información Estadística y Políticas Públicas de Turismo.

Memorándum de Entendimiento entre la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Turismo de Jamaica sobre Turismo Multi-Destino.

Memorándum de Entendimiento sobre Cooperación Turística entre la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Instituto Guatemalteco de Turismo de la República de Guatemala.

Programa Específico de Cooperación en materia turística para 2018 entre la Secretaría de Turismo de los Estados Unidos Mexicanos y el Ministerio de Turismo de la República del Ecuador sobre cooperación turística.

Con el fin de dar cumplimiento a los compromisos internacionales de México en materia de cooperación turística, se llevaron a cabo diversas reuniones y seminarios para el intercambio de experiencia y buenas prácticas en el sector, entre las que destacan:

Prestadores de servicios turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo	
Prestador de Servicios Turísticos	PST inscritos
Agencia de viajes	5,706
Agencia integradora de servicios	299
Alimentos y bebidas	7,003
Arrendadora de autos	261
Balneario y parque acuático	164
Campo de golf	45
Guardavida/salvavida	80
Guía de turistas	3,776
Hospedaje	7,909
Operadora de aventura/naturaleza	160
Operadora de buceo	69
Operadora de marina turística	43
Parque temático	71
Spa	164
Tiempos compartidos	102
Tour operador	355
Transportadora turística	721
Vuelo en globo aerostático	5
TOTAL	26,933

- Visita de trabajo del Ministro de Turismo de Argentina, Gustavo Santos, para reunirse con el Titular de SECTUR y los equipos técnicos para intercambiar experiencias y buenas prácticas sobre el Programa Pueblos Mágicos, el incremento de la conectividad aérea entre ambas naciones y las estadísticas turísticas.
- Reuniones virtuales con funcionarios del Ministerio de Turismo de Bolivia para la transferencia del Programa Pueblos Mágicos.
- Reunión con funcionarios japoneses para intercambiar experiencias en materia de construcción de casas para zonas populares.
- Visita de Delegación de Nicaragua para intercambiar experiencias en materia de promoción y mercadeo.

Con Estados Unidos, nuestro principal mercado, el Titular de SECTUR llevó a cabo diversas giras de trabajo, en estrecha coordinación con la Secretaría de Relaciones Exteriores y los gobiernos de los principales destinos turísticos de México, como parte de la estrategia de diálogo con autoridades estadounidenses para mejorar el lenguaje de las alertas de viaje por un sistema de recomendaciones más claro y focalizado, que refleje la condición de seguridad que existe en los destinos.

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

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 16.5 millones de pesos entre septiembre de 2017 y junio de 2018. Al respecto, destacan la conclusión del proyecto ejecutivo para la rehabilitación de la ciclista ecológica del CIP Ixtapa; el proyecto ejecutivo para la complementación y rehabilitación de la PTAR de Litibú; así como el inicio del proyecto ejecutivo de la ciclista de montaña del CIP Ixtapa; los proyectos ejecutivos para la rehabilitación y mantenimiento de pavimentos de diversas vialidades en los CIPs de Cancún, Ixtapa y Huatulco y el proyecto ejecutivo para el cierre del relleno sanitario en el CIP Huatulco.

Cancún y Cozumel

En Cancún se invirtieron 149.1 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 del parque público kilómetro cero, rehabilitación y reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales Pok-Ta-Pok, sustitución del sistema de desinfección a base de gas cloro por sistema a base de generador de hipoclorito de sodio en las plantas de tratamiento de aguas residuales de Pok-Ta-Pok, Gucumatz Antigua, Gucumatz Nueva y El Rey; así como los trabajos de rehabilitación y mantenimiento del pavimento del Boulevard Kukulcán (1a. etapa).

En la Marina Cozumel se invirtieron 11.8 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 rehabilitación y sustitución de transformadores tipo pedestal en la urbanización de la marina.

Ixtapa

En Ixtapa se invirtieron 99.5 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura, rehabilitación y reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales del campo de golf en el CIP Ixtapa, rehabilitación de vialidades mediante fresado y repavimentación del cuerpo izquierdo y retornos de Paseo las Garzas y Paseo el Palmar, trabajos de fresado y repavimentación del boulevard Paseo Playa Linda, sustitución del sistema de desinfección a base de gas cloro por sistema a base de generador de hipoclorito de sodio para la planta de tratamiento del campo de golf, la rehabilitación de la ciclista en el Paseo el Palmar y el boulevard Paseo Ixtapa y rehabilitación del colector sanitario en el boulevard Ixtapa.

En seguimiento a las estrategias del Plan Director de Desarrollo Urbano de Zihuatanejo Ixtapa 2015-2030 (PDDUZI), se dio por concluido el estudio en diciembre de 2017. Sin embargo, se mantiene la revisión de éste ante las autoridades municipales, ya que es indispensable que los usos de suelo y normativa aplicable a los terrenos de FONATUR queden plenamente establecidos en este instrumento.

Loreto y Los Cabos

En Los Cabos se invirtieron 58.5 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura, alumbrado público, la tercera etapa de la rehabilitación de red de drenaje sanitario en la zona turística, y electrificación del desarrollo de Lomas del Desierto Cerro del Vigía, en San José del Cabo; la rehabilitación de ciclopista en zona turística de San José del Cabo. En Loreto se invirtieron 21.6 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 del tanque de regulación de agua potable "Puerto Escondido", construcción de tanque semienterrado de 600 m3, líneas de interconexión entre tanques y reubicación de la subestación eléctrica para los tanques en el CIP Loreto.

Huatulco

Se invirtieron 155.5 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 del drenaje pluvial de los sectores "H" y "T"; así como ampliación

del canal "CH2", tercera etapa de la rehabilitación y reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales Chahué, rehabilitación y reequipamiento del parque público "Rufino Tamayo", sustitución del sistema de desinfección a base de gas cloro por sistema a base de generador de hipoclorito de sodio en las plantas de tratamiento de aguas residuales de Chahué, Tangolunda y Conejos; la rehabilitación de bacheo de pavimento asfáltico en calles y avenidas; por último, la construcción del emisor de aguas negras a presión Santa Cruz – emisor hospital naval y reforzamiento de la línea de agua potable del tanque "H3" al sector "V".

Playa Espíritu

Se invirtieron 50.7 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: conservación y mantenimiento de infraestructura de vialidades y áreas públicas, trabajos de rehabilitación y protección de banquetas con riego de sello, rehabilitación de drenaje sanitario en el frente 3-a, canalización telefónica en el frente 2-a y acceso al poblado de apoyo y cercado perimetral, seguimiento a programas ambientales, elaboración, revisión y evaluación de instrumentos de planeación, planes maestros y proyectos urbanos, entre otros.



Escalas Náuticas

Con la liberación de precios de gasolinas y diésel, a partir del 30 de noviembre del 2017, las estaciones de servicio pueden cobrar el precio que determinen las condiciones del mercado. Por tal motivo y con el propósito de contar con un marco normativo que regulara nuestra actuación, sometimos a nuestro órgano de gobierno nos autorizara un margen de ganancia de un 15% máximo sobre el costo de adquisición más el flete, con lo que en la 4ª Sesión Ordinaria de 2017, el Consejo de Administración aprobó el citado margen.

Posteriormente, dado que el mercado de combustibles reaccionó de manera extraordinaria y el precio se salió del margen previsto, FONATUR, a través de FONATUR Operadora Portuaria (FOP), solicitó un segundo acuerdo con el que FOP era libre de fijar el precio de combustibles y sólo se obligaba a mantener una tasa interna de retorno mínima del 12% sobre la inversión promedio en todo el sistema de estaciones de servicio. Dicho acuerdo fue aprobado el 19 de junio del año en curso.

Se invirtieron 393 mil pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destaca la primera etapa de la terminación de la escala náutica de Santa Rosalita, Baja California.

Riviera Nayarit

Se invirtieron 44.4 millones de pesos en distintas obras y acciones de mejoramiento, entre las que destacan: la rehabilitación y reequipamiento del módulo 1 de la planta desalinizadora; así como del módulo 1 de la planta de tratamiento de aguas residuales del PTI, el seguimiento al programa de protección de tortugas marinas, del estero y el análisis de calidad del agua de la planta desalinizadora para el PTI, así como conservación y mantenimiento de infraestructura, vialidades y áreas públicas del PTI.

Se concluyó el estudio de actualización en noviembre de 2017, iniciando las gestiones para lograr su oficialización ante las autoridades municipales de Bahía de Banderas en Nayarit, proceso que continúa durante el 2018, derivado del cambio de autoridades y creación del Instituto Municipal de Planeación (IMPLAN) en ese municipio.

A través de FONATUR Mantenimiento Turístico, se ejercieron 132.7 millones de pesos durante el periodo del 1º de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, para la conservación y mantenimiento de las áreas verdes, servicios públicos y vialidades de los destinos de FONATUR, con el objetivo de mejorar la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos del país.



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

Con el fin de continuar consolidando al turismo como generador de desarrollo nacional, incrementar las llegadas de visitantes internacionales a nuestro país y así promover la captación de inversiones en el sector, se llevó a cabo una estrategia orientada al fortalecimiento del sector, la diversificación de mercados, el fortalecimiento de la infraestructura y el posicionamiento de México como líder mundial en materia turística.

En el marco del Grupo de Trabajo 2 “Conectividad e Infraestructura” del Gabinete Turístico, en el periodo de reporte se concluyeron los siguientes proyectos:

- Mediante una inversión de 2,925.4 mdp, la SCT concluyó cuatro proyectos carreteros:
- Autopista Zitácuaro - Valle de Bravo, con una inversión de 997.1 mdp;
- Entronque Ameca – Tequila, por 309.2 mdp;
- Modernizar la carretera Uruapan - Zamora. Tramo Entronque Los Reyes, por 569.1 mdp, y
- Ampliar el Paseo de la República, de Juriquilla a la desviación a San Miguel de Allende, por 1,050.0 mdp.
- Se concluyó la modernización de los aeropuertos de Chetumal y del Bajío con una inversión de 160.0 y 78.0 mdp, respectivamente.

En el ámbito multilateral, se consolidó la presencia y participación de México en la Organización Mundial del Turismo (OMT) y los principales foros y organismos internacionales, asumiendo la presidencia y coordinación de sus respectivos grupos de trabajo en la materia, con el fin de posicionar la agenda de México en el sector y contribuir a delinear políticas enfocadas al desarrollo del turismo.

México entregó la Presidencia Pro-Témpore de la Organización Mundo Maya (OMM) a Guatemala en el marco del Tianguis Turístico 2018, celebrado en Mazatlán, Sinaloa. Como parte de las prioridades de México durante su Presidencia en el periodo 2016-2018, se estableció como parte de la gestión promover la facilitación de viajes y conectividad entre los países que conforman la región, así como la integración del sector privado. La ceremonia de traspaso estuvo encabezada por el C. Secretario de Turismo, Lic. Enrique de la Madrid, y Ministros y representantes de los demás países miembros –Guatemala, Belice, Honduras y El Salvador. Durante este encuentro también se llevó a cabo un panel ministerial para discutir los retos y oportunidades que presenta la oferta de un producto multidestino maya, con el fin de incrementar la competitividad y desarrollo de la región.

En cumplimiento de los compromisos multilaterales en materia turística, la Secretaría de Turismo participó en las 100ª y 101ª Sesiones del Comité de Turismo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) en París, Francia; la 22ª Reunión de la Asamblea General de la Organización Mundial del Turismo (OMT) celebrada en Chengdu, China, marco en el que también se llevaron a cabo las 106ª y 107ª Sesiones del Consejo Ejecutivo, la 108ª Sesión del Consejo Ejecutivo, celebrada en San Sebastián, España, así como la 63ª Reunión de la Comisión de la OMT para las Américas y el Seminario sobre Empoderamiento de las Mujeres en el Sector Turístico celebrados en Asunción, Paraguay; las reuniones del Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico; las 51ª y 52ª Reuniones del Grupo de Trabajo de Turismo del Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), celebradas en Penang, Malasia y Port Moresby, Papua Nueva Guinea, respectivamente, así como la 10ª Reunión Ministerial de Turismo.

A fin de continuar posicionando a México como un líder regional en materia turística y fomentar la cooperación de manera particular con América Latina, la Secretaría de Turismo presentó su candidatura para presidir la Comisión

Interamericana de Turismo (CITUR) de la Organización de Estados Americanos (OEA) para el periodo 2018-2021. La postulación de México fue bien recibida y fue aprobada en el marco del XXIV Congreso Interamericano de Ministros y Altas Autoridades de Turismo de la Organización, celebrado en Georgetown, Guyana, durante el mes de marzo. Esta plataforma representa un espacio de diálogo con los países de las Américas para impulsar la agenda internacional de México en la materia.

Destaca la participación de SECTUR en la 8ª Reunión de Ministros de Turismo de los países miembros del G20, celebrada en Buenos Aires, Argentina, que este año se enfocó en abordar temas de empleo y uso de tecnología en el sector. Así como en la Cumbre Global del Consejo de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) celebrada en Buenos Aires, Argentina, evento que reúne a los CEOs y empresarios turísticos más importantes del mundo para discutir el estado que guarda la industria y los retos y tendencias del turismo.

México participa activamente en la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde actualmente es miembro del Consejo Ejecutivo, órgano rector que propone la agenda de trabajo de la Organización, así como de los comités especializados de Programa y Presupuesto (CPP) y Turismo y Competitividad (CTC).

En el contexto del Año Internacional del Turismo Sustentable para el Desarrollo 2017, declarado por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Secretaría de Turismo participó activamente en la realización de tres importantes eventos sobre turismo sustentable: la Reunión de alto nivel sobre políticas turísticas para un crecimiento sostenible e inclusivo de la OCDE, celebrada en París, Francia; el panel de sustentabilidad en el marco de la 51ª Reunión del Grupo de Trabajo de Turismo de APEC; y el Foro de Turismo Sostenible de la Alianza del Pacífico, celebrado en Medellín, Colombia.

En cumplimiento de los Mandatos de la Cumbre de Cali y, siendo una de las prioridades del Grupo Técnico de Turismo de la Alianza del Pacífico, se realizó el Tercer Foro de la Alianza del Pacífico sobre Estadísticas de Turismo, en noviembre de 2017, en la ciudad de Lima, Perú, contando con la participación de expertos de los 4 países miembros.

De igual forma, el Cuarto Foro de la Alianza del Pacífico sobre Estadísticas de Turismo se llevó a cabo en Bogotá, Colombia, en julio de 2018.



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



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

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

La promoción de México como destino turístico se enfocó a generar una mayor derrama económica para el país, a través de dar a conocer la riqueza de experiencias únicas que el país ofrece e invitar al turista a seguir conociendo México.

Con ello se busca atraer a un turista con mayor poder de compra, que disfrute de un mayor número de atractivos de México, lo cual lleva a una estancia más prolongada en los destinos turísticos del país y en una mayor demanda de bienes y servicios turísticos de mayor valor.

Se mantuvo, por una parte, la realización de eventos de alto impacto, que han demostrado ser muy exitosos para llegar a grandes audiencias de consumidores en numerosos mercados. Sin estos eventos, hubiera sido muy costoso tener presencia de marca en un gran número de países.

México consolida el posicionamiento de sus eventos insignia

Eventos como la Fórmula 1, LUZIA de *Cirque Du Soleil*, el partido entre equipos de la NFL y el Desfile de Día de Muertos, han mostrado un México moderno y amigable, con una mezcla de atractivos que combinan la tradición con servicios de alta calidad y con la capacidad de llevar a cabo, con la mejor tecnología y organización, este tipo de eventos.

La estrategia comprende campañas publicitarias y de relaciones públicas, participación con elevados estándares de calidad e innovación tecnológica en ferias especializadas en turismo, viajes de familiarización y presencia de marca en eventos deportivos de clase mundial como el torneo de golf de la PGA, el Global Champion Tour de equitación y torneos de tenis como el Abierto Mexicano de Acapulco, Los Cabos y Monterrey.

La estrategia de mercadotecnia digital se ha consolidado como un instrumento total de la promoción turística de México y su utilización es parte fundamental de la comunicación hacia segmentos especializados de consumidores, que buscan los atractivos y experiencias que mejor se alinean a sus gustos y preferencias de viaje.

La promoción se realiza tanto en el mercado nacional, cuya importancia para la industria proviene de que el 83% de la demanda por bienes y servicios turísticos la genera el turismo doméstico; como en el mercado internacional, de acuerdo a una selección de los mercados más importantes, en concordancia con el grado de presencia actual y del potencial de crecimiento de los mismos.



Campaña Institucional Internacional

Con el objetivo de posicionar a México en el mercado internacional como destino turístico aspiracional, confiable, único y diverso, se lanzó la campaña institucional “México, A World Of Its Own”, el 25 de septiembre de 2017, en el marco del SKIFT GLOBAL FORUM ante más de 500 invitados de alto nivel, como Presidentes, CEOs y ejecutivos de las empresas más importantes de la industria, tales como: Delta Airlines, Aeroméxico, United Airlines, Lufthansa, Hilton WorldWide, Marriott International, Four Seasons, Royal Caribbean Cruises y US Travel Associations.

**CAMBIA EL CUARTO DE JUEGOS
POR UNO TAN GRANDE COMO TUS SUEÑOS**

ViajemosPorMexico.mx
Parque Nacional Cascada de Basaseachi, Chihuahua.

Consulta con tu asesor experto en viajes

México DEJA QUE MÉXICO VIAJE EN TI

VIAJEMOS
POR MÉXICO

Los objetivos de comunicación de la campaña internacional “México, A World Of Its Own”, se apoya en los cinco principios y la esencia de la Marca México, que son: un país acogedor y amigable; una alta calidad de servicio al consumidor, una conexión humana fuerte, la autenticidad y la diversidad.

La campaña se dirige a las siguientes audiencias y segmentos:

- *Baby boomers*
- Viajero Independiente (FIT)
- Familias
- *Millennials*

La campaña se aplica a cada uno de nuestros segmentos prioritarios, que son el Turismo de Reuniones; Sol y Playa; Romance; Turismo de Naturaleza y Aventura; Turismo Cultural; Turismo Deportivo; LGBT y Cruceros.

Se inició la campaña “México, A World Of Its Own”, impulsando la promoción de un producto turístico mega-diverso y diferenciado del set competitivo, no únicamente “sol y playa”, sino un producto altamente integral, holístico y atractivo para nuestros diferentes mercados.

La difusión de la campaña institucional del 1 de septiembre 2017 a junio de 2018, se realizó a través de medios tradicionales como televisión, radio, revistas, prensa y medios tradicionales con plataforma on-line, en los principales mercados internacionales como Norteamérica, Europa, Latinoamérica y Asia.

Norteamérica

En Estados Unidos inició la campaña “México, A World Of Its Own”, contando con presencia en medios tradicionales tales como televisión y revistas, así como medios tradicionales con plataforma on-line.

Para el mercado norteamericano, en el último cuatrimestre de 2017 y durante el primer semestre de 2018, se realizaron esfuerzos dirigidos a los agentes de viajes e industria de negocios buscando incrementar el retorno de la inversión, recordación y audiencia clave, proporcionándoles herramientas de venta para dar a conocer a México como un destino multifacético, mediante revistas especializadas y sus plataformas digitales.

A través de la plataforma Visit Mexico University se pretende capacitar al agente de viajes con información actualizada y relevante de México.

Para el segmento de reuniones se dio a conocer a México como un destino multifacético a través de revistas y plataformas digitales, siendo esta la principal fuente de comunicación para el sector. Estas revistas van dirigidas a los principales tomadores de decisiones corporativas.

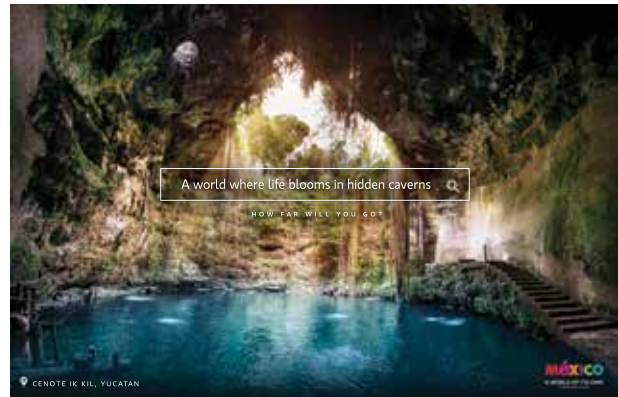
En junio de 2018 se dio inicio a la campaña institucional “México, A World Of Its Own” en el mercado de Estados Unidos, buscando impactar al consumidor mediante medios de gran alcance como es la televisión, en las principales plazas como son: Nueva York, Los Ángeles, Atlanta, Chicago, Dallas y Houston, así como revistas nacionales y sus plataformas digitales.

Destacando la mega-diversidad y cultura que ofrece México (entre ellos la tradición del Día de Muertos), el Consejo de Promoción Turística dirigió un mensaje al público en general, a través de televisión nacional e hispana, plataformas on-line e impresos, buscando incrementar nuestra audiencia clave.

Durante los meses de octubre y noviembre de 2017 se realizó una inversión de 16.5 millones de pesos para la campaña Institucional Día de Muertos, para difundir las diversas tradiciones de nuestro país que enmarcan esta gran festividad, así como para invitar a la gente a asistir al magno desfile de Día de Muertos que se realizó por segundo año consecutivo en la Ciudad de México.

Para esta campaña se realizó inversión en medios como: radio, prensa, exteriores, revistas, televisión y medios tradicionales con plataforma on line.

Como parte de la estrategia de comunicación internacional, se implementó la campaña táctica “Dear Country”, que forma parte de la campaña institucional “México, A World Of Its Own”.



La campaña Dear Country afianza el posicionamiento de México, como uno de los países más acogedores y amigables del mundo

En diciembre de 2017, la campaña “Dear Country” se difundió en 10 países (Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Brasil, Japón, China y Corea del Sur) a través de redes sociales y plataformas de video digital.

Al mes de junio de 2018, se han realizado y difundido cartas para cada uno de los principales mercados emisores internacionales.

Norteamérica:	Europa:
<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • Canadá 	<ul style="list-style-type: none"> • España • Alemania • Italia • Francia • Reino Unido • Finlandia • Polonia • Holanda • Rusia
Latinoamérica:	Asia-Pacífico
<ul style="list-style-type: none"> • Colombia • Brasil • Argentina • Chile • Perú 	<ul style="list-style-type: none"> • Corea • Japón • China • Australia • India

El objetivo de comunicación es hacer un reconocimiento e invitar a viajar a México, a cada uno de los mercados prioritarios. De forma personalizada, se dirige a cada mercado generando una conexión, que apela a la emoción, dando como resultado experiencias únicas que ofrecen los destinos de nuestro país.



Campaña emergente por los Sismos de S19

Durante el mes de noviembre se llevó cabo una campaña emergente de apoyo a los estados afectados por los sismos ocurridos en el mes de septiembre (Ciudad de México, Chiapas, Morelos, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala, Estado de México y Guerrero); para esta campaña se tuvo presencia en los medios masivos de comunicación: televisión, prensa y radio, por un monto de 180.8 millones de pesos.

Estrategia Integral “Viajemos todos por México USA”

Se desarrolló la estrategia integral “Viajemos todos por México USA”, con el objetivo de aprovechar el potencial de un mercado de más de 35 millones de americano-mexicanos que viven en Estados Unidos, con una relación directa o indirecta con México; se produjeron materiales audiovisuales que forman parte de la campaña, estructurada bajo el paraguas de la campaña institucional internacional “México, A World Of Its Own”.

La campaña se presentó en los principales mercados de EUA, donde se concentra la mayoría de nuestra audiencia, como en Los Ángeles, California, el 27 de febrero; en

Nueva York, el 19 de marzo; en Chicago, el 21 de marzo; en Dallas, el 11 de julio y en Houston, el 12 de julio, ante los principales líderes de opinión, líderes de las comunidades americano-mexicanas, representantes de la industria y medios de comunicación.

Europa

Para el mercado europeo durante el último cuatrimestre de 2017 se realizaron acciones promocionales de los segmentos: biodiversidad, naturaleza y aventura, logrando posicionar a México más allá de sol y playa, a través de medios impresos y sus respectivas plataformas on-line.

Se dio a conocer el producto “Mundo Maya”, impactando a nuestro público objetivo, mediante revistas y plataformas digitales en mercados tales como Francia, Reino Unido, Italia y Alemania.

Durante el primer semestre de 2018, se continuó impulsando la campaña “México, A World Of Its Own” en el mercado español, teniendo presencia en el periódico líder en economía de España en el marco de FITUR 2018. Asimismo, durante el mes de junio 2018, se continuó con presencia institucional en el mercado de Reino Unido, buscando atraer a los turistas ingleses a través de medios de gran impacto como son los exteriores y revistas especializadas al consumidor.

El Consejo de Promoción Turística de México dio continuidad a la campaña institucional dirigida a los agentes de viajes a través de la plataforma Visit Mexico University, la cual durante 2018 llegará a los principales países de Europa, Latinoamérica y Asia, tales como Francia, Italia, Alemania, Argentina, Chile, Perú, Colombia, Brasil y Japón, lo que nos permite mantener a la industria informada y actualizada, brindándoles capacitación constante hasta hacerlos especialistas de los diversos destinos que ofrece México.

Asia

Para el mercado asiático, en el último cuatrimestre de 2017, se implementaron campañas de publicidad institucional, aprovechando e impulsando la apertura de nuevas rutas aéreas a México, provenientes de China, Corea y Japón, cumpliendo así con el objetivo de diversificar el origen de los viajeros que llegan a México, campaña en Japón que dio apoyo al nuevo vuelo de All Nippon Airways, se ejecutó en revistas dirigidas al trade buscando que sean portavoces de la marca y de las aperturas de las nuevas rutas aéreas; así mismo y llegando al público en general, se buscaron diversos



medios exteriores de alto impacto, que nos permitieran impulsar esta nueva ruta, como son los digital screens en trenes, buses y el circuito de 4led sync en Shibuya.

En el mercado de Corea se impulsó la conectividad con Aeroméxico impactando a nuestro público objetivo con medios de gran alcance como son buses, screen doors en el metro, pantalla Gangman gatevision plus y cine en Seúl.

Para el mercado de China, se dio apoyo al vuelo de nuestro socio comercial China Southern Airlines, con presencia en Beijing y Guangzhou en medios exteriores permitiéndonos llegar a la mente del consumidor, como son los buses en sus principales rutas y pantallas en cine. En los mercados de China y Corea del Sur se implementaron una serie de programas de storytelling con 16 medios y 11 influencers.

Latinoamérica

Para el mercado de Latinoamérica de septiembre 2017 a junio 2018, la promoción se enfocó al segmento de reuniones y al público en general, dando a conocer la campaña “México, A World Of Its Own”, mostrando la diversidad con la que cuenta México, mediante medios impresos y exteriores dirigidos al público objetivo.

Eventos de alta visibilidad

Gran Premio Fórmula 1

El evento de Fórmula 1 “Gran Premio de México”, celebrado en el Autódromo Hermanos Rodríguez de la Ciudad de México durante el 27 al 29 de octubre de 2017,

contribuyó con un estimado de 8,400 millones de pesos en derrama a la economía de México, sustentó 8,700 empleos, que corresponden a una derrama de salarios total por los empleos creados de 1,700 millones de pesos.

Durante el evento se registró un aforo de 135,857 espectadores, dando un total de 337,043 asistentes en los tres días, siendo la segunda carrera en asistencia después del Gran Premio Británico.

Las ediciones 2015, 2016 y 2017 de Formula 1 “Gran Premio de México”, fueron reconocidas por parte de FIA y FOM con el premio “Mejor evento del Año”.

El Gran Premio de México 2017, generó un beneficio económico de 500 millones de dólares para México, dividido en los siguientes conceptos:

- 162.1 millones de dólares en impactos económicos del evento:
- 124.4 millones de dólares de impacto económico local directo por la carrera
- 37.7 millones de dólares de impacto económico local indirecto por la derrama agregada relacionada con la carrera.

337.5 millones de dólares en exposición mediática a nivel nacional e internacional, a precios comerciales.

Cirque du Soleil

El espectáculo LUZIA, del Cirque Du Soleil, inspirado en México, realizó 207 funciones del 14 de septiembre de 2017 al 25 de marzo del 2018, con un total de 364,636 asistentes.

El espectáculo fue presentado en las ciudades de Atlanta – Georgia (14 de septiembre), Los Ángeles – California (8 de diciembre) y Costa Mesa – California (21 de febrero 2018).

Del 12 de abril al 17 de junio del 2018, se programaron presentaciones en Washington D.C – USA, continuando el recorrido por el mundo los próximos años.

Una encuesta realizada por el Cirque du Soleil al término de cada función, revela que el 42% de los espectadores tienen la intención de viajar a nuestro país a corto plazo.

NFL en México

El fútbol americano es el deporte más popular en los Estados Unidos de América y la NFL (National Football League) es la liga internacional con mayor número de seguidores, pues cuenta con más de 185 millones de espectadores alrededor del mundo, los partidos que se transmiten en TV abierta y sistemas de TV de paga alcanzan a más de 200 países.

El 19 de noviembre de 2017, se llevó a cabo el partido de la NFL "Patriots de Nueva Inglaterra vs. Raiders de Los Ángeles", en el Estadio Azteca, de la Ciudad de México, con un aforo total de 77,357 asistentes.

El CPTM contó con presencia de la marca "México" en el estadio mediante 2 volumétricos, así como la instalación del Pabellón de México en una de las entradas principales, recibiendo a 7,000 visitantes que disfrutaron de sus atracciones.

Día de Muertos

En octubre y noviembre de 2017, se realizó la campaña Institucional "Día de Muertos", para difundir las diversas tradiciones de nuestro país que enmarcan esta gran festividad, así como para invitar a las personas a asistir al magno desfile de Día de Muertos, que se realizó por segundo año consecutivo en la Ciudad de México.

Para esta campaña se realizó inversión en medios como: radio, prensa, exteriores, revistas, televisión y medios tradicionales con plataforma en línea.

Como parte de la difusión del Día de Muertos en México, se realizó un viaje de familiarización con 9 medios de comunicación tradicionales, sociales e influencers de Europa, Norteamérica y Latinoamérica. La cobertura en medios fue de 104,843,015 impresiones, con un valor de USD\$153,018.00.





Eventos Deportivos

Campeonato Mundial de Slacklines 2017

Se contó con presencia de la marca "México" en el "Campeonato Mundial de Slacklines" que se llevó a cabo el 25 y 26 de noviembre en el centro de la ciudad de Campeche, contando con una asistencia aproximada de 5,000 personas durante los dos días del evento. El Slackline es un deporte que consiste en mantener el equilibrio sobre una cinta enganchada entre dos puntos fijos, haciendo diferentes saltos y trucos. En el evento compitieron 16 artistas/ atletas internacionales.

Wellness Fest 2017

En el evento "Wellness Fest" que se llevó a cabo el 2 y 3 de diciembre en Ixtapa-Zihuatanejo, Guerrero se promovió la marca "Mexico", y se contó con una asistencia de 1,000 personas durante los dos días del evento. Este festival reúne diversas disciplinas al aire libre en diferentes eventos: carrera/caminata de 5 kilómetros, experiencia de yoga al aire libre para principiantes o avanzados, conciertos con DJs y meditación guiada por un experto internacional.

Campeonato Mundial "F1 Champ Boat Series" 2017

En la final del Campeonato Mundial "F1 Champ Boat Series" que se llevó a cabo el 8 y 9 de diciembre en Manzanillo, Colima, también estuvo presente la marca "México". Se registró una ocupación hotelera del 77.27%, lo que representó un total de 7,617 turistas hospedados en hoteles del destino. En coordinación con CANIRAC Colima, el evento contó con la participación de 11 establecimientos de alimentos y bebidas. Asimismo, con el apoyo de la Secretaría de Fomento Económico del Gobierno del Estado, se instalaron 37 artesanos y comerciantes que, durante los tres días del evento, ofrecieron productos de la región.

Carrera Panamericana 2017

La Carrera Panamericana, en su trigésima edición del 13 al 19 de octubre 2017, en la que participan autos clásicos fabricados entre 1950 y 1980, inició en la Ciudad de Querétaro y terminó en la Ciudad de Durango, pasando por las ciudades de Puebla, Ciudad de México, Morelia, Guanajuato, San Luis Potosí y Zacatecas.

La carrera contó con 88 participantes provenientes de Europa, Estados Unidos, Canadá y México. Para su realización, la Secretaría de Turismo coordinó la participación de las Secretarías de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Defensa Nacional, Marina, la Administración General de Aduanas, así como los Gobiernos de los Estados participantes.

ATP Abierto Mexicano de Tenis Acapulco 2018

El Abierto Mexicano Tenis Acapulco se llevó a cabo del 26 de febrero al 3 de marzo del 2018, en Princess Mundo Imperial, en Acapulco, Guerrero, en el cual participaron 32 jugadores Singles ATP&WTA y 16 jugadores Dobles ATP& WTA, además de 5 jugadores del top 10.

Ante la presencia de 64,770 asistentes, se obtuvieron 141,802 visitas de página web, 2.1 millones de impresiones en Facebook, 4.0 millones de impresiones en Twitter, 1.8 millones de impresiones en Instagram y adicionalmente 35 cápsulas producidas en Youtube. Se llevó a cabo la transmisión en vivo de 25 partidos, obteniendo un retorno de inversión total Marca México de 23,628,435.71 pesos y finalizando con 54,565,483 impactos de Presencia Mediática Nacional Marca México.

Abierto GNP Seguros 2018

El Abierto GNP de Monterrey se llevó a cabo del 2 al 8 de abril del 2018 en las instalaciones del Estadio GNP, Clus Sonoma, Monterrey, Nuevo León. Con un cuadro principal de 32 jugadores en singles y 16 dobles y una bolsa de 226,750 USD. Se contó con la presencia de más de 35,000 asistentes, con una cobertura de 141 países.

Se obtuvieron 115,309 visitas en la página web con un alcance en redes sociales de 2,112,340 personas: El valor mediático del total de los torneos fue de 211,073,066 de pesos y el impacto publicitario de 830 millones de pesos. Se generaron más de 700 empleos y visitas de más de 250 extranjeros entre jugadores, jueces, entrenadores y cobertura de medios.

Longines Global Champions Tour México 2018

Se contó con presencia integral de la marca México en el evento denominado "Longines Global Champions Tour México" (LGCT México 2018), que se llevó a cabo en Campo Marte en la Ciudad de México, del 22 al 25 de marzo del 2018. El LGCT es una serie de torneos de salto de caballo, en donde 30 de los mejores jinetes del mundo de la FEI (Federación Internacional Ecuestre) Jumping

World Ranking compiten en 15 ciudades, 12 países y tres continentes durante diez meses.

En el evento participaron 54 jinetes de 22 países, con una afluencia de 34,000 asistentes en cuatro días de evento. Logrando una derrama económica directa de 4,177,866 USD y un retorno de inversión total de 23,319,207 USD. La cobertura mediática del evento consistió de 94 medios nacionales e internacionales y 297 reporteros en el sitio.

WGC-México Championship 2018

El WGC-México Championship se llevó a cabo del pasado 28 de febrero al 4 de marzo del 2018, en el club de Golf Chapultepec, Ciudad de México. En su segunda edición, más de 60 mil espectadores y mil millones de hogares en 227 países compartieron emociones en el mejor evento deportivo y social de nuestro país.

El impacto económico directo e indirecto del evento se calcula sobre más de 1,800 millones de pesos, distribuidos en gastos de operación, publicidad, consumo del evento, derrama publicitaria y demás.

El CPTM generó 70.3 millones de pesos en publicidad pagada, alcanzando 177.4 millones de impactos publicitarios. Por su participación en el WGC-México Championship 2018, el CPTM obtuvo un retorno en valor mediático por más de 823.6 millones de pesos, alcanzando más de 2,800 millones de impactos publicitarios, resultando en un total conocimiento de marca del 68 por ciento.

La Gastronomía Nacional como Herramienta de Promoción

El Festival Gastronómico Comali 2018 se llevó a cabo del 28 de abril al 1° de mayo y, dentro de estos cuatro días, lo mejor de la gastronomía mexicana se reunió en un solo lugar, más de cien restaurantes representaron a los 32 estados de la República Mexicana; más de 300 platillos, 400 etiquetas y bodegas de vinos nacionales, más de 50 mezcales, cervezas y tequilas, al igual que parrillas, asados, panaderías y reposterías.

Con la promoción del CPTM, el Festival tuvo una afluencia de más de 25 mil personas y un total de 2,473,177 impactos en medios de comunicación.

En el marco de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, se celebró el 16 de noviembre el Día Nacional de la Gastronomía Mexicana.



La gastronomía: Vehículo estratégico para la promoción turística

Se aprovechó la riqueza de la gastronomía mexicana como un vehículo estratégico de promoción que incrementa la competitividad y constituye un complemento del atractivo y la oferta de nuestros destinos turísticos, para lo cual, en 2017, se realizaron más de 700 eventos y acciones, de las cuales más de 250 fueron internacionales, impulsados por las dependencias involucradas en el Grupo 9 “Política de Fomento a la Gastronomía Nacional”, entidades federativas y la iniciativa privada.

Destacamos la participación por segundo año consecutivo del pabellón de México en la NRA SHOW de Chicago, que es la Feria de alimentos más importante del mundo, donde se mostró la riqueza gastronómica y atractivos turísticos de nuestro país, con la participación de la Ciudad de México, Guanajuato, Puebla, Querétaro y 20 productores que exhibieron y comercializaron sus productos. Cabe señalar que en la edición de 2017 se obtuvieron ingresos por 1.8 millones de dólares.

De la misma manera, del 16 al 19 de marzo se llevó a cabo el Festival de la Gastronomía Michoacana con una asistencia total de más 14,000 personas, una venta total para las cocineras de más 1,100,000 pesos y una venta para productores michoacanos de 445,500 pesos.

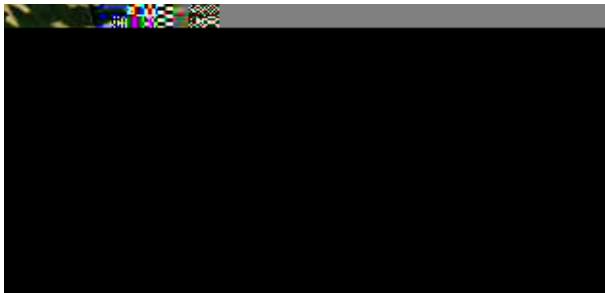
Del 23 al 25 de marzo en Tepoztlán, Morelos, se participó en el Tercer Encuentro de Cocineras Tradicionales, con una asistencia total de casi 6,000 personas, donde participaron 15 cocineras del estado de Morelos y de Jalisco como estado invitado, presentando 70 platillos, el cual fortalece, difunde y promueve la riqueza gastronómica del estado.

La octava edición del Festival Morelia en Boca, que se celebró del 18 al 20 de mayo, fue un espacio dedicado para reforzar eslabones de la gastronomía, promocionar a los mercados como un espacio para resguardar la cultura de cada platillo, donde se puede encontrar gran variedad de productos. Asimismo, se contó con la participación de cocineras tradicionales, chefs y productores.

El quinceavo Festival Francés Acapulco 2018 se coordinó del 7 al 11 de marzo, en la Ciudad de México y el Puerto de Acapulco, en el marco de una cooperación técnica, educativa y cultural entre ambos países. En primera instancia se recibió a una delegación francesa de

Dordoña-Perigord. En correspondencia, se llevó a cabo el Festival Franco-Mexicano en Dordoña, Francia, con la participación de una delegación mexicana que fueron recibidos por las autoridades de este Departamento, del 25 al 28 de abril.

Del 29 de mayo al 13 de junio del presente año, se celebró la Cumbre Internacional de la Gastronomía Guanajuato 2018, para fortalecer el turismo, difundir la herencia y expresiones de la cocina guanajuatense, donde participan 12 destinos del estado, 12 países invitados y 15 entidades federativas. En el marco de la Cumbre se realizó el Sexto Encuentro de Cocina Tradicional de Guanajuato, con la participación de cocineras tradicionales nacionales e internacionales. En coordinación con el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana, se firmó la declaratoria a la gastronomía como Patrimonio Intangible del estado de Guanajuato, para salvaguardar la cocina tradicional del estado y para preservar las recetas tradicionales de las diferentes regiones y aprovechar la cadena de valor gastronómica local.



Se llevó a cabo el 13 y 14 de junio la segunda edición de “Nación de Vinos”, el evento sobre vino mexicano más importante del país, participando 85 bodegas de 10 estados productores.

Para trabajar en el rescate y salvaguarda de la cocina mexicana, en coordinación con el Conservatorio de la Cultura Gastronómica Nacional, del 22 al 25 de febrero, en Acapulco, Guerrero, se celebró la Séptima Reunión Nacional de Información sobre la cocina tradicional como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, para la elaboración del informe anual que requiere la UNESCO, participando los delegados del Conservatorio del país.

En coordinación con Nacional Financiera, 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. Al 30 de junio de 2018, se han colocado 1,235 millones de pesos con 768 créditos otorgados.

Se llevó a cabo la primera Convocatoria del Distintivo “Ven a Comer”, con objeto de identificar y reconocer a cocineros, establecimientos de alimentos y bebidas, emprendedores y productores, que resaltan el valor de la cocina mexicana, no sólo como patrimonio cultural, sino además como referente de calidad e innovación. En esta primera convocatoria se reconocieron a 4 ganadores de los estados de Chiapas, Morelos, Oaxaca y Tlaxcala; así como 48 postulaciones de los estados de: Baja California, Baja California Sur, Chiapas, Chihuahua, Durango, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas, Tlaxcala y Yucatán.

“Para impulsar el Financiamiento para el Turismo Rural, por medio de los Créditos “Orgullo Rural” y “Del Campo al Plato” de FIRA, a través de intermediarios financieros, se han entregado financiamientos entre ambas modalidades al 30 de junio de 2018 por \$1.647 millones de pesos equivalentes a 137 empresas apoyadas a nivel nacional.”

En el marco de la IV Feria Nacional de Pueblos Mágicos, celebrada en Monterrey, Nuevo León, se entregó por primera vez el Distintivo “Ven a Comer”, máxima distinción a la cocina mexicana.

Con el objeto de sumar los esfuerzos y recursos con que cuentan los estados y las dependencias federales y que todas las acciones que se lleven a cabo en materia de gastronomía estén alineadas a la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, para generar mayor impacto a nivel nacional e internacional, se están constituyendo en cada estado los Grupos de Trabajo con la réplica del

esquema de operación del grupo 9 del Gabinete Turístico, teniendo ya conformados: Michoacán, Veracruz, Tlaxcala, Puebla, San Luis Potosí, Quintana Roo, Colima, Oaxaca, Jalisco, Guanajuato y Coahuila, en orden cronológico.

En el marco del Grupo de Trabajo 9 se presentó la iniciativa articulando esfuerzos con el sector privado y social para contar con la infraestructura necesaria, y así fomentar la certificación de las Denominaciones de Origen que dan mayor valor, certidumbre y protección a los productos únicos de México. El pasado 19 de junio, durante el “Lanzamiento de Nuevas Certificaciones de Denominación de Origen”, por primera vez se entregaron certificaciones a productores de: Chile Habanero, de la Península de Yucatán; Mango Ataulfo, del Soconusco; Vainilla, de Papantla; y Sotol y Charanda, de Michoacán. Se está por contar con la estructura para certificar el Café de Veracruz y de Chiapas y se trabaja para tener lo correspondiente para el Arroz de Morelos.

Del 7 al 9 de diciembre de 2017, se participó en la segunda edición del evento agroalimentario más importante de América Latina, “México Alimentaria”, promocionando la gastronomía tradicional y contemporánea, así como la marca Ven a Comer, dicho evento 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, para sustituir las importaciones con productos nacionales, contribuyendo al fortalecimiento de la cadena de valor de la oferta gastronómica.

Desarrollo de encuentros de negocios para promover la gastronomía mexicana

Se apoyó al Conservatorio de la Cultura Gastronómica Mexicana en la realización del Quinto Foro Mundial de la Gastronomía Mexicana, que se celebró del 5 al 8 de octubre en el Centro Nacional de las Artes, el cual se desarrolló con la temática de la Cocina Mexicana en Norteamérica, con la participación de México, Estados Unidos y Canadá. Se contó con la presencia de 43 empresas, provenientes de diferentes estados de la República, las cuales ofrecieron una amplia variedad de productos nacionales e innovadores, teniendo como resultado 280 encuentros de negocios. Participaron 99 cocineras tradicionales de 10 estados y 50 especialistas en gastronomía y alimentación, tanto de nuestro país, como de Estados Unidos y Canadá. La asistencia al Foro fue superior a 17000 personas.

Como parte de la estrategia para impulsar la gastronomía mexicana a nivel internacional, las oficinas del CPTM en el exterior realizaron 27 muestras gastronómicas, donde destacan:

2017

- Chicago Gourmet, del 23 al 24 de septiembre, muestra gastronómica más importante de Chicago, en donde participaron 6 chefs de Guadalajara y Yucatán, promoviendo la gastronomía gourmet de estos destinos.
- En la feria internacional Salon Tourisme Voyages-SITV, una de las más importantes de Canadá, que se llevó a cabo del 20 al 22 de octubre en Montreal, se realizó la muestra Gastronómica “Los Sabores de Mérida”, en coordinación con el destino de Yucatán y la participación de reconocidos chefs de la región.
- En Brasil, del 9 de octubre al 19 de diciembre, se desarrolló una acción promocional con el apoyo de restauranteros mexicanos y brasileños, así como Aeroméxico, principalmente en la ciudad de Sao Paulo, el II Tacos Tuesday Brasil, con la cual se incentivó a los consumidores brasileños para conocer más de nuestra gastronomía.
- Muestra gastronómica en Atlanta, el 15 de noviembre, con la participación de la chef Pati Jinich, en donde se promovió en especial el destino de Mérida.
- “Taste a Destination: Morelia” fue una fusión entre seminario y muestra gastronómica, que se realizó en Chicago el 8 de noviembre, en donde un chef mexicano mostró la preparación de platillos de la región, a la vez que se instruyó en las bondades turísticas del destino.
- Con la participación de 43 restaurantes de Madrid y Barcelona, se realizó la II Mexican Restaurant Week, del 3 al 12 de noviembre, en coordinación con el socio Atrápalo. A través del portal del socio se estimuló la venta de viajes a México, alcanzándose los 200 mil usuarios.

2018

- El 20 de febrero se realizó la muestra gastronómica en Bogotá, Colombia, con el chef Alan Sánchez del restaurant del Museo del Barroco de Puebla, presentando la gastronomía poblana gourmet ante personalidades de la industria turística de Bogotá.

- En la ciudad de Quebec, el 15 de marzo se realizó el evento gastronómico “Puebla la Gourmande”, con invitados VIP y la presencia del chef del Museo del Barroco de Puebla, en donde se promocionó a Puebla como destino cultural por excelencia, con una gastronomía a nivel internacional.
- Sugar Land Food and Wine Affair 2018, es el evento gastronómico por excelencia, celebrado en Houston entre el 5 y 6 de abril. Se participó en 2 eventos gastronómicos: “Bar Fight” y “The Grand Tasting”, en donde se promovió a México a través de su gastronomía, con la participación de chefs de Los Cabos, Playa del Carmen, Ciudad de México y Mérida.
- Taco Libre en Dallas y en Austin, el 28 de abril y 12 de mayo, respectivamente, reunió a las mejores taquerías con un toque de lucha libre y música. Este evento promovió la cultura y gastronomía mexicanas, ante más de 8 mil asistentes a los eventos.
- Con el propósito de promover la gastronomía mexicana asociada con la prestigiosa institución académica en gastronomía Le Cordon Bleu, se realizó el “Atelier de Gastronomía Mexicana en Le Cordon Bleu” el 24 de mayo en París, Francia, dirigido por un chef mexicano y un chef francés.
- En Seúl, Corea, se llevaron a cabo eventos gastronómicos en la cadena de restaurantes mexicanos On The Border, con el apoyo de Palace Resort, Tequila Cuervo y Corona, con un impacto de alrededor de 15 mil personas.
- El reconocido chef mexicano Enrique Olvera realizó una colaboración con el hotel Mandarin Oriental de Tokio, del 15 al 18 de mayo, creando un menú exclusivo de comida mexicana. Se contó con la asistencia de medios especializados, además de los comensales incentivados para viajar a México.
- Se participó en el Wine & Food Week los días 8 y 9 de junio, festival gastronómico que reúne a chefs de todo el mundo y expertos en vino, en The Woodlands, Texas. Dos fueron los eventos en que México promovió la gastronomía mexicana: “Sip, Suds & Tacos” y “The Wine Rendezvous Grand Tasting”, con chefs de Los Cabos y Guadalajara y la asistencia de más de 3 mil personas.
- “México en tus Sentidos” es el evento gastronómico top de las agencias de lujo en España, que se llevó a cabo el 21 de junio, en donde se degustaron platillos mexicanos con maridaje de tequila, promoviendo la gastronomía nacional en el segmento de lujo.
- El Festival Turístico Gastronómico ¡Qué Gusto!, en su cuarta edición, del 9 al 17 de junio, en el cual participaron restaurantes franceses y mexicanos ubicados en París,

posicionando a México como el mejor destino turístico cultural y gastronómico. Asistieron 33 medios y se generaron 45 artículos y varias entrevistas, además de las publicaciones en redes sociales.

- El Wine & Spirits Festival 2018, que se llevó a cabo el 22 de junio en Toronto, reúne una gran cantidad de consumidores interesados en viajes gastronómicos y de playa, incrementando el interés por México entre los canadienses.
- “Una Probadita de México” del 11 al 18 de junio, fue la promoción de México durante el Mundial de Fútbol en Rusia 2018, donde la gastronomía mexicana estuvo presente, además de la promoción de los destinos turísticos de nuestro país. Se realizaron 3 cenas en los restaurantes de más alto perfil de Moscú (White Rabbit, Chicha y Takeria), con la presentación de chefs mexicanos y una comida de gala en el Pabellón de México.

Ferias y eventos internacionales

En el periodo del 1° de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, México tuvo participación en 24 ferias internacionales que ofrecen la mejor plataforma para la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos de nuestro país. Con una inversión de 192.28 millones de pesos y 698 expositores, se dio continuidad a fortalecer la presencia de México como un gran destino turístico en las ferias de los principales mercados emisores de turistas a nuestro país, como Estados Unidos de América, Canadá, Reino Unido, Argentina, Colombia, Brasil, España, Alemania, Francia, Chile, Italia, Japón, China y Corea del Sur; e incursionando en nuevos mercados de alto potencial, como Emiratos Árabes Unidos, Finlandia y Polonia.

Pabellón de México

El diseño del pabellón de México dio continuidad a la estrategia de participación implementada para incrementar el número de impactos y llegar a la totalidad de los visitantes, aplicando un concepto integral de comunicación que presenta a un México moderno, novedoso y a la vanguardia tecnológica a través de las siguientes aplicaciones interactivas:

- Aplicación turística con tecnología VR (realidad virtual) para dispositivos móviles que funciona con lentes tipo Google.
- “Cardboard”. Aplicación preparada con Tecnología 3D que muestra la belleza de México y sus principales destinos, a través de un recorrido virtual, descargable en dispositivos móviles e instalada en un visor de realidad virtual que el usuario puede



llevarse como regalo y que podrá seguir utilizando para conocer más del país.

- Tabletas táctiles para la ubicación de expositores, así como para la presentación de la campaña “Un Mundo en sí Mismo”.
- Aplicación HTC. Aplicaciones basadas en juegos interactivos, utilizando tecnología HTC, actividad relacionada con la cultura de México.
- ATouch iPoint, con interfaz gráfica temática al evento. El usuario puede navegar fácilmente y conocer la ubicación de los expositores (plano del pabellón 3D), así como tener acceso a la información de cada uno de ellos.
- Mapa de la República Mexicana con una tableta, donde por medio de Realidad Aumentada el usuario podrá ver objetos 3D relacionados a cada uno de los estados.

Se realizó la promoción y comercialización de los productos turísticos del país en las siguientes ferias turísticas:

1. *Tourism Expo Japan (JATA)*. Se llevó a cabo del 21 al 24 de septiembre de 2017, en Tokio, Japón; principal emisor de turistas a México del Continente Asiático. El Pabellón de México contó con 72 m² y 14 expositores de la industria turística mexicana, entre ellos estados

como Guanajuato, Jalisco, Puebla y Yucatán, los destinos Cancún, Ciudad de México y Tulum, así como hoteles, mismos que contactaron con compradores especializados, dando continuidad al fortalecimiento de la promoción en el mercado japonés.

2. *International French Travel Market (TOP RESA)*. Realizada del 26 al 29 de septiembre de 2017, en París, Francia. México participó con un pabellón de 70 m², que incluyó a 23 representantes de la industria turística nacional, entre ellos los estados de Campeche, Chihuahua, Guanajuato y Puebla, así como el destino Puerto Vallarta, tour operadores, agencias de viajes, hoteles y Aeroméxico, a los que se les brindó la oportunidad de concertar citas de negocio con compradores especializados que participaron en esta feria, la cual proporciona una oferta múltiple de público objetivo al conjuntar a los sectores turísticos de ocio (leisure), negocios y MICE; tanto de Francia como de todo el mundo.
3. *Expo Internacional de Turismo (ABAV)*. Se realizó del 27 al 29 de septiembre de 2017, en Sao Paulo, Brasil. En un pabellón de 100 m², participaron 28 expositores, entre ellos Los Cabos, Cancún, Cozumel y Riviera Maya, que promovieron a nuestro país entre los 29,000 profesionales del sector que asistieron a la feria.

4. IMEX AMÉRICA. Se llevó a cabo del 10 al 12 de octubre de 2017, en Las Vegas, E.U.A. El pabellón de México se instaló en 280 m2, contando con la participación de 58 expositores de la industria turística mexicana, entre ellos los estados de Querétaro, Jalisco, Ciudad de México y Zacatecas, destinos como: Cancún, Cozumel, Los Cabos, Guadalajara, Monterrey, Puebla, Riviera Maya, así como tour operadores, agencias receptoras y hoteles, Centros de Convenciones y Aeroméxico, que realizaron la promoción y comercialización de la oferta de nuestro país en esta feria especializada en Incentivos, Congresos y Convenciones, que reúne a los compradores más calificados de América del Norte y del mundo de este segmento.
5. TTG Encuentros. Realizada del 12 al 14 de octubre de 2017, en Rímíni, Italia. México participó en esta feria, la más importante del sector turístico en Italia, con un pabellón de 48 m2, e integró a 13 expositores, entre los que destacan Puebla, tour operadores, cadenas hoteleras y Aeroméxico, brindándoles la oportunidad de contactar a compradores internacionales y promover los destinos turísticos de nuestro país en el mercado europeo, coadyuvando a fortalecer el posicionamiento de México como un gran destino turístico.
6. *World Travel Show (WTS)*. Se llevó a cabo del 20 al 22 de octubre de 2017, en Nadarzyn, Polonia. Con gran éxito, México fue el "País Invitado", teniendo una importante presencia en esta feria internacional, una de las más relevantes del sector turístico para Europa. Con un pabellón de 100 m2 y la participación de 9 expositores de la industria turística mexicana, entre ellos, los estados de Chiapas y Michoacán, destinos como Los Cabos, Puerto Vallarta, tour operadores, hoteles y Aeroméxico, se realizó por primera vez la promoción de México en este nuevo mercado.
7. Salón Internacional de Turismo y Viajes (SITV). Realizada del 20 al 22 de octubre de 2017, en Montreal, Canadá. El Pabellón de México se instaló en 60 m2 y contó con la participación de 16 expositores, como los estados de Puebla y Yucatán, destinos como Acapulco, Puerto Vallarta, Los Cabos, Ixtapa-Zihuatanejo, San Miguel de Allende y Colima, así como Hoteles, Tour Operadores y Aeroméxico, que mostraron la oferta turística de nuestro país a los viajeros que se dan cita para informarse sobre las ofertas de viaje durante el invierno, así como para fortalecer la promoción de México ante más de 35,000 personas que visitan esta feria.



8. Feria Internacional de Turismo de América Latina (FIT). Se realizó del 28 al 31 de octubre de 2017, en Buenos Aires, Argentina. El pabellón de México se instaló en 98 m², que albergó a 27 expositores, entre los que destacan estados como Guanajuato, Jalisco y Yucatán, destinos como Cozumel, Riviera Maya y Riviera Nayarit, así como Tour Operadores, Hoteles y Aeroméxico, que realizaron la promoción y comercialización de los productos y servicios turísticos de nuestro país ante compradores de América del Sur y público en general de toda Argentina, dando continuidad a fortalecer nuestra presencia en el mercado sudamericano.
9. *World Travel Market (WTM)*. Se llevó a cabo del 6 al 8 de noviembre del 2017, en Londres, Inglaterra. El Pabellón de México se instaló en una superficie de 420 m² y contó con la participación de 79 expositores de la industria turística mexicana, quienes tuvieron la oportunidad de concertar reuniones de trabajo con compradores especializados, para promover y comercializar los servicios turísticos de nuestro país en esta la feria, la más importante del Reino Unido y una de las más relevantes a nivel mundial. Participaron los estados de Chihuahua, Guanajuato, Puebla, Yucatán y Zacatecas; destinos como: Cozumel, Cancún, Riviera Maya, Tulum, Los Cabos, Riviera Nayarit, Ciudad de México y Puerto Morelos, además de tour operadores, agencias receptoras, cadenas hoteleras y Aeroméxico.
10. *Incentives Business Travel and Meetings (IBTM WORLD)*. Se realizó del 28 al 30 de noviembre del 2017, en Barcelona, España. Feria que se ha posicionado como el evento líder a nivel mundial en el sector de conferencias, viajes de negocios, incentivos, congresos y eventos, reúne a más de 15,000 profesionales de la industria. El Pabellón de México contó con 70 m² y albergó a 20 expositores, entre los que destacan Cancún, Riviera Maya, Monterrey y León, Tour Operadores, Agencias Receptoras, Hoteles, Centros de Convenciones y Aeroméxico, mismos que tuvieron la oportunidad de sostener encuentros de negocios con compradores profesionales especializados, contribuyendo a fortalecer nuestra presencia en el mercado europeo y a la promoción de México como un destino con una gran diversidad para el turismo de congresos y convenciones.
11. *International Luxury Travel Market (ILTM)*. Se llevó a cabo del 4 al 7 de diciembre de 2017, en Cannes, Francia. Con el objetivo de fortalecer la presencia de México en el segmento de lujo ante la industria internacional y presentar nuestra oferta en este segmento, participamos con un pabellón de 45 m², contando con la participación de 8 expositores, entre ellos, Los Cabos, hoteles, así como Tour Operadores y Agencias Receptoras, quienes realizaron contacto de negocios con compradores especializados para comercializar los servicios premium de México.
12. Feria Internacional de Turismo (FITUR). Realizada del 17 al 21 de enero de 2018, en Madrid, España. Con el objeto de fortalecer y consolidar la presencia de México en el mercado europeo, se dio continuidad a la participación en la edición 38 de la FITUR 2018, una de las ferias más importantes a nivel mundial. El pabellón de México se instaló en 1,045 m², con la participación de 101 expositores de la industria turística nacional, entre ellos los estados de Baja California, Campeche, Chiapas, Chihuahua, Durango, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Querétaro, San Luis Potosí, Veracruz, Yucatán y Zacatecas; y destinos como Acapulco, Cancún, Ciudad de México, Guadalajara, Huatulco, Ixtapa-Zihuatanejo, Puerto Morelos, Puerto Vallarta, Riviera Maya y Riviera Nayarit, así como Cadenas Hoteleras, Tour Operadores, Agencias de Viajes, Líneas Aéreas y Asociaciones. En el marco de la feria, México fue galardonado con el “Premio Aire Libre” como mejor Producto Activo Internacional, también se realizó el lanzamiento de la campaña “Querida España” y la presentación del “Programa Paraísos Indígenas” y “Mundo Maya”, ante agencias de viajes de lujo y los medios especializados más importantes de España.
13. *Nordic Travel Fair (MATKA)*. Se llevó a cabo del 17 al 21 de enero de 2018, en Helsinki, Finlandia. Es el mayor evento de la industria de viajes en el norte de Europa y la región del Báltico. Atrae tanto al finlandés, como a profesionales del comercio internacional de viajeros, agencias de viajes y operadores turísticos y al público en general interesado en viajar. La presencia de México se ubicó en un pabellón de 36 m², con la participación de 10 expositores de la industria turística nacional, entre los que destacan destinos como Puerto Vallarta y Riviera Nayarit, además de Tour Operadores, Hoteles y Aeroméxico, que dieron continuidad al desarrollo de contactos con operadores de la región, coadyuvando a posicionar a México como un destino diverso e incrementar el número de visitantes de esa región.

14. The New York Times Travel Show. Tuvo verificativo del 26 al 28 de enero de 2018, en Nueva York, E.U.A. El papel de México como principal destino internacional para los Estados Unidos, hace fundamental la participación en esta feria de viajes, la más grande de Nueva York, dirigida tanto a compradores especializados como al consumidor. El Pabellón de México se instaló en 54 m2 y contó con la participación de 20 expositores, entre ellos los estados de Baja California Sur, Puebla y Yucatán; y destinos como Los Cabos y Puerto Vallarta, así como Hoteles, Tour Operadores y Aeroméxico, que tuvieron la oportunidad de reunirse y hacer negocios con líderes clave de la industria turística, así como también con los consumidores de los mercados más exclusivos. En el marco de la feria, los organizadores entregaron un reconocimiento a México por ser un leal expositor durante 15 años.
15. Vitrina Turística ANATO. Realizada del 21 al 23 de febrero del 2018, en Bogotá, Colombia. Es la feria más importante de ese país, 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. El pabellón de México se instaló en 432 m2 y contó con la participación de 70 expositores de la industria turística mexicana, entre los que destacan los estados de Baja California, Durango, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Yucatán y Zacatecas; y destinos como Ciudad de México, Acapulco, Cancún, Guadalajara, Ixtapa-Zihuatanejo, León, Los Cabos, Monterrey, Puerto Vallarta, Riviera Maya y Riviera Nayarit, así como Cadenas Hoteleras, Tour Operadores, Agencias de Viajes y Líneas Aéreas, que promovieron y comercializaron la oferta de nuestro país a través de encuentros de negocios con empresas mayoristas de ese país.
16. Guangzhou International Travel Fair (GITF). Se llevó a cabo del 1 al 3 de marzo de 2018, en Guangzhou, China. GITF es la feria más antigua de viajes en China continental, congrega a más de 31,000 compradores y expositores de 16 países, cuenta con la asistencia de agencias clave del sur de China y operadores de alto poder adquisitivo. El Pabellón de México se instaló en 30 m2 con la participación de 8 expositores, entre los que destacan el estado de Puebla, tour operadores y Aeroméxico. La presencia de México en la feria resultó relevante para fortalecer la promoción, toda vez que a partir de 2017 se cuenta con un nuevo vuelo a México de la empresa china Southern Airlines, por lo que es necesario tener una mayor presencia de los productos y servicios turísticos que México ofrece para atraer al mercado asiático.
17. Seatrade Cruise Global. Se realizó del 5 al 8 de marzo de 2018, en Fort Lauderdale, E.U.A. El arribo de cruceros a México es estratégico en la mezcla de ingresos de divisas a nuestro país, es por lo que año con año participamos activamente en la feria Seatrade Cruise Global, la más importante de la industria de cruceros. El pabellón de México contó con 111.48 m2 y la presencia de 12 expositores, entre ellos los estados de Campeche, Jalisco, Sinaloa y Yucatán; y el destino Acapulco, Administradoras Portuarias Integrales (APIs) de Acapulco, Baja California Sur, Quintana Roo y Sonora, así como tour operadores y Aeroméxico, que realizaron la promoción y comercialización de los destinos turísticos y de los puertos mexicanos receptores de cruceros.
18. ITB Berlín. Se llevó a cabo del 7 al 11 de marzo del 2018, en Berlín, Alemania. Es una de las ferias internacionales más importantes del sector turístico a nivel mundial. La participación de nuestro país en esta feria resultó relevante para dar continuidad al fortalecimiento y posicionamiento de México como un gran destino turístico. Con un pabellón de 402 m2 y la presencia de 71 expositores, entre los que destacan los estados de Campeche, Chiapas, Chihuahua, Baja California Sur, Guanajuato, Puebla, Yucatán y Veracruz; y destinos como Ciudad de México, Cozumel, Puerto Morelos, Puerto Vallarta y Riviera Maya, así como Hoteles, Tour Operadores, Agencias, Líneas Aéreas, a través de los cuales se promovieron los atractivos turísticos de México ante compradores internacionales de este importante mercado alemán.
19. World Travel Market Latín América en Sao Paulo, Brasil, del 3 al 5 de abril del 2018. Es una de las principales ferias del sector de viajes de América Latina. México tuvo presencia con un Pabellón de 100 m2 y la participación de 21 expositores de la industria turística mexicana, entre ellos destinos como Los Cabos y Puerto Vallarta, así como Hoteles, Tour Operadores y Aeroméxico, que realizaron la promoción de nuestro país en América del Sur.
20. China Outbound Travel and Tourism Market (COTTM), realizada en Beijing, China, del 16 al 18 de abril del 2018. Cuenta con la asistencia de personas clave de la industria turística de China, por lo que resultó un excelente foro para que los expositores mexicanos establecieran relaciones y contactos comerciales. El Pabellón de México se instaló en 36m2 con la participación de 8 expositores

conformados por Tour Operadores, hoteles y Aeroméxico, que tuvieron la oportunidad de promover y comercializar sus productos y servicios turísticos en este importante mercado asiático.

21. Arabian Travel Market (ATM) es uno de los eventos más importantes del calendario de la industria turística de Oriente Medio. Se llevó a cabo del 22 al 25 de abril de 2018, en Dubái, Emiratos Árabes Unidos. La participación de México se presentó en un Pabellón de 52 m² y 9 expositores de la industria turística, como Ciudad de México, Cozumel - Riviera Maya, Puebla, tour operadores y Aeroméxico, con el objeto de acercar el producto mexicano a la industria turística de los países árabes y coadyuvar a posicionar a México como un atractivo turístico en nuevos mercados.
22. IMEX Frankfurt. Se llevó a cabo en la ciudad de Frankfurt, Alemania, del 15 al 17 de mayo. Es una de las ferias especializada en el segmento de Turismo de Negocios (MICE) más relevantes del mundo, al contar con más de 3,500 expositores de 150 países y 3,942 Hosted Buyers de 86 países. La participación de México fue relevante, toda vez que Alemania es el octavo país emisor de turistas a nuestro país. El Pabellón de México se instaló en 200 m² y albergó a 39 expositores de la industria turística nacional, entre los que destacan: Ciudad de México, Cozumel, Guadalajara, Los Cabos, Monterrey, Puebla, Puerto Vallarta, Riviera Maya y Yucatán, así como Aeroméxico, Tour Operadores, Agencias,

Hoteles, Centros de Convenciones y Exposiciones, que promovieron los productos y servicios turísticos de nuestro país en materia de turismo de negocios, reuniones e incentivos en esta feria que ofrece una de las plataformas más importantes de Europa.

23. Feria Internacional del Mercado de Reuniones e Incentivos de América Latina y el Caribe (FIEXPO LATINOAMÉRICA). 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. Se llevó a cabo del 4 al 6 de junio de 2018, en la ciudad de Santiago, Chile. En el Pabellón de México, instalado en 60 m², participaron 23 expositores representantes de la industria turística mexicana, entre ellos destinos como Guadalajara, León, Monterrey, Puebla y Puerto Vallarta, Hoteles, Tour operadores, Centros de Congresos, Convenciones y Exposiciones, así como Aeroméxico, quienes tuvieron la oportunidad de concertar citas de negocios con representantes de asociaciones profesionales cuyos congresos rotan periódicamente por todo el continente.
24. Korea World Travel Fair (KOTFA), realizada del 14 al 17 de junio de 2018 en Seúl, Corea del Sur. El Pabellón de México se instaló en 36 m² y contó con la participación de 11 expositores mexicanos, entre los que destacan Puebla, Hoteles, Tour Operadores y Aeroméxico, que promovieron los servicios de nuestro país ante destacados profesionales del mercado asiático.





Tianguis Turístico México

El Tianguis Turístico México confirmó, una vez más, ser el máximo evento de promoción y comercialización del sector turístico de México, en donde interactúan bajo un mismo techo, compradores nacionales e internacionales con la oferta turística del país.

Es un evento para consolidar la posición competitiva de México en el entorno turístico mundial, siendo una muestra del trabajo conjunto, constante y profesional de los sectores público y privado de la industria turística.

En este encuentro de negocios, los grandes protagonistas del Tianguis Turístico México son los destinos turísticos del país, encargados de mostrar la gran oferta y diversidad que, en materia de turismo, México ofrece al mundo, llevándose a cabo, en su última edición, más de 44 mil citas de negocios entre expositores y compradores, representando oportunidades para nuestro país a corto, mediano y largo plazo.

Los resultados que ha arrojado la itinerancia del Tianguis Turístico México a partir de 2012, han permitido a los destinos anfitriones mostrar las fortalezas de cada una

de las sedes, quedando demostrado que el Tianguis Turístico es la mejor plataforma, el mejor escaparate y el mejor momento entre compradores y oferentes para cerrar negocios, así como de seguir creciendo y continuar con el desarrollo turístico de México hacia el mundo.

Tianguis Turístico 2018

Edición	Destino Sede	Empresas compradoras	Citas de Negocios	Países
2012	Puerto Vallarta-Rivera 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
2018	Mazatlán	935	44,714	64

Se convocó a las entidades federativas, interesadas en participar en el proceso de selección de la sede del Tianguis Turístico México 2018, siendo la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, el destino que cumplió con los lineamientos solicitados.

Por lo anterior, la edición 43 se llevó a cabo del 15 al 18 de abril en el recinto Mazatlán International Center, logrando exitosos resultados, además de mostrar un destino completamente transformado, debido al proceso de remodelación y a la modernización que se realizaron para el evento, proyectando a Mazatlán como un nuevo destino internacional de México.

Con los resultados alcanzados en esta edición del evento, se confirma su importancia, así como de la conveniencia de continuar con su itinerancia.

Al evento asistieron 19 Gobernadores de diferentes estados de la República Mexicana, así como destacadas personalidades del sector, como Daniel Lamarre, Presidente de Cirque du Soleil; Steve Wozniak, Cofundador de Apple, y Duke Parker, CEO de American Airlines.

Como parte de los temas destacados durante el evento, se trató el impulso estratégico a los ejes de conectividad y diversificación de productos turísticos del país, llevando a cabo un panel sobre conectividad con la participación de líneas aéreas internacionales, presidido por el Secretario de Turismo Federal, Enrique de la Madrid, y el Secretario de Comunicaciones y Transportes, Gerardo Ruiz Esparza.

Por otro lado, se impulsó el programa “Mundo Maya” que posiciona el patrimonio cultural de Campeche, Quintana Roo, Yucatán, Tabasco y Chiapas, destinos llenos de riqueza cultural, gastronomía, sitios arqueológicos, fauna y zonas naturales.

IV.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 2017 a junio de 2018, se ha realizado una inversión de aproximadamente 347 millones de pesos para la ejecución de la campaña institucional Viajemos Todos Por México, con el objetivo de estimular la demanda a nivel nacional.

La segunda fase de la campaña busca incentivar al turista nacional a viajar y buscar experiencias en el país. La campaña se enfoca en tres segmentos: Millennials, familias y adultos mayores, atrayendo a un público diverso que elija viajar en México, como efecto transformador de su vida.

La ejecución fue a través de los medios masivos de comunicación como: televisión, radio, prensa, revistas, exteriores, medios complementarios y medios tradicionales con plataforma on-line. Este movimiento ha dado 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, permitiendo que todos los mexicanos conozcan y disfruten la diversidad natural, cultural e histórica de su país.

En noviembre de 2017, la campaña de “Viajemos Todos Por México” se sumó a la iniciativa del Gobierno Federal “Buen Fin” a través de la publicación de paquetes y ofertas especiales para viajar dentro del país, en medios como: Televisión, prensa y medios tradicionales con plataforma on-line, con una inversión aproximada de 4.6 millones de pesos.

Debido a la veda electoral y para cumplir con la normatividad, se realizó la edición y postproducción de los materiales de la campaña “Viajemos Todos por México”, denominada: “Viajemos Por México”, utilizando radio, televisión y medios digitales. La pauta nacional inició el 25 de mayo de 2018.

Se realizó campaña institucional nacional en apoyo a la celebración de Día de Muertos, comunicando la diversidad de las tradiciones del Día de Muertos en el país.



Se obtuvo un resultado preliminar de 19,433,421 impactos, con presencia en prensa (Milenio, El Economista, OEM, Más por Mas, Capital y Publimetro), exteriores (centros comerciales y cajas de luz en Metrobús), televisión (Canal 40, UNO TV y PSTV), revistas (Editorial Televisa), digital (Televisa, TV Azteca, Prodigy, Uno TV, Publimetro, MOI/Martha Debayle, MVS, NRM, Expansión y GRC).

Se continúa trabajando en coordinación con la Asociación de Bancos de México (ABM), para la promoción entre los empleados para la generación de nuevos productos de crédito para facilitar los viajes.

Se continuó trabajando con el Fondo Nacional para el Consumo de los Trabajadores (INFONACOT), que se integró a la iniciativa del Ejecutivo Federal con el propósito de apoyar al Movimiento Nacional “Viajemos Todos por México”, ofreciendo créditos con condiciones preferenciales a los trabajadores formales. El Fondo hasta el momento ha ofrecido 35,632 créditos con un monto ejercido de 588.7 mdp para que los beneficiarios del programa puedan ocuparlo para conocer México.

Turismo de Reuniones, Congresos y Convenciones

Para impulsar la promoción y comercialización de la oferta de reuniones y destinos especializados, bajo el paraguas de la Marca México y a través del CPTM, se participó en más de 35 eventos internacionales especializados en Turismo de Reuniones: IMEX Frankfurt en Alemania, FiExpo y ExpoEventos, en las cuales se apoyó a proveedores nacionales para que presentaran su oferta al mercado internacional.

Para promover la visita al país de un mayor número de meeting planners, se concretaron 5 alianzas internacionales en 2016, con organizaciones clave de la industria de Turismo de Reuniones, como: Professional Convention Management Association (PCMA), Meeting Professionals Internacional (MPI), American Society of Association Executives (ASAE), International Association of Exhibitions and Events (IAEE), Society of Incentive Travel Excellence (SITE) y Association Management Companies Institute (AMC Institute), Federación de Entidades Organizadoras de Congresos y Afines de América Latina (COCAL), impactando a más de 45 mil profesionales de la industria y compradores potenciales.



En apoyo a los destinos turísticos para atraer más congresos internacionales, al cierre del 2017, se lograron ganar 14 candidaturas de congresos internacionales, que representan una derrama estimada de 49.1 millones de dólares y 27,750 participantes. Destacan los siguientes eventos:

- 16°. Congreso de la Federación Latinoamericana de Nutrición Clínica y Metabolismo 2018.
- 25°. Congreso Latinoamericano de Bioquímica Clínica 2021.
- VI Congreso Iberoamericano de Medicina Familiar y Comunitaria 2019.
- Congreso Mundial de Dermatología 2023.

En el 2018 se ha dado continuidad a los esfuerzos promocionales del 2017 y se participó en las plataformas de promoción más importantes en países como Alemania, Chile, Argentina, Uruguay y Estados Unidos.

A través del Programa Nacional de Embajadores de Turismo de Reuniones, se identificaron más de cien líderes de diferentes industrias que están postulando a México como destino de algún congreso internacional, que en su conjunto representan:

- 101 Congresos Internacionales potenciales para México;
- Alrededor de 293 mil visitantes potenciales, estimados durante los años 2018 al 2028;
- Una derrama potencial estimada en 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 el potencial de negocio para los diferentes destinos de México.

En este mismo tenor, se continuó apoyando, de manera decidida, las postulaciones de los diferentes destinos de México para congresos de alto calibre, que representan una derrama potencial superior a los 154 millones de dólares. Entre ellos:

- 32nd World Biometrics Congress (2022)
- 32nd General Assembly of the International Astronomical Union (2024)
- 10th World Congress of Veterinary Dermatology (2024)
- 21st Congress of the International Society for Burn Injuries (2022).
- World Congress on Medical Physics & Biomedical Engineering 2024
- Oaklins Conference 2019 - 2020

- Congreso Mundial de la Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Intelectual (AIP-PI) 2108
- Congreso Mundial de Medicina Interna (2020)
- International Bar Association Annual Conference (2022)
- 2025 Lion's Conference, 2025
- XX Congreso Nacional de Turismo de Reuniones (2018)
- Congreso Internacional AMPROFEC (2018)
- Congreso Internacional ALADYR (2020)
- Congress of the International Fiscal Association (2020)
- ASAE five-star Weekend (2021)
- AMC Institute World Meeting (2019).

Programas Cooperativos

Los Programas Cooperativos que se realizan con las 32 entidades federativas con la finalidad de para llevar a cabo Campañas de Promoción Turística, con las que se difunden y promueven las marcas turísticas de México y los destinos turísticos, así como sus productos y servicios. Los diferentes 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.

Desde el periodo del 1° de septiembre de 2017, se encuentran en ejecución los Programas Cooperativos con cada una de las Entidades Federativas, por un monto de 978.06 millones de pesos.

La inversión ejercida en promoción ha detonado acciones promocionales y publicitarias por un monto de 1,450.16 millones de pesos, con lo cual se logró un mayor impacto en término de cobertura de consumidores y mercados. Es importante destacar que, de la inversión detonada, el 32% corresponde a recursos que ejercen los socios comerciales, lo que ha contribuido a tener un efecto multiplicador: por cada peso invertido por el CPTM, se ha obtenido 1.48 pesos en inversión realizada por los Estados/Destinos y Socios Comerciales.

La asignación en Programas Cooperativos a las entidades federativas en este periodo es:

Inversión del CPTM en Programas Cooperativos

2017 – 2018 (millones de pesos)

Se continúa con el impulso a la conectividad aérea, como una de los variables importantes para el desarrollo de la actividad turística, así como involucrar a nuevos socios comerciales a que participen.

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

Promoción en Medios Digitales y Redes Sociales

El uso de los medios digitales para promover a México como un destino turístico ha cobrado relevancia, ya que estos medios se han convertido en los vehículos más importantes a través de los cuales los consumidores buscan información, planean sus viajes, realizan sus reservaciones, compran los servicios de transporte, alojamiento y diversos atractivos en los destinos turísticos que visitan y comparten experiencias de sus viajes a través de las redes sociales.

Por ello, la estrategia de comunicación a través de los medios digitales y presencia en redes sociales se ha convertido en un componente fundamental de la promoción turística de México y complementa y refuerza los demás medios e instrumentos de promoción. Todas estas campañas tienen su componente de comunicación digital, con lo cual se obtiene mayor difusión y acceso a una mayor audiencia de consumidores objetivo.

Con el propósito de posicionar a México como uno de los países más acogedores y amigables del mundo, así como de generar una conexión emocional entre los consumidores y diversificar el origen de los viajeros que llegan al mismo, se desarrollaron páginas web para atender la comunicación de la campaña táctica Dear Countries, a través del sitio <https://www.visitmexico.com/dear-COUNTRIES/>, dirigido a países como: Francia, Polonia, Alemania, Canadá, Brasil, Australia, China, Italia, Rusia, España, Argentina, Finlandia, Japón, Corea del Sur, Colombia, Reino Unido, Holanda y Estados Unidos.

El portal www.visitmexico.com incrementa su alcance a nivel nacional e internacional

Durante el período de septiembre de 2017 a junio de 2018, el nuevo diseño del portal institucional www.visitmexico.com ha generado 14,289,840 visitas.

Con la consolidación de los canales oficiales de www.visitmexico.com en redes sociales se abrió una ventana más para la promoción de los destinos y atractivos turísticos de México.

Al 30 de junio de 2018, la comunidad de [visitmexico](http://www.visitmexico.com) en redes sociales alcanzó 8,076,107 de usuarios, lo que representó un incremento del 11.5% con respecto al año anterior; la comunidad del [visitmexico](http://www.visitmexico.com) en redes sociales se posiciona como una de las más grandes entre los diferentes organismos de promoción turística internacional.

Campaña Online Internacional Institucional

Como parte de la campaña institucional en el mercado internacional, se ejecutaron acciones de promoción en medios online para la campaña “México, A World Of Its Own” durante el período comprendido de este informe, con las siguientes acciones y resultados:

En el último trimestre de 2017, la campaña táctica “Dear Countries” se difundió en 10 países (Estados Unidos, Canadá, Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, Brasil, Japón, China y Corea del Sur) a través de redes sociales y plataformas de video digital.

La campaña “Dear Countries” generó más de 30 millones de vistas, con un View Through Rate (VTR) de 2.45%. En junio de 2018, se reactivó la campaña ampliando la cobertura a países como Argentina, Colombia, España, Polonia, Finlandia, Australia, India, Rusia, Holanda, Perú y Chile.

Durante el último trimestre de 2017, se generaron campañas de promoción en medios digitales para países como: China, Corea y Finlandia, con el propósito de incentivar la demanda de viajes entre México y estos países, a partir de la apertura de nuevas rutas de vuelos comerciales.

Las acciones se centraron en desarrollar contenido en plataformas digitales de destinos turísticos mexicanos, enfocados a los intereses de los mercados de conexión para inspirar su viaje.

La campaña de conectividad en Corea generó 40 posteos, obteniendo más de 600 mil vistas. Mientras que la campaña de Finlandia obtuvo más de 36 millones de impresiones con un Clic Through Rate (CTR) de 0.05%.

Campaña de imagen positiva de México en el exterior

En el último trimestre de 2017, se implementó la campaña “Positividad” de México en Estados Unidos, la cual fue creada para contrarrestar los efectos del “Travel Warning” que el Departamento de Estado de Estados Unidos emitió hacia México.

La campaña tuvo como objetivo incrementar significativamente la opinión y comentarios positivos respecto a México a través de diferentes plataformas, con testimoniales y contenido creíble de fuentes confiables (influencers, medios de comunicación y viajeros a México).

Esta campaña logró impactar a más de 34.9 millones de personas en redes sociales (con más de 44.8 millones de impresiones), creando una ola de historias positivas y verídicas, hacia el mercado norteamericano.

En mayo de 2018, con el propósito de captar una audiencia de más de 35 millones de México-americanos que viven en Estados Unidos, se generó la campaña táctica “Viajemos Todos Por México” en Estados Unidos, con acciones en redes sociales, compra programática y plataformas digitales de video.

La campaña se segmentó a mexicanos de primera y segunda generación que viven en Los Ángeles, Nueva York, Houston, Dallas, San Antonio, San Francisco y Phoenix, correspondientes a las generaciones: *Millennials*, *X* y *Baby Boomers*.

En junio de 2018, se reactivó la campaña “México, A World Of Its Own” en Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Canadá, España, Colombia, Italia, Japón, Brasil, Francia, Argentina, China y Corea del Sur, a través de generación de contenido, redes sociales, plataforma de video digital, compra programática de audiencias y Apps de audio.

Campaña Nacional Online Viajemos Todos por México

De septiembre de 2017 a junio de 2018, se dio continuidad a la difusión de la campaña “Viajemos Todos



por México” a través de plataformas sociales, sitios de contenido, compra programática, OTAs, plataformas de video y motores de búsqueda, entre otros.

La campaña busca sumar alcance y conocimiento entre la población objetivo, así como generar intercomunicación y sentimiento positivo.

Campaña Nacional Día de Muertos

En el mes de octubre y principios de noviembre de 2017, se ejecutó una campaña para promover el “Día de Muertos” en el mercado nacional, con el fin de inspirar un sentimiento positivo de México a través de redes sociales y plataformas digitales de video. Asimismo, generar tráfico a la landing page “visitmexico.com/día-de-muertos/es”.

Como resultado, la campaña de Día de Muertos generó 118.1 millones de impresiones (impactos de publicidad en medios digitales), 18.1 millones de vistas en video y 14.6 mil interacciones en las redes sociales de Facebook, Instagram y Twitter. Igualmente, durante la campaña se generaron 2.4 millones de clicks que generaron tráfico a la landing page de “Día de Muertos”.

Campaña Fórmula 1 (F1)

En los meses de octubre y noviembre de 2017, se difundió en medios online la campaña Fórmula 1, con el propósito de activar el turismo nacional a través de un evento de clase mundial y potenciarlo con mensajes referidos a México, como un país de múltiples ofertas a nivel de entretenimiento y sede de eventos deportivos importantes.

Se seleccionaron medios con el mejor performance en cuanto a formatos de impacto, utilizando plataformas como Facebook, Instagram, YouTube, Twitter y compra programática. El evento se realizó en la Ciudad de México del 27 al 29 de octubre del mismo año y la campaña tuvo una exhibición pre y post evento.

Campaña NFL

Con la finalidad de potencializar mensajes de México como un referente de eventos de alto impacto, se promovió el partido de fútbol americano entre Patriots y Raiders, correspondiente a la liga profesional más importante de los Estados Unidos, teniendo como sede la Ciudad de México el 19 de noviembre de 2017.

La campaña nacional NFL de promoción se dirigió al público mexicano, del 13 al 24 de noviembre, a través de medios como redes sociales, plataformas de compra de audiencias en internet y sitios online especializados en deportes; se buscó elevar el alcance de la comunicación antes y después del evento.

La campaña nacional NFL alcanzó un total de 6.5 millones de personas en Facebook e Instagram, el nivel de interacción en redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y Snapchat) alcanzó los 908,626 intercambios de comunicación.

La presencia en sitios de internet generó 5.9 millones de impresiones a través de medios como ESPN, Medio Tiempo y herramientas de compra de audiencias.

Campaña Nacional Online “México en Una Foto”

Con la finalidad de incentivar a la audiencia mexicana a compartir fotografías de sus experiencias de viaje en distintos destinos turísticos del país, el 16 de mayo arrancó una campaña en redes sociales para promover el hashtag #MéxicoEnUnaFoto, la cual se apoyó en formatos de display rich media en sitios de internet y en la plataforma de video de YouTube para difusión y conocimiento de la campaña.

Alianza del Pacífico

A través de las diversas acciones realizadas en conjunto por los países que conforman el bloque de la Alianza del Pacífico, a través de las oficinas del CPTM en el exterior, se destacan:

IV Caravana Turística de México en los Países de la Alianza del Pacífico en Chile, Perú y Colombia, del 4 al 6 de septiembre, lográndose convocar a 217 agentes

de viajes de estos mercados y con la participación de Yucatán, Guanajuato, Jalisco, Guerrero y Nayarit, concretándose alianzas tendientes a generar estrategias de mercado B2B.

Del 1 al 8 de septiembre se realizó el Road Show de la Alianza del Pacífico en China, visitando las ciudades de Beijing, Shanghái, Guangzhou y Hong Kong, concentrando 34 empresas de los 4 países (Chile, Colombia, México y Perú), 8 mexicanas, con perfil receptivo y aerolíneas. Por primera ocasión se contó con la presencia de dos líneas aéreas con vuelos a México: China Southern Airlines y Aeroméxico.

Participación en la Feria ITB-China, que se llevó a cabo en Shanghái el pasado 16, 17 y 18 de mayo, un escenario que reunió a los empresarios más destacados de la industria turística de este mercado, congregando los mejores exponentes del sector turístico en un mismo punto.

A través de este evento, México generó acercamientos con los empresarios chinos, con el fin de continuar generando viajes desde el continente asiático, hacia nuestro país.

Oficinas en el exterior

En el período de septiembre 2017 a junio 2018, las Oficinas de Representación del CPTM en el exterior han coordinado la participación de la oferta turística mexicana en alrededor de 30 importantes ferias de carácter regional, entre las que destacan:

- Feria Internacional de Busan en Corea, del 8 al 11 de septiembre.
- *Warsaw World Travel Show 2017*, en Polonia, del 20 al 22 de octubre.
- 29 Festival de Turismo de Gramado en Brasil, del 9 al 12 de noviembre.
- Feria Internacional Vakantiebeurs en Holanda, del 9 al 14 de enero.
- *CMT Stuttgart y Kreuzfahrt-undSchiffresien* en Alemania, del 13 al 21 de enero.
- Fiexpo Zurich en Suiza, del 25 al 28 de enero.
- Feria de Turismo *Marine Diving Fair 2018* en Japón, del 6 al 8 de abril.
- BT Shanghái 2018 en China, del 16 al 18 de mayo.
- *HanaTour International Travel Show (HITE) 2018* en Corea, del 7 al 10 de junio.
- *International Travel Expo Hong Kong 2018 (ITE)*, del 14 al 17 de junio.

En el período reportado, las Oficinas de Representación en el exterior realizaron 991 acciones promocionales y sostuvieron 370 reuniones con la industria turística. Destacan 244 seminarios para capacitar a más de 20,000 agentes de viajes y turoperadores con 201 destinos nacionales participantes; 126 viajes de familiarización con 1,708 participantes entre agentes de viajes, turoperadores, medios de comunicación, influencers y bloggers.

Se participó en 109 trade shows, 59 presentaciones y se organizaron 260 eventos promocionales, así como 30 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.

Destaca la realización de Caravanas de Promoción Turística y Seminarios en mercados no tradicionales como:

- Caravana Turística en Viena y Salzburgo, el 28 de septiembre en Austria.
- Caravana Turística Loop Tirol, del 19 al 22 de noviembre, en Austria.
- Seminario Dubái/Abu Dhabi, 19 y 20 de noviembre en Emiratos Árabes.
- Seminario de Capacitación Loop Hungría, el 17 de enero.
- Caravana de Promoción Turística en Nueva Delhi, el 8 de febrero en la India.
- Seminario de Capacitación en Ámsterdam, el 26 de abril, Holanda.
- Caravana Turística por los países bálticos, del 21 al 25 de mayo, en Lituania.
- Seminario de Promoción Turística en Moscú, el 28 y 29 de mayo, en Rusia.
- Webinar Países Bajos y Bélgica, el 1° de junio.

En el marco de los lanzamientos en diversas ciudades del mundo de la exitosa película de Disney-Pixar "COCO", se llevaron a cabo eventos promocionales en España, Japón, Corea, Brasil y Atlanta, en los meses de noviembre 2017, y enero, febrero, marzo y mayo de 2018.

Destaca la realización de 4 Mega FAM, a saber:

- Mega FAM a Los Cabos con AirCanada, organizado por las Oficinas de Representación en Toronto y Vancouver, del 30 de octubre al 1 de noviembre, con la participación de 200 agentes de viajes.



- Mega FAM Échápée Maya 2.0, organizado por la Oficina de Representación en Francia, del 13 al 19 de mayo, conjuntamente con los turoperadores Empreinte, AMResorts, XL Airways y April International, a la Península de Yucatán, con la participación de 58 agentes de viajes, medios y altos directivos regionales.
- Dos Mega FAM con el turoperador *Der Touristik*, el primero realizado con Campus Live Ciudad de México y Los Cabos, del 15 al 24 de junio; y el segundo a la Riviera Maya, del 19 al 26 de junio, ambos organizados por la Oficina de Representación en Alemania, con la asistencia de 109 agentes de viajes y altos directivos del turoperador.

Las Oficinas de Representación en Toronto y Vancouver organizaron el evento "México Day", llevado a cabo el 5 y 7 de diciembre, para presentar a la industria turística y a la prensa especializada canadiense la nueva campaña de promoción "México: A World on its Own" y las estrategias para el año 2018.



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



México

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

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

La SECTUR participó durante 2017 como integrante del Consejo Nacional de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de la SEDATU; asimismo, durante los años 2017 y 2018 se dieron inicio a los trabajos del Subsistema Nacional de Información Geográfica, Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial del INEGI donde se participó conjuntamente con SEDATU y SEMARNAT para identificar requerimientos de información para los tres ordenamientos; finalmente, en el mismo periodo, la SECTUR participó en los grupos de trabajo para la elaboración de las tres Normas Oficiales Mexicanas (NOM) de la SEDATU vinculadas en materia de ordenamiento territorial.

Durante 2017 se integró la Fase de Diagnóstico y Estrategia del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, por lo que, durante 2018 se llevan a cabo los trabajos hacia su publicación.

Con la celebración de foros regionales, se retroalimentó el proceso de la elaboración de la Fase Estratégica



del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, lo que permitió concluir la Fase Estratégica.

Conforme a las solicitudes de interés de algunos municipios turísticos para obtener la declaratoria como Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable, se ha trabajado con gobiernos estatales y municipales para apoyar la integración del Expediente Técnico para su eventual declaratoria, tal es el caso de Tulum, Quintana Roo y Punta de Mita, Nayarit.

El ordenamiento territorial como pieza clave para el desarrollo sustentable de los Centros Integralmente Planeados

En alineación a la política nacional de ordenamiento territorial y desarrollo regional sustentable, a través de FONATUR, en coordinación con las autoridades locales, elabora instrumentos de planeación urbana en sus Centros Integralmente Planeados (CIP) y el área de influencia de los mismos, con la finalidad de que los proyectos turísticos lleven a cabo un proceso 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 generan el desarrollo y crecimiento urbano de los destinos turísticos de FONATUR.

CIP Nayarit

Se concluyó el estudio de actualización del Plan Parcial de Urbanización del CIP Polígono Litibú, Bahía de Banderas, Nayarit en noviembre de 2017, iniciando las gestiones para lograr su oficialización ante las autoridades municipales de Bahía de Banderas en Nayarit, proceso que continua durante el 2018, derivado del cambio de autoridades y creación del Implan en ese municipio.

CIP Ixtapa.

Se oficializó Plan Director de Desarrollo Urbano de Zihuatanejo Ixtapa 2015-2030 (PDDUZI), mediante publicación de fecha 12 de mayo de 2017.

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

En cumplimiento de los compromisos adquiridos por México durante la Décimo Tercera Conferencia de las Naciones Unidas para la Biodiversidad del Convenio sobre la Diversidad Biológica (CDB), celebrada en diciembre de 2016 en Cancún, Quintana Roo (COP13), la Secretaría de Turismo participó como uno de los cuatro sectores estratégicos en el Taller “La ruta que enfrentamos. Avances en la integración de la biodiversidad para el bienestar”, celebrado en el mes de junio en la Ciudad de México, en preparación para la entrega de la Presidencia de México a Egipto en 2018. En el marco del Taller se realizó un panel sobre turismo enfocado a analizar los esfuerzos públicos y privados realizados, así como los temas que deberán formar parte de la agenda de la próxima presidencia.

Certificación *EarthCheck* para desarrollos FONATUR

México es el país con mayor número de destinos certificados por *Earthcheck*

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 enero de 2018 dicho CIP recibió nuevamente el distintivo *EarthCheck* Platino modalidad destino.

Gracias a la suma de esfuerzos, en marzo de 2018, el CIP Ixtapa, Guerrero, y el CIP Loreto, Baja California Sur, obtuvieron cada uno de ellos la Certificación *EarthCheck* nivel Plata, modalidad destino. De esta manera, FONATUR mantendrá competitivos en esta materia a estos tres destinos turísticos del país.

Adicionalmente, en febrero y marzo de 2018, los campos de golf Palma Real, en Ixtapa, Guerrero, y Litibú en Nayarit, respectivamente, obtuvieron la certificación *EarthCheck* nivel Plata.

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

Derivado de los esfuerzos por mejorar la competitividad de las playas mexicanas, desde 2013 se certifican con el Galardón *Blue Flag*.

Blue Flag es un programa internacional de certificación de playas, marinas y embarcaciones que tiene por objeto premiar a los destinos costeros que han alcanzado la excelencia en la gestión y manejo ambiental, en la calidad de instalaciones de seguridad e higiene, aplicación de actividades de educación e información ambiental, y por garantizar calidad de agua; este programa inició operaciones en nuestro país en 2013 bajo la coordinación de la SECTUR, instancia que preside el Jurado Nacional, y fue desarrollado por la *Foundation for Environmental Education* (FEE).

Por otra parte, el programa internacional “Green Key” fue desarrollado por la *Foundation for Environmental Education* (FEE), que opera en más de 76 países.

Su objetivo es identificar y distinguir hoteles que cumplan con determinados criterios en materia de gestión ambiental, eficiencia energética, agua, residuos y responsabilidad social.

Existen 2,700 establecimientos Green Key distribuidos en 56 países. En 2018, México cuenta con 148 distintivos otorgados a hoteles en 31 entidades federativas, lo que nos posiciona como el sexto país con más distintivos.



SECTUR contribuye en Materia de Mitigación y Adaptación al Cambio Climático en Destinos Turísticos Mexicanos

La Secretaría de Turismo, actuando en el marco de las acciones comprometidas en el Programa Especial de Cambio Climático (PECC) 2014-2018, realizó las siguientes acciones:

- En diciembre de 2017 se concluyó la elaboración del Programa Marco para Fomentar Acciones para Restablecer el Balance del Ciclo del Agua en Destinos Turísticos Prioritarios, el cual tuvo como objetivo fomentar el uso racional, eficiente y sustentable del agua para beneficio de los habitantes y visitantes de los destinos turísticos del país.
- Durante los meses de septiembre y octubre de 2017, se realizaron el segundo y tercer taller para la presentación de los resultados de los estudios de vulnerabilidad ante el cambio climático (Silao, Gto. y Veracruz, Ver., respectivamente), 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.
- En marzo de 2018 se inició el desarrollo de Estudios de vulnerabilidad al cambio climático en los destinos de: Cozumel, Holbox y Bacalar, Q. Roo.; Guaymas, Son. Y Ensenada, B. C. Con estos estudios, se concluye la meta sexenal establecida por SECTUR en el Programa Especial de Cambio Climático (2014-2018)

Primer lugar en América por playas certificadas

Para la temporada 2018-2019, se cuenta con 53 playas y 2 marinas certificadas, de las cuales 35 correspondieron a renovaciones y 18 a nuevas playas, distribuidas en seis entidades federativas: Baja California Sur, Guerrero, Jalisco, Nayarit, Oaxaca y Quintana Roo. Es importante destacar que México ocupa el primer lugar en el Continente Americano y el 15 a nivel internacional.

En septiembre de 2017, la Secretaría de Turismo, en el marco de la alianza entre el Gobierno Alemán y el Gobierno Mexicano para el fomento al desarrollo sustentable, después de una negociación de dos años puso en marcha el proyecto “Adaptación al Cambio Climático Basada en Ecosistemas con el Sector Privado en México. ADAPTUR”, el cual es financiado por la Iniciativa Internacional de Protección del Clima (IK, por sus siglas en alemán) del Ministerio Federal de Medio Ambiente, Protección de la Naturaleza, Obras Públicas y Seguridad Nuclear del Gobierno Alemán. El objetivo del proyecto es proveer a los actores clave mexicanos capacidades para evaluar el costo-beneficio de la Adaptación al Cambio Climático (CC) basada en Ecosistemas (AbE), integrar criterios de AbE en políticas y decisiones de inversión privada e implementar intersectorialmente medidas AbE en el marco de cooperaciones público – privadas. El proyecto tiene un enfoque en el sector turístico mexicano, implica un monto de EUR 4 millones y tendrá una duración de cuatro años.



En diciembre de 2017, se tuvo acceso por primera vez a financiamiento de un fondo ambiental internacional, mediante el cual se realizará el Proyecto “Incorporación de Criterios de Conservación de la Biodiversidad en el Sector Turístico de México con énfasis en los Ecosistemas Costeros Ricos en Biodiversidad”, cuyo objetivo es 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 será financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (GEF, por sus siglas en inglés), implica un flujo de USD \$7.2 millones a ejercer en seis años.

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

Se fortaleció el Sistema de Información Geográfica (SIG) donde se incorpora información geográfica relacionada con el turismo y su entorno social, económico y natural. Este sistema ha servido como herramienta de análisis, interpretación y toma de decisiones en temas de sustentabilidad en el turismo y del ordenamiento turístico del territorio.

Se integró y analizó información cartográfica de acuerdo a la Regionalización delimitada dentro del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio, a fin de identificar y manejar información eficientemente, obteniendo las principales características turísticas para las 9 regiones establecidas.

Por conducto de la Secretaría de Cultura, se concluyeron dos obras con impacto turístico, con una erogación de 91.6 millones de pesos:

1. Centro Estatal del Conocimiento y las Artes en Durango, con una inversión de 55.5 mdp;
2. Teatro Armando Manzanero, en Mérida, Yuc., con 36.1 mdp ejercidos.
3. Adicionalmente, 6 obras de infraestructura cultural con impacto turístico se ubican, al menos, en un 90% de avance físico.

En complemento, la SECTUR apoya, a través del PRODERMÁGICO 2017, 87 proyectos relacionados con el segmento de Turismo Cultural en 23 entidades



federativas, los cuales tendrán una inversión mixta (estados-federación) total estimada por 584.5 millones de pesos.

En el 2017, con el propósito de impulsar proyectos con enfoque turístico en la población indígena, que se conviertan en fuente de bienestar social para la población indígena, la SECTUR aportó 12 millones de pesos, mientras que la CDI destinó recursos por 21 millones de pesos, mismos que se utilizaron como fondo de garantía líquida de posibles sujetos de financiamiento ante el Fondo Nacional de Atención a Comunidades Indígenas (FONACI).

En el 2018, se continúa analizando la posible suscripción del convenio, dependiendo de la disponibilidad presupuestal.

Para el ejercicio 2018, al PEC se le aprobaron recursos por un monto de 56.03 millones de pesos, para proyectos de Turismo de Naturaleza.

Derivado del Convenio General de Colaboración SECTUR – CONANP, durante el ejercicio 2017, a través del PRODERMÁGICO, se apoyaron 5 proyectos en Áreas Naturales Protegidas con una aportación federal de 21.4 millones de pesos, por parte de los Estados 23.2 millones de pesos, detonando recursos por un total de 44.6 millones de pesos, para los siguientes proyectos: 1.- Mejoramiento de Acceso al Sitio Arqueológico de Calakmul (Segunda Etapa), Campeche; 2.- Rehabilitación de imagen urbana del Centro Histórico de Metztlán, Hidalgo; 3.- Tercera Etapa de la Construcción de la Zona Gastronómica y Artesanal del Santuario de la Mariposa Monarca, El Rosario, Ocampo, Michoacán; 4.- Parque Cancún 1ª Etapa (camino de acceso y ciclista), Quintana Roo y 5.- Parador Turístico de Yum Balam (Chiquilá), Quintana Roo.

Para el ejercicio 2018, a través del PRODERMAGICO se están apoyando 5 proyectos en Áreas Naturales Protegidas de los Estados de Chiapas, México, Michoacán, Quintana Roo y Sonora, con una aportación de recursos federales de 22.2 millones de pesos y recursos estatales de 26.0 millones de pesos, detonando recursos por 48.2 millones de pesos, para los siguientes proyectos: 1.- Senderos Escénicos del Volcán Tacana, Chiapas; 2.- Rehabilitación del Parque Ecoturístico Xocotepetl, Estado de México; 3.- 4ta. Etapa de la Construcción de la Zona Gastronómica y Artesanal del Santuario de la Mariposa Monarca, Ejido El Rosario, Michoacán; 4.- Parque Cancún 2da. Etapa, Quintana Roo y 5.- 2da. Etapa de Construcción del Centro Interpretativo en la Reserva de la Sierra de Álamos y Río Chuchujaqui.

A través del PRODERMAGICO 2018 se están apoyando 16 proyectos de Turismo de Naturaleza con una aportación de recursos federales de 68.0 millones de pesos, destacando los siguientes: Hotel Ecoturístico Tzibanzá, Querétaro; 1era. Etapa de Infraestructura en el Parque Ecoturístico de la Presa Abraham González, Chihuahua; Etapa 2 del Proyecto Turístico Internacional Presa de la Boca, N.L.

Para el 2018, y de acuerdo al Convenio de Colaboración con la CFE para la sustitución de las redes eléctricas aéreas por subterráneas (realizar proyectos de cableado subterráneo) se apoyan 4 proyectos: 2 en Pueblos Mágicos del estado de Hidalgo (Huichapan y Tecozautla), 1 en Chihuahua (Casas Grandes), y 1 en Coahuila (Parras de la Fuente).

A través de FONATUR Mantenimiento Turístico, se ejerció una inversión de alrededor de 132.7 millones de pesos, 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, 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.

FONATUR Mantenimiento Turístico celebró contratos con FONATUR y terceros por un monto de 970 millones de pesos, por conceptos de conservación, limpieza, mantenimiento y construcción.



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

Con la finalidad de desarrollar las capacidades locales en distintos niveles de competitividad, para gestionar localidades y orientarlas hacia el desarrollo sustentable de los destinos turísticos, a través del Programa antes mencionado, se llevaron a cabo 2,154 cursos, donde participaron más de 126 mil (hombres y mujeres), beneficiándose 7,790 PYMES, otorgando 1,072 certificaciones y realizando un gasto compartido de más de 141 millones de pesos.

En el marco de la feria, se organizó un Pabellón Temático con la participación de la 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.

Se brindó asesoría a grupos sociales interesados en el desarrollo de proyectos turísticos, para lo cual en el periodo del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018 se evaluaron 7 proyectos, ubicados en Guanajuato, Estado de México, Nuevo León, Puebla, Sinaloa, Tlaxcala y Yucatán, con una inversión potencial estimada de 26.5 millones de pesos.

Se organizó el Concurso Nacional de Cultura Turística con el lema "El Turismo del Futuro". Con el objetivo de promover, difundir y sensibilizar a la sociedad sobre los retos que enfrentarán las comunidades, empresas y visitantes ante las tendencias de la transformación digital en el turismo.

El concurso inició el 12 de marzo, programando su cierre el día 10 de septiembre.

En esta edición el concurso contempló cinco categorías: infantil, adolescentes, jóvenes, universitarios y sector público estatal. Lo anterior a fin de realizar actividades que fomenten la cultura en diversos segmentos de la población.

El concurso se llevó a cabo en coordinación con las Oficinas de Turismo de los gobiernos estatales.

El 7 de junio se llevó a cabo la evaluación nacional de la categoría: Sector Público, resultando ganador el Estado de Querétaro.

El Concurso de Ensayo 2018 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 abril la convocatoria de participación a las niñas y niños de México a nivel de educación básica, para participar en el concurso de posters con el tema: "Weathering the storm: Disaster preparation for my Destination".

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

El ganador del 1er. Lugar representó a México en el concurso internacional que desarrolla la Asociación de Cruceros de la Florida y el Caribe.

Tomando en consideración 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 2 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. Asimismo, se realizaron 2 visitas de verificación de instalaciones de Bachillerato en el Estado de México y Ciudad de México.

En atención a 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, se atendieron 334 solicitudes para validación, registro de cursos y diplomados de instituciones públicas o privadas dedicadas a la formación o actualización de guías de turistas. Referente a la NOM-09-TUR-2002, que determina los elementos a que deben sujetarse los guías especializados en actividades específicas se atendieron 152 solicitudes.

Del 30 de noviembre al 1 de diciembre se llevó a cabo en la ciudad de Tijuana, Baja California, la Reunión

Nacional de Interlocutores Estatales de Capacitación, Educación y Cultura Turística, para la profesionalización de los funcionarios estatales de turismo que atienden dichos temas. Se contó con la participación de 46 representantes de 15 entidades federativas.

Programa de rescate de alimentos en hoteles y restaurantes

En 2018, la SECTUR continuó con el programa de rescate de alimentos en hoteles y restaurantes, y para tal fin se generó un manual de operación con el objetivo de proporcionar las herramientas necesarias para el manejo y distribución de alimentos sobrantes en los diferentes tipos de servicios, para ofrecerlos a los establecimientos que así lo requieran. Este manual está basado en los estándares de la NOM-251-SSA1-2009, así como en la NMX-F-605-NORMEX 2015. Ambas normas dan los lineamientos para el manejo higiénico de alimentos durante todas sus fases: Compra, recepción, almacén, preparación, servicio y transporte.

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

Dando continuidad a los viajes incluyentes iniciados en 2016 con el objetivo de acercar la posibilidad de conocer México a aquellos que están en condiciones de mayor vulnerabilidad y que, de otra forma, no tendrían la posibilidad de viajar por 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 2017 a agosto 2018, se ha beneficiado a 3,087 personas de 30 estados con el apoyo de 63 empresas y aliados cuyos donativos ascienden a 5,589,260 de pesos en este mismo periodo.



A través de “Viajemos Todos por México”, se han realizado 15 Talleres de Desarrollo de Producto en 5 entidades y 40 destinos turísticos, de los cuales 10 fueron Pueblos Mágicos.

A los 15 talleres asistieron más de 400 personas.

El movimiento “Viajemos Todos por México” participó en la 1ª Cumbre Iberoamericana de Turismo Accesible, realizada del 23 al 24 de noviembre de 2017, en la Ciudad de México.

Se realizaron Talleres de Encuentros Empresariales en el marco de los Lanzamientos del Movimiento Nacional por el Turismo “Viajemos Todos por México” en las Ciudades de Los Ángeles, Nueva York y Chicago, para el Mercado Mexicoamericano con el fin de invitarlos a conocer sus raíces. En Los Ángeles asistieron 300 personas, en Nueva York 200 y en Chicago 180, entre miembros de la industria, medios de comunicación, empresarios y personal del Cuerpo Consular.



De la coordinación de los grupos de trabajo intersectoriales conformados en alineación a la Agenda Intersectorial del Sector Turismo, instrumento que contribuye a fortalecer la transversalidad y corresponsabilidad del sector turístico, entre septiembre de 2017 y junio de 2018, se llevaron a cabo acciones para mejorar las oportunidades de viaje para personas con discapacidad y jóvenes.

Del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se impartieron 24 cursos para 88 servidores públicos del FONATUR sobre Derechos Humanos y personas con discapacidad.

En el marco del Grupo de Trabajo Intersectorial de Accesibilidad Universal en el Sector Turismo, se impulsaron las siguientes acciones y logros:

- Se concluyó el Plan Integral de Movilidad y Proyecto Detonador de Punta Cancún, los cuales cumplen con especificaciones técnicas en materia de accesibilidad.
- Se concluyeron 5 estudios de planeación turística en Chiapas, Estado de México, Tamaulipas y Tlaxcala, y se identificaron 28 proyectos detonadores derivados de los estudios de planeación turística, los cuales cumplen con especificaciones técnicas en materia de accesibilidad.
- Se realizaron 3 foros de sensibilización sobre la importancia del turismo accesible, con la participación de 200 Prestadores de Servicios Turísticos, en Baja California, Sinaloa y Tabasco.
- En el marco de la difusión de la Guía de Recomendaciones de Diseño Universal para el Sector Turismo, se concluyó y dio a conocer el “Cuadernillo Ejecutivo para Edificaciones Accesibles de Servicio Turístico”, el cual tuvo como objetivo informar y sensibilizar a los empresarios turísticos sobre la importancia del Turismo Accesible.
- El 27 de diciembre de 2017 se publicaron en el DOF las Reglas de Operación del PRODERMAGICO para el ejercicio fiscal 2018, en donde se incorporó el componente y recomendaciones de accesibilidad.
- El 27 de marzo se llevó a cabo la primera reunión del Grupo de Trabajo de Accesibilidad Universal en el Sector Turismo.
- En el periodo se realizaron 24 cursos de sensibilización para servidores públicos de FONATUR, en materia de Derechos Humanos, igualdad y no discriminación.
- En el periodo se continuó con las acciones de promoción y difusión del Sello de Turismo Incluyente. Actualmente, se cuenta con 26 empresas certificadas.



- En el marco del Grupo de Trabajo Intersectorial de Jóvenes en el Sector Turismo se impulsaron las siguientes acciones y logros:
 - Difusión del trámite de acreditación de guías de turistas.
 - Generación de revista digital informativa del trámite de acreditación de guías de turistas.
 - Se compartió a la Subdirección de Estímulos a la Juventud del IMJUVE, la liga institucional donde se proporciona la información general del trámite de acreditación de Guías de Turistas para difundir con sus enlaces de IMJUVE a escala nacional.
 - Se incorporó la revista digital de Acreditación de Guías de Turistas al portal institucional de SECTUR como herramienta de difusión, la cual incluye la información general del trámite y servirá para explicar a los interesados el proceso que deberán seguir para obtener su credencial avalada por esta dependencia.
 - Se promovieron programas de servicio social y prácticas profesionales, asistiendo a ferias y eventos realizados en las universidades y en las instalaciones de la Secretaría,
 - Con el fin de dar a conocer los proyectos sociales que emprende la SECTUR y los convenios de colaboración con universidades, para que el alumnado pueda cubrir con dicho requisito, fomentando alianzas profesionales entre ambas partes, a través de una adecuada difusión y coordinación integral.
 - Se inició una colaboración con la Universidad la Salle.
 - Se continuó con la promoción de las ofertas turísticas en el sitio web www.viajemostodospormexico.com, con paquetes para diversos segmentos.
 - Se realizaron diversas gestiones con los operadores turísticos inscritos en la página web www.viajemostodospormexico.com para continuar ofreciendo descuentos para viajar a través del Movimiento Viajemos Todos por México.
 - Se continuó trabajando con el Instituto Mexicano de la Juventud, proporcionando información de los destinos turísticos nacionales y promoviendo oportunidades para viajar para este segmento de la población.
- A través FONATUR Mantenimiento Turístico (FMT), durante el periodo comprendido de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se realizaron acciones de conservación y mantenimiento en 1,718 rampas de banqueta para personas con discapacidad que se encuentran en los Centros Integralmente Planeados CIPs.



ESTRATEGIAS Y LÍNEAS TRANSVERSALES



ESTRATEGIAS Y LÍNEAS TRANSVERSALES

Democratizar la Productividad

Dentro del marco del Grupo de Trabajo Intersectorial de Productividad en el Sector Turismo, de septiembre de 2017 a junio de 2018, se llevaron a cabo las siguientes acciones, particularmente en regiones donde la productividad es baja:

- En el marco del Programa Presupuestario S248 Programa de Desarrollo Regional Sustentable y Pueblos Mágicos, se llevó a cabo la evaluación, dictamen y aprobación de proyectos propuestos por las entidades federativas, para ser apoyados con recursos del programa en 2018, teniendo la formalización de 28 Convenios de Coordinación con igual número de entidades federativas, a fin de apoyar 154 proyectos de desarrollo turístico, con una inversión total detonada de 1,312.91 millones de pesos (533.05 mdp aportación federal y 779.86 mdp aportación estatal).
- Se llevaron a cabo las campañas de publicidad cooperativa con 29 entidades federativas alineando el mensaje de la campaña institucional nacional y al movimiento Viajemos Todos por México.

En el periodo septiembre a diciembre de 2017 y de enero a junio del 2018, se cumplió con la meta programada, al obtener 7 exenciones de presentación de manifestación de impacto ambiental, 1 modificación de proyecto en materia de impacto ambiental y 1 autorización como Documento Técnico Unificado (DTU) de las siguientes extensiones:

- 1.Rehabilitación de la Ciclopista CIP Los Cabos, en B.C.S. (SGPA/DGIRA/DG/08204 del 6-NOV-2017).
- 2.Proyecto Ejecutivo para la rehabilitación del emisor a presión del Cárcamo La Roca al Colector Sanitario La Roca, en el CIP Ixtapa, Guerrero (SGPA/DGIRA/DG/08794 del 24-NOV-17).
- 3.Parque Público Km 0 en Cancún Q. Roo (SGPA/DGIRA/DG/09473 del 12-DIC-17).
- 4.Caseta para planta de emergencia en cárcamo de bombeo en el CIP Los Cabos, San José del Cabo, B.C.S. (SGPA/DGIRA/DG/00938 del 8 de febrero de 2018).

5.Rehabilitación y reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales Campo de Golf en Ixtapa, Gro. (SGPA/DGIRA/DG/01023 del 13 de febrero del 2018).

6.Rehabilitación de postes, luminarias y centros de control del sistema de alumbrado público del CIP Ixtapa, Gro. (SGPA/DGIRA/DG/01157 del 16 de febrero del 2018).

Con la coordinación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), y en el marco del Programa de Conservación y Mantenimiento de los Centros Integralmente Planeados, se dieron atención a 18,305 hectáreas en los polígonos de los CIPs.

Durante el segundo trimestre del ejercicio fiscal 2018, se obtuvieron las siguientes autorizaciones en materia ambiental:

- 1) Rehabilitación de los Pozos 3, 7 y 8, derivado de los daños ocasionados a la infraestructura turística por la lluvia severa. (SGPA/DGIRA/DG/03126 del 27 de abril de 2018).
- 2) Rehabilitación del Sistema de Deshidratado de Lodos de la PTAR Chahué en Bahías de Huatulco, Oax. (SGPA/DGIRA/DG/02713 del 12 de abril de 2018).

Modificación:

- 3) Ampliación de la Ciclopista de la Laguna del Negro, Ixtapa, Gro. (SGPA/DGIRA/DG/03181 del 3 de mayo de 2018).

Documento Técnico Unificado (DTU):

1. Entronque para acceso al lote 1 ubicado en el sector V, en el CIP-Huatulco, Oax. (SGPA/DGIRA/DG/00392 del 18 de enero de 2018).

Con relación a la operación y mantenimiento de las plantas de tratamiento de Aguas Residuales en los CIP, se dio atención al tratamiento de 9, 679,65 metros cúbicos de agua residual.

Comité Nacional de Productividad

Con el propósito de desarrollar modelos que eleven la competitividad de los destinos turísticos, el Comité Nacional de Productividad (CNP) lleva a cabo dos pruebas pilotos en San Cristóbal de las Casas, Chiapas; y Cancún, Quintana Roo, para el desarrollo de proveedores, incrementar la productividad de hoteles y restaurantes e integración turística.

En el caso de las acciones sugeridas para la SECTUR, éstas son consistentes con estrategias que impulsa para el desarrollo de la cadena de valor en el sector, el fomento a la política gastronómica, el mejoramiento de hoteles y restaurantes y la integración de la proveeduría turística, entre otros aspectos.

En ese marco, la SECTUR impulsó las siguientes acciones:

- Se diseñaron 4 circuitos turísticos de los Altos de Chiapas, incluyendo visitas al proceso de producción y procesamiento de café (producto eje), así como otros atractivos gastronómicos y turísticos de las comunidades, a fin de conectar a productores locales de café con hoteles y restaurantes de la región, construir una experiencia turística y promoverlo como “lugar destino”.
- Se formuló la “Guía para Mejorar la Productividad de Hoteles y Restaurantes”.
- Se otorgaron subsidios por un monto total de 500 mil pesos para la “certificación de hoteles y restaurantes”, a fin de desarrollar 50 procesos de certificación: 30 implementaciones de distintivos “M” de calidad turística y 20 renovaciones (10 “Punto Limpio” y 10 “H”), en beneficio de 42 empresas locales.
- En el Atlas Turístico de México se incorporaron los atractivos turísticos, hoteles y restaurantes de San Cristóbal de las Casas. Esta herramienta cuenta con la funcionalidad para hacer la promoción de eventos y festividades que se celebren en la localidad; así mismo, se pueden realizar reservaciones utilizando el link específico de cada uno de dichos establecimientos.
- En 2017, se realizó la segunda rueda de negocios en Cancún-Riviera Maya para identificar e impulsar la atención de la demanda de insumos y servicios del sector turístico en la región.

- En la Plataforma Tecnológica “Conéctate al Turismo” se incorporó la información sobre los apoyos para los proveedores que participan en la cadena de valor.

Perspectiva de Género

Con el propósito de construir la Igualdad entre mujeres y hombres en un clima laboral propicio para el cumplimiento de las tareas y acciones de la SECTUR, así como en el sector de los viajes y el turismo, durante 2017 y lo que va de 2018, se continuó con la implementación de acciones para la transversalización de la Perspectiva de Género en las políticas públicas de la Secretaría de Turismo.

En el periodo septiembre de 2017 a junio de 2018, la Unidad de Igualdad de Género llevó a cabo diversas acciones en el marco del Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y No Discriminación contra las Mujeres 2013-2018, logrando consolidar programas



como la estrategia Integral para la prevención de la trata de personas y la erradicación del trabajo infantil, así como las acciones para el empoderamiento de las mujeres y el fortalecimiento de la cultura institucional.

Con base en el PROSECTUR, PROIGUALDAD, los programas anuales de trabajo de la Unidad de Igualdad de Género 2017 y 2018, incluyeron acciones para prevenir la trata de personas y el trabajo infantil mediante la implementación en 12 estados del Código de Conducta para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de los Viajes y el Turismo (CCN); el empoderamiento de las mujeres empresarias, mediante el tercer y cuarto encuentro de mujeres empresarias de MIPYMES turísticas, el empoderamiento de mujeres de comunidades marginadas de destinos turísticos mediante la implementación del Programa de Desarrollo Comunitario y el fortalecimiento de una cultura institucional de igualdad que apoye el mejor desempeño profesional y espacios libres de violencia y discriminación en el interior de la SECTUR.

El Comité de Igualdad de Género es el mecanismo establecido por la SECTUR para promover al interior y en las políticas públicas del sector la perspectiva de género. En su seno se presentaron los programas y acciones con enfoque de género realizadas por cada una de las diferentes unidades responsables de la SECTUR en 2017 y 2018.

Se mantuvo la operación de la sala de lactancia en las oficinas principales de la SECTUR en Av. Presidente Masaryk para garantizar un espacio seguro, cómodo y limpio para facilitar la extracción y conservación de la leche materna y se instalaron e inauguraron las salas de lactancia materna en los edificios de Schiller y de Viaducto. Con esto, la SECTUR garantiza el derecho a la lactancia en cada una de las sedes de trabajo.

El Comité de Igualdad de Género sesionó en tres ocasiones durante el periodo septiembre de 2017 a junio de 2018, al término del cual se han cumplido 15 acuerdos de 2017 y 3 de 2018.

Durante el periodo septiembre-diciembre 2017 y enero a agosto de 2018, campañas y eventos tanto en sitio como a través de redes sociales para sensibilizar a las y los servidores públicos en temas como la igualdad entre mujeres y hombres; la no violencia y la no discriminación y la promoción de la lactancia materna. Las fechas en que se realizaron estas actividades fueron: el día

internacional de la mujer, el día de la madre, del padre, el día internacional para la eliminación de la violencia contra la mujer y el día nacional contra la discriminación y durante la semana mundial de la lactancia materna.

Entre abril y junio de 2018, se conformó y coordinó el Grupo de Trabajo para elaborar la auditoría interna de cumplimiento de la SECTUR en la NMX R025 SCFI en Igualdad laboral y No Discriminación y continuar con el proceso de recertificación. El Grupo de Trabajo estuvo integrado por las direcciones generales de Administración, Comunicación Social, Asuntos Jurídicos, Oficialía Mayor y el Órgano Interno de Control.

Se llevaron a cabo las acciones previstas en la estrategia integral de capacitación para las y los servidores públicos de la SECTUR.

Entre el 1 de septiembre de 2017 y el 30 de junio de 2018, se impartieron cursos de capacitación, en temas para construir la igualdad de género y la no discriminación al interior de la SECTUR, a los que asistieron 918 servidoras y servidores públicos, los temas impartidos fueron: la prevención, atención y sanción del hostigamiento sexual y/o laboral; el lenguaje sin sexismo; las raíces socioculturales de la discriminación y atención pública sin discriminación; sensibilización en derechos humanos y trata de personas; y dinámicas de poder desde el ámbito de la discriminación, discriminación y lenguaje; y por último, como estrategia de sensibilización a la violencia de género, mediante la obra de teatro "Qué veo cuando me veo".

Con el propósito de capacitar a los integrantes del Comité de Ética y Previsión de Conflictos de Interés, así como de cumplir con la normatividad y actualizar a los nuevos integrantes del Comité de Ética, en el primer semestre de 2018 se implementaron 8 talleres en el Protocolo para prevenir, atender y sancionar el Acoso y Hostigamiento Sexual y Laboral.

Adicionalmente, con el fin de sensibilizar y contar con las herramientas para aplicar el protocolo para prevenir la discriminación, se dieron dos cursos en materia de derechos humanos y no discriminación para los integrantes del Comité de Ética: "Dinámicas de poder desde el ámbito de la discriminación" y "Lenguaje incluyente y no discriminatorio".

Se difundió a través del intranet de la SECTUR la declaratoria y la política de igualdad laboral y no discriminación de la SECTUR.

Mediante el Esquema de apoyo a Padres y Madres de Familia de colaboradores de la SECTUR y 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 y niños menores de 12 años no tienen clases escolares, se realizaron visitas lúdico educativas al Planetario Luis Enrique Erro para apoyar el interés de los menores en la ciencia, y al Museo Nacional de Antropología e Historia para fortalecer el interés en nuestra cultura. Ambas activaciones tuvieron una excelente aceptación entre el personal, beneficiando a un promedio de 60 menores por visita.

Cabe señalar que por los sismos de septiembre de 2017, que ocasionaron cambios en los calendarios escolares y cierre de museos, estas actividades fueron suspendidas en 2017.

La Unidad de igualdad de Género se sumó a la conmemoración del Día Naranja los días 25 de cada mes mediante una campaña permanente en redes sociales para poner fin a la violencia contra las mujeres, generando visibilidad a las acciones 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. Adicionalmente, con motivo de la conmemoración del Día Internacional de Erradicación de la Violencia contra la Mujer (25 de noviembre de 2017), y a fin de sensibilizar a la totalidad de su personal sobre la violencia y el maltrato familiar, la SECTUR consideró como estrategia, la presentación de la obra de teatro ¿Qué veo cuando me veo?, la cual muestra de forma lúdica y amorosa uno de los más graves problemas que vive actualmente México: la violencia contra las mujeres. Esta obra, además de fomentar la cultura con perspectiva de género entre las y los servidores públicos del sector, promueve la recreación familiar y considera al autoconocimiento como una vía óptima para eliminar las ideas y prejuicios que provocan la desigualdad y violencia hacia las mujeres. A la función asistieron 198 personas, 138 mujeres y 60 hombres.

El 8 de marzo 2018, en el marco del Día Internacional de la Mujer y con base en los intereses captados mediante encuestas a todo el personal, se llevó a cabo un ciclo de conferencias magistrales en las que se presentaron los temas “Imagen de la mujer actual”, la cual tuvo como objetivo aportar elementos para capacitar a las mujeres de la SECTUR en liderazgo e imagen, y “Rompiendo el silencio. Historia de una Sobreviviente”, la cual tuvo como objetivo hacer visible la problemática del abuso a

menores y la importancia de que en la familia se lleven a cabo medidas para la mejor Protección a niñas y niños.

Entre el 1 de septiembre de 2017 y 30 de junio de 2018, con el objetivo de detonar y potencializar el proceso de empoderamiento social y económico, se implementaron por segunda y tercera ocasión, el Programa de Desarrollo Comunitario, el cual aportó elementos para apoyar a 2,678 mujeres de comunidades turísticas de vulnerabilidad media y, en consecuencia, poder mejorar su calidad de vida personal y familiar. En 2017, el programa se implementó en 6 municipios: Taxco de Alarcón, Gro.; Temoaya, Edomex; y Tulum, Q. Roo, y en alianza con el Banco HSBC en los municipios de Tlaquiltenango, Mor.; Tecamachalco, Pue.; y Amealco, Qro. En 2018, en 4 municipios: Bahía de Banderas Nay.; Los Cabos, B.C.S.; San Francisco Ixhuatán, Oax.; y San Francisco del Mar, Oax. Cabe señalar que estas dos últimas comunidades fueron afectadas gravemente en los sismos de septiembre de 2017.

Para contribuir al fortalecimiento de habilidades, apoyar el empoderamiento económico y la toma de decisiones de las mujeres empresarias de cadenas turísticas en México, así como para crear sinergias con organismos del sector público y privado que les permitan introducirse a la cadena de valor y proveeduría del sector, en el periodo de este informe se llevaron a cabo el 3er. y 4o Encuentro de Mujeres Emprendedoras y Empresarias en Turismo, en la Ciudad de México, con la participación de 615 mujeres de diferentes estados de la República; en 2017, asistieron 329 mujeres empresarias y en 2018, 186 mujeres empresarias.

Las empresarias asistieron a conferencias, talleres y asesorías personalizadas, además de sesiones de vinculación para generar acuerdos comerciales entre empresarias y proveedores de servicios turísticos.

En el marco de la Estrategia Integral de Prevención a la Trata de Personas y Turismo libre de trabajo infantil 2017, sensibilizó de forma directa y en alianza con la CROC para generar un efecto multiplicador a 5,734 personas en 12 estados del país, en temas como la prevención a la trata de personas, trabajo infantil y la implementación del Código de Conducta Nacional para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de los Viajes y el Turismo (CCN).

Se impartieron 3 talleres para formar asesores de empresas en la implementación del CCN, capacitando a 105 personas (57 mujeres y 48 hombres) de diversas

partes de la República, con las competencias necesarias para dar acompañamiento en la implementación de este compromiso.

Las acciones realizadas contribuyeron a que 1,078 empresas y establecimientos turísticos adoptaran este instrumento entre el 1 de septiembre de 2017 y el 30 de junio de 2018 y se comprometieran con su implementación.

En el marco de la X Reunión del Grupo de Acción Regional de las Américas (GARA), organizada por la Secretaría de Turismo en noviembre en la Ciudad de México, esta Institución desarrolló una estrategia conjunta contra la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes, la cual será adoptada por los 12 países que integran el Grupo, como Plan de Acción Regional, con la finalidad de contar con un frente común para prevenir y combatir este flagelo. A la X Reunión del GARA asistieron nueve de los 12 representantes de los Ministerios de Turismo de los países que la conforman.

La SECTUR participó en la primera Cumbre Internacional sobre Protección de la Infancia en Viajes y Turismo, organizada por el Gobierno de Colombia, en coordinación con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo, ECPAT Internacional, UNODC, UNICEF, el Grupo de Trabajo Mundial de Alto Nivel sobre Protección de los Niños en los Viajes y Turismo, y ECPAT Colombia / Fundación Renacer; que reunió a líderes representantes de gobiernos de 97 países alrededor del mundo para generar la atención internacional sobre la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en viajes y turismo. A través de la participación de SECTUR México en el GARA se contribuyó al desarrollo de un “Manifiesto para la Protección de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo”, que se firmó durante la clausura de la Cumbre, como un documento de entendimiento regional.

Como parte del Plan de Acción Turismo Libre de Trabajo Infantil se desarrolló una asesoría, para la instalación y operación de ludotecas infantiles como estrategia comunitaria para prevenir violencia y trabajo infantil en Acapulco, Guerrero, esta estrategia determinó los mecanismos para el fortalecimiento de alianzas entre instancias del ámbito público (SECTUR), el sector privado (GRUPO MUNDO IMPERIAL) y de la sociedad civil (SAVE THE CHILDREN MEX.), acción que favorece la continuidad de las acciones más allá de los periodos de la Administración Pública, logrando se alentara la inversión privada para la instalación de una ludoteca infantil en Acapulco que será inaugurada en 2018.



Promover un Gobierno Cercano y Moderno

Las acciones desarrolladas por el sector turismo en el marco del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno 2013-2018 contribuyeron a orientar la gestión gubernamental al logro de resultados y optimización del uso de los recursos asignados a los programas presupuestales, bajo los principios de transparencia, rendición de cuentas y mayor participación de los actores de la actividad turística. De esta manera, se incrementó la productividad, eficiencia y eficacia en el desempeño de las funciones encomendadas.

Durante el periodo del 1° de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se integraron en el sistema PGCM de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público tres Reportes de Avances Trimestral, correspondientes al 3er. y 4° trimestre de 2017, así como al 1er. trimestre de 2018.

Los resultados en el ámbito sectorial de los indicadores de desempeño asociados a Bases de Colaboración, con corte al 31 de diciembre de 2017, incorporados en el Informe Trimestral sobre la Situación Económica, las Finanzas Públicas y la Deuda Pública del cuarto trimestre de 2017, son los siguientes:

Concepto	4T2017 (ENE-DIC 2017)
IAI.1 Tiempo de respuesta a solicitudes de información y calidad de las mismas. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	46.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	71.0%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	60.3%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	88.4%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	58.5%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
Instituto de Competitividad Turística	79.5%
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	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	57.7%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	86.7%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	47.2%
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 Constructora, 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	4
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	2
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	0.5
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	2
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	2
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	3
IIEI.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%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	100.0%
IMR.1 Simplificación normativa en trámites prioritarios. ***	
Secretaría de Turismo	88.9%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
IMR.2 Reducción de la carga administrativa al ciudadano. ***	
Secretaría de Turismo	41.6%
IMR.3 Porcentaje de normas internas simplificadas. ***	
Secretaría de Turismo	80.8%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	40.7%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	25.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	81.8%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	100.0%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	101.9%
IOR.1 Unidades administrativas orientadas a objetivos estratégicos. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	88.9%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	100.0%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	66.7%

FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	90.0%
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	95.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	87.0%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	59.2%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	94.9%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	21.2%
Instituto de Competitividad Turística	55.6%
IOR.3 Cociente del gasto de operación administrativo. ***	
Secretaría de Turismo	10.8%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	-6.0%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	-7.4%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	-37.2%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	-39.6%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	-6.7%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	0.2%
Instituto de Competitividad Turística	0.5%
IPT.1 Acciones de transparencia focalizada. ***	
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%
IPbR1. Porcentaje de programas presupuestarios con información de desempeño con un nivel de logro satisfactorio. ***	
Secretaría de Turismo	83.3%
Instituto de Competitividad Turística	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%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	50.0%
IPRO.1 Porcentaje de procesos prioritarios optimizados. ***	
Secretaría de Turismo	75.0%
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	80.0%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%
IPRO.2 Porcentaje de procesos estandarizados. ***	
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	100.0%
IRH.1 Recursos humanos profesionalizados. ***	
Secretaría de Turismo	50.6%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	45.7%
Corporación de Servicios al Turista Angeles Verdes	91.9%
FONATUR Constructora, S.A. de C.V.	53.9%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	82.7%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	43.5%
Fondo Nacional de Fomento al Turismo	17.4%
Instituto de Competitividad Turística	100.0%
ITIC.2 Procesos administrativos digitalizados. ***	
Secretaría de Turismo	100.0%
Consejo de Promoción Turística de México, S.A. de C.V.	100.0%
FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.	54.6%
FONATUR Operadora Portuaria, S.A. de C.V.	83.3%
ITIC.3 Índice de datos abiertos	
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%

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



Sistema de Control Interno Institucional

La Administración de Riesgos es la segunda Norma General de Control Interno, que se implementa y opera en la Secretaría para definir las estrategias y acciones que mitiguen los riesgos institucionales, a fin de asegurar el logro de las metas y objetivos de la dependencia de forma razonable. Al respecto, en el periodo del 1° de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se presentaron al Comité de Control y Desempeño Institucional (COCODI) el Reporte de Avances Trimestral (RAT) del Programa de Trabajo de Administración de Riesgos (PTAR) 2017 del 3er. y 4° trimestre del citado ejercicio, así como el Reporte Anual del Comportamiento de los Riesgos 2017. El PTAR 2017 se concluyó al 100%. Además, se llevó a cabo una sesión de capacitación en materia de Control Interno y Administración de Riesgos el 20 de julio de 2017. Asimismo, conforme a la normatividad en la materia, el proceso de administración de riesgos 2018, inició con la reunión de trabajo anual, celebrada el 30 de octubre de 2017 y se presentó la Matriz, Mapa y Programa de Trabajo de Administración de Riesgos 2018, autorizados por el C. Secretario de Turismo en la

primera sesión ordinaria del COCODI 2018. Por último, se dio seguimiento al PTAR 2018, mediante el RAT del PTAR 2018 del 1er. trimestre del año.

Integridad y Ética

Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés

El Comité de Ética y de Prevención de Conflictos de Interés (CEPCI), es un órgano colegiado plural, conformado por personas servidoras públicas de los distintos niveles jerárquicos de la dependencia, nominadas y electas cada dos años, cuyo propósito es el fomento de la ética y la integridad pública entre los servidores públicos, y llevar a cabo acciones para la capacitación y sensibilización, difusión de los valores y principios tanto del Código de Ética como del Código de Conducta, la prevención de los conflictos de intereses, la prevención de conductas discriminatorias y de hostigamiento sexual y acoso sexual y laboral, para lograr una mejora constante del clima y cultura organizacional en la dependencia.

En este contexto, durante los meses de noviembre y diciembre de 2017 se realizó el proceso de renovación



de los miembros del Comité. La etapa de nominación se llevó a cabo del 7 al 17 de noviembre de 2017, fueron propuestas 136 personas servidoras públicas de los diferentes niveles jerárquicos que componen la estructura ocupacional de la SECTUR y de sus Órganos Administrativos Desconcentrados: Instituto de Competitividad Turística (ICTUR) y Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes (CSTAV). La etapa de elección se llevó a cabo del 28 de noviembre al 4 de diciembre de 2017, en la que fueron consideradas 48 personas servidoras públicas.

El CEPCI de la Sectur para el periodo 2018-2020, estará integrado con seis mujeres y seis hombres como miembros titulares, y con cinco mujeres y siete hombres como miembros suplentes. En enero de 2017 se hizo la instalación formal de dicho Comité. Sus miembros suscribieron un acuerdo de confidencialidad acerca del manejo de la información que llegasen a conocer con motivo de su desempeño en el Comité.

Adicionalmente, el CEPCI estableció el Subcomité de apoyo al CEPCI en la atención de denuncias; se designaron a tres integrantes: una Directora de área, un Jefe del departamento y una persona del nivel operativo. El Subcomité se reunió en seis ocasiones, previa convocatoria que realizó la Secretaría Ejecutiva, para analizar expedientes de denuncias y proponer conclusiones al propio CEPCI.

En el periodo septiembre de 2017 a julio de 2018, el CEPCI llevó a cabo tres sesiones ordinarias y dos extraordinarias, en las que se trataron diversos asuntos relacionados con la ética e integridad pública. En noviembre de 2017, los miembros del CEPCI aprobaron la actualización de las Bases de Integración, Organización y Funcionamiento del CEPCI de la SECTUR, el Código de Conducta de los Servidores Públicos de la SECTUR, el Procedimiento para la atención de denuncias que cualquier persona presente ante el CEPCI de la SECTUR, así como el Protocolo para la atención de actos contrarios a la ética en la SECTUR.

Capacitación y sensibilización en materia de ética e integridad

En septiembre de 2017, se capacitaron de manera presencial a 52 personas servidoras públicas en materia de prevención, atención y sanción del Hostigamiento Sexual, Acoso Sexual y Laboral. En junio y julio de 2018, el CONAPRED impartió de manera presencial los Cursos: “Dinámicas y relaciones de poder, desde

una perspectiva antidiscriminatoria” y “Discriminación y lenguaje” a 20 y 27 servidores públicos miembros del CEPCI de la SECTUR y sus órganos administrativos desconcentrados, respectivamente.

Durante el primer semestre de 2018, el Centro de Apoyo a la Mujer Margarita Magón A.C., impartió ocho cursos presenciales de capacitación y sensibilización sobre Herramientas para el establecimiento de un clima laboral y Revisión del Protocolo atención y sanción del Hostigamiento Sexual, al Acoso Sexual y Laboral, y no discriminación en la SECTUR, a 239 servidores públicos de la SECTUR y de sus órganos administrativos desconcentrados. Dos Personas consejeras tomaron un curso en línea impartido por el INMUJERES, para prevenir, atender y sancionar el hostigamiento y acoso sexual.

Comunicación y difusión

Se difundieron 48 comunicados relativos a la misión y visión de la SECTUR, promoviendo la integridad, Súmate al 1, 2, 3, de la Integridad, principios y valores, prevención del hostigamiento y acoso sexual y laboral, no discriminación, los principios constitucionales del Código de Conducta, y sobre los documentos normativos relacionados con la ética e integridad, remitidos mediante el correo institucional a 962 empleados con más de 46 mensajes.

Se colocaron rótulos en los inmuebles de la Secretaría sobre no discriminación, principios constitucionales del Código de Conducta, prevención de hostigamiento sexual y acoso sexual, así como las funciones del CEPCI.

Se envió por correo electrónico a todos los servidores públicos de la SECTUR el video “Reconoce qué conductas configuran hostigamiento sexual y acoso sexual en la Administración Pública Federal”, proporcionado por la Unidad de Ética, Integridad Pública y Prevención de Conflictos de Interés (UEIPPCI) de la Secretaría de la Función Pública; se promovió la campaña “¿Acoso? ¡Acusa!”, proporcionada por el INMUJERES; se difundió el pronunciamiento “Cero Tolerancia” a las conductas, comportamientos o actitudes de Hostigamiento sexual y Acoso sexual, emitido por el C. Secretario.

Atención de denuncias

El CEPCI está facultado para recibir denuncias por incumplimientos al Código de Ética del Gobierno Federal, a las Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública o al Código de Conducta de la SECTUR, mismo que podrá emitir recomendaciones de mejora consistentes en capacitación, sensibilización y difusión en materias relacionadas con la

normativa correspondiente. En junio de 2017, el CEPCI recibió la queja número CEPCI/DAL/002/2017 por acoso sexual contra quien resulte responsable; toda vez que se presumió responsabilidades administrativas, el Comité acordó darle vista al Órgano Interno de Control en la sector, el cual, una vez hecho el análisis de la denuncia y de las diligencias practicadas, emitió acuerdo de conclusión y archivo, resolución que fue comunicada mediante oficio a la Secretaría Ejecutiva del CEPCI.

A inicios de diciembre de 2017, se recibió la denuncia CEPCI/DAL/003/2017 por presuntos incumplimientos al Código de Ética del Gobierno Federal, a las Reglas de Integridad para el ejercicio de la función pública y al Código de Conducta de la SECTUR; del análisis de la denuncia y de las diligencias practicadas, el CEPCI emitió acuerdo de conclusión y archivo; y formuló una recomendación a la Dirección de Recursos Humanos para fortalecer el procedimiento que deberán seguir y cumplir los prestadores de Servicio Social y los servidores públicos responsables de los mismos.

El junio de 2018, se recibió una denuncia por acoso sexual, la cual se encuentra en proceso de sustanciación.

Tecnologías de la Información y Comunicación

Se instauró el Sistema de Mesa de Ayuda la Secretaría de Turismo con la finalidad de automatizar el proceso de atención a solicitudes de soporte técnico y atención a usuarios en materia de tecnología de la información.

Se desarrolló el sistema de control de viáticos, para su implementación y aporte en el proceso de asignación y administración de viáticos a los servidores públicos de la SECTUR.

Se obtuvo un 100% de eficiencia (7 de 7) en la gestión de proyectos de la Cartera Ejecutiva de Proyectos de TIC 2017, destacando la Renovación del Licenciamiento de la Interfaz Google Maps API for Business que utiliza el Atlas Turístico de México como plataforma geográfica.

Se llevó a cabo el taller del procedimiento para las contrataciones en materia de TIC, en el cual asistió el personal de las unidades administrativas y sustantivas de la SECTUR, destacando los tópicos de planeación estratégica, administración del presupuesto y las contrataciones de TICs y administración de procesos, con lo cual se mejoró la gestión de los proyectos en materia de TIC, de las unidades responsables en la Secretaría de Turismo.

Para asegurar la continuidad de los servicios informáticos, se llevó a cabo la contratación anticipada de los siguientes contratos con vigencia al 31 de diciembre de 2018.

- Servicio de fotocopiado, impresión y digitalización de documentos para la Secretaría de Turismo (SECTUR).
- Servicio de Telefonía Local y Larga Distancia de la Secretaría de Turismo.
- Servicio de Licenciamiento Institucional de Programas de Cómputo del Fabricante Microsoft para la Secretaría de Turismo.
- Servicio de enlace de Internet y enlaces LAN to LAN.
- Solución de Cómputo Personal.
- Solución de Cómputo Institucional.
- Servicio de mantenimiento, soporte técnico y operación del centro de contacto de la infraestructura de voz de la Secretaría de Turismo.

Se elaboraron y autorizaron el Catálogo de Infraestructuras esenciales y activos clave de la SECTUR y el Documento de Resultados de Análisis de Riesgos como lo establecen las actividades ASI-4 y ASI-5 del “ACUERDO por el que se modifican las políticas y disposiciones para la Estrategía Digital Nacional, en materia de tecnologías de la Información y comunicaciones, en la de seguridad de la información, así como el Manual Administrativo de Aplicación General en dichas materias”, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 4 de febrero de 2016.

Se crearon 7 grupos de Participación Ciudadana dentro del esquema de Datos Abiertos.

El presupuesto autorizado para el ejercicio 2018 ascendió a la cantidad de 3,916.2 millones de pesos, lo que representaba un decremento del 0.8 % con relación a lo autorizado en el 2017.

Es importante mencionar que, en el mes de abril del presente ejercicio, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizó una ampliación líquida por 200 millones de pesos al programa presupuestario S248 “PRODERMAGICO”, lo que se traduce en un incremento en el presupuesto disponible de 5.1 %

El presupuesto fue distribuido inicialmente de la siguiente manera:

- 1,364.2 millones de pesos para SECTUR (Sector Central)
- 1,759.2 millones de pesos para FONATUR

- 175.4 millones de pesos para la filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- 617.4 millones de pesos para CPTM

Es importante mencionar que en el mes de abril del presente ejercicio, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público autorizó una ampliación líquida por 400.79 millones de pesos etiquetados para el proyecto estratégico del nuevo Acuario de Mazatlán al programa presupuestario S248 “PRODERMAGICO”, lo que se traduce en un incremento en el presupuesto disponible de 68.39%.

Ejercicio del gasto público

El presupuesto ejercido al 30 de junio del presente año, asciende a la cantidad de 4,300.7 millones de pesos, cifra mayor en 9.8% con respecto a la asignación original y se ejerció de la siguiente manera:

- 616.0 millones de pesos de SECTUR (Sector Central).
- 1,028.4 millones de pesos de FONATUR.
- 83.4 millones de pesos para la filial FONATUR Mantenimiento Turístico, S.A. de C.V.
- 2,572.9 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, conforme lo establece la Ley Federal de Derechos.

Cabe destacar que los recursos han sido ejercidos 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 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.

Recursos humanos

En el periodo del 1 de septiembre al 31 de diciembre de 2017, se capacitó a 545 Servidores Públicos con los cursos considerados en el Programa Anual de Capacitación. En el periodo del 1 de enero al 30 de junio de 2018, se han capacitado 123 servidores públicos con acciones de capacitación consideradas como capacitación externa. Considerándose un

total de 668 servidores públicos capacitados en el periodo en mención.

Del 1° de septiembre al 31 de diciembre de 2017, ingresaron 49 prestadores de servicio social. En el periodo comprendido del 1 enero al 30 de junio de 2018, han ingresado 84 prestadores de servicios.

Sistema INFOMEX-GOBIERNO FEDERAL		
Año	Solicitudes recibidas	Porcentaje de incremento o decremento
2017	899**	18.45%*
2018	510	-40.30%***

* Porcentaje de variación con respecto al año 2016.

** Periodo comprendido del 1° de enero al 31 de diciembre de 2017.

***Porcentaje obtenido con respecto al periodo del 1° de septiembre de 2016 al 12 de julio 2017.

Nota: Disminuyó la cantidad de solicitudes de acceso a la información en un 40.30%, con respecto al periodo anterior.

Del 1° de septiembre de 2017 al 30 de junio del 2018, SECTUR ha recibido y atendido 510 solicitudes de acceso a la información a través del sistema INFOMEX-Gobierno Federal.

Del 1 de septiembre de 2017 al 30 de junio de 2018, se han recibido nueve recursos de revisión, dos menos que en el mismo periodo del año anterior, para los cuales se han emitido por parte del INAI cinco resoluciones: un sobreseimiento, cuatro modificaciones. Cuatro se encuentran en trámite.

Se capacitó a un total de 47 servidores públicos, quienes se capacitaron tomando 100 cursos (presenciales o en línea), que ofrece el INAI, relacionados con la Reforma Constitucional en Materia de Transparencia, Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, Ley General de Protección de Datos Personales en Posesión de Sujetos Obligados, Clasificación y Desclasificación de la Información, Sensibilización para la Transparencia y la Rendición de Cuentas, Organización de Archivos.





ANEXO ESTADÍSTICO

Producto Interno Bruto, consumo y personal ocupado del sector turismo ^{1/}

Concepto	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 ^{p/}	2015	2016
MILLONES DE PESOS												
CORRIENTES												
PIB Turismo	783 744.1	846 880.7	918 255.3	1 001 528.4	992 532.6	1 071 526.0	1 159 723.0	1 257 503.6	1 332 001.4	1 402 350.6	1 523 904.6	1 646 554.2
Bienes	83 367.9	92 032.4	99 960.7	111 641.1	112 081.0	121 856.4	133 181.5	145 775.8	156 368.4	162 115.2	163 396.2	174 205.1
Artesanías	27 458.5	29 491.4	31 973.3	35 381.1	34 814.7	38 114.0	43 892.1	47 770.2	50 904.9	52 966.7	58 522.4	62 086.1
Otros bienes	55 909.4	62 541.1	67 987.4	76 260.0	77 266.3	83 742.4	89 289.4	98 005.6	105 463.5	109 148.5	104 873.8	112 119.1
Servicios	700 376.2	754 848.2	818 294.6	889 887.2	880 451.6	949 669.5	1 026 541.5	1 111 727.8	1 175 633.0	1 240 235.4	1 360 508.5	1 472 349.1
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	6 496.1	7 079.1	7 585.6	8 093.6	7 594.0	8 181.8	8 504.4	9 437.0	9 908.4	10 296.7	11 132.7	12 604.9
Alojamiento para visitantes ^{2/}	214 298.6	232 383.1	254 233.7	279 201.1	274 209.5	299 784.5	329 255.6	357 292.5	381 711.1	407 564.9	440 786.6	473 782.6
Culturales, deportivos y recreativos	18 129.1	19 950.3	21 978.9	23 027.6	23 782.2	25 522.4	27 368.2	29 349.2	29 013.2	31 930.3	34 688.8	37 063.5
Restaurantes, bares y centros nocturnos ^{3/}	125 785.5	134 386.6	147 674.4	163 061.7	151 096.6	155 173.7	167 536.9	184 260.9	193 356.3	202 938.5	234 701.8	253 183.1
Transporte ^{4/}	150 291.8	161 142.4	170 402.2	177 379.6	181 433.3	200 034.3	213 137.1	232 240.6	248 445.8	250 840.5	271 625.9	295 317.5
Servicios de apoyo	1 022.6	1 083.8	1 150.8	1 217.7	1 297.1	1 304.8	1 293.3	1 384.7	1 508.7	1 474.1	1 680.5	1 742.4
Otros servicios	184 352.5	198 822.9	215 269.0	237 906.0	241 038.9	259 668.1	279 446.0	297 762.8	311 689.4	335 190.4	365 892.1	398 655.0
Consumo Turístico	1 347 050.8	1 456 715.1	1 570 562.6	1 699 933.8	1 682 333.6	1 794 717.2	1 929 713.5	2 108 222.2	2 356 344.5	2 376 768.5	2 608 733.6	2 858 825.0
Interior	1 249 624.0	1 354 283.7	1 462 230.6	1 585 310.6	1 564 613.7	1 681 119.1	1 808 650.5	1 967 033.6	2 203 169.6	2 209 484.1	2 407 242.3	2 619 805.7
Interno	1 091 772.1	1 192 449.2	1 288 589.6	1 398 887.2	1 365 042.0	1 484 651.1	1 613 003.8	1 742 710.6	1 960 389.3	1 920 862.8	2 047 428.5	2 156 992.7
Con pernocta	831 076.6	907 070.8	982 417.4	1 070 455.4	1 040 336.5	1 133 123.3	1 235 799.7	1 332 754.1	1 490 092.0	1 479 598.3	1 570 095.2	1 642 410.5
Excursionistas	135 842.9	147 572.3	160 528.6	175 120.1	170 648.1	186 331.4	204 599.5	220 893.4	253 012.2	239 671.0	256 574.1	267 723.3
Gastos previos	124 852.6	137 806.2	145 643.6	153 311.7	154 057.4	165 196.4	172 604.6	189 063.1	217 285.1	201 593.5	220 759.1	246 859.0
Receptivo	157 851.8	161 834.5	173 641.0	186 423.4	199 571.7	196 468.0	195 646.7	224 323.1	242 780.3	288 621.3	359 813.8	462 812.9
Con pernocta	128 908.3	133 320.7	145 742.7	158 361.9	171 414.6	171 196.6	172 524.4	198 359.3	216 012.0	263 471.0	329 568.3	426 365.0
Excursionistas	28 943.5	28 513.8	27 898.3	28 061.5	28 157.1	25 271.4	23 122.3	25 963.8	26 768.3	25 150.2	30 245.5	36 448.0
Egresivo	97 426.8	102 431.4	108 332.0	114 623.2	117 719.9	113 598.1	121 062.9	141 188.5	153 174.8	167 284.4	201 491.3	239 019.4
Con pernocta	54 459.2	59 758.0	68 258.4	74 125.3	79 805.1	79 347.9	85 930.3	103 025.5	113 563.3	127 362.1	152 777.5	180 097.5
Excursionistas	42 967.6	30 242.0	40 073.6	40 497.9	37 914.8	34 250.2	35 132.6	38 163.1	39 611.5	39 922.3	48 713.8	58 921.9
MILLONES DE PESOS CONSTANTES DE 2013												
PIB Turismo	1 112 858.7	1 162 645.1	1 212 909.8	1 270 769.6	1 201 662.1	1 228 799.4	1 264 245.9	1 304 619.5	1 332 001.4	1 356 207.4	1 404 875.6	1 463 257.9
Bienes	131 538.4	138 749.4	145 256.2	151 398.1	147 745.2	151 205.2	154 619.2	157 263.7	156 368.4	151 168.5	148 458.8	152 112.5
Artesanías	38 654.2	39 877.7	41 969.1	44 543.2	41 888.7	44 201.5	47 553.8	49 343.4	50 904.9	50 927.0	53 934.6	54 400.6
Otros bienes	92 884.1	98 871.8	103 287.2	106 854.8	105 856.5	107 003.7	107 065.4	107 920.3	105 463.5	100 241.5	94 524.3	97 711.9
Servicios	981 320.3	1 023 895.6	1 067 653.6	1 119 371.5	1 053 916.9	1 077 594.2	1 109 626.7	1 147 355.8	1 175 633.0	1 205 038.9	1 256 416.8	1 311 145.4
Agencias de viajes y otros servicios de reserva	8 724.4	9 035.3	9 496.3	9 572.0	8 675.1	9 082.1	9 210.3	9 697.8	9 908.4	9 861.8	9 994.3	10 701.0
Alojamiento para visitantes ^{2/}	274 116.3	286 366.6	304 135.2	323 429.1	309 095.4	327 423.7	346 398.1	368 676.5	381 711.1	394 242.9	414 301.2	429 210.2
Culturales, deportivos y recreativos	23 764.1	24 588.5	25 537.4	26 313.6	25 486.5	26 386.2	27 344.7	28 324.2	29 013.2	28 770.9	30 132.4	31 511.1
Restaurantes, bares y centros nocturnos ^{3/}	173 132.4	178 678.0	186 898.4	200 149.1	175 196.4	169 104.6	174 084.4	184 127.0	193 356.3	192 385.7	209 589.8	215 929.0
Transporte ^{4/}	218 297.7	232 899.9	242 479.4	236 842.1	232 219.4	233 893.7	237 286.1	239 611.0	248 445.8	251 675.7	261 955.1	273 941.0
Servicios de apoyo	1 268.7	1 309.6	1 326.1	1 375.1	1 407.1	1 392.3	1 342.8	1 400.8	1 508.7	1 406.6	1 544.5	1 552.9
Otros servicios	282 016.8	291 017.7	297 780.9	321 690.5	301 837.1	310 311.6	313 960.4	315 518.5	311 689.4	326 695.4	328 899.4	348 300.3
Consumo Turístico	1 982 923.5	2 055 825.8	2 157 600.1	2 222 315.5	2 080 110.2	2 125 611.2	2 193 994.8	2 266 750.6	2 356 344.5	2 371 281.8	2 479 266.6	2 574 759.7
Interior	1 837 129.2	1 908 278.0	2 007 385.0	2 073 757.2	1 956 367.0	2 002 915.0	2 064 749.2	2 127 213.0	2 203 169.6	2 212 654.3	2 319 518.6	2 412 372.0
Interno	1 628 532.5	1 703 430.7	1 794 593.0	1 856 050.2	1 733 189.8	1 784 144.2	1 857 381.2	1 898 787.0	1 960 389.3	1 940 629.2	1 989 711.6	2 003 253.2
Con pernocta	1 222 607.3	1 275 774.4	1 346 753.6	1 402 644.1	1 301 434.2	1 353 323.8	1 415 833.8	1 452 499.2	1 490 092.0	1 485 879.4	1 519 688.1	1 519 574.1
Excursionistas	218 823.2	227 639.6	241 809.7	250 216.5	233 812.9	240 038.5	249 116.5	251 451.7	253 012.2	250 783.4	257 653.3	257 296.3
Gastos previos	187 102.0	200 016.6	206 029.7	203 189.5	197 942.7	190 781.9	192 430.9	194 836.2	217 285.1	203 966.4	212 370.1	226 382.7
Receptivo	208 596.7	204 847.3	212 792.0	217 707.0	223 177.2	218 770.7	207 367.9	228 426.0	242 780.3	272 025.1	329 807.0	409 118.8
Con pernocta	170 134.1	168 370.0	178 267.8	184 413.1	191 355.8	191 148.1	182 608.8	201 647.6	216 012.0	247 850.6	301 150.2	375 591.3
Excursionistas	38 462.7	36 477.3	34 524.2	33 293.9	31 821.5	27 622.6	24 759.2	26 778.4	26 768.3	24 174.4	28 656.7	33 527.5
Egresivo	145 794.3	147 547.8	150 215.1	148 558.3	123 743.1	122 696.2	129 245.6	139 537.6	153 174.8	158 627.5	159 748.0	162 387.7
Con pernocta	75 874.1	80 361.7	89 076.5	90 361.6	80 685.3	83 100.8	91 386.3	102 692.3	113 563.3	120 539.0	116 501.4	122 389.7
Excursionistas	69 920.1	67 186.2	61 138.6	58 196.7	43 057.9	39 595.5	37 859.3	36 845.3	39 611.5	38 088.5	43 246.6	39 998.0
MILES DE OCUPACIONES												
Personal Ocupado remunerado	1 858.5	1 881.7	1 986.6	2 076.1	2 049.3	2 078.0	2 106.2	2 131.4	2 153.1	2 180.9	2 229.8	2 271.1

1/ La Cuenta satélite del turismo de México 2016. Año base 2013. 2017, es un Sistema de Información Macroeconómica que permite identificar las actividades económicas que producen bienes y servicios para los turistas, y se elabora a fin de dimensionar con mayor precisión la actividad turística del país y su impacto en la economía. 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/ Se refiere al alojamiento en establecimientos tradicionales, alojamiento en propiedad de casas de vacaciones y alojamiento en casa de familiares y amigos (imputación).

3/ Incluyen los registros correspondientes a alimentos y bebidas que se procesan en los restaurantes y bares.

4/ Comprende a los rubros: transporte aéreo de pasajeros, pasajeros por ferrocarril, pasajeros por agua, pasajeros por carretera, servicios relacionados con el transporte y servicios de alquiler de equipos de transporte.

p/ Cifra preliminar a partir de este año.

“Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta satélite del turismo de México 2016. Año base 2013, 2017.

NOTA: El 31 de octubre de 2017 se publicó la Cuenta Satélite de Turismo de México 2016, cuyos resultados incluyen el cambio de año base de 2008 a 2013. Con lo cual se recalcula toda la serie histórica.”

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 turística (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	n.d.
1997	382 364	303 537	78 827	21 636.0	20 911.0	725.0	n.d.
1998	396 968	311 344	85 624	19 714.0	18 604.0	1 110.0	n.d.
1999	419 608	341 880	77 728	17 613.1	16 192.1	1 421.0	809.1
2000	421 850	348 203	73 647	18 048.7	15 467.4	2 581.3	810.5
2001	458 123	378 956	79 167	15 080.7	12 297.7	2 783.0	511.4
2002	469 488	386 829	82 659	16 752.1	12 850.1	3 902.0	449.7
2003	496 292	403 886	92 406	16 726.8	12 913.4	3 813.4	576.2
2004	515 904	409 108	106 796	14 612.9	11 370.9	3 242.0	587.4
2005	535 639	435 727	99 912	17 244.9	14 668.2	2 576.7	1 671.6
2006	556 399	450 428	105 971	16 769.6	14 295.4	2 474.2	1 541.6
2007	584 331	476 732	107 599	28 562.4	26 879.5	1 682.9	1 806.1
2008	604 051	490 491	113 560	38 092.0	35 287.5	2 804.5	831.7
2009	623 555	502 170	121 385	39 649.3	35 466.4	4 182.9	466.0
2010	638 494	514 096	124 398	38 686.5	34 252.8	4 433.7	958.4
2011	651 160	528 439	122 721	49 079.0	41 264.4	7 814.6	1 020.3
2012	660 546	538 040	122 506	48 218.0	40 643.8	7 574.2	1 534.1
2013	672 296	545 872	126 424	49 534.5	40 796.0	8 738.5	1 417.7
2014	692 351	567 198	125 153	63 958.2	49 631.9	14 326.3	1 023.8
2015	736 512	606 121	130 391	75 104.8	56 392.5	18 712.3	696.1
2016	769 135	627 203	141 932	97 460.4	71 002.1	26 458.3	706.9
2017 ^{6/}	n.d.	n.d.	n.d.	106 620.1	85 150.4	22 254.4	1 628.8
2018 ^{7/}	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	179.9

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. Las cifras se refieren al mes de Diciembre de cada año.

3/ Se refiere al flujo de capital que entra del extranjero y que se invierte en actividades representativas del turismo. Cifras a partir del primer trimestre de 1999 al primer trimestre de 2018.

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.

6/ La información aún se encuentra en elaboración en trabajos conjuntos de INEGI-SECTUR para la elaboración de los Anuarios Estadísticos y Compendio Estadístico del Turismo de México 2017.

7/ La información 2018 estará disponible en el año 2019.

n.d. No disponible.

*Nota: La metodología de cálculo del indicador de Inversión Extranjera Directa Turística fue aprobada por el Comité Técnico Especializado de Estadísticas Económicas del Sector Turismo, retomando referencias internacionales de la OCDE, de la OMT y del SCIAN 2013 para conceptualizar, identificar, delimitar y cuantificar la Inversión Extranjera Directa Turística en actividades representativas de la actividad turística de México.

-La Secretaría de Economía actualiza las cifras de inversión extranjera directa cada trimestre de acuerdo con el avance o la etapa de inversión en que se encuentre el proyecto (pre inversión, inversión u operación). Recuérdese que un proyecto de inversión suele ser de largo plazo, por lo que en el transcurso del proyecto se inyectan continuamente recursos económicos, en este sentido, las cifras reflejan esta inversión trimestre a trimestre.

Fuente: Secretaría de Turismo Compendio estadístico y anuarios estadísticos por entidad federativa INEGI, Banco de México y Secretaría de Economía

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	786.8	165.1	66.0	37.5	22.1	148.1			100.9	42.9	20.3	174.8		9.1
2017	478.1	118.1	74.1	61.1	18.7	120.3			21.0		10.5	54.3		
2018 ^{1/}	304.8	78.0	52.7	17.1	9.3	87.6			28.6		5.6	25.9		

1/ Cifras del presupuesto pagado al mes de mayo 2018. 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					
	Total	Turistas			Total	Turistas			Total	Turistas				
		En zona fronteriza	Al interior	En cruceros		En zona fronteriza	A otros destinos	Excur- sionistas en zona fronteriza		Total	En zona fronteriza	Otros destinos	Excur- sionistas	
1996	6 756.2	5 110.2	640.2	4 470.0	1 646.0	1 536.4	216.3	1 320.1	1 850.8	3 369.0	3 573.8	423.8	3 149.9	- 204.8
1997	7 376.0	5 531.0	445.0	5 086.0	1 845.0	1 821.2	228.4	1 592.8	2 070.7	3 484.1	3 709.8	216.5	3 493.2	- 225.7
1998	7 493.1	5 633.3	498.8	5 134.5	1 859.8	1 737.8	281.4	1 720.6	2 207.2	3 284.0	3 631.4	217.5	3 413.9	- 347.4
1999	7 222.9	5 505.7	444.0	5 061.7	1 717.2	1 551.7	259.6	1 690.8	2 590.9	2 681.6	3 555.3	184.4	3 370.9	- 873.7
2000	8 294.2	6 435.4	619.2	5 816.2	1 858.8	1 657.7	201.1	2 444.9	3 054.2	2 795.1	3 990.5	338.2	3 652.3	-1 195.4
2001	8 400.6	6 538.4	597.0	5 941.4	1 862.2	1 646.9	368.0	2 399.5	2 934.4	2 698.7	3 770.9	228.9	3 541.9	-1 072.1
2002	8 858.0	6 724.7	640.9	6 083.7	2 133.3	1 850.9	282.5	2 429.1	3 282.0	2 798.3	3 947.0	292.4	3 654.6	-1 148.7
2003	9 361.7	7 251.7	571.6	6 680.1	2 110.0	1 821.5	288.5	2 565.3	3 418.3	3 108.4	4 416.7	301.9	4 114.8	-1 308.2
2004	10 795.6	8 382.2	598.8	7 783.5	2 413.3	1 992.5	420.8	2 910.9	3 731.7	3 836.5	5 154.9	282.4	4 872.5	-1 318.4
2005	11 803.4	9 146.3	643.9	8 502.4	2 657.1	2 204.5	452.6	3 313.7	3 946.9	4 203.0	5 492.9	304.2	5 188.7	-1 289.8
2006	12 176.6	9 559.4	604.8	8 954.6	2 617.1	2 158.8	458.3	3 805.4	3 914.9	4 068.3	5 366.1	216.9	5 149.2	-1 297.8
2007	12 919.0	10 367.0	629.8	9 737.2	2 552.1	2 053.7	498.4	4 372.5	3 667.6	4 457.5	5 573.0	208.4	5 364.6	-1 115.5
2008	13 369.7	10 860.5	708.1	10 152.4	2 509.1	2 026.2	483.0	4 566.4	3 621.8	4 802.0	5 914.6	328.6	5 586.0	-1 112.6
2009	11 512.7	9 430.8	603.7	8 827.0	2 081.9	1 628.0	453.9	4 058.0	2 810.6	4 305.4	5 034.0	265.0	4 769.0	- 728.6
2010	11 991.7	9 990.8	548.0	9 442.8	2 000.9	1 472.0	528.8	4 187.4	2 714.8	4 736.8	5 450.7	195.3	5 255.4	- 713.9
2011	11 868.8	10 006.3	557.9	9 448.5	1 862.5	1 383.7	478.8	4 692.7	2 817.9	4 036.9	4 992.3	236.6	4 755.7	- 955.4
2012	12 739.0	10 766.0	568.0	10 199.0	1 973.0	1 533.0	440.0	5 223.0	2 900.0	4 290.0	5 217.0	242.0	4 976.0	- 927.0
2013	13 949.0	11 853.8	542.2	11 311.5	2 095.2	1 737.1	358.1	5 776.6	3 097.5	4 826.6	5 828.9	293.9	5 535.0	-1 002.3
2014	16 208.4	14 320.0	740.1	13 579.9	1 888.4	1 469.6	418.8	6 470.2	2 995.1	6 602.6	7 709.3	282.7	7 426.5	-1 106.7
2015	17 733.7	15 825.7	790.7	15 035.0	1 908.0	1 508.9	399.2	6 470.2	3 071.6	7 635.6	8 799.2	234.4	8 564.8	-1 163.6
2016	19 649.7	17 697.8	772.0	16 925.8	1 951.8	1 558.1	393.8	6 589.4	3 147.4	9 346.7	10 542.2	205.8	10 336.4	-1 195.5
2017 ^{p/}	21 332.8	19 181.6	979.6	18 202.0	2 151.2	1 675.3	475.8	6 948.1	3 337.4	10 504.4	11 690.6	436.7	11 253.9	-1 186.2
2018 ^{p/}	9 695.1	8 763.6	442.3	8 321.4	931.4	687.0	244.4	2 821.7	1 401.5	5 234.6	5 704.7	205.0	5 499.7	- 470.0

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 pernoctan 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 2018 datos preliminares al mes de Mayo.
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 zona interior	Excursionistas en zona fronteriza 3/	Total	En zona fronteriza	Al interior	Total	En zona fronteriza	En zona interior	Excursionistas en zona fronteriza 3/								
1996	90 394	21 395	8 982	68 998	2 142	103 442	9 001	4 564	4 437	94 441	747	2 388	516	4 977	239	229	529	327	1707	474	297.5	19.6
1997	92 915	19 351	9 557	73 564	2 253	107 242	8 910	4 072	4 838	98 332	794	2 858	466	5 193	251	242	544	363	2044	561	329.2	21.1
1998	95 214	19 392	9 617	75 822	2 246	107 927	9 637	4 460	5 177	98 290	787	2 905	519	5 253	245	236	543	390	2077	631	332.3	22.5
1999	99 869	19 043	8 829	80 826	3 048	117 383	10 352	4 809	5 543	107 031	723	2 891	503	4 956	212	200	543	387	1884	540	305.0	24.2
2000	105 673	20 641	10 050	85 032	3 467	127 268	11 079	4 879	6 200	116 189	785	3 118	616	5 491	219	203	580	432	2207	576	349.0	26.3
2001	100 719	19 810	9 659	80 908	3 805	123 737	12 075	5 652	6 423	111 657	834	3 300	618	5 853	230	214	566	461	2292	651	373.6	26.3
2002	100 158	19 667	9 784	80 487	75 352	124 633	11 948	5 456	6 492	112 685	884	3 419	655	6 156	265	246	550	486	2325	639	374.1	29.1
2003	92 330	18 665	8 312	73 664	6 890	123 015	11 044	4 441	6 603	111 971	1014	3 885	688	6 452	286	265	580	508	2567	607	388.5	30.5
2004	99 250	20 618	9 065	78 632	72 139	128 903	12 494	5 096	7 398	116 409	1088	4 066	661	6 737	307	276	648	540	2583	621	393.5	32.1
2005	103 146	21 915	9 381	81 231	74 524	128 392	13 305	5 305	8 000	115 087	1144	4 174	686	6 784	327	296	675	592	2746	640	414.2	34.3
2006	97 701	21 353	8 745	76 348	69 832	122 022	14 002	5 516	8 486	108 020	1246	4 477	692	7 103	343	309	703	664	2995	703	448.4	36.2
2007	93 582	21 606	8 565	71 976	65 034	109 540	15 257	5 870	9 387	94 283	1381	4 798	735	7 467	355	316	718	772	3142	718	465.8	38.9
2008	92 948	22 931	9 505	70 017	63 526	107 519	14 527	5 129	9 397	92 992	1438	4 736	745	7 562	358	319	744	797	3405	740	485.9	38.9
2009	88 044	22 346	9 845	65 698	59 997	98 228	14 104	5 067	9 037	84 124	1308	4 220	613	7 061	317	271	796	734	3117	669	449.0	33.4
2010	81 953	23 290	9 962	58 664	52 615	91 658	14 334	5 003	9 331	77 323	1463	4 290	550	7 085	341	280	874	792	3167	705	448.8	35.1
2011	75 732	23 403	10 166	52 329	47 039	88 113	14 799	4 599	10 200	73 314	1567	4 276	549	7 138	356	294	905	889	3388	699	460.1	38.4
2012	76 749	23 403	9 738	53 346	48 148	87 332	15 581	4 372	11 209	71 752	1660	4 601	583	7 463	370	318	847	967	3561	745	466.0	40.4
2013	78 100	24 151	9 589	53 950	49 394	90 777	15 911	4 217	11 694	74 866	1786	4 908	565	7 768	388	352	786	1005	3787	589	494.0	41.4
2014	81 042	29 346	13 346	60 000	51 697	90 982	18 261	7 018	11 243	72 721	2000	4 880	555	8 488	365	320	724	1056	3620	652	547.3	41.4
2015	87 129	32 093	13 786	55 035	48 920	94 988	19 603	8 328	11 275	75 385	2035	4 931	574	8 213	347	308	653	1063	3584	668	573.9	40.7
2016	94 853	35 079	14 416	59 774	53 079	97 372	20 223	8 678	11 545	77 149	2072	5 045	536	8 191	327	294	588	1058	3538	653	570.7	40.8
2017 ^{p/}	99 594	39 298	16 808	60 296	52 378	94 233	19 025	7 768	11 257	75 208	2142	4 881	583	8 094	357	320	601	1149	3937	699	617.2	44.4
2018 ^{p/}	42 596	17 251	7 355	25 345	21 358	38 658	8 112	3 773	4 339	30 547	2276	5 080	601	8 409	367	322	613	1154	3771	629	650.3	45.9

1/ La información de viajeros captados por México con base en los criterios de la OMT, comprende turistas (los que permanecen 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 a México 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 2018 datos preliminares al mes de Mayo.

Fuente: Secretaría de Turismo con base en datos proporcionados por el Banco de México.

Oferta hotelera por centros turísticos seleccionados1/

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p/	2018p/
Total											
Cuartos disponibles2/	332 963	339 708	350 568	355 551	366 299	352 017	350 151	356 672	365 970	384 308	395 576
Llegada de turistas (Miles)	60 151.2	55 131.1	57 780.7	59 237.1	64 328.6	63 374.7	65 000.2	69 827.3	74 276.3	79 905	403 13
-Nacionales	45 420.2	43 088.2	45 274.1	46 581.6	50 776.2	49 313.1	49 649.2	52 824.3	55 534.9	58 616	288 59
-Extranjeros	14 730.9	12 043.0	12 506.6	12 655.5	13 552.3	14 061.6	15 351.0	17 002.9	18 741.3	21 289	114 54
% de ocupación	54.0	46.3	48.6	50.0	53.2	54.5	57.1	59.6	60.4	61.2	61.9
Integralmente planeados3/											
Cuartos disponibles2/	45 055	48 574	49 913	49 366	51 178	52 584	52 534	52 824	53 970	59 569	62 359
Llegada de turistas (Miles)	5 701.6	6 328.7	6 231.4	6 136.4	6 775.0	6 856.4	8 441.0	9 956.7	11 174.4	11 897	6 183
-Nacionales	2 314.6	2 915.1	3 007.2	2 860.6	3 213.4	2 825.6	3 295.3	4 008.4	4 192.6	3 986	1 838
-Extranjeros	3 387.0	3 413.7	3 224.2	3 275.8	3 561.6	4 030.9	5 145.8	5 948.2	6 981.9	7 911	4 345
% de ocupación	65.0	54.3	55.8	56.5	61.1	65.0	67.2	71.2	70.9	71.4	74.9
Tradicionales de playa4/											
Cuartos disponibles2/	54 110	54 941	56 117	57 187	57 896	58 030	57 901	58 552	59 284	61 194	61 956
Llegada de turistas (Miles)	12 060.5	11 110.4	10 950.3	9 874.0	11 454.2	11 710.2	12 234.8	13 080.1	13 922.1	15 367	8 032
-Nacionales	10 073.5	9 745.1	9 489.5	8 601.7	10 271.5	10 495.7	10 878.9	11 664.0	12 454.2	13 394	6 856
-Extranjeros	1 987.0	1 365.3	1 460.8	1 272.3	1 182.7	1 214.5	1 355.9	1 416.1	1 467.9	1 973	1 176
% de ocupación	52.4	45.5	44.4	44.4	47.5	47.2	49.7	51.0	52.7	54.3	57.2
Otros centros de playas5/											
Cuartos disponibles2/	46 948	47 893	49 488	49 778	53 289	54 765	50 576	51 719	52 672	58 428	61 114
Llegada de turistas (Miles)	5 177	4 368	4 991	5 282	6 108	6 880	6 196	6 596	7 085	7 831	3 908
-Nacionales	1 559	1 405	1 519	1 669	2 058	2 644	2 907	2 952	2 076	2 028	867
-Extranjeros	3 617	2 963	3 471	3 612	4 050	4 237	4 289	4 644	5 009	5 802	3 040
% de ocupación	62.6	52.5	59.3	61.5	65.4	67.2	71.6	73.9	74.0	75.9	77.8
Grandes ciudades6/											
Cuartos disponibles2/	72 084	72 533	73 639	75 822	77 491	77 985	78 209	80 055	83 057	84 098	83 434
Llegada de turistas (Miles)	15 094.6	13 086.1	13 862.8	15 307.2	16 375.9	16 819.0	16 007.0	16 880.6	17 330.3	18 254	8 671
-Nacionales	11 741.2	10 742.9	11 626.4	12 859.4	13 671.3	14 114.1	13 267.3	13 989.2	14 355.1	14 958	7 028
-Extranjeros	3 353.4	2 343.1	2 236.4	2 447.8	2 704.6	2 704.9	2 739.6	2 891.4	2 975.2	3 295	1 643
% de ocupación	54.9	45.5	49.8	53.2	57.2	55.7	59.8	63.8	63.7	63.9	63.0
Del interior y fronterizas7/											
Cuartos disponibles2/	114 766	115 767	121 411	123 398	126 445	108 653	110 931	113 522	116 988	121 020	126 714
Llegada de turistas (Miles)	22 117.9	20 238.2	21 745.4	22 637.8	23 615.7	21 108.6	22 121.2	23 313.9	24 764.5	26 556	13 519
-Nacionales	19 731.4	18 280.4	19 631.5	20 590.5	21 562.5	19 234.0	20 300.3	21 210.9	22 457.0	24 250	12 269
-Extranjeros	2 386.5	1 957.9	2 113.9	2 047.3	2 053.3	1 874.6	1 820.9	2 103.1	2 307.6	2 306	1 250
% de ocupación	46.4	41.3	42.3	44.3	45.2	46.7	47.7	49.2	50.9	50.8	49.4

1/ Dato anual para total. Se refiere a la selección de los centros turísticos más importantes del país, en los que se monitorea la actividad en establecimientos de hospedaje de gran turismo, clase especial y categorías de una a cinco estrellas. De 1986 a 1998, el monitoreo se realizó a 48 centros. A partir de 1999 se consideran 55 centros turísticos. Del 2000 a 2008, la información no es particularmente comparable por los diferentes centros monitoreados cada año. En 2007 se logró una cobertura en el monitoreo de un total de 79 centros turísticos. En 2008 se incrementaron a 87 centros turísticos monitoreados. En 2012 la cobertura es de 88 centros turísticos monitoreados, en 2013 se contó con 87 centros no correspondientes a los mismos destinos de años anteriores. Por lo que los resultados históricos no son estrictamente comparables. Para esta actualización de 2014 a 2017 los datos se componen de 64 y dos correcciones totalizando 70 centros turísticos comparables. Los totales pueden no coincidir debido al redondeo.

2/ Número de cuartos disponibles promedio del periodo. Cifras revisadas y actualizadas por la dependencia responsable.

3/ Comprende: Bahías de Huatulco, Cancún, Ixtapa, Loreto y Los Cabos. No incluye los cuartos cerrados, la oferta y afluencia de visitantes a condominios y trailer parks.

4/ Se refiere a Acapulco, Cozumel, La Paz, Manzanillo, Mazatlán, Puerto Vallarta y Veracruz.

5/ Para 2014-2017 se refiere a Tonala - Puerto Arista, San Felipe, Riviera Maya (incluye a Playacar, Playa del Carmen, Akumal), Puerto Escondido, Playas de Rosarito, Nuevo Vallarta, Isla Mujeres. Anteriormente se reportan datos al primer año de registro y algunos años de actividad dispersa en los destinos de Riviera Nayarit (incluye Nuevo Vallarta), Istmo de Tehuantepec, Guaymas, Ensenada y Costa Alegre no disponibles en todos los años.

6/ Incluye la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

7/ Se refiere a las principales ciudades comerciales, coloniales, fronterizas y recreacionales. Hasta 1998 se consideraban 33 localidades agrupadas como ciudades del interior, y a partir de 1999 se agregaron cuatro ciudades más para llegar a 37. En 2006 y 2007 se incrementa a 51 ciudades y en 2008 a 56 ciudades fronterizas y del interior. Para 2012 se tienen 58 ciudades fronterizas y del interior. Para 2013 a 2017 la agrupación se compone de 42 ciudades.

p/ Cifras preliminares. Para 2018 datos al mes de junio.

n. d. No disponible.

Fuente: Secretaría de Turismo.

Actividad hotelera en los principales centros turísticos seleccionados 1/

(Continúa)

	Cuartos disponibles 2/	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación		Cuartos disponibles 2/	Llegada de turistas (Miles)		Porcentaje de ocupación		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	40.0	2015	17 824	2 826	405	52.0	2015	12 412	1 724	327	67.6
2016	18 574	5 544	91	40.2	2016	18 271	3 179	448	53.4	2016	13 009	1 882	370	66.2
2017	18 827	6 379	85	43.5	2017	18 187	3 317	470	55.9	2017	13 580	2 192	463	67.4
2018p/	19 018	3 403	35	48.1	2018p/	18 161	1 556	289	55.6	2018p/	13 739	1 149	219	69.9
Cancún					Ixtapa 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	31 815	2 440	4 813	77.1	2015	5 042	759	126	54.9	2015	11 990	1 329	632	66.1
2016	31 627	2 554	5 631	76.8	2016	5 209	878	131	60.2	2016	12 291	1 389	628	71.9
2017	33 486	2 172	6 143	76.8	2017	5 857	938	123	60.3	2017	12 437	1 459	685	74.1
2018p/	35 006	941	3 350	79.3	2018p/	6 272	463	72	62.5	2018p/	12 607	612	406	78.1

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	
Ciudad 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	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.	2001	4 457	731	196	49.5
2002	3 784	877	117	41.8	2002	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.	2002	4 751	719	194	52.1
2003	3 652	848	140	44.0	2003	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.	2003	4 189	823	220	53.4
2004	2 852	819	133	44.9	2004	n. d.	n. d.	n. d.	n. d.	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	4 179	833	37	56.5	2015	11 461	336	940	70.4	2015	4 779	615	340	53.2
2016	4 205	894	34	60.5	2016	12 602	312	1 137	68.1	2016	4 709	678	385	59.4
2017	4 398	898	26	57.0	2017	15 684	371	1 543	68.9	2017	4 957	764	393	61.4
2018p/	4 542	538	9	66.3	2018p/	16 471	193	842	73.8	2018p/	5 132	366	174	56.3
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	49 819	9 439	2 160	67.1	2015	9 152	1 712	269	59.0	2015	8 658	2 559	30	47.9
2016	51 777	9 295	2 157	66.7	2016	9 278	1 919	236	61.4	2016	8 646	2 453	22	45.3
2017	52 332	9 449	2 363	65.8	2017	10 046	1 887	576	60.6	2017	8 656	2 430	14	43.6
2018p/	51 533	4 322	1 135	63.7	2018p/	9 744	784	391	59.4	2018p/	8 671	1 376	4	50.3

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. Cifras revisadas y actualizadas por la dependencia responsable.

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/ Para 2018 datos preliminares al mes de junio.

Fuente: Secretaría de Turismo.

Principales destinos turísticos en el mundo

Concepto	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p/	
En función del número de visitantes (Millones de turistas)																						
Alemania	158	165	171	190	179	180	184	201	215	236	244	249	242	269	284	304	315	330	350	356	375	
Austria	166	174	175	180	182	186	191	194	200	203	208	219	214	220	230	242	248	253	267	281	295	
Canadá	176	189	195	196	197	201	175	191	188	183	179	171	157	162	160	163	161	165	180	200	208	
China	238	251	270	312	332	368	330	418	468	499	547	530	509	557	576	577	557	556	569	593	607	
España	433	474	468	464	501	523	518	524	559	580	587	572	522	527	562	575	607	649	682	753	818	
Estados Unidos de América	478	464	485	512	449	436	412	461	492	510	560	579	550	600	627	667	700	750	775	759	nd	
Francia	673	700	730	772	752	770	750	751	750	779	809	792	768	776	816	820	836	837	845	826	nd	
Grecia	101	109	122	131	141	142	140	133	148	160	162	159	149	150	164	155	179	220	236	248	272	
Hong Kong	104	96	113	88	137	166	155	137	148	158	172	173	169	201	223	238	257	278	267	266	279	
Hungría	172	150	144	30	153	nd	122	100	93	86	88	88	91	95	103	104	107	121	143	153	158	
Hungría	347	349	365	412	396	398	396	371	365	411	437	427	432	436	461	464	477	486	507	524	583	
México/	194	194	190	206	198	197	187	206	219	214	214	226	223	233	234	234	242	293	321	351	393	
Países Bajos	78	93	nd	100	95	96	92	96	100	107	110	101	99	109	113	122	128	139	150	158	179	
Reino Unido	255	257	254	232	228	242	247	257	280	307	309	301	282	283	293	293	311	326	344	358	nd	
Suiza	nd	nd	78	nd	69	65	nd	72	79	84	86	83	86	85	86	90	92	93	104	nd		
En función del ingreso por turismo (Miles de millones de dólares)																						
Alemania	165	164	167	187	184	192	231	277	292	328	360	399	346	347	389	381	413	432	369	375	398	
Austria	110	112	125	98	101	112	140	156	161	166	187	216	254	186	199	189	202	208	182	193	204	
Canadá	88	94	102	108	108	107	106	129	137	146	156	157	137	158	168	174	177	177	165	180	203	
China	121	126	141	162	178	204	174	257	293	339	372	408	397	458	485	500	517	440	450	444	326	
España	267	297	324	309	329	317	396	452	497	511	576	616	532	546	599	582	626	651	566	605	680	
Estados Unidos de América	862	850	920	1007	919	881	864	978	1015	1051	1190	1338	1199	1370	1509	1616	1729	1913	2069	2069	2107	
Francia	280	299	315	330	300	323	366	453	440	463	543	565	495	571	548	537	567	582	583	545	607	
Grecia	nd	nd	88	92	94	97	107	129	133	143	155	171	145	127	146	134	161	178	157	146	165	
Hong Kong	92	71	72	59	83	75	71	90	103	116	138	153	164	222	277	331	389	384	362	328	332	
Italia	297	299	284	275	258	267	312	357	354	381	427	457	402	388	430	412	439	455	394	402	442	
México/	74	75	72	83	84	89	94	108	118	122	129	133	115	120	119	127	139	162	177	197	213	
Países Bajos	63	68	nd	72	67	79	92	103	91	113	133	133	124	117	143	123	138	147	132	141	159	
Reino Unido	200	210	202	219	163	204	227	282	321	346	386	360	301	349	351	366	410	465	455	415	439	
Suiza	79	78	nd	66	73	79	92	106	100	108	122	144	141	147	171	161	169	178	164	163	170	
Turquía	81	78	nd	76	74	119	132	159	192	169	185	220	213	226	251	253	280	296	266	187	225	

1/ Cifras registradas por el Banco de México. Cifras revisadas y actualizadas por la dependencia responsable.

p/ Cifras preliminares.

n. d. No disponible.

Nota: Para llegadas e ingresos por turismo actualización de cifras de 2005, 2010 y 2015 a 2017.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT -Volumen 1.6, junio 2018-Anexo Estadístico).

Llegada de turistas internacionales por subregiones

(Millones de turistas)

Concepto	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p/
Mundo 1/	5990	6170	6400	6800	6839	7027	6889	7655	8090	8420	8980	9170	8830	9520	9940	10400	10880	11370	11950	12390	13230
Europa	3433	3557	3605	3929	3878	3973	3959	4245	4527	4616	4829	4852	4617	4877	5206	5411	5668	5756	6051	6100	6711
Europa del Norte	nd	nd	nd	448	449	464	445	497	547	610	626	608	560	566	645	656	672	708	698	738	773
Europa Occidental	nd	nd	nd	1397	1358	1380	1361	1390	1417	1486	1539	1532	1485	1544	1604	1662	1708	1744	1815	1815	1946
Europa Central/Oriental	nd	nd	nd	696	634	653	677	863	953	914	966	1000	926	986	1088	1189	1279	1156	1224	1267	1330
Europa del Sur/Mediterráneo	nd	nd	nd	1390	1437	1476	1476	1495	1611	1605	1699	1712	1645	1781	1869	1904	2010	2148	2314	2371	2662
Asia y el Pacífico	930	924	1023	1104	1206	1310	1197	1454	1541	1660	1820	1841	1811	2081	2183	2338	2499	2695	2840	3059	3232
Noreste Asiático	nd	nd	nd	584	659	741	676	794	859	920	1010	1009	980	1115	1158	1228	1270	1363	1421	1543	1595
Sudeste Asiático	nd	nd	nd	363	398	420	363	483	490	531	597	618	621	705	778	849	945	970	1042	1108	1204
Oceanía	nd	nd	nd	96	91	91	90	101	109	110	112	111	109	115	115	119	125	133	143	157	166
Sur de Asia	nd	nd	nd	61	58	58	68	76	83	98	101	103	101	147	133	142	160	229	235	251	267
Américas	1162	1192	1219	1282	1222	1166	1130	1258	1333	1358	1440	1480	1417	1504	1556	1626	1676	1819	1937	2007	2073
América del Norte	nd	nd	nd	915	864	832	774	858	899	906	953	977	930	995	1022	1064	1102	1209	1275	1309	1333
México	194	194	190	206	198	197	187	206	219	214	216	229	223	233	234	234	242	293	321	351	393
El Caribe	nd	nd	nd	171	169	161	171	181	188	195	199	201	196	195	199	206	211	223	241	252	261
América Central	nd	nd	nd	43	44	47	49	57	63	69	78	82	76	78	83	89	91	96	102	107	112
América del Sur	nd	nd	nd	153	145	126	136	162	183	188	211	219	214	236	252	268	272	291	319	339	367
África	230	255	269	262	293	299	307	335	348	395	432	444	459	504	501	524	547	550	536	578	630
África del Norte	nd	nd	nd	102	107	104	111	128	139	151	163	171	176	197	180	196	207	204	180	189	217
África Subsahariana	nd	nd	nd	160	186	195	196	207	209	244	269	272	283	307	321	328	340	346	356	389	413
Medio Oriente	170	189	225	224	240	279	296	363	337	393	456	552	524	554	495	506	491	554	581	556	582

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.

n. d. No disponible.

p/ Cifras preliminares.

Fuente: Organización Mundial de Turismo (Barómetro OMT - Volumen 16, junio 2018-Anexo Estadístico).

Turistas de internación a México y visitantes de México al exterior por región 1/
(Miles de personas)

Concepto	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		
Turismo de internación a México																								
-Número de turistas	77839	89822	97940	97748	102137	105914	101515	98827	103534	115527	125339	126076	130406	134251	125015	133274	132269	136648	145619	159999	183072	nd	nd	
-Estructura porcentual América del Norte 2/	nd	nd	nd	nd	nd	917	93387	90779	922	921	904	900	891	882	888	875	862	851	848	841	833	833	nd	nd
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	917	93387	90779	922	921	904	900	891	882	888	875	862	851	848	841	833	833	nd	nd
-Estructura porcentual Europa	nd	nd	nd	nd	nd	4006	3625	4792	4434	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	4006	3625	4792	4434	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Estructura porcentual América Latina y el Caribe	nd	nd	nd	nd	nd	38	36	48	43	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	38	36	48	43	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Estructura porcentual Otros	nd	nd	nd	nd	nd	1873	1744	2715	2973	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	1873	1744	2715	2973	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Estructura porcentual Otros	nd	nd	nd	nd	nd	18	17	27	29	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	18	17	27	29	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd
-Estructura porcentual Otros	nd	nd	nd	nd	nd	2909	2759	541	667	9121	12009	12583	14165	15841	13991	16648	18319	20336	22153	25370	30595	167	nd	
-Número de turistas	nd	nd	nd	nd	nd	2909	2759	541	667	9121	12009	12583	14165	15841	13991	16648	18319	20336	22153	25370	30595	167	nd	
-Estructura porcentual Turismo de internación de México al exterior																								
-Número de visitantes	3703.1	44368	48382	51773	55432	62002	64231	64924	66030	73985	80004	84858	93871	93974	90372	93313	102003	112086	116944	112425	112751	1000	1000	
-Estructura porcentual América del Norte 2/	nd	nd	nd	nd	nd	5742.2	5941.8	60103	61116	68105	73600	78009	86128	86259	83064	84694	90024	98275	103305	100516	100463	1000	1000	
-Número de visitantes	nd	nd	nd	nd	nd	5742.2	5941.8	60103	61116	68105	73600	78009	86128	86259	83064	84694	90024	98275	103305	100516	100463	1000	1000	
-Estructura porcentual Europa	nd	nd	nd	nd	nd	92.6	92.5	926	926	921	920	919	918	918	919	908	883	877	883	894	891	891	nd	
-Número de visitantes	nd	nd	nd	nd	nd	92.6	92.5	926	926	921	920	919	918	918	919	908	883	877	883	894	891	891	nd	
-Estructura porcentual América Latina y el Caribe	nd	nd	nd	nd	nd	266.5	280.7	281.2	284.7	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	
-Número de visitantes	nd	nd	nd	nd	nd	266.5	280.7	281.2	284.7	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	
-Estructura porcentual Otros	nd	nd	nd	nd	nd	2.2	2.2	2.2	2.2	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	
-Número de visitantes	nd	nd	nd	nd	nd	2.2	2.2	2.2	2.2	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	
-Estructura porcentual Otros	nd	nd	nd	nd	nd	560	585	591	598	5880	6404	6849	7743	7715	7308	8619	11979	13811	13639	11909	12288	109	nd	
-Número de visitantes	nd	nd	nd	nd	nd	560	585	591	598	5880	6404	6849	7743	7715	7308	8619	11979	13811	13639	11909	12288	109	nd	
-Estructura porcentual	nd	nd	nd	nd	nd	0.9	0.9	0.9	0.9	7.9	8.0	8.1	8.2	8.2	8.1	9.2	11.7	12.3	10.6	10.6	10.9	109	nd	
-Estructura porcentual	nd	nd	nd	nd	nd	0.9	0.9	0.9	0.9	7.9	8.0	8.1	8.2	8.2	8.1	9.2	11.7	12.3	10.6	10.6	10.9	109	nd	

1/ El Banco de México realizó cambios a su metodología de medición de 2007 a 2012.
2/ En 2000, América del Norte contabiliza a Estados Unidos y Canadá. En 2001, América del Norte contabiliza a Estados Unidos y Canadá. En el turismo egresivo "Otros" engloba ciudades de los E.U.A no desglosadas y Países de otros continentes.

De 2002 al 2003, tanto el turismo receptivo como egresivo contabiliza a América del Norte a Estados Unidos y Canadá. De 2004 al 2012, el turismo receptivo contabiliza en América del Norte a Estados Unidos y Canadá. En el turismo egresivo, América del Norte contabiliza a Estados Unidos.

nd. No disponible.

Fuente: Banco de México.

Nota: La información correspondiente a 2016, Banxico la compartirá probablemente en agosto de 2017.





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.

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:

Página	Descripción	Créditos ©	Página	Descripción	Créditos ©
9	43o Aniversario de la Escuela Superior de Turismo del Instituto Politécnico Nacional	SECTUR	72	Paseando por Creel, Chihuahua	CPTM
12	Bandera del Museo Nacional de Antropología	Blanca Charolet	73	Real de Catorce	CPTM
14	Ciclismo de montaña en Valle de Bravo	CPTM	75	Los Cabos, Baja California Sur	CPTM
18	Sonrisa de viento y mar, Isaías de San Francisco del Mar Oaxaca	Blanca Charolet	76	Golf en Riviera Nayarit	CPTM
23	Primer vuelo Hainan Airlines AICM	SECTUR	80	Cascada Tamul, San Luis Potosí	CPTM
25	Ángel de la Independencia en domingo, Ciudad de México	Blanca Charolet	81	PGA Tour, en la Ciudad de México	Blanca Charolet
28	Plata Mismaloya, Puerto Vallarta, Jalisco	CPTM	82	Campaña Nacional, Alpinismo en el Parque Nacional Cascada de Basaseachi, Chihuahua	CPTM
29	Mirador, Zacatlán de las Manzanas, Puebla	CPTM	83	Campaña Internacional, Cenote Ik Kil, Yucatán	CPTM
30	Secretario Enrique de la Madrid Cordero	SECTUR	84	Daños por el sismo del 7 de septiembre 2017, San Francisco Ixhuatan, Oaxaca	Blanca Charolet
31	Museo, Baja California Sur	CPTM/ Foto: Ricardo Espinosa-reo	85	Fórmula 1, Ciudad de México	SECTUR
33	Quioscos de control automatizado de pasaportes en el AICM	SECTUR	86	NFL en la Ciudad de México	SECTUR
34	Presidente Enrique Peña Nieto en el Tianguis Turístico	Presidencia de la República Blanca Charolet	88	Carrera Panamericana, Palacio de Bellas Artes	Comité Organizador
36	Veracruz en Punto México, CDMX		89	Cena Gourmet en Tijuana, Baja California	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo
37	Foto inaugural en la 4a Feria Nacional de Pueblos Mágicos	SECTUR	90	Tacos gourmet de jabalí	Blanca Charolet
40	Premio Buenas Prácticas de Seguimiento y Evaluación CONEVAL	SECTUR	90	Recolección de uvas en Baja California	CPTM
41	Asociación de Secretarios de Turismo	SECTUR	93	Reunión Tianguis	SECTUR
43	Paseo a Caballo, Ixtapa, Guerrero	CPTM	94	Danza de los Zancos en la Guelaguetza, Oaxaca	Blanca Charolet
46	Turisteando en Taxco, Guerrero	SECTUR	97	Reunión de la Asociación de Ejecutivos de Empresas Turísticas de la República Mexicana	AFEET
47	Mujeres y lunas en la Guelaguetza, Oaxaca	Blanca Charolet	98	Tianguis Turístico 2017, Mazatlán, Sinaloa	SECTUR
49	Jimador en el Paisaje Agavero, Patrimonio de la Humanidad Tequila, Jalisco	CPTM	99	Reunión de mujeres en Janitzio, Michoacán	SECTUR
51	Paddle Surf en Puerto Peñasco, Sonora	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo	100	Corte de listón en Feria Internacional de Turismo FITUR	SECTUR
52	Visita al centro de Tapalpa, Pueblo Mágico, Jalisco	SECTUR	103	Magno Desfile Día de Muertos	SECTUR
54	Cañonismo en Villa de Santiago, Nuevo León	CPTM	105	Restaurante El Cuchupetas, Mazatlán, Sinaloa	Blanca Charolet
55	Instalación del Consejo Consultivo de Turismo Médico	SECTUR	108	Corredor Peatonal Macedonio Alcalá, Oaxaca de Juárez, Oaxaca	CPTM
56	Cruceos en Baja California Sur	CPTM	109	Jugando en la playa de Ixtapa, Guerrero	SECTUR
57	Boda en la Playa, Quintana Roo	CPTM	110	Niño surfista Baja California	SECTUR
59	Secretario con personal del Sector	SECTUR	111	Playa delfines, Blue Flag, Cancún, Quintana Roo	SECTUR
61	Naranjas con sal de gusano en plato de talavera	Blanca Charolet	112	Visita a cascada en Villa de Santiago, Nuevo León	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo
62	Mostrador de Hotel en Aguascalientes	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo	113	Pareja practicando snorkel Riviera Maya	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo
64	Dulces típicos coloridos de Tlaxcala	CPTM/Foto: Ricardo Espinosa-reo	115	Rafting en Rio Lacanjá, Palenque, Chiapas	SECTUR
65	Glogos aerostáticos, Tequisquiapan, Queretaro	CPTM	116	Niñas en paseo cultural, viajes de voluntariado	SECTUR
66	Ángeles Verdes en servicio	SECTUR	117	Amigos conocen el mar por primera vez, en viaje de voluntariado	SECTUR
67	Carreta en San Francisco Ixhuatán	Blanca Charolet	120	Ballenas jorobadas en Baja California Sur	CPTM
67	Secretario Enrique de la Madrid Cordero en respuesta a los sismos en Oaxaca	SECTUR	122	Campaña interna de lenguaje incluyente no sexista	SECTUR
70	Fuerza natural	Blanca Charolet	125	Flores Comestibles	Blanca Charolet
			127	La equidad se construye	SECTUR
			128	Artesanías de Santa Clara del Cobre, Michoacán	SECTUR
			131	Tirolesa en Riviera Maya	CPTM
			145	Viento del Istmo	Blanca Charolet
			146	Pareja en San Cristóbal de las Casas	CPTM

El Sexto Informe de Labores de la
Secretaría de Turismo,
se terminó de imprimir el 27 de agosto de 2018
en la Ciudad de México.

Se imprimieron 1,200 ejemplares.



MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

