

## 2.9 TURISMO

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

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

- De acuerdo con información disponible, derivada de la Cuenta Satélite del Turismo de México, el **Producto Interno Bruto** (PIB) turístico en 2007 observó un crecimiento anual real de 1.3%.
- En lo que respecta al consumo turístico, expresado en valores corrientes, el **turismo interno (residentes del país)** tuvo una participación de 80.4% del total, el **turismo receptivo (visitantes del resto del mundo)** de 11.9% y el **turismo egresivo (residentes de nuestro territorio que visitan el extranjero)** 7.7% restante.<sup>1/</sup>
- **Panorama actual del turismo en México.**
  - La desaceleración económica de Estados Unidos de América, uno de los principales mercados emisores de la economía global, tuvo fuertes repercusiones sobre diversos sectores económicos de México, particularmente sobre la actividad turística, ya que al afectar el ingreso de los hogares, propició una desaceleración en el flujo de turistas a nuestro país. Este fenómeno se agudizó al finalizar el mes de abril del presente año por el brote epidemiológico de influenza tipo A (H1N1) con lo que disminuyó la actividad de algunos de los principales destinos turísticos del país casi en su totalidad.
  - Para contrarrestar el impacto del brote de influenza y la desaceleración económica, la Secretaría de Turismo (SECTUR) inició a finales de mayo una fuerte campaña publicitaria a nivel nacional e internacional que tiene como objetivo atraer un mayor flujo de turistas al país.
- **Turismo internacional.**
  - De enero a junio de 2009 ingresaron al país 42.6 millones de **visitantes internacionales**, cifra que considera la afluencia de 10.7 millones de turistas internacionales, es decir, personas que al menos pernoctaron una noche en nuestro país, sea en el interior o en la franja fronteriza, y 31.9 millones de excursionistas internacionales, visitantes sin pernocta. Cabe mencionar que la alerta sanitaria por influenza presentó el mayor impacto durante mayo y se extendió, aunque con menor intensidad, a junio, por lo que los viajes internacionales disminuyeron significativamente.
    - Sobresale el comportamiento de los turistas de internación, los que mayor estadía y gasto medio tienen, que registraron un total de 6.1 millones de personas en el primer semestre de 2009 y los turistas que viajaron sólo a la franja fronteriza, 4.6 millones, estos últimos con una variación de 7.7% más que en el mismo periodo del año pasado.
  - Los **ingresos por visitantes internacionales** a México en los primeros seis meses de 2009 sumaron 6,048 millones de dólares, de éstos, 83% (5,019 millones de dólares) correspondió a turistas a interior y fronterizos y el restante 17% (1,029 millones de dólares) a excursionistas fronterizos y en crucero. Entre enero y junio de 2009, los turistas de internación registraron un gasto medio de 777 dólares por estancia, y los ingresos fueron por 4,725 millones de dólares.
- Durante el periodo de enero de 2007 a junio de 2009 la **balanza turística** de México acumuló un superávit de 11,996 millones de dólares, 66.3% superior al resultado acumulado entre enero de 2001 y junio de 2003. En particular, durante los primeros seis meses de 2008, la balanza turística presentó un saldo superavitario por 2,756 millones de dólares.
- **Turismo doméstico.**
  - La llegada de **turistas nacionales a hotel**, como principal indicador de este segmento, registró 62 millones de turistas en 2008, 1.4% mayor a lo registrado al cierre de 2007. De enero a junio de 2009, se registraron 26.7 millones de turistas nacionales que llegaron a cuartos de hotel.

<sup>1/</sup> Los datos definitivos de 2007 de la Cuenta Satélite del Turismo se presentarán por el INEGI en el mes de noviembre de 2009.

## Rescate de playas en el estado de Quintana Roo

- Los trabajos para el rescate de playas están programados para el periodo julio a diciembre de 2009 y consisten básicamente en el relleno simple de 6.1 millones de metros cúbicos de arena de composición parecida a la original; además de la colocación de estructuras longitudinales en los municipios de Benito Juárez, Cozumel y Solidaridad para evitar que la arena sea transportada hacia los arrecifes, lo cual dará como resultado playas secas con un ancho promedio de 30 metros.
- El costo de inversión total del proyecto asciende aproximadamente a 967 millones de pesos, los cuales serán administrados a través del Fideicomiso para la Restauración, Recuperación, Sostenimiento y Mantenimiento de la Zona Federal Marítimo Terrestre del Estado de Quintana Roo el cual estará conformado con aportaciones de los tres órdenes de gobierno.

guías de turistas, atendiendo a 228 guías; quienes recibieron un apoyo de dos salarios mínimos por mes durante junio y julio que duró el programa de capacitación.

- Las **ocupaciones remuneradas en el sector turismo**, al término de junio de 2009, fueron de 2,140,176, cifra mayor en casi 30 mil puestos de ocupación respecto a los registrados al inicio de la administración actual.
  - **Fomento al Empleo.** A fin de apoyar a los principales destinos turísticos del país que resultaron afectados por la contingencia vinculada al virus de la influenza A (H1N1), la Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) implementaron un Programa de Apoyo Emergente a Trabajadores del Sector Servicios atendiendo a más de 58 mil trabajadores de la industria restaurantera y de hospedaje, durante los meses de junio, julio y agosto que fueron afectados en sus ingresos por las actividades que realizan; los destinos turísticos beneficiados por este apoyo fueron Los Cabos, La Paz, Loreto, Campeche, Acapulco, Ixtapa, Taxco, Puerto Vallarta, Nuevo Vallarta, Oaxaca, Huatulco, Puerto Escondido, Riviera Maya, Cancún, Cozumel, Guaymas, Puerto Peñasco, Mazatlán y Mérida. En el marco de este programa emergente, la SECTUR gestionó el desarrollo de un programa de capacitación modular de 120 horas dirigido a los
- Durante el periodo enero-junio de 2009 se captó una **inversión turística privada** por 1,428.7 millones de dólares, de los cuales, 81.3% se integró por capital nacional y 18.7% restante por inversión extranjera. La inversión se orientó al desarrollo de 141 proyectos, entre los que destacan los destinos de playa con una participación de 83%, en tanto que los proyectos del mundo maya, frontera norte y la región centro del país concentraron el restante 17%.
  - Entre enero de 2007 y junio de 2009 la inversión privada en el sector turístico ascendió a un acumulado de 9,703.7 millones de dólares, 106.5% superior a la registrada en el periodo de enero de 2001 a junio de 2003. Los recursos invertidos de enero de 2007 a junio de 2009 estuvieron compuestos por 36.8% de inversión extranjera y 63.2% de recursos aportados por inversionistas nacionales. Estos recursos se destinaron al desarrollo de 799 proyectos, de los cuales 73.7% son en destinos de playa, 15.5% se realizaron en la frontera norte y el 10.8% restante se ejecutaron en la región centro y en la zona de mundo maya.
- En el primer semestre de 2009 la **inversión pública realizada en los ocho estados con mayor índice de marginación**<sup>1/</sup> fue de 68 millones de dólares, lo que representó un incremento de 36% respecto al mismo periodo del año anterior, derivado de un aumento en la inversión en proyectos turísticos y complementarios en esos estados a través de los convenios de reasignación de recursos que la SECTUR ha firmado con los gobiernos de esas entidades federativas. En cuanto a la construcción de nuevos proyectos se están llevando a cabo obras para consolidar los centros turísticos integralmente planeados de Huatulco e Ixtapa Zihuatanejo, en Oaxaca y Guerrero, respectivamente.
  - La inversión pública y privada acumulada entre enero de 2007 y junio de 2009 en los ocho estados referidos sumó 1,076.8 millones de dólares, cifra mayor en 58.7% con relación a los 678.5 millones de dólares acumulados entre enero de 2001 y junio de 2003.
- En el periodo enero-junio de 2009, la Federación formalizó la canalización de 1,485 millones de pesos a las entidades federativas para la realización de proyectos de infraestructura turística, mediante la suscripción de convenios de **Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos**, los cuales motivaron la aportación de recursos adicionales por parte de las entidades federativas y los municipios beneficiados, logrando detonar una inversión total de 2,804 millones de pesos, cifras que presentan incrementos de 29.1% y 7%, respectivamente, con relación al mismo lapso del año anterior. Con estos recursos se llevan a cabo proyectos que cumplen con una visión estratégica de integración de oferta

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

turística competitiva, garantizan la generación de empleos y generan un alto impacto económico en los destinos turísticos del país.

- Los recursos reasignados por la Federación a las entidades federativas para proyectos de infraestructura turística a través de convenios, entre enero de 2007 y junio de 2009 sumaron 3,100 millones de pesos, y detonaron una inversión total de 6,745.4 millones de pesos, cifras que presentan incrementos de 430.2% y 317.9% con relación a los 453.1 millones de pesos de recursos federales reasignados y la inversión total detonada acumulados entre enero de 2001 y junio de 2003, misma que fue de 1,250.7 millones de pesos.
- La inversión en infraestructura turística del **Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)** en el periodo enero-agosto de 2009 se estima en 1,166 millones de pesos, monto superior en 107.7% a la ejercida en el mismo lapso de 2008 y que significó 41.9% de la meta programada para este año que asciende a 2,786 millones de pesos. Al considerar la inversión realizada en los dos años previos, se observa que entre enero de 2007 y agosto de 2009 la inversión de FONATUR sumó 4,139 millones de pesos, con un incremento de 170.2% respecto a la realizada de enero de 2001 a agosto de 2003.
- Con el propósito de hacer más productivo al sector turístico, durante la octava edición de la **Expo Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística** (antes denominada Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística), celebrada del 29 de septiembre al 1o. de octubre de 2008, se incluyó al sector inmobiliario, difundiendo proyectos por un valor aproximado de 13,132 millones de dólares, principalmente en Cabo Cortés en Baja California Sur, Cancún en la Riviera Maya, así como proyectos inmobiliarios a nivel internacional en Campeche y Quintana Roo.

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

- La **oferta de alojamiento nacional** al cierre de 2008 se conformó por 604,051 habitaciones de hotel, cifra superior en 3.4% a la reportada en 2007. Las entidades que registraron el crecimiento más acelerado fueron Quintana Roo, Sinaloa, Nayarit, Michoacán, México, Veracruz y Jalisco.
- Durante el periodo de enero a junio de 2009, FONATUR realizó diversas obras de consolidación y mantenimiento de la infraestructura turística existente en los cinco **Centros Integralmente Planeados (CIP)** y en nuevos desarrollos, entre los que se encuentran:<sup>1/</sup>
  - **Cancún.** Se concluyó la urbanización de la tercera, cuarta, quinta y sexta etapas del Proyecto Tajamar (antes Malecón Cancún) generando una superficie vendible de 37.8 hectáreas; también se inició el reequipamiento de las plantas de tratamiento de aguas residuales y la reestructura del puente Nichupté, así como obras complementarias de infraestructura en la zona turística.
  - **Ixtapa.** Se inició la segunda etapa del mejoramiento urbano y se concluyeron las obras de ampliación de la ciclopista, asimismo, comenzaron los trabajos de urbanización en tres zonas del Centro Integralmente Planeado: Playa Linda, Las Garzas y Residencial Don Juan, que al concluir las generarán 88.9 hectáreas vendibles.
  - **Huatulco.** A partir del anuncio del Renacimiento Huatulco en marzo de 2008, FONATUR ejerció en el periodo de abril a diciembre de ese mismo año alrededor de 597 millones de pesos, lo que representa un incremento de 254% con relación al importe original considerado. Además, hasta agosto de 2009, FONATUR ha ejercido 477 millones de pesos adicionales, es decir, un total de 1,074 millones de pesos desde el arranque de esta nueva etapa del Centro Integralmente Planeado.
    - Para la programación de alta en urbanización correspondiente al periodo enero-junio de 2009, se consideraron 15.3 hectáreas, con una inversión privada de 144.4 millones de dólares.
    - Se inició la construcción de 1,877 cuartos de hotel, con una inversión privada estimada de 388.3 millones de dólares. Además se vendieron siete importantes lotes, que darán origen a un total de 3,911 cuartos, por lo que así se superará en 257% la meta sexenal de 1,524 cuartos.

<sup>1/</sup> En el marco del Sistema de Evaluación del Desempeño se concertó con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la meta de autosuficiencia operativa de FONATUR, consistente en financiar 60% del gasto programable de la institución con los ingresos de operación obtenidos. Al respecto, al mes de junio de 2009 los ingresos de operación representaron 165% del gasto programable, dentro del cual destacan 803 millones de pesos canalizados para la liquidación de la reserva territorial del CIP Costa del Pacífico y 400 millones de pesos para el pago del crédito usado en 2008 para el primer pago por dicha reserva territorial.

- **Los Cabos.** De los cinco nuevos proyectos registrados se concluyó en diciembre de 2008 el de Lomas del Desierto con una inversión total de 4,142 miles de pesos, con lo que se generaron 2.8 hectáreas vendibles; también, se iniciaron las obras de reequipamiento de la planta de tratamiento de aguas residuales, la retotificación de Rancho Misiones, la rehabilitación de servicios públicos; adicionalmente, se llevan a cabo estudios y proyectos para los andadores de acceso a playa. Para la ejecución de estas acciones se cuenta con una inversión programada cercana a 200 millones de pesos que se ejercerán en el periodo de 2008 a 2009.
- **Loreto.** Como parte del Programa de Promoción del Desarrollo Turístico e Inmobiliario en Áreas Exclusivas, en 2008 se inició la urbanización de la primera etapa de Puerto Escondido con una inversión de 60 millones de pesos y en 2009 la urbanización del Polígono 2 con una inversión de 145 millones de pesos; asimismo, se realiza la urbanización de las reservas disponibles en el poblado de Loreto en las supermanzanas VI, I y IA, generando una superficie vendible de 18.3 hectáreas; adicionalmente, se está concluyendo la planta de tratamiento de aguas residuales en Nopoló.
- **Impulso a nuevos megaproyectos.**
  - **Sinaloa.** El 17 de febrero de 2009 se anunció la creación de un nuevo Centro Integralmente Planeado en el municipio de Escuinapa, Sinaloa. Este nuevo "megadesarrollo" de 2,381 hectáreas será objeto de una inversión pública de siete mil millones de pesos y se prevén más de seis mil millones de dólares en inversión privada en un horizonte de 25 años. Ese flujo de recursos va a generar más de 44 mil cuartos de alojamiento, que al año atraerán a cerca de tres millones de turistas, que derramarán 2,800 millones de dólares. Ello permitirá la generación de más de 150 mil empleos directos, lo que implica un nuevo polo de desarrollo regional.
  - **Nayarit.** Con una inversión de 116 millones de pesos en el periodo septiembre-diciembre de 2008 y de 14 millones de pesos entre enero y agosto de 2009, en Litibú se concluyeron obras de infraestructura en el campo de golf y obras sociales en Higuera Blanca, municipio de Bahía de Banderas. Adicionalmente, en el Capomo se hicieron diversos estudios y proyectos para obtener los permisos ambientales necesarios e iniciar con las obras de urbanización.
  - **Proyecto Mar de Cortés.** En el periodo de enero a diciembre de 2008 se invirtieron 145 millones de pesos, destacando las siguientes acciones realizadas: se concluyó y puso en operación la escala de San Blas, se realizaron las obras de la 3a. etapa de las escalas de Santa Rosalita y Topolobampo, así como el finiquito de las escalas de La Paz, San Felipe, Mazatlán y Guaymas.
  - **Cozumel.** Se iniciaron trabajos de urbanización en la marina, teniendo un avance a la fecha de 70% y se está en espera del equipamiento de los muelles que también forman parte de la instalación náutica.
  - **Kino Nuevo.** Se obtuvo la autorización de la Manifestación de Impacto Ambiental del proyecto turístico integral y se concluyeron los siguientes proyectos: ejecutivo de campo de golf, ejecutivo de casa club de campo de golf, ejecutivo de campamento y pista de esquí y puerta de acceso.
- A fin de consolidar la **diversificación de la oferta turística**, de enero a junio de 2009, la SECTUR, junto con los gobiernos estatales y organismos no gubernamentales, realizó las siguientes acciones:
  - **Turismo Cultural.** En apoyo al programa emergente que impulsa la SECTUR y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) para enfrentar la contingencia sanitaria provocada por el virus de influenza humana A (H1N1), se solicitaron, recopilaron, revisaron, corrigieron y enviaron al CPTM las ofertas de turismo cultural integradas por la Red de Operadores de Turismo Cultural, a fin de que sean incorporadas a la página [www.ofertasvivemexico.com](http://www.ofertasvivemexico.com).
    - Para dar continuidad al Programa de Desarrollo de Turismo Cultural, durante el periodo que se reporta se dio seguimiento a las acciones de mejoramiento de imagen urbana y equipamiento para uso turístico en las ciudades de Campeche, Guanajuato, Morelia, Oaxaca, Puebla y Zacatecas, emprendidas conjuntamente con la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, A. C.
    - En el seno del Grupo Interinstitucional para el Fomento del Turismo Cultural se integraron siete subgrupos de trabajo con el objetivo de impulsar, difundir y promover el patrimonio cultural con interés turístico de México, en los siguientes temas: 1) Investigación y divulgación, 2) Inversión en infraestructura y equipamiento, 3) Identificación temática de productos turísticos culturales, 4) Fortalecimiento de capacidades locales, 5) Desarrollo de actividades empresariales, 6) Profesionalización y 7) *Marketing*, cada uno con acciones específicas a desarrollar.
  - **Turismo de Salud.** Se continúan las acciones encaminadas a la profesionalización, certificación y comercialización de los establecimientos Spa en México, a la fecha existen dos establecimientos certificados y otros que están aplicando la Norma Mexicana (de cumplimiento voluntario) para su

certificación en Los Cabos y Quintana Roo. Adicionalmente, se brindó asesoría técnica e información a empresarios, gobiernos municipales, estatales, emprendedores y al público en general interesado en este segmento; en el periodo que se reporta se han atendido 20 solicitudes.

- **Turismo Social.** El objetivo principal de esta modalidad es el de democratizar la actividad turística y facilitar su acceso por parte de diferentes grupos de la sociedad: familias, adultos mayores, jóvenes y discapacitados. Por tal motivo, se llevó a cabo el “**X Encuentro de la Red Nacional de Turismo para Todos**” en la ciudad de Guanajuato, Guanajuato, los días 4 y 5 de junio de 2009, en el cual se trataron temas de gran interés para el fortalecimiento del sector turístico como la competitividad turística, la importancia de los recursos humanos en el sector turismo, la responsabilidad social en la industria turística, el *marketing* y cómo enfrentar la crisis económica desde el turismo, lográndose beneficiar a 600 agentes públicos y privados.
  - Se instaló el Consejo Estatal de Turismo para Todos en los estados de Guanajuato y de Puebla, con lo que suman ya 22 entidades federativas que se han adherido al Programa Federal de “Un Turismo para Todos”.
  - Siendo práctica común la de generar paquetes con tarifas preferenciales para facilitar el acceso de los mexicanos a la actividad turística, fueron enviados varios catálogos de viajes al Consejo de Promoción Turística, para incluirlos en la página [www.ofertasmexico.com](http://www.ofertasmexico.com) e impulsar el turismo doméstico.
  - En este marco, en el primer trimestre del año se elaboró e imprimió el carnet del Turista Con Sentido, cuyo propósito es orientar al visitante sobre las conductas de respeto que debe mostrar cuando viaja por México, así también ofrecerle e invitarle a disfrutar la riqueza turística del país. Entre los meses de junio, julio y agosto se repartieron 48 mil folletos en casetas, carreteras federales y agencias de viajes.
- **Turismo Deportivo y Náutico.** Se coordinó con las secretarías de turismo de los estados y con el Comité Organizador de los Juegos Panamericanos 2011, la definición de las posibles rutas que integrarían el recorrido de la Antorcha Olímpica, evento que será de gran importancia para la promoción del país, ya que se estima que en él participará un promedio de 5,500 atletas de 42 países y más de 1.5 millones de espectadores.
- **Turismo de Naturaleza.** En coordinación con el Grupo Interinstitucional para el Desarrollo del Turismo de Naturaleza, se inició la planeación del Programa de Desarrollo de la Selva Lacandona, a fin de ofrecer el destino como un producto turístico integral que atienda el segmento de mercado internacional.
  - En coordinación con la Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística, en septiembre de 2008 inició el diseño del Programa Integral de Capacitación para el Segmento de Naturaleza.
- **Turismo de Negocios.** Se apoyó la organización, selección e invitación a ponentes, así como la difusión de cuatro eventos orientados a la profesionalización y desarrollo de la oferta de turismo de reuniones: el Cuarto Seminario de Mercadotecnia Turística de *Hospitality Sales & Marketing Association International* (HSMAI, Capítulo México) en Veracruz, con la asistencia de más de 100 profesionales del *marketing* para el turismo de reuniones; la Tercera Convención Anual de *Meeting Professionals International* (MPI) Capítulo México, en Saltillo con la asistencia de 120 especialistas en la organización de eventos; el Programa Educativo de la *National Business Travel Association* en la Ciudad de México en el que participaron 50 *meeting planners* que organizan convenciones corporativas; y la Segunda Conferencia Anual Educativa y *Tradeshows* de la Asociación IAHP (Capítulo México) en Zacatecas, con la participación de más de 150 profesionales hispanos de Estados Unidos de América y México del sector encargado de la organización de eventos.

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

- El resultado de la encuesta “**Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas**”, muestra que el **índice global de satisfacción de los turistas internacionales** que viajaron por avión hacia los destinos turísticos nacionales durante enero-junio de 2009 fue de 8.2 para los destinos de playa y para los destinos de ciudad es de 8.4 en una escala de 1 al 10, calificación igual respecto a 2008. La variable mejor evaluada fue la limpieza del aeropuerto con 8.5 y la peor evaluada fue la información recibida en el aeropuerto con 8.2 puntos para los destinos de playa. En los destinos de ciudad la mejor evaluada fue la seguridad en el aeropuerto con 8.7 y la peor evaluada fue la entrega de equipaje con 8.2 puntos.
  - Con el propósito de fortalecer la operación y el diseño de esta encuesta, a partir de enero de 2009 se amplió la cobertura de los destinos turísticos evaluados.

- Durante el primer semestre de 2009, el índice global de satisfacción de los turistas internacionales en playas fue de 9.1, mientras que el de los turistas nacionales fue de 8.4, medido en una escala de 1 a 10. La variable mejor evaluada por el turismo internacional fue la hospitalidad de los residentes con 9.2, y la peor evaluada fue la limpieza en calles y áreas públicas 7.9. La variable mejor evaluada en el turismo nacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.3, y la peor evaluada fue la relación calidad/precio con 6.9.
- En cuanto a los turistas internacionales en ciudades fue de 7.8, mientras que el de los turistas nacionales fue de 7.5, medido en una escala de 1 a 10. La variable mejor evaluada por el turismo internacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.6, y la peor evaluada fue la limpieza en calles y áreas públicas 7.2. La variable mejor evaluada en el turismo nacional fue la hospitalidad de los residentes con 8.2, y la peor evaluada limpieza en calles y áreas públicas con 7.
- El **Programa Moderniza** es un **sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad**, a través del cual, las empresas turísticas podrán estimular a sus colaboradores e incrementar sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa en este ramo. Este programa está enfocado en cuatro apartados: calidad humana; satisfacción del cliente; y mejora de los procesos a nivel gerencial. De las 869 empresas incorporadas al programa de calidad Moderniza durante el periodo del 1o. de enero al 7 de agosto de 2009, 812 micro, pequeñas y medianas empresas turísticas lograron obtener el distintivo "M".
- Con el propósito de **mejorar la calidad e higiene** en la preparación y servicio en los establecimientos de alimentos a nivel nacional, la SECTUR, otorgó entre enero y junio de 2009, un total de 910 distintivos "H", lo que representa un incremento de 21% en relación con los 754 otorgados en igual lapso de 2008.
- Con el propósito de promover e impulsar la competitividad de los prestadores de servicios turísticos, de enero a junio de 2009 se impartieron 69 **cursos de capacitación** de manera directa, capacitando a 2,628 prestadores de servicios. Estas cifras representan una disminución de 2.8% en relación con los 71 cursos impartidos entre enero y junio de 2008. El número de prestadores de servicios turísticos capacitados fue equivalente a los 2,658 prestadores de servicios capacitados en el mismo periodo de 2008.
  - Asimismo, es importante mencionar que de enero a junio de 2009 se impartieron 462 cursos de capacitación por efecto multiplicador, en coordinación con las entidades federativas, a través de los cuales se capacitó de manera conjunta a 13,047 prestadores de servicios.
- La SECTUR en coordinación con BANCOMEXT, implementó en julio de 2007 el **Programa de Financiamiento para el Sector Turismo**, cuyos resultados de enero a junio de 2009 reportan 215 empresas apoyadas con un monto total de 216.2 millones de pesos dirigidos a micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas.
  - Los datos acumulados por este Programa de julio de 2007 en que inició operaciones a junio de 2009 son de 1,953 MIPYMES turísticas apoyadas con financiamiento por 550.7 millones de pesos.
- Entre enero y junio de 2009, el **Centro Integral de Atención al Turista (CIAT)** proporcionó información turística a 54,304 personas, a través del número telefónico 078, atención personalizada, correo electrónico y correo ordinario.
- En el marco del **Programa Paisano**, entre enero y agosto de 2009 se apoyó a 810,117 personas en 20 estados de la república para la realización de trámites migratorios y aduanales; atención de sugerencias, quejas y denuncias; información sobre destinos y atractivos turísticos, así como para otorgar la Guía Oficial del Programa Paisano.
- En el periodo enero-julio de 2009, la **Corporación Ángeles Verdes** prestó sus servicios a 68,779 vehículos y 267,878 personas, mediante el recorrido de 13.4 millones de kilómetros en 262 rutas carreteras del país.
  - Las cifras acumuladas por la Corporación entre enero de 2007 y junio de 2009 sumaron 282,852 vehículos asistidos, 1,114,578 personas atendidas y el recorrido de 66,602,089 kilómetros en 262 rutas carreteras, utilizando 304 radio patrullas en las 31 entidades federativas y el Distrito Federal.
- Se puso en marcha el servicio de consulta a través de *Internet* del **Centro de Documentación Turística**, CEDOC Virtual, siendo el primer centro de documentación digital especializado en turismo y temas relacionados en México y Latinoamérica. Su objetivo es ampliar y fortalecer el conocimiento, desarrollo y promoción de destinos turísticos, así como para poner al alcance de los usuarios información estratégica que apoye la toma de decisiones y coadyuve a mejorar la competitividad de las empresas del sector. El

CEDOC cuenta con un acervo de siete mil títulos de los cuales cerca de cuatro mil se encuentran ya digitalizados.

- A efecto de aportar a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Turísticas, elementos para enriquecer la cultura informática de los empresarios e impulsar el uso de tecnologías de información como instrumento para ser más competitivos, se realizó por séptimo año consecutivo el Foro e-Turismo 2008. Por primera ocasión se organizaron dos ediciones con más de 300 asistentes, la primera en la Ciudad de México, y la segunda en Monterrey, Nuevo León, mostrándose la importancia de la tecnología para el turismo, novedades y tendencias, la situación que guarda su uso en México, así como las oportunidades y alternativas disponibles para mejorar competitivamente.

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

- El 16 de junio de 2009 se publicó el **Decreto de la Ley General de Turismo**, que pone al día el instrumento jurídico que le antecede, la Ley Federal de 1992. La nueva Ley tiene como propósito fundamental, el fortalecimiento de la actividad turística, que constituye uno de los sectores de mayor relevancia para el desarrollo social y económico del país; establece las bases de coordinación de los tres órdenes de gobierno; otorga facultades a la SECTUR en diversas materias para contar con un enfoque integral que impulse el desarrollo turístico; e introduce el concepto del Ordenamiento Turístico del Territorio, con el objetivo de dar certidumbre a los inversionistas y cuidar los recursos turísticos del país para el gozo de generaciones futuras.
- Como parte de los resultados para otorgar **certeza jurídica a las nuevas inversiones turísticas**, en el periodo enero-agosto de 2009 el Gobierno Federal ha dado seguimiento a los proyectos de inversión turística que enfrentan obstáculos en trámites ambientales. Se continuó gestionando la agenda de trabajo integrada por 55 proyectos de inversión turística, de los cuales se lograron resolver 28.
- Debido a la epidemia de influenza A (H1N1) que afectó nuestro país, se expidió el **“Acuerdo por el que por causa de fuerza mayor se suspenden los procedimientos administrativos de infracción que se sustancian en la Dirección General de Mejora Regulatoria de la Secretaría de Turismo,”** publicado en el Diario Oficial de la Federación el 15 de junio de 2009; el cual tiene por objeto que durante el periodo de su vigencia (190 días naturales), la Secretaría de Turismo se abstenga de imponer sanciones dentro de los procedimientos administrativos de infracción que se encuentren en los supuestos que previene dicho acuerdo.
- La agenda de temas del **Consejo Consultivo de Turismo** registró avances significativos, contribuyendo a la mejora de las condiciones en las que se desarrolla la actividad turística, en temas que van desde migración hasta la resolución de conflictos de transportación turística a nivel local que afectan la imagen de un destino nacional, y por ende, del sector en general.
- De los 25 temas del **Proyecto Nacional de Facilitación Turística**, al mes de junio de 2009 se tienen avances en 20 temas y se concluyeron cinco; además, se cuenta con un avance global de 60% en los temas que integran este proyecto.
  - En el marco de los trabajos de facilitación del segmento de Turismo Náutico se logró la homologación, en toda la República Mexicana, del criterio de inscripción en el Registro Público de la Propiedad de cada entidad federativa, de las concesiones, permisos y autorizaciones que otorga la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) para usar, aprovechar o explotar bienes de dominio público, con lo cual se obtiene que este trámite sea ágil e igual en todo el país.
  - Se han obtenido importantes avances en la atención a la problemática de la transportación turística, se ha desarrollado un modelo integral de atención interinstitucional con dependencias del orden federal, estatal y municipal. Este modelo ya se está aplicando en Los Cabos y próximamente en Mazatlán, Puerto Vallarta e Ixtapa-Zihuatanejo. Por otra parte, se culminaron los trabajos de actualización del Manual para la Internación del Turista, con lo cual se hace más ágil y se facilita su ingreso al país.
  - Para la atención a cruceros turísticos, ante la contingencia sanitaria, se instaló una mesa de trabajo intersectorial con la participación del sector público y privado, a fin de homologar los criterios sanitarios de operación en los puertos y de los prestadores de servicios turísticos. Como resultado fue emitido “El Protocolo para la prevención y control en materia de influenza en los puertos mexicanos que operan cruceros”.
- En el periodo enero-agosto de 2009, se presentaron para aprobación del **Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística** la modificación de cinco normas oficiales mexicanas: NOM-01-TUR,

Formatos foliados; NOM-06-TUR, Campamentos; NOM-08-TUR, Guías generales; NOM-09-TUR, Guías especializados y NOM-011-TUR, Empresas de Turismo de Aventura; asimismo, este Comité, ratificó la vigencia de la NOM-05-TUR, Operadoras de Buceo.

- Respecto al Trámite de Acreditación de Guías de Turistas, para el periodo que se reporta, se realizaron un total de 628 trámites, entre ellos, iniciales, refrendos, refrendos permanentes y canjes a guías generales, locales y especializados en actividades específicas.

#### FORTALECER LOS MERCADOS EXISTENTES Y DESARROLLAR NUEVOS MERCADOS DISEÑANDO PROGRAMAS DE MERCADOTECNIA PARA CADA SEGMENTO

- Para contrarrestar la situación recesiva del mercado internacional, en 2009 se ha concentrado la inversión en promoción en los mercados de Norteamérica y en el mercado nacional, que son los que ofrecían mayor potencial para generar turismo.

Ante el brote de influenza humana A (H1N1) se estableció un programa de acción y de inversiones para reposicionar la imagen del país y reactivar el turismo

- Para estos propósitos, el Gobierno Federal ha destinado recursos por 1,200 millones de pesos, destaca el programa "Vive México" que tiene por objetivo llamar a los mexicanos a ser solidarios viajando por su país, y que conozcan las bellezas naturales y la riqueza cultural de nuestras ciudades y regiones.
- Esta campaña ha tenido amplia difusión en los medios y cuenta con la presencia de personalidades de diversos sectores de la sociedad, quienes participan como embajadores con mensajes y acciones especiales para promover los diferentes destinos turísticos de México.
- En el mes de junio se pusieron en marcha las campañas de promoción para atraer al turismo de América del Norte en lo particular, debido a que esa región representa el 85% del turismo internacional que visita nuestro país; así como de Europa y otros mercados emisores de relevancia para México.

- Hasta abril de 2009 se comprometieron recursos por 800 millones de pesos en la **promoción del turismo**, que detonaron una inversión mayor con la participación de las entidades federativas y socios comerciales.

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

- La primera fase se implementó entre finales de abril y mayo, con el fin de mitigar los efectos de la epidemia de influenza y consistió en mantener informados a los principales actores de la industria y al público, tanto en México como en el exterior, sobre la evolución de la situación y las acciones tomadas por las autoridades mexicanas. A principios de mayo se suspendieron las campañas de promoción, ya que no era conveniente invitar al turista a visitar México en tanto no se levantara la alerta sanitaria de la influenza y a través del sitio [www.mexico-update.com](http://www.mexico-update.com) se proporcionó información actualizada de manera permanente sobre la evolución de la epidemia y las medidas que se estaban tomando

para controlarla. Como resultado, se logró disminuir la incertidumbre existente sobre la epidemia y generar confianza en la industria.

- La segunda fase consistió en una campaña cuyo objetivo fue reactivar el turismo nacional, y se realizó durante los meses de junio y julio. Esta etapa se definió en coordinación con los destinos turísticos y los principales socios y agentes económicos de la industria. El 25 de mayo, se realizó el lanzamiento de un amplio movimiento para invitar a los mexicanos a que conozcan y visiten su país, a través de la campaña "Vive México". Esta campaña tiene como propósito reactivar los viajes que los mexicanos llevan a cabo en el interior del país y recuperar los niveles de ocupación hotelera que se desplomaron a consecuencia del brote de influenza A (H1N1). Hasta el mes de agosto los resultados obtenidos han sido muy positivos ya que, en los principales destinos turísticos se observan niveles de ocupación muy superiores a los registrados en mayo y tienden a acercarse a los que prevalecieron el año pasado.
- La tercera fase de la estrategia se instrumentó de junio a agosto, y consistió en una campaña internacional de alto impacto, focalizada principalmente en el mercado de Norteamérica, aunque también incluye acciones en Europa, Asia y Latinoamérica. El objetivo fue recuperar los flujos turísticos al país, lo cual ha venido ocurriendo ya que la llegada de turistas internacionales de internación pasó de 501 mil turistas en mayo a 883 mil en junio y se tienen perspectivas favorables para los siguientes meses.

- Con el propósito de consolidar la presencia de México en los mercados existentes y difundirla en otros nuevos, en el periodo enero-junio de 2009 el CPTM destinó 418.8 millones de pesos a inversión para la promoción turística en Europa, Asia, América Latina y América del Norte, así como en nuestro país.
  - Cabe destacar que la inversión en promoción turística realizada entre enero de 2007 y junio de 2009 ascendió a 3,293.9 millones de pesos, cantidad superior en 66.5% en términos reales a los 1,532.8 millones de pesos erogados entre enero de 2001 y junio de 2003.

#### INVERSIÓN PÚBLICA EN PROMOCIÓN TURÍSTICA, 2001-2009 (Millones de pesos)

Concepto	Acumulado del periodo		Datos anuales			Enero-junio		
	1o. de enero de 2001 al 30 de junio de 2003	1o. de enero de 2007 al 30 de junio de 2009	Observado		Meta 2009	2008	2009 <sup>P/</sup>	Variación % anual real <sup>1/</sup>
			2007	2008				
TOTAL	1,532.8	3,293.9	1,358.1	1,521.3	1,675.0	466.3	418.8	-15.3
Recursos fiscales	787.4	75.9	14.3	6.5	0.0	8.5	57.5	537.8
Derecho de No Inmigrante	n.d.	745.4	3,218.0	1,343.8	1,514.8	1,675.0	457.8	-74.2

n.d. No disponible.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

- Se estima que en el periodo de enero a diciembre de 2009 se realizarán 543 **campañas de publicidad cooperativa** coordinadas por el Consejo de Promoción Turística de México, con una inversión conjunta, compuesta por recursos fiscales federales y estatales y recursos aportados por socios comerciales privados, de 2,194.8 millones de pesos, cifra superior en 30.7% a la de 2008. El siguiente cuadro da cuenta de la distribución de las campañas entre los mercados a los que van dirigidas:

#### PUBLICIDAD COOPERATIVA COORDINADA POR EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO, 2008-2009

Mercado <sup>1/</sup>	Número de campañas 2008	Publicidad cooperativa 2008 <sup>2/</sup> (Millones de pesos)	Número de campañas 2009	Publicidad Cooperativa 2009 <sup>3/</sup> (Millones de pesos)
Nacional	269	738.9	142	648.5
Norteamérica	264	678.9	260	1295.9
Latinoamérica	73	58.9	66	60.2
Europa	81	164.3	70	150.8
Asia	3	38.7	5	39.4
<b>Total</b>	<b>690</b>	<b>1,679.7</b>	<b>543</b>	<b>2,194.8</b>

<sup>1/</sup> Las cifras que se presentan en el cuadro anterior, reflejan los montos totales de participación en la publicidad cooperativa, que incluye a destinos, socios cooperativos y el CPTM.

<sup>2/</sup> Las cifras reflejadas en la Publicidad Cooperativa 2008, se refieren al periodo enero-diciembre de 2008.

<sup>3/</sup> Las cifras reflejadas en la Publicidad Cooperativa 2009, se refieren a cifras estimadas en el periodo enero-diciembre de 2009.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

- También se encuentran en ejecución campañas de relaciones públicas en el mercado nacional, así como en Norteamérica, Europa y Latinoamérica. El presupuesto de 2009 destinado para estas acciones es de 109.4 millones de pesos, 9.3% más en términos reales que el asignado en 2008.
- Como resultado de las campañas de publicidad como de relaciones públicas se ha logrado que pese a la crisis económica y la epidemia de influenza, el sector turístico mantenga su actividad y se haya recuperado la llegada de turistas internacionales.
  - En mayo la llegada de turistas internacionales de internación se redujo en 52% con respecto al mismo mes de 2008. Para junio la caída anual era de solo 25%. Asimismo, los niveles de ocupación hotelera que en algunos destinos como Cancún y la Riviera Maya habían caído hasta niveles de 20%, y en el Distrito Federal 10% presentaban recuperaciones promedio de entre 40 y 50 puntos porcentuales a finales de julio, con una clara tendencia a la alza.

- Los ingresos de divisas por turismo se recuperaron en el mes de junio alcanzando 807 millones de dólares, que representa un crecimiento de casi 50% con respecto al mes de mayo.
- Las reservaciones reportadas por los principales *tour* operadores han mostrado una importante recuperación en los meses de junio y julio, después de haber caído a niveles mínimos en el mes de mayo.
- Por otra parte, se ha avanzado notablemente en la reanudación de vuelos que se habían suspendido, así como en la normalización en la llegada de cruceros, lo que ha contribuido a reactivar la actividad turística.
- Con el propósito de fortalecer el desarrollo turístico regional y trabajar hacia el desarrollo sustentable en los destinos turísticos, como parte de las acciones del **Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano**, entre enero y junio de 2009 se instalaron ocho Comités Agenda 21 Local en los municipios de Tapachula y Palenque, Chiapas; Jerez, Zacatecas; Huauchinango, Puebla; Mier, Tamaulipas; Huamantla, Tlaxcala; y en Tlacotalpan y San Andrés Tuxtla, Veracruz.
  - Entre enero y junio de 2009 se entregaron 11 diagnósticos del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo en los siguientes destinos: Capulalpam, Oaxaca; Real de Asientos, Aguascalientes; San Francisco de Conchos, Chihuahua; Veracruz y Boca del Río, Veracruz; Cuernavaca y Tepoztlán, Morelos; Manzanillo, Colima; Zacatecas, Zacatecas; San Luis Potosí, San Luis Potosí y San Cristóbal de las Casas, Chiapas.
- Durante la edición 34 del Tianguis Turístico 2009 celebrado en Acapulco, Guerrero, participaron 2,572 expositores y 1,051 compradores de 25 países incluyendo México y se ofreció un potencial de negocio de 18,930 citas con el objetivo de promover la oferta turística nacional en las próximas temporadas y dar a conocer nuevos productos turísticos. Se estima que 46.8% de las entrevistas se concretarán en venta de servicios turísticos y de alojamiento.
- El CPTM en 2008 participó en 15 de las **ferias internacionales** de turismo más importantes de Asia, Europa, Norteamérica y Latinoamérica donde se logró reunir a 787 expositores de la industria turística nacional y se apoyó la participación de la oferta de México en 14 nuevas ferias enfocadas a los segmentos de naturaleza, cultura y premium.
- Con relación al indicador **“incrementar la eficiencia publicitaria internacional”**, correspondiente al objetivo siete del Programa Sectorial de Turismo, de 2007 a 2008 se pasó de 42.7 a 41.4 pesos de inversión en promoción por cada turista internacional; sin embargo, para 2009 se estima llegar a 45 pesos, debido a los mayores recursos erogados para hacer frente a la crisis económica y sanitaria. Por su parte, el indicador **“incrementar la eficiencia publicitaria nacional”** comprometido en el programa referido pasó de 2.42 a 2.35 pesos por cada turista nacional entre 2007 y 2008; en tanto que para 2009, se estima que podría llegar a 2.6 pesos, por las mismas causas.