



PLAN NACIONAL
DE DESARROLLO
2 0 1 3 - 2 0 1 8
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA

PROGRAMA SECTORIAL
DE TURISMO
2013-2018

LOGROS 2015

SECTORIAL

INDICE

Marco normativo	2
Resumen Ejecutivo	3
Avances y Logros	5
Objetivo 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico	5
Estrategia 1.1. Fortalecer las capacidades institucionales del sector turismo	5
Estrategia 1.2. Establecer instrumentos que armonicen las acciones gubernamentales con la Política Nacional Turística y promuevan la corresponsabilidad	7
Estrategia 1.3 Impulsar la coordinación intergubernamental en materia turística	8
Estrategia 1.4 Fortalecer los mecanismos de concertación con la academia, el sector privado y el sector social, en beneficio del turismo	8
Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística	10
Estrategia 2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto	12
Estrategia 2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino	13
Estrategia 2.3. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos	13
Estrategia 2.4. Impulsar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos	13
Estrategia 2.5. Impulsar una política de seguridad integral para proporcionar una experiencia turística satisfactoria y plena a los visitantes	14
Objetivo 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico	15
Estrategia 3.1. Impulsar la ampliación del acceso a crédito e instrumentos financieros del sector turístico	16
Estrategia 3.2. Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos	16
Estrategia 3.3. Brindar capacitación y asistencia técnica en cultura financiera para el desarrollo de proyectos turísticos	16
Estrategia 3.4. Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP)	16
Estrategia 3.5. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector	17
Objetivo 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector	18
Estrategia 4.1. Promover a México como un destino turístico de calidad que ofrece gran variedad de atractivos y experiencias únicas	19
Estrategia 4.2. Impulsar el desarrollo del mercado nacional promoviendo en la población del país la intención de conocer México y sus destinos	20
Estrategia 4.3. Incrementar la promoción de México en los mercados tradicionales e impulsar la diversificación de mercados	20
Objetivo 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras	22
Estrategia 5.1. Identificar la vocación y el potencial del capital natural y cultural mediante el ordenamiento turístico del territorio	22
Estrategia 5.2. Diseñar instrumentos con criterios de sustentabilidad para dirigir al sector turístico hacia una industria limpia y resiliente al cambio climático	22
Estrategia 5.3. Fortalecer la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable	23
Estrategia 5.4. Promover una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales del turismo en las comunidades receptoras	23
Estrategia 5.5. Crear instrumentos para que el turismo sea una actividad incluyente que brinde oportunidades para que más mexicanos viajen	23
Anexo	24
Glosario	35
Siglas y Abreviaturas	36

MARCO NORMATIVO

Este documento se presenta con fundamento en lo establecido en el numeral 32 del Acuerdo 01/2013 por el que se emiten los Lineamientos para dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 publicado en el Diario Oficial de la Federación del 10 de junio de 2013, el cual enuncia que:

“Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de Internet, los programas a su cargo, al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación. Asimismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas”.

RESUMEN EJECUTIVO

De acuerdo a las directrices emitidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en el marco de los objetivos y estrategias contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, el Gobierno de la República ha impulsado el ordenamiento y transformación del sector turístico mediante el fomento de nuevas líneas de producto, la promoción eficaz de los destinos turísticos. Asimismo, se han impulsado políticas públicas para atraer inversión, con el fin de desarrollar nuestras ventajas competitivas, generar mayores ingresos y empleos. De esta manera, el sector turístico es más competitivo y ha logrado un mejor posicionamiento en el escenario internacional prueba de ello es que México es uno de los diez países más visitados en el mundo de acuerdo al ranking de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

El Gobierno de la República está decidido a aprovechar este potencial como palanca del desarrollo nacional con una visión integral que imprima dinamismo y competitividad a la economía, genere crecimiento con igualdad de oportunidades, bienestar social en las comunidades receptoras, y use de manera sustentable los recursos naturales con respeto al medio ambiente.

La presencia de México a nivel internacional ha permitido mostrar al mundo la cultura, destinos y la gran diversidad de productos turísticos con que cuenta nuestro país. La estrategia de promoción nacional e internacional que ha llevado a cabo el Gobierno de la República impactó en las preferencias de los turistas.

A tres años de la presente administración se han observado crecimientos en el número de turistas y en la derrama económica por encima de lo esperado.

México es hoy un destino moderno y de clase mundial, donde el sector turismo contribuye al desarrollo económico y a la inclusión social, ya que no sólo genera empleos y atrae inversiones y divisas, sino también transforma y crea prosperidad en las comunidades y destinos turísticos receptores.

Algunos de los resultados nacionales alcanzados son:

- Participa con el 5.8% a nivel nacional de las ocupaciones remuneradas.
- El turismo en México cuenta con una de las mejores participaciones dentro de la economía del país, con 8.6% del Producto Interno Bruto Nacional (PIBN), resultado que está por arriba de la participación mostrada en

países como Brasil (8.6%), Malasia (8.2%), Austria (7.3%), Francia (7.2%), Chile (4%) Australia (3.4%) y Nicaragua (4.2%).^{1/}

- Asimismo, el PIB turístico generado en México, es mayor que el PIB total (incluido el turístico) de países como Nueva Zelanda, República Eslovaca, Eslovenia, Luxemburgo y Estonia.^{2/}
- El flujo de turistas internacionales sumó 32.1 millones de personas, cifra superior en 9.5% a la observada en 2014. Lo anterior permitió que el ingreso de divisas por visitantes internacionales ascendiera a 17,457 millones de dólares, 7.7% más que los 16,208 millones de dólares del año previo.
- El principal segmento del turismo internacional, los turistas vía aérea, creció en 13.3% al pasar de 13.5 millones a 15.3 millones de turistas. Por su parte, los turistas vía terrestre aumentaron 22.3% con respecto al año previo, al sumar 3.1 millones de turistas.
- En cuanto a la llegada de pasajeros a los aeropuertos del país, con información de Aeropuertos y Servicios Auxiliares tenemos que en 2015 llegaron un total de 56.4 millones de pasajeros, lo que representó un 12.8% más que en 2014, año que registró 50.0 millones de pasajeros.
- En cuanto a pasajeros en vuelos nacionales, en 2015 se tuvo una llegada de 37.1 millones de pasajeros contra 32.8 millones de 2014, lo que representó un aumento del 13.0%. Por otro lado, se registró una llegada de 19.3 millones de pasajeros en vuelos internacionales en 2015, contra 17.1 millones de 2014, lo que significó 12.6% más.
- Asimismo, los pasajeros en crucero ascendieron a 5.4 millones, 5.5% superior en comparación con 2014.
- La llegada de turistas a cuartos de hotel mostró un crecimiento anual de 8.1% de un total de 70 destinos monitoreados, al registrar un volumen de 53.4 millones de personas.
- De acuerdo con el INEGI, en el cuarto trimestre de 2015 hubo 3.8 millones de personas empleadas en el sector turismo en México, cabe resaltar que esta cifra representa un nuevo máximo histórico en desde 2006. Esto representó el 8.3% del total de personas empleadas a nivel nacional y significó un incremento del 4.46% respecto al mismo trimestre del año anterior. En este sentido, durante 2015 se emplearon 162,472 más personas que en 2014.

^{1/} Cuenta Satélite del Turismo de México, INEGI.

^{2/} IDEM

En este contexto, el turismo participa en otros programas como es el caso del Programa Nacional de Infraestructura (PNI) 2014-2018. Bajo este marco se ha logrado:

- Se concluyeron 17 proyectos de infraestructura carretera que tienen incidencia directa en el desarrollo del turismo., cuya inversión total fue de 18,873.3 millones de pesos. En la relación de esas obras destaca el libramiento de la ciudad Campeche, la modernización de los libramientos norte y sur de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez y la ampliación de la carretera León- Lagos de Moreno.
- Se continuó con los estudios de recuperación de playas, con una inversión federal de 30.7 millones de pesos en las playas de Cancún Norte, Cozumel, Isla Mujeres, Riviera Maya y Holbox en Quintana Roo, así como en Los Cabos, Baja California Sur y Mazatlán, Sinaloa.
 - Una vez terminados los estudios se llevarán a cabo las acciones que permitan restituir las condiciones morfológicas de las playas, como aquellas que permitan su futura conservación, de esta forma se avanzarán en la rehabilitación del mayor atractivo turístico que permite que seamos uno de los principales mercados de sol y playa a nivel internacional.
- Así mismo se realizaron obras de dragado y reposición de componentes en las 7 marinas administradas por

FONATUR, por un monto de 17.1 millones de pesos, las cuales se ubican en el corredor turístico náutico del Mar de Cortés en los estados de Baja California, Baja California Sur, Sonora, Sinaloa y Nayarit.

De esta manera, se han diseñado políticas públicas innovadoras, que tienen como propósito incrementar la productividad y la competitividad del sector, este es el caso de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, que busca fortalecer la cadena de valor gastronómica de las cocinas tradicionales de México. Con estas acciones se fortalece a las micro y pequeñas empresas, que hoy en día son el motor de la economía turística.

Por otro lado, se puso en marcha el Programa Turismo Libre de Trabajo Infantil, que contiene objetivos, estrategias, actividades, indicadores y metas.

Los programas instrumentados como Pueblos Mágicos y Destinos Prioritarios, Agendas de Competitividad y el impulso que se ha dado a nivel regional a través del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS), han permitido el logro de resultados enmarcados en el presente documento.

Es así que la Secretaría de Turismo pone a disposición del público en general el informe de logros correspondiente a 2015.

AVANCES Y LOGROS

Objetivo 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico

Con el propósito de avanzar en el logro del objetivo del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 y particularmente en la transformación del sector turístico, la Secretaría de Turismo inició un cambio estructural. Es por ello que se han impulsado reformas legislativas y regulativas que abordan el replanteamiento y modernización de la normatividad en materia de turismo y los prestadores de servicios turísticos desarrollen su máximo potencial en materia de calidad.

Es en ese sentido, la Secretaría cuenta con un nuevo andamiaje para alcanzar los objetivos establecidos en la Ley General de Turismo, el Plan Nacional de Desarrollo, Programa Sectorial de Turismo y la Política Nacional Turística.

Logros

El 6 de julio de 2015, se emitió el Reglamento de la Ley General de Turismo, con el cual la operación y funcionamiento del sector se impulsó mediante la modernización de la actividad turística, brindándole un enfoque más competitivo y de mayor transparencia. Asimismo, por medio de los acuerdos que se publicaron en el Diario Oficial de la Federación, esta Secretaría ha dando cumplimiento a los ejes estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo con mayor participación ciudadana.

Por primera vez, 19 de las principales plazas de afluencia en los Pueblos Mágicos que presentan mayor dificultad de acceso a internet (*WiFi*) contarán con este servicio de manera gratuita en beneficio de los turistas nacionales e internacionales, así como la población local. Ello producto del esfuerzo coordinado entre la Secretaría de Turismo (SECTUR), Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y Comisión Federal de Electricidad (CFE).

- Apoyo a 19 proyectos de Cableado Subterráneo 11 en Pueblos Mágicos y 8 en destinos turísticos prioritarios, entre los trabajos destacan el Centros Históricos de San Luis Potosí y Veracruz por un monto detonado de 211.13 millones de pesos.

En el marco de la inauguración de la Segunda Feria Nacional de Pueblos Mágicos se dio a conocer la incorporación de 28 municipios al programa Pueblos Mágicos, que se suman a los 83 ya existentes en el país; distintivo federal que genera

desarrollo económico en el sector turístico del país y eleva la calidad de vida de sus habitantes.

La SECTUR en coordinación con la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP), detonarán 136 millones de pesos distribuidos en once proyectos de turismo de naturaleza.

- Entre los principales proyectos se encuentran la rehabilitación y ampliación del parador turístico Lago Internacional en la Trinitaria, Chiapas y las imágenes urbanas en Mineral del Chico, Hidalgo y Tepoztlán, Morelos, entre otros. Dicho recurso se llevará por medio de los programas de subsidios del Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS) y Pueblos Mágicos (PROMÁGICO).

En el marco de la Agenda Legislativa 2014-2018 y en coordinación con diferentes dependencias federales, se promovió 5 iniciativas para reformar los siguientes ordenamientos: Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, Ley Federal de Derechos, Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal y Ley General de Protección Civil.

Mediante la apertura de los Centros de Atención a Empresas Turísticas (CAET), se promovió la apertura de empresas turísticas en el marco del convenio suscrito con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria.

Se analizó el Programa Nacional de Normalización 2015 y se presentó ante el pleno de la Comisión Nacional de Normalización, el Sistema Integral de Gestión de Normalización Turística, plataforma que permite a los Prestadores de Servicios Turísticos (PST) realizar autoevaluaciones en términos de cumplimiento de Normas Oficiales Mexicanas (NOM's), a fin de elevar el posicionamiento del Programa de Normas Turísticas.

Se presidió la Comisión Nacional de Normalización y se coordinaron los trabajos del Grupo de Turismo de la Comisión Panamericana de Normas Técnicas (COPANT). Asimismo, se continuó con la coordinación de los trabajos del Comité Técnico 228 "Turismo y Servicios Relacionados" en México, de la *International Organization for Standardization* (ISO).

Se instrumentó el Programa Nacional de Verificación Turística (PNVT) 2015, a efecto de vigilar el cumplimiento de la normatividad turística y la mejora de la calidad de los servicios. Para tal efecto se ejecutaron visitas de verificación a guías de turistas, establecimientos de hospedaje y agencias de viaje dentro de los 44 destinos prioritarios y 83 Pueblos Mágicos de la República Mexicana.

En coordinación entre el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), se desarrolló un estudio que contribuye

a la modernización del AICM, tomando en cuenta un enfoque amigable en sus instalaciones y operación.

En materia de conectividad aérea, en coordinación con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, se consiguieron importantes logros. Durante 2015 se transportaron en operación regular hacia y desde México un total de 73.3 millones de pasajeros, 12.5% más que lo registrado en 2014. De manera particular, los pasajeros en operaciones domésticas crecieron un 12.9% al pasar de 32.9 a 37.1 millones de pasajeros transportados. En la operación internacional el crecimiento fue de 12.0% al pasar de 32.3 a 36.1 millones de pasajeros.

En cuanto al número de rutas, durante 2015 se operaron un total de 800 rutas (350 nacionales y 450 internacionales) lo que representó un aumento del 3.8% en comparación con 2014 cuando se operaron 771 rutas (348 nacionales y 423 internacionales), es decir el incremento fue de 29 rutas.

Con la participación del CPTM, PROFECO, PROFEPA, SCT, SEP, SEGOB, SEMARNAT, STPS y la SE, la SECTUR concluyó el diseño del Sistema Nacional de Certificación Turística, lo que permitirá elevar la calidad del servicio conforme a los más altos estándares nacionales e internacionales.

Se concluyeron los trabajos relativos al CG 198 “Rehabilitar el Centro Histórico de Guanajuato” y se llevó a cabo la certificación de cumplimiento de la Rehabilitación del Ex Convento de Santo Domingo de Guzmán, obra correspondiente al CG 109 “Impulsar la Infraestructura Turística de Chiapa de Corzo”.

Se implementó la prueba piloto del “Diplomado de Gestión Turística en Línea para funcionarios del sector”, participando 309 funcionarios de la Secretaría de Turismo, del Consejo de Promoción Turística de México y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo; así como personal de dependencias y organizaciones nacionales, estatales, municipales y oficinas en el extranjero relacionadas con la actividad turística.

Por vez primera, la SECTUR a través del Instituto de Competitividad Turística (ICTUR) conjuntamente con el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC) realizó en Guanajuato, el 2° Taller de capacitación para líderes sobre Criterios Globales de Turismo Sostenible y su aplicación en el desarrollo del Turismo Sustentable en México y América Latina. Contó con la participación de 36 funcionarios del sector, cinco representantes de América Latina y representantes de nueve entidades federativas.

Durante 2015, a través del Sistema Automatizado de Opiniones se emitió la opinión jurídica de la Secretaría de Turismo respecto de 24 iniciativas emanadas del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, con el objetivo de proteger e impulsar la actividad turística. Gracias a ello, se ha analizado a fondo temas de relevancia, como son, el

turismo accesible, el desarrollo turístico sustentable y turismo social, entre otros, fortaleciendo el sistema jurídico en beneficio del sector. Las iniciativas analizadas tendrán impacto en la competitividad y desarrollo de la oferta turística.

Se fortaleció la coordinación con las entidades federativas mediante la articulación de los programas y acciones en materia turística alineando sus objetivos y estrategias a la Política Nacional Turística, logrando un sentido estratégico y ordenado de la conducción del desarrollo turístico del país. Se busca que los programas de turismo locales guarden una congruencia con el PROSECTUR 2013-2018, lo que asegura que exista corresponsabilidad entre los objetivos, estrategias y líneas de acción que atienden los retos del desarrollo nacional y estatal del sector turismo.

Se realizó por primera vez el “Seminario-Taller para Organizaciones de la Sociedad Civil sobre Fomento y Desarrollo Turístico”, el cual permitió dar a conocer las virtudes del turismo como factor del desarrollo comunitario, así como identificar e integrar una red de organizaciones sociales interesadas en contribuir al diseño e implementación de proyectos productivos con enfoque turístico.

Se concretó y robusteció la agenda de cooperación internacional en materia turística, en los principales grupos de trabajo de los foros más importantes a nivel mundial, incluyendo la Asociación de Estados del Caribe (AEC), la Alianza del Pacífico (AP), el Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC), la Organización de Estados Americanos (OEA), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

Se dotó de señalización turística a 10 estados de la República Mexicana: Chiapas, Durango, Guanajuato, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Puebla, Tlaxcala, Tabasco y Veracruz. Ésta iniciativa tendrá un impacto a mediano plazo tanto para el turismo nacional e internacional.

Mediante la firma de 24 convenios con los Gobiernos Estatales para apoyar la infraestructura en los Pueblos Mágicos, se logró el financiamiento de 70 proyectos para el desarrollo turístico.

Actividades relevantes

Estrategia 1.1. Fortalecer las capacidades institucionales del sector turismo

Se suscribió con la Comisión Federal de Electricidad (CFE) y SCT un Convenio de Colaboración para la sustitución de las redes eléctricas aéreas por subterráneas (cableado subterráneo) en los principales centros históricos de los destinos con mayor actividad turística y brindar Wi-Fi gratuito en principales destinos y algunos pueblos mágicos.

A fin de impulsar un trabajo conjunto entre la SECTUR y otras instituciones relevantes para el sector se suscribieron los siguientes convenios de colaboración:

- Convenio de Colaboración con la Comisión Nacional de Áreas Nacionales Protegidas (CONANP) con el fin de promover y desarrollar los programas y proyectos de conservación, preservación, protección y restauración de los ecosistemas y su biodiversidad, así como apoyar a las comunidades que las habitan.
- Convenio Marco de Colaboración con la CFE para atender la problemática de erosión que se presenta en las 16 principales playas turísticas del país.

Adicionalmente se enviaron propuestas de reforma a las siguientes Secretarías de Estado:

- Comunicaciones y Transportes. Propuesta para reformar la Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal, con la que se obtiene una mayor certeza para los turistas y prestadores de servicios que utilicen y brinden servicios de transportación terrestre turístico.
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Propuesta para reformar la Ley Federal de Derechos, con la que se pretende que un porcentaje de los derechos que se cobran producto del uso, goce o aprovechamiento de playas o de la zona federal marítimo terrestre se aplique para la recuperación, conservación y mantenimiento de las playas y zona federal marítimo terrestre, afectadas por la erosión e inundación.
- Procuraduría Federal del Consumidor. Reforma a la Ley Federal de Protección al Consumidor, misma que incorpora la calidad del turista dentro de la definición de consumidor.
- Secretaría de Economía. Propuesta para reformar la Ley Federal para el Fomento de la Microindustria y la Actividad Artesanal, la cual incorpora a la Secretaría de Turismo, como integrante de la Comisión InterSecretaríal para el Fomento de la Microindustria, a fin de proponer acciones de mejora regulatoria, simplificación y facilitación para la operación y prestación de servicios turísticos.
- Secretaría de Gobernación. Propuesta para reformar la Ley General de Protección Civil, misma que incorpora una atribución concurrente a fin de coordinar acciones de protección a los turistas que se encuentren en poblaciones en situación de desastre o emergencia.

De conformidad con sus atribuciones, ha colaborado activamente con las unidades administrativas, órganos desconcentrados y entidades sectorizadas a la Secretaría de Turismo, para lograr la actualización y modificación del marco jurídico del sector, con el objetivo de dar cumplimiento a lo dispuesto en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

Como parte de la estrategia de actualización del marco jurídico de cooperación internacional para el sector y en el marco de diferentes Visitas de Estado se suscribieron seis Memoranda de Entendimiento Interinstitucionales con los Ministerios de Turismo de Belice, de Brasil, de Hungría, de la República Italiana, de la República Francesa y de la República de Filipinas.

Con el fin de fortalecer la cooperación con organismos internacionales para el intercambio de experiencias y buenas prácticas para el fortalecimiento del sector, se firmó un Acuerdo Marco de Cooperación entre la Secretaría de Turismo y la UNESCO que tiene por objetivo la realización de dos proyectos: Código ético para visitas a la selva tropical maya en Calakmul y la valorización de recursos naturales y culturales de Pueblos Mágicos.

Estrategia 1.2. Establecer instrumentos que armonicen las acciones gubernamentales con la Política Nacional Turística y promuevan la corresponsabilidad

La SECTUR en coordinación con otras instituciones, realiza acciones en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) para la ampliación de la Puerta 75. La cual brindará espacios adecuados y ágiles para el embarque y desembarque de pasajeros.

Con la finalidad de facilitar los trámites para la obtención de financiamiento y la inversión en proyectos turísticos, en 2015 se concluyó el diagnóstico para el desarrollo de un portal de internet en el que se concentrará toda la información relacionada con los trámites y servicios vinculados a este sector.

Se trabaja en la consolidación del sistema de declaración de impuestos por internet de los visitantes extranjeros, así como del pago de excedente de franquicias con tarjetas bancarias cuyas operaciones ascienden a 93 mil 160 pesos.

Para la consolidación de Cozumel y Ensenada como destinos de cruceros modelo, se promovió la implementación de distintivos H, M, y Punto Limpio, la promoción de la inscripción de los prestadores de servicios al Registro Nacional Turístico (RNT), así mismo, se ha promovido en conjunto con la autoridad municipal el establecimiento de polígonos de interés turístico para concentrar las acciones de impulso del gobierno federal y garantizar la seguridad de pasajeros y tripulación.

Se impartió el curso en línea: "Incorporación de la perspectiva de género en el sector turismo", a través del cual se dieron a conocer los conceptos básicos de la igualdad de género, para incorporarlos en el quehacer institucional de la Secretaría de Turismo.

Con el propósito de apoyar la toma de decisiones de la institución y alcanzar con mayor eficiencia, eficacia y calidad los objetivos sectoriales, se analizó de forma

trimestral, el avance de 113 proyectos sustantivos, 423 actividades, así como 181 indicadores contemplados en el Programa de Trabajo de Desarrollo Institucional 2015.

Se definieron las acciones a emprender en el corto y mediano plazos por parte de los grupos de trabajo intersectoriales de Accesibilidad Universal, Jóvenes y Productividad, mediante la elaboración de sus respectivos programas de trabajo o "guías de acción", los cuales identifican las actividades, los responsables y los tiempos a cubrir.

Estrategia 1.3 Impulsar la coordinación intergubernamental en materia turística

Se firmó un convenio el día 13 de enero de 2015 entre la Secretaría de Turismo (SECTUR), el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y Nacional Financiera (NAFIN) para establecer esquemas crediticios para las micro, pequeñas y medianas empresas, a través del diseño de instrumentos financieros adecuados para el sector.

Durante 2015, se atendió un total de 564 quejas turísticas, logrando la recuperación de 152 mil dólares y 575 mil pesos por parte de diversos prestadores de servicios turísticos, principalmente por concepto de cancelación de contratos de tiempo compartido y por incumplimiento en la prestación de servicios turísticos ofertados.

Estrategia 1.4 Fortalecer los mecanismos de concertación con la academia, el sector privado y el sector social, en beneficio del turismo

Se realizó el Congreso de Investigación Turística Aplicada "Innovación para el Desarrollo y Competitividad Turística", en la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM), en el marco del XI Seminario Internacional de estudios turísticos, VII Seminario Internacional de Investigación en Gastronomía y el XII Foro de Investigación Turística y Gastronomía.

Se llevó a cabo el Curso OMT "Gestión de destinos turísticos: diseño de experiencias turísticas innovadoras", en el Estado de Hidalgo, participaron 45 funcionarios del sector turístico; 11 representantes de 9 países de América Latina y representantes de 16 entidades federativas.

Para contribuir a fomentar la innovación y la competitividad entre los destinos y el sector turístico del país se realizó el Segundo Foro Nacional de Innovación y Competitividad Turística con la participación de 110 asistentes; funcionarios del sector público federal, estatal y municipal, representantes de organismos del sector empresarial y

académicos relacionados con los procesos de innovación y competitividad turística de 16 estados, 27 municipios y 18 Instituciones Académicas.

Se colaboró con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Consejo Nacional de Normalización y Certificación (CONOCER) en el estudio sobre el Análisis de la Cadena de Valor en las MIPyMES turísticas en San Cristóbal de las Casas, Chiapas, logrando desarrollar estrategias de intervención y un plan de implementación en las variables que limitan el crecimiento y la productividad con un enfoque de perspectiva de género.

Se llevó a cabo el 13° Concurso Nacional de Cultura Turística, el cual contempló 6 categorías a impactar con el lema Cocina Tradicional: "Dime qué comes y te diré de dónde eres" con el objetivo de potenciar, rescatar, promocionar, difundir y salvaguardar la cocina y dieta tradicional mexicana, de acuerdo con la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional.

Se realizó el Encuentro de Investigadores de la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo (RICIT), en el marco del Congreso de Investigación Turística Aplicada 2015, contando con la asistencia de 50 investigadores miembros e interesados en integrarse a la red.

La SECTUR en coordinación con la Secretaría de Turismo del estado de Guanajuato por tercer año consecutivo realizó el Encuentro Nacional e Internacional de Observatorios Turísticos, esta ocasión en la ciudad de León, Guanajuato.

- Se contó con la participación de 268 asistentes representantes de Secretarías Estatales de Turismo, de los Pueblos Mágicos y de los destinos prioritarios, empresarios, académicos, investigadores y personas involucradas en la operación de observatorios turísticos y en la generación de indicadores turísticos a nivel nacional e internacional, así como representantes de observatorios turísticos de Guatemala, Argentina y Ecuador

Se llevaron a cabo dos sesiones ordinarias del Grupo Técnico de Planeación y Desarrollo Turístico, abordándose temas de interés común como el lanzamiento del Atlas Turístico de México para telefonía móvil; regionalización turística; oportunidades de inversión; impulso al turismo indígena como estrategia de desarrollo comunitario; mapeo de zonas de interés turístico y Política de Fomento a la Gastronomía Nacional.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2013	2014	2015	Meta 2018
Índice de Desarrollo Institucional (Anual)	73.0 (2012)	ND	ND	ND	85.0
Indicador de Avance de Proyectos Transversales (Anual)	0.0 (2012)	16.67% ^{p/}	33.33% ^{p/}	50.0% ^{p/}	100%

Nota:

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.
- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística

El Gobierno de la República ha impulsado acciones logrando que los destinos mexicanos sean más competitivos nacional e internacionalmente. Las ventajas comparativas con que cuenta, como el caso de los atractivos naturales y culturales han permitido que México se encuentre dentro de las preferencias de los turistas.

Lo anterior, responde a que se ha promovido un turismo sustentable y de calidad que ha colocado al turista como eje principal de sus políticas públicas, en un mercado donde se le puede ofrecer condiciones que le permitan la máxima satisfacción con servicios de máxima calidad, productos diversos y una adecuada articulación de la cadena de valor.

Logros

De acuerdo al ranking mundial del Índice de Competitividad de Viajes y Turismo 2015, México se ubica en la posición No. 30, avanzando 14 posiciones respecto a lo registrado en el índice de 2013, y es el segundo país de Latinoamérica mejor calificado después de Brasil, que ocupa la posición 28. Es la mejor posición de México desde que se publica el reporte y es históricamente la mayor escala de posiciones que ha tenido. Dicho resultado se explica por el fortalecimiento en temas como: recursos naturales y culturales, por el desarrollo de la infraestructura aérea y la focalización en las políticas públicas, al colocarla como prioridad del Gobierno de la República.

Cabe resaltar, que dicho Índice es publicado por el Foro Económico Mundial y recopila información estadística e indicadores de 141 países que compara la competitividad de cada uno en materia de turismo. El índice ha sido publicado desde 2007 y este 2015 llega a su quinta edición.

Por primera vez se otorgó un presupuesto especial para infraestructura a Pueblos Mágicos y Destinos Prioritarios, mediante el cual se creó el Programa PROMÁGICO y se apoyaron 70 proyectos en 24 estados de la República Mexicana por 688.17 millones de pesos, de este monto, 490.37 millones son recursos federales y 197.8 millones estatales. Con ello, se logró la rehabilitación de imagen urbana, cableado subterráneo, rehabilitación de parques y espacios públicos, entre otros^{1/}.

Se realizó el diagnóstico del “Desarrollo del Modelo Mexicano de Destinos Inteligentes caso Cozumel, Quintana Roo”, por parte de la Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A. (SEGITTUR).

La SECTUR en coordinación con la Secretaría de Turismo Estatal y la Asociación de Hoteles y Moteles del Estado de Jalisco, se realizó la evacuación de más de 15 mil turistas de Puerto Vallarta y Rivera Nayarit y brindó albergue a más de 7 mil turistas, ante la contingencia del “Huracán Patricia”, el 22 de octubre de 2015. Asimismo, se realizó la evacuación de más de mil turistas en el estado de Colima.

Se llevaron a cabo los operativos vacacionales correspondientes a los periodos de semana santa, verano e invierno 2015, en sus tres vertientes: protección al consumo, tránsito y facilitación y seguridad y protección, en coordinación con entidades públicas y privadas^{2/}.

- En el operativo de “Semana Santa”, la Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes (CSTAV) auxiliaron a 178,252 turistas y se proporcionó 20,083 servicios de mecánica de emergencia. En este Operativo, se incrementaron los puntos de atención a nivel nacional en 16% anual. Adicionalmente, se reportó un incremento de 5% en la red de peaje de CAPUFE y una disminución de 11% en los accidentes reportados por la Policía Federal.
- Mediante el operativo “Verano Seguro” la CSTAV atendieron a 374,572 turistas y se realizaron 33,195 servicios de emergencia mecánica. Se incrementó en 9% el número de turistas en el aeropuerto de la Ciudad de México y en 11% las atenciones médicas del Programa Operación Salvavidas de la Secretaría de Marina en los estados costeros; mientras que el número de denuncias al 088 disminuyó en 47 por ciento.
- En el operativo “Invierno” 2015, la Corporación de Atención al Turista Ángeles Verdes brindó 13,011 servicios de emergencia mecánica; se incrementaron respecto al mismo periodo de 2014, las atenciones del Programa Paisano en 31%, y el número de cruces por la red de peaje operada por CAPUFE en 8%. Cabe señalar que en dicho operativo aumentó el personal en casetas de cobro de peaje y aduanas. Adicionalmente, se implementaron diversas acciones en apoyo al turismo, entre las que destacan: la instalación de 46 paraderos de descanso, nueva señalización, baños móviles, guías

^{1/} El 30 de octubre de 2015, se instaló el comité integrado por funcionarios de la SECTUR y el CPTM, así como por representantes de distintos ámbitos del sector turístico privado. Se integró una base de datos con las rutas, corredores y circuitos turísticos del país, con información proporcionada por las Secretarías de Turismo de los Estados y por distintos operadores turísticos a nivel nacional.

^{2/} En los Operativos participaron la SECTUR, SEGOB, SRE, SCT, SE, SHCP, SEP, SS, SEMAR, SEMARNAT, CPTM, FONATUR, Policía Federal, CSTAV, CAPUFE, CONAFOR, CONACULTA, CONAPRA, ASA, AICM, Coordinación General de Puertos y Marina Mercante, INAH, INBA, INM, Sistema Nacional de Protección Civil, SAT, SENASICA, PROFECO y PROFEPA, CANAERO, la CANAPAT y la Cruz Roja Mexicana.

Paisano y la instalación de módulos de PROFECO en los principales puntos de tránsito de turistas.

Se impulsó la realización de tres ferias turísticas para la comercialización del Producto Turístico Mexicano en diferentes vertientes:

- Del 5 al 7 de agosto, se llevó a cabo la XXII Edición del Congreso Nacional de Turismo de Reuniones 2015, en Valle de Bravo, Estado de México. A este evento asistieron más de 500 especialistas en el sector y representantes de destinos turísticos nacionales, lo que generó el intercambio de experiencias y la creación de oportunidades para la candidatura y desarrollo de 175 congresos y reuniones nacionales e internacionales.
- Del 26 al 29 de agosto, se realizó en conjunto con la *Adventure Travel Trade Association (ATTA)*, la IV Feria de Turismo de Aventura (ATMEX) 2015, en Palenque Chiapas. La oferta estuvo representada por 117 empresas de 26 estados del país, 60 empresas internacionales de 15 países y 151 nacionales, lográndose concretar 2,504 citas de negocios con productos ecoturísticos, de aventura y de turismo rural.
- Del 11 al 14 de noviembre, se llevó a cabo la Sexta Edición de la Feria de Turismo Cultural México 2015, en Zacatecas, Zacatecas, a la que asistieron 75 compradores nacionales, 99 compradores internacionales de 18 países y 262 expositores.

En el marco de la Política Nacional de Impulso al Turismo de Cruceros se logró lo siguiente:

- Se logró traer a México la “22 Asamblea Anual de la Asociación de Cruceros de Florida y el Caribe (FCCA)”, que tuvo lugar en Cozumel, Q. Roo, del 5 al 9 de octubre, con la participación de 500 delegados de los cuales 110 eran mexicanos.
- Se consolidaron las rutas existentes en el Pacífico y el Caribe, y se abrieron oportunidades para los puertos de Acapulco, Huatulco y Puerto Chiapas para la ruta Mesoamericana.
 - Estas acciones permitieron que en 2015 el número de pasajeros en cruceros aumentará 6.6% respecto al año previo para llegar a casi 6 millones y el número de arribos en cruceros alcanzó los 2,175 un crecimiento del 4% respecto de 2014.

En 2015 se creó el Grupo Técnico de Planeación y Desarrollo Turístico y el Subgrupo Técnico de rutas, corredores y circuitos turísticos conformado por representantes de la SECTUR, CPTM y especialistas en la comercialización de rutas y circuitos del sector privado, con el fin de formular propuestas en la comercialización de rutas, corredores y circuitos turísticos.

A través del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS), en el ejercicio 2015 se

formalizaron 30 Convenios de Colaboración con 29 Estados y el Distrito Federal, así como 29 Convenios Modificatorios por un monto de 1,591 millones de pesos, de los cuales 1,131.1 millones de pesos son recursos federales y 459.9 millones de pesos aportados por las entidades federativas y municipios.

Por medio de los programas PRODERETUS y el PROMÁGICO, en 2015 se apoyó la realización de acciones en 14 Parques Públicos en 11 Estados de la República por un monto detonado de 252.8 millones de pesos, destacando la Creación del Parque Turístico Jardín Pushkin en la Ciudad de México, el Parque Cholula en el Estado de Puebla y el Parque Público de Cuatro Ciénegas, Coahuila.

Se fortaleció la infraestructura de los puertos de los cruceros a través de recursos del PRODERETUS por 50 millones de pesos para 3 proyectos: Fuentes Interactivas en el malecón turístico; Museo de Ciencias y Acuario, en Ensenada, B.C. y la Imagen Urbana de Cozumel.

Se consolidó el diseño del Sistema Nacional de Certificación Turística, lo que permitirá que los destinos y prestadores de servicios turísticos del país alcancen los estándares más altos de calidad y con ello aumente la competitividad y el flujo de personas que visitan México.

- En materia de Certificación Turística se atendieron 5,109 empresas en los Programas de Calidad. Asimismo, se entregaron 1,112 distintivos M, 3,375 distintivos H, 542 reconocimientos de buenas prácticas de calidad higiénica “Punto Limpio”, 11 Tesoros de México y 69 distintivos S.
- Se expidieron 1,867 credenciales para la acreditación de Guías de Turistas, de las cuales 946 son nuevas y 921 refrendos. Se desarrolló el programa de capacitación y evaluación de salvavidas de playa en colaboración con la Secretaría de Marina, logrando acreditar a 118 salvavidas.

Se diseñó el Modelo de atención de los mercados Chino, Musulmán, de Salud e Inclusión, al tiempo que se diseñó el Modelo de atención Moderniza para la atención a empresas artesanales, así como la implementación del Programa Moderniza Ecoturístico, las cuales son innovaciones que se traducirán en el incremento de la competitividad del país en el sector turismo.

Se instrumentó el Programa Nacional de Verificación Turística, a efecto de vigilar el cumplimiento de la normatividad turística y la mejora de la calidad de los servicios, a partir del cual la Secretaría de Turismo se ejecutaron visitas de verificación a guías de turistas, establecimientos de hospedaje y agencias de viaje dentro de los 44 destinos prioritarios establecidos por la Secretaría de Turismo y los 83 pueblos mágicos de la República Mexicana.

Se gestionó ante el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) para apoyar con recursos financieros la certificación, seguimiento, fortalecimiento y renovación de empresas participantes en el Programa Tesoros de México, dicha iniciativa beneficio a 112 micro, pequeñas y medianas empresas, de los estados de Distrito Federal, Chiapas, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Oaxaca, y Yucatán, cabe mencionar que este año se sumaron los estados de Aguascalientes y Zacatecas.

- Resultado de la gestión ante el INDAEM, se logró obtener el monto de 10 millones 350 mil pesos para beneficiar a 810 empresas para la renovación del Programa Moderniza con la utilización de solución tecnológica en 7 estados; Baja California Sur, Campeche, Distrito Federal, Oaxaca, Sinaloa, Sonora, y Tamaulipas.

Se desarrolló el pilotaje de 50 empresas en diversas entidades del país como son Baja California, Baja California Sur, Chihuahua, Distrito Federal, Durango, Guanajuato, Guerrero, Jalisco, Morelos, Nuevo León, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Tamaulipas y Zacatecas.

En coordinación con la Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CDI), se implementó el Programa Moderniza Ecoturístico, beneficiando a 75 empresas en 12 estados, siendo: Baja California, Campeche, Chiapas, Distrito Federal, Hidalgo, Michoacán, Nayarit, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco, Veracruz y Yucatán.

Se firmó un convenio de concertación entre la Secretaría de Turismo y BBVA-Bancomer con el objetivo de contar con metodologías de análisis de grandes cantidades de datos - Big Data, para contar con información del comportamiento del gasto de los tarjetahabientes, lo que permitirá definir acciones para impulsar el consumo e incrementar la derrama económica, gracias a un mejor conocimiento de los movimientos y preferencias de los turistas.

Se realizó el primer Foro de la Alianza del Pacífico sobre Estadísticas del Turismo que tuvo como objetivo el intercambio de metodologías estadísticas turísticas para la generación de datos comparativos entre los países miembros (Colombia, Chile, México y Perú).

Se formalizó un Convenio de Colaboración entre NAFINSA y SECTUR, para la difusión, gestión y seguimiento al programa de formación empresarial y asistencia técnica con las Oficinas Estatales de Turismo, a fin de impulsar la celebración de cursos de capacitación presenciales en aula y en unidades móviles de NAFINSA; celebrando 460 cursos en 23 Estados y organismos, impactando a un total de 9,200 emprendedores y empresarios establecidos.

Actividades relevantes

Estrategia 2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto

A través del Convenio para el Desarrollo del Modelo Mexicano de Destinos Inteligentes que firmaron la SECTUR y la Sociedad Estatal para La Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) y el Ministerio de Turismo del Gobierno Español, se seleccionó a Cozumel, Zacatecas, Puebla y el Distrito Federal, como destinos piloto para realizar los diagnósticos de Destinos Turísticos Inteligentes.

Con la finalidad de generar información sobre las líneas de producto de Turismo Cultural, se apoyó la elaboración del Estudio “Dimensionamiento del Turismo Cultural en México y propuesta de modelo sustentable para su gestión”.

Se desarrolló el documento técnico “Senderos de Luz”, programa para fortalecer y consolidar una ruta religiosa regional hacia San Juan de los Lagos, Jalisco como destino prioritario, considerando destinos secundarios y localidades de apoyo de los Estados de Aguascalientes, Guanajuato y Jalisco.

Mediante la coordinación entre la Secretaría de Turismo y BBVA-Bancomer, a través de la información de sus tarjetahabientes y puntos de venta, se cuenta con perfiles sobre las características sociales y demográficas, con datos de los horarios de transacciones, tipo de gasto, movimientos y productos turísticos demandados, así como del origen y medios de transportación de los turistas que visitaron los destinos turísticos de Quintana Roo.

En el marco del “1er Foro Alianza Pacífico sobre Estadísticas del Turismo” se acordó:

- Constituir el Comité Técnico Especializado Internacional de la Alianza del Pacífico;
- Elaborar documentos metodológicos conjuntos para la generación de estadística comparable entre los países miembros;
- Construir una base de datos con las principales variables estadísticas que permita la comparación entre los países de la Alianza del Pacífico.

Conclusión del proyecto “Diagnóstico sobre segmentos de bajos ingresos en grandes ciudades y zonas metropolitanas: Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey para la definición de productos de bajo costo”; contribuyendo a la generación de políticas públicas para la estrategia nacional de turismo social y mejorar las estrategias de vinculación de los sectores público y privado en la generación de oferta especializada.

El 11 de junio de 2015, se publicó la Sexta Convocatoria del Fondo Sectorial para la Investigación el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, difundándose en las principales universidades del país y en las Oficinas Estatales

de Turismo con la finalidad de presentar propuestas de proyectos de investigación aplicada, orientados a la solución de problemáticas específicas del sector turismo.

Estrategia 2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino

La SECTUR organiza Reuniones Regionales del Sector Turístico, con el propósito de solucionar las problemáticas comunes y particulares que existen en los Estados que las conforman, al seleccionar conjuntamente los temas a tratar e invitar a participar a distintas autoridades Federales para facilitar la resolución de las mismas.

Por medio del Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable (PRODERETUS), se apoyó a los Estados de la República con el otorgamiento de recursos bajo el mecanismo de subsidios para la rehabilitación y creación de infraestructura turística en los principales destinos de México fortaleciendo las distintas líneas de producto.

Estrategia 2.3. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos

Se llevaron a cabo 100 pruebas piloto del Sistema Nacional de Certificación Turística, abarcando los subsectores de hospedaje; spa; agencias de viajes; alimentos y bebidas; convenciones, ferias y exposiciones; campos de golf; guías de turistas generales y locales; guías de turistas especializados en buceo; y marinas turísticas, en las entidades de Distrito Federal, Estado de México, Morelos, Nuevo León, Puebla, Tlaxcala, Yucatán y Quintana Roo.

Se llevaron a cabo seis acciones de difusión del Sistema Nacional de Certificación Turística, entre congresos, reuniones de empresarios y, principalmente en el Tianguis Turístico 2015 celebrado en Acapulco, Gro. En coordinación con el CPTM, se diseñó y se elaboró el video institucional del Sistema Nacional de Certificación Turística, que será una estrategia de promoción a nivel nacional, con la finalidad de buscar la aceptación y el posicionamiento del “Distintivo Nacional de Calidad Turística”.

Se instaló el Comité de Gestión por Competencias del Sistema Nacional de Certificación Turística, integrado por 23 representantes de las dependencias: SE, STPS, SEP (CONOCER), SEMARNAT, SCT, PROFEPA, PROFECO, COFEPRIS, INAFED, CPTM, ICTUR. Su principal función es analizar, identificar y desarrollar estándares de competencia y sus instrumentos de evaluación dirigidos al sector turístico.

Con el objetivo de apoyar a las empresas certificadas con el Distintivo H e impulsar las buenas prácticas higiénicas en la manipulación de alimentos, la SECTUR firmó un Convenio de Colaboración con la Comisión Federal para la Protección

de Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) a fin de que los prestadores de servicios turísticos sean reconocidos como establecimientos de menor riesgo sanitario.

Estrategia 2.4. Impulsar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos

Durante el XXII Congreso Nacional de Turismo de Reuniones en Valle de Bravo, Estado de México, se trabajó para el desarrollo y profesionalización de más de 500 prestadores de servicios turísticos.

En el marco de la Feria de Turismo Cultural México 2015 (FTCMEX 2015), celebrada en Zacatecas, Zac., se impartieron 8 talleres regionales de capacitación, así la realización de un Programa Académico integrado por 7 conferencias, logrando la participación de 239 personas de 39 localidades.

Durante la Feria de Turismo de Naturaleza, se incluyó un Programa Académico integrado con 3 conferencias magistrales y 11 seminarios con la participación de 584 personas.

Para el segmento de Lésbico Gay Bisexual Transexual (LGBT) se logró capacitar a 200 prestadores de servicios turísticos orientados a dicho mercado en 6 estados de la República Mexicana, con la finalidad de fomentar la inclusión y respeto hacia este segmento, además de generar producto especializado.

Para el turismo de bodas y romance se impulsó la certificación de 12 destinos turísticos.

Se otorgaron 1,887 certificados de inscripción a los Prestadores de Servicios Turísticos que solicitaron su incorporación al Registro Nacional de Turismo.

Se impartieron un total de 67 cursos impactando a un total de 1,861 personas en materia de Calidad en el Servicio y Cultura Turística.

Derivado del convenio con la Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos (CROC), se otorgó capacitación a prestadores de servicios de hoteles, restaurantes y seguridad pública. Obteniendo un total de 46 cursos con 1,339 capacitados.

Para el Centro de Documentación Turística de la SECTUR (CEDOC) se adquirieron 640 documentos en materia turística y se digitalizaron 671 documentos 28% y 34% más de la meta establecida respectivamente, con ello se incrementó en un 5.4% el número de volúmenes en la base de datos para alcanzar en total 15,091 de los cuales 8,231 se encuentran digitalizados y disponibles al público a través del CEDOC Virtual.

Se impartieron 10 Seminarios “Conversando con los Expertos”, en los cuales se presentaron especialistas en temas relevancia para el sector turismo. Asistieron 765

funcionarios públicos de SECTUR, del CPTM y FONATUR; representantes de las oficinas de Congresos y Convenciones; así como de instituciones educativas públicas y privadas y empresas relacionadas con la actividad turística.

En lo referente a la NOM 08 TUR 2002, se autorizaron 7 Diplomados de Formación de Guías Generales, 4 de Guías Especializados en Tema o Localidad y 76 cursos de Actualización. Para la NOM 09 TUR 2002; 4 Diplomados en Excursionismo; 8 Diplomados en Turismo Orientado a la Naturaleza y 20 cursos de Actualización.

Estrategia 2.5. Impulsar una política de seguridad integral para proporcionar una experiencia turística satisfactoria y plena a los visitantes

Curso de seguridad integral para el turista bajo el enfoque de la Organización de Estados Americanos, con sede en Puerto Vallarta del 13 al 17 de Abril en la vertiente de fortalecimiento de capacidades en seguridad integral para el turista.

Creación de una red de atención inmediata por medio de WhatsApp contando con Dependencias Estatales como participantes ante contingencias de ayuda al turista en los destinos de Puebla, Mérida, Guadalajara y Guanajuato (Operativo Verano) Puerto Vallarta (Semana Santa).

En el CAPTA de Acapulco, Guerrero, durante el periodo de marzo a noviembre de 2015, se brindaron 7,324 atenciones entre rescates acuáticos, asistencias médicas, mecánicas y turísticas, adicional a esto se atendieron quejas y fraudes.

Se dio a conocer el Protocolo para la Atención de Turistas Víctimas y Transgresores en el margen de la reunión de Comité Sectorial para la Gestión del Riesgo en la Actividad Turística (COSEGRAT). Éste instrumento de apoyo contribuirá a la implementación del modelo de seguridad y protección para la atención del turista en lo individual y será instrumentado con el fin de otorgar al turista servicios con calidad y rapidez para proteger, informar y actuar ante una denuncia o solicitud de apoyo.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2012	2013	2014	2015	Meta 2018
Indicador Convergencia en Derrama Económica Turística (Anual)	0.54 (2012)	0.54	1.10 ^{p/}	1.79 ^{p/}	2.02 ^{p/}	0.66
Índice de Productividad de la Mano de Obra (Anual)	100 (2011)	102.2 ^{p/}	101.5 ^{p/}	103.7 ^{p/}	ND	111.0
Índice de Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos (Anual)	100 (2014)	NA	NA	100	146 ^{p/}	120.0

Nota:

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares

Objetivo 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico

La Secretaría de Turismo, a través del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y ha fomentado las inversiones al sector turístico haciendo de México un destino seguro para las inversiones publico-privadas.

El compromiso del Gobierno de la República ha sido concretar proyectos de inversiones sustentables en el Sector Turístico, orientados a mejorar la calidad de vida de la población, a la generación de empleos y al pleno respeto de las condiciones naturales de los destinos turísticos, es por ello que a través de FONATUR se elaboran programas de desarrollo turístico con un enfoque integral y visión de largo plazo, con el propósito de promover y fomentar el desarrollo turístico nacional.

Logros

Por primera vez, NAFIN, FND y BANCOMEXT participaron como expositores en el Tianguis Turístico de México en su edición XL en el puerto de Acapulco, Gro., en un stand en el cual expusieron los productos de financiamiento para el sector turístico, durante el cual se atendieron aproximadamente 200 empresas entre las tres instituciones de manera directa.

La SECTUR en colaboración con Nacional Financiera, se creó un programa sectorial de créditos específico para MIPYMES turísticas con el fin de que éstas tengan acceso a financiamientos a tasas preferenciales.

- A través de NAFIN, durante 2015 se apoyaron 25, 631 empresas del sector con créditos por 2,710.19 millones de pesos.

Se llevó a cabo una estrategia de recaudación de nuevos proyectos en 29 entidades federativas para robustecer el portafolio de proyectos de inversión. A la fecha se cuenta con un total de 372 proyectos con un monto aproximado de 1,600 millones de pesos.

Para continuar fortaleciendo el desarrollo de infraestructura turística, FONATUR invirtió en 2015 un monto de 41.7 millones de pesos en la generación de proyectos ejecutivos y estudios que mejorarán los servicios de las instalaciones turísticas de sus Centros Integralmente Planeados (CIPs) y Proyectos Turísticos Integrales (PTIs). Entre éstos destacan el proyecto de ingeniería urbana integral de la relotificación del PTI Litibú^{1/}, Nayarit; el Puente Bojórquez en Cancún, Q. Roo; y la revisión de los

proyectos de las escalas náuticas de Santa Rosalía y Topolobampo en el Mar de Cortés.

- Se generaron 37 proyectos ejecutivos para reforzar la infraestructura y servicios necesarios en los desarrollo del Fondo.
- Se elaboraron dos instrumentos de planeación turística: el Plan de Desarrollo Urbano del Centro de Población de Lima de Abajo, Nay., y el Plan Municipal de Desarrollo Urbano de Rosario, Sin. En adición a esto, se realizó un estudio denominado Sistema de Planeación Turística en la Región Sur de Sinaloa para favorecer el desarrollo de los CIPs.

En colaboración con la Banca de Desarrollo se logró establecer canales de financiamiento para las empresas del sector turístico entre las que destacan:

- BANCOMEXT colocó 9,146 millones de pesos en recursos de financiamiento a empresas del sector turístico en primer y segundo piso.
- NAFIN otorgó 1,416 créditos por 1,977.4 millones de pesos para el desarrollo y la modernización operativa del sector.
- Se superó la meta de 10 mil millones de pesos en apoyos directos y financiamientos para proyectos del sector turístico que inciden en su desarrollo.
- El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) invirtió cerca de 1,150.6 millones de pesos para mejorar los CIP's y los PTIs en Cancún, Q.Roo., Ixtapa, Gro., Los Cabos, BCS., Loreto, BCS., Huatulco, Oax., Litibú, Cozumel, Costacapomo y Playa Espíritu.

Se organizó en el Distrito Federal, el "Primer Encuentro de Mujeres Emprendedoras de la MIPyMES Turísticas", integrado por conferencias, talleres, mesas de trabajo, y exposición y venta de productos y servicios elaborados por mujeres emprendedoras. Asistieron al evento 123 mujeres de los estados de Quintana Roo, Michoacán y Sinaloa.

Se creó el Programa Turismo Libre de Trabajo Infantil como una estrategia sectorial rectora, que contiene un plan de acción para la prevención y erradicación del trabajo infantil, la protección de adolescentes que trabajan, el trabajo digno o decente para padres de familia, la sensibilización social y la participación ciudadana en el sector de los viajes y el turismo, incluye: Diagnóstico objetivos, estrategias, actividades, indicadores y metas.

^{1/} Se obtuvo la aprobación de las modificaciones al Plan Maestro del PTI Litibú por parte de las autoridades locales, y el Dictamen de Compensación de Distribución de Áreas y

Densidades de dicho CIPs, mismos que fueron publicados en el Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Nayarit.

Actividades relevantes

Estrategia 3.1. Impulsar la ampliación del acceso a crédito e instrumentos financieros del sector turístico

Se tuvo una participación de SECTUR del 5 al 10 de octubre de 2015 en la Semana del Emprendedor del INADEM, con el objetivo de recopilar proyectos y ofrecer asesoría acerca de las opciones de financiamiento que brinda el Gobierno Federal. En dicho evento se atendieron 642 emprendedores.

Se desarrolló el Manual de inversión denominado “México: Cómo invertir en el sector turístico” en conjunto con Pricewaterhouse Coopers (PwC), donde se destacan las principales atracciones y pasos necesarios para lograr una inversión en materia turística.

Se desarrolló el Programa para el “Empoderamiento Económico de las Mujeres de las MIPyMES en el Sector Turístico”, con talleres para fortalecer proyectos productivos dirigidos por mujeres, generándoles nuevos métodos y procesos que les permitan crear productos nuevos. Se benefició a 150 mujeres de cuatro comunidades de Yucatán: Peto, Cuzamá, Halacho y Valladolid.

Con el propósito fortalecer e impulsar las capacidades de mujeres emprendedoras de las MIPyMES del sector turístico, se desarrolló el Programa de Formación en Mercadeo y Mecanismo de Comercialización para Mujeres, “Manos Fuertes”. El Programa incluye el diseño y elaboración de un manual de procesos y material didáctico, mecanismo de mercadeo, metodología para el otorgamiento de un Distintivo y un curso básico de mercadeo.

Estrategia 3.2. Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos

Se participó en diversas reuniones internacionales con la finalidad de promover proyectos de inversión turística.

Con el propósito de fortalecer la innovación y el desarrollo técnico y humano de las mujeres emprendedoras del sector, se ofreció asesoría especializada a 20 grupos de mujeres de 4 Estados de la República: Guerrero, Michoacán, Chiapas y Oaxaca. Se impartieron asesorías personalizadas que resultaron en 37 planes de negocio.

Estrategia 3.3. Brindar capacitación y asistencia técnica en cultura financiera para el desarrollo de proyectos turísticos

Se realizaron 29 Foros para promover la cultura financiera en conjunto con NAFIN, Delegaciones de Economía

estatales, Secretarías de Turismo Estatales, BANCOMEXT y Banca Comercial.

A través del Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios (PATEM), se concluyeron 15 estudios de planeación turística.

Se celebraron seis convenios de prestación de servicios con cinco estados^{1/} los cuales incluyen la elaboración del proyecto ejecutivo del centro de convenciones para la ciudad del conocimiento y la cultura en Pachuca, Hgo., proyecto ejecutivo del museo vivo del Camino Real Tierra Adentro en Aculco; esquemas conceptuales para la diversificación y el posicionamiento de la oferta turística del municipio de Cómala; para el mejoramiento de las instalaciones de la zona arqueológica de Palenque, Chis; para el mejoramiento de las instalaciones de la Zona Arqueológica de Teotihuacán; y para el mejoramiento de imagen del acceso a la zona arqueológica de Calakmul, Camp.

Se formalizaron 3 convenios adicionales de Colaboración Interinstitucional de Apoyo al Sector Turístico: el primero con NAFIN, con el objetivo de establecer las bases y mecanismos para incrementar y mejorar la oferta turística de México; y los otros dos con la CONCANACO - SERVYTUR y con la AMDETUR, ambos con el objeto de establecer bases y mecanismos para incrementar el desarrollo y la competitividad de las MIPyMES turísticas, así como fomentar la inversión en la actividad turística en la República Mexicana.

Estrategia 3.4. Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP).

Como resultado de las negociaciones iniciadas en 2013 y continuadas en 2014, se llegó a un acuerdo de inversión con el conglomerado industrial portugués Mota-Engil en el desarrollo de Costacapomo, ubicado en la Riviera Nayarit, a través de un fideicomiso en el que participará el Fondo aportando la tierra.

Con la finalidad de agilizar los trámites de comercialización, FONATUR continuó trabajando con el Instituto Nacional de Administración y Avalúos de Bienes Nacionales (INDABIN) para reducir el periodo de entrega de los avalúos solicitados de lotes que forman parte de la oferta inmobiliaria del Fondo. Al respecto, durante 2015 se recibieron 594 avalúos de los 653 solicitados, el resto será entregado en 2016.

Mediante una inversión prevista de aproximadamente 758.7 millones de pesos, a través del Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos de FONATUR, se llevó a cabo la evaluación de 125 proyectos, distribuidos en 27 entidades

^{1/} Campeche, Colima, Chiapas, Estado de México (dos) e Hidalgo.

federativas^{1/}, lo que representó un incremento anual de 89.4%.

- Adicionalmente, con el propósito de dar a conocer los apoyos que se otorgan a los empresarios y grupos vulnerables a través de este programa, se efectuaron 17 talleres de promoción y difusión en nueve entidades federativas^{2/}, con una asistencia aproximada de 880 personas.

Estrategia 3.5. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector

Se generó una agenda de negocios para los eventos en los que se tuvo participación, como en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) en España, el Internationale Tourismus-Börse (ITB) en Alemania, el World Travel Market en Inglaterra y el Global Tourism Economy Forum en la ciudad de Macao, China; además del Tianguis Turístico 2015 en la ciudad de Acapulco, Guerrero.

En ITB Berlín y FITUR Madrid, se tuvieron acercamientos con empresas como OHL Desarrollos, Meliá, Iberostar, Grupo Paladium, entre otros, con los cuales se consiguió despertar su interés, principalmente por los destinos de Huatulco, Nayarit e Ixtapa. Además, se les presentaron los avances en los CIPs Playa Espíritu y Loreto – Puerto Escondido.

En el World Travel Market en Londres se sostuvo una reunión con el grupo canadiense Sunwing con quienes se trató la posibilidad de una inversión en uno de los lotes hoteleros de Bahía del Maguey en Huatulco.

Durante el Global Tourism Economy Forum que tuvo lugar en Macao, China, se realizó una presentación a inversionistas asiáticos y sudamericanos. En adición a esto, se sostuvo una reunión con la presidenta de Shun Tak con la finalidad de volver a ofrecer las distintas oportunidades de inversión con las que cuenta el fondo.

Se coordinó la creación del Grupo Alto Nivel en Materia Turística entre Francia y México con el objetivo de implementar proyectos de alto impacto con base en los pilares formulados a través de las distintas mesas de trabajo y reuniones de los altos funcionarios, empresarios y académicos que reúne.

Dentro del marco del año del turismo de México en China se establecieron 10 acciones para promover los destinos turísticos mexicanos en este país. Se incluyeron en esta estrategia varios organismos turísticos mexicanos para generar un acercamiento al mercado Chino. El proyecto concluido dentro de esta estrategia es un Convenio de Colaboración entre agencias de turismo de México y de China.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2012	2013	2014	2015	Meta 2018
Índice de Crédito Público y Privado al Sector Turístico (Anual)	100.0 (2012)	100.0	102.7 ^{p/}	132.6 ^{p/}	155.7 ^{p/}	125.0
Índice de inversión directa en sectores económicos con actividad turística pública y privada (Anual)	100.0 (2011)	109.9 ^{p/}	117.5 ^{p/}	145.9 ^{p/}	ND	114.6

Nota:

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares

^{1/} Aguascalientes, Baja California, Campeche, Chiapas, Coahuila, Colima, Distrito Federal, Durango, Estado México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nayarit, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Veracruz, Yucatán y Zacatecas.

^{2/} Campeche, Chiapas, Distrito Federal, Hidalgo, Estado de México, Michoacán, Nuevo León, Puebla y San Luis Potosí.

Objetivo 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector

Los adelantos tecnológicos han hecho que el consumidor disponga de información muy amplia sobre las opciones que tienen para visitar o para celebrar diversos eventos ya sea sociales o de negocios en diversos destinos turísticos. Mundialmente, las campañas de promoción compiten por captar la atención y el interés de un público mejor informado y exigente.

Para atraer más turistas a nuestro país, se realiza una promoción de vanguardia y altamente memorable, que produce en el consumidor un elevado grado de recordación publicitaria y despierta el interés por conocer y visitar México.

La estrategia de promoción comprende tres pilares:

- Un primer pilar de la estrategia lo constituye la celebración de eventos de alta visibilidad, que fortalezcan la percepción de la Marca México y coadyuven a diferenciarnos de otras marcas que compiten con la nuestra.
- Un segundo pilar es el diseño y ejecución de campañas de promoción consistentes e innovadoras, que llamen la atención del consumidor y lo sorprendan con activaciones muy originales e ingeniosas, que lo motiven a reservar y realizar la compra de su viaje a los destinos mexicanos.
- Un tercer pilar es el uso de los medios digitales y las redes sociales, ya que la tecnología ha transformado la forma de disfrutar las vacaciones y los viajes de negocios y compartir las experiencias para que se conviertan en un eficaz vehículo de difusión.

La ejecución de la estrategia ha contribuido a los buenos resultados que se han venido registrando en el crecimiento de la actividad turística de nuestro país.

Logros

Durante el primer semestre de 2015, la Organización Mundial de Turismo (OMT), dio a conocer los principales 50 países con mayor número de turistas internacionales.

- México avanzó cinco posiciones en 2014 al registrar la llegada de 29.3 millones de turistas internacionales, cifra superior en 21.5% al año previo. Este nivel logró posicionarlo dentro de los primeros 10 países con mayor número de turistas.

La campaña “México, Live it to Believe it” continuó desarrollándose en los principales mercados de Norteamérica, Europa, América Latina y Asia utilizando una amplia mezcla de medios tales como televisión, exteriores, revistas, radio, cine y medios digitales, presencia en

eventos deportivos y culturales con lo cual se refuerza el impacto de las campañas logrando:

- Consolidar la presencia internacional de México y de los principales destinos turísticos del país, contribuyendo a que ingresaran más de 32 millones de turistas internacionales (9.5% de crecimiento), que generaron una derrama económica de 17,457 millones de dólares, cantidad 7.7% mayor a la registrada en 2014.

La celebración de eventos de alto perfil proyectó un México moderno, auténtico y diverso ante numerosas audiencias. Entre los eventos llevados a cabo destaca la realización de la Fórmula 1 en la Ciudad de México; el Año Dual México-Reino Unido; la instalación del pabellón interactivo con alta tecnología Encuétrate con México, en Londres y París; así como la filmación de la escena de apertura de la película SPECTRE de James Bond, en el centro histórico de la Ciudad de México. La película tuvo una alta visibilidad en nuestros principales mercados gracias a una distribución global en más de 100 países.

- México fue premiado como el mejor promotor de la Fórmula 1, por parte de la Federación Internacional de Automovilismo (FIA). El galardón fue entregado en una ceremonia en el Cabaret Lido de París, Francia, con lo que se posiciona a nuestro país como un organizador de eventos de calidad, al nivel de Gran Bretaña, Estados Unidos de América y Francia.

Se fortaleció la promoción del turismo nacional mediante un mayor impulso de la campaña “México, Vívelo para Creerlo”. Con esta campaña se logró apoyar a las 32 entidades de la República Mexicana y sus destinos turísticos.

A través del uso de medios *online* se lograron más de 673 millones de impactos en los segmentos de consumidores objetivo y el sitio web *visitmexico.com* al cierre del 2015 logró un promedio de 1.5 millones de visitas mensuales. Para este propósito se incrementó en 32% la inversión para las campañas institucionales en medios online, tanto para el mercado nacional como el internacional, apoyando la difusión y el posicionamiento de los atractivos turísticos del país.

Se cuenta con una comunidad de más de cinco millones de usuarios en redes sociales que se convierten en un eficaz vehículo de difusión y posicionamiento de los destinos del país entre su red de amigos.

Los países que más visitas generaron al portal *visitmexico.com*, fueron Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Francia y Alemania; siendo el más representativo Francia con un incremento de 114% respecto a 2014. El portal obtuvo un total de 17.9 millones de visitas durante el 2015.

El Tianguis Turístico México 2015 nuevamente se llevó a cabo en Acapulco, Gro., destino que lo vio nacer después

de 3 exitosas sedes itinerantes, cumpliéndose el compromiso presidencial.

- El evento se realizó del 23 al 26 de marzo de 2015 en el centro de convenciones del complejo Mundo Imperial, albergando en una superficie de 22 mil 500 m², la superficie más grande de la historia, a 542 suites de negocios en donde se dieron cita 2,573 expositores con representantes de 690 empresas compradoras, de las cuales 266 fueron nacionales y 424 internacionales. Como resultado se tuvo un incremento del 3.44 % en países participantes y en el número de empresas 4.84% con respecto al 2014. En total se tuvieron un total de 30,375 citas de negocios.

De acuerdo al ranking "The World's 50 Best Restaurantes Academy" la gastronomía mexicana fue galardonada como una de las mejores del mundo, donde fueron incluidos en este certamen gastronómico los restaurantes Pujol Quintonil y Biko.

- 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 la promoción de la gastronomía se llevaron a cabo diversos eventos, sobresaliendo la alianza con 50 Best Restaurants; el proyecto con Eataly, la famosa tienda italiana, que acogió los productos mexicanos durante una semana y la presencia de más de 100 productos mexicanos en Selfridges de Londres.

Aumentaron las llegadas de turistas de mercados no tradicionales y emergentes, con lo cual se avanzó en la estrategia de diversificación de mercados. Destacan los incrementos alcanzados en el número de visitantes clasificados por nacionalidad, procedentes de Argentina (38.4%), Corea del Sur (27.1%), China (29.4%), Colombia (24.1%), Chile (20.7%) y Perú (17.1%).

México es el país más visitado por los turistas de Estados Unidos. Los visitantes procedentes de ese país por vía aérea crecieron 17.1%, con lo cual aumentó a 18.0%, la participación de México en el mercado de turismo emisor por vía aérea de los Estados Unidos. Este resultado representa 1.1 puntos porcentuales adicionales de participación de mercado y un incremento de más de un millón doscientos mil de visitantes, respecto a 2014.

Derivado de la Política de Fomento a la Gastronomía Nacional, se realizó el Primer Encuentro de Cocina Tradicional en Morelia, Michoacán para fomentar, impulsar, preservar y reconocer a la cocina mexicana, con una afluencia de 60,235 personas. Se transmitieron en vivo clases de comida tradicional y se creó una página de Internet. Como resultado en redes sociales el evento fue "trending Topic" durante 3 días.

México recibió el premio a la mejor presencia de país en la Feria Internacional de Viajes y Turismo de Moscú y fue el

país anfitrión en la feria *World Travel Market* (WTM) de Londres, colocando a nuestro país en el centro de atención de los más de 50 mil visitantes provenientes de 186 países que participaron en la feria.

Derivado de que México es el principal destino turístico para los viajeros aéreos internacionales de Estados Unidos, por primera vez la Secretaría de Turismo a través del Consejo de Promoción Turística de México llevó a cabo una campaña dirigida al mercado hispano de ese país.

- La campaña tiene el principal objetivo de mostrar un México auténtico, diverso, moderno, sofisticado, es decir, un país lleno de lugares y experiencias inigualables. Es importante mencionar que, el mercado hispano está formado por más de 54.2 millones de personas, grupo de población con mayor crecimiento en el mercado de los Estados Unidos y cuenta con un poder de compra de 1.2 trillones de dólares, por lo cual se espera incrementar el flujo de turistas hacia nuestros principales destinos, fomentando con ello una mayor derrama económica.

Actividades relevantes

Estrategia 4.1. Promover a México como un destino turístico de calidad que ofrece gran variedad de atractivos y experiencias únicas

Se continuó con la implementación de la campaña internacional "Live to Believe it" en Norteamérica con el objetivo de generar una mayor derrama económica e incrementar el número de turistas. Para ello se canalizó el 86% de la inversión en Estados Unidos y el 14% en Canadá, nuestros principales mercados.

En el mercado europeo se dio continuidad a la campaña en España, coincidiendo con la participación en FITUR, en los periódicos líderes tales como El País y Cinco Días, así como exteriores en puntos estratégicos y de alto tráfico de Madrid, Barcelona y Valencia. En Alemania se desarrolló la campaña en el marco de la feria ITB 2015, con presencia en exteriores y televisión.

Presencia de Marca en salas de concierto de alto impacto en el marco de representaciones de artistas de talla mundial en Atlanta, Houston, Miami y New York, así como en recintos y canales de publicidad de basquetbol profesional de la NBA en Atlanta, Brooklyn, Dallas, Houston y Miami y los desfiles *Village Halloween Parade* y *The Hollywood Christmas Parade*.

Se realizaron activaciones para generar presencia y recordación de marca en el serial Fórmula 1 en el Gran Premio de Barcelona, Gran Premio de Mónaco y el Gran Premio de Londres, que son eventos de gran impacto a nivel mundial.

Encuétrate con México es un pabellón itinerante, interactivo y altamente tecnológico que acerca la Marca México, la cultura y la oferta turística de nuestro país a los

mercados internacionales. El pabellón se instaló en el parque *Potters Fields* en Londres, con 39,562 asistentes y en París se instaló en el Parque de la *Villette*, con un récord de 57,164 visitantes.

México fue el escenario de los once episodios del programa de televisión con más audiencia actualmente en Estados Unidos, "*The Bachelor in Paradise*". Las locaciones fueron en Vallarta-Nayarit, Guadalajara y Tequila. El programa destacó las experiencias únicas de los tres destinos y fue visto por más de ocho millones de televidentes.

Aprovechando las condiciones climáticas extremas del invierno en Chicago, se desarrolló una campaña que utilizó el exceso de nieve para convertir paredes y techos ubicados en lugares estratégicos promoviendo un México siempre soleado, listo para recibir a los turistas. Como resultado hubo un incremento del 30% del tráfico hacia la página de Facebook de *visitmexico*.

En el marco del año dual México-Reino Unido, Chefs mexicanos de renombre mundial ofrecieron 8 talleres de gastronomía, para ello se creó una página destino para la transmisión en vivo, vía internet *streaming*, del evento, con chat en vivo, programa, biografías de los expositores y una página para vista y consulta posterior de los talleres.

Se realizaron 465 Campañas de Publicidad Cooperativa con la participación de las 32 Entidades Federativas del país y una inversión de 482.98 millones de pesos por parte del CPTM.

Estrategia 4.2. Impulsar el desarrollo del mercado nacional promoviendo en la población del país la intención de conocer México y sus destinos

Para fortalecer la campaña de verano, se produjeron 4 spots de televisión, 4 spots de radio y diversos materiales de los productos de Sol y Playa, Cultura, Aventura y Gastronomía para su difusión en televisión, radio, prensa, exteriores y medios digitales y para la campaña de fin de año se lanzó la campaña táctica *#teurgeviajar*, utilizando conocidos personajes de televisión.

Para dar a conocer que los destinos turísticos de Vallarta, Nayarit y Manzanillo, Colima estaban operando al 100%, después del paso del huracán Patricia se desarrolló una campaña emergente que constó de testimoniales para TV y medios digitales, así como en la cuenta oficial de Facebook de *visitmexico.com*

Se establecieron estrategias de promoción con destinos y socios comerciales nacionales, a través de los programas cooperativos, ejecutando un total de 223.54 millones de pesos en 243 campañas de publicidad a nivel nacional por medio de proyectos, acciones y mecanismos orientados a la promoción de los destinos turísticos mexicanos para incentivar la intención de viaje de los residentes del país.

A fin de impulsar el desarrollo del mercado nacional, se llevó a cabo un programa de viajes de familiarización para medios de comunicación que sirvieran como herramienta para incentivar la cobertura de los atractivos turísticos nacionales. El programa mostró los atractivos de nueve destinos a 148 periodistas de 64 medios de comunicación nacionales.

En apoyo a la 4ª. Edición de la feria *Adventure Travel México* se operaron 12 viajes de familiarización en conjunto con 5 entidades federativas (Chiapas, Distrito Federal, Guanajuato, Morelos y Oaxaca). Se contó con 73 compradores internacionales, 11 medios internacionales y 15 ponentes nacionales e internacionales.

Como apoyo a la iniciativa de Marca País se creó el sitio web "Historias que Inspiran", que contiene los videos, fotografías y el arte de la campaña de comunicación. La iniciativa incluye un concurso en el cual los participantes envían historias de personas notables cuya vida y obra son motivo de inspiración para los mexicanos.

Estrategia 4.3. Incrementar la promoción de México en los mercados tradicionales e impulsar la diversificación de mercados

En Canadá, la campaña *México Live it to Believe it* se contó con la presencia en exteriores en las siete principales ciudades emisoras de turistas a México que son *Toronto, Ottawa, Quebec, Montreal, Calgary, Vancouver y Winnipeg*. Asimismo, se tuvo presencia televisiva en BBC Canadian, Showcase, Go!TV y TV5.

Se implementó la Campaña Institucional "México, Vívelo para Creerlo" en Colombia, en el marco de la vitrina Turística ANATO 2015 ante más de 250 representantes de la industria turística, medios de comunicación y líderes de opinión internacionales.

En China, Corea del Sur y Japón se tuvo presencia en medios de alto impacto como el Metro de Seúl y de Tokio tomando en cuenta que ese medio alcanza el 65% del turismo egresivo de Japón. En China tuvo presencia en prensa a nivel nacional.

Se continuó implementando campañas de publicidad cooperativa en los mercados de Europa, Latinoamérica y Asia, que contribuyeron a incrementar la llegada de turistas y a impulsar la diversificación de mercados de origen.

Con el objetivo de posicionar a nuestro país como el destino favorito para los franceses en América Latina y el Caribe, se ejecutó la campaña institucional «*México, Le Vivre pour y Croire*» y la campaña "*Nous allons bien ensemble*" (vamos bien juntos) en Francia a través de cuatro ejes: gastronomía, cultura, ideas progresistas y productos con denominación de origen.

Se llevó a cabo la II Macrorrueda de Turismo de la Alianza del Pacífico en Mazatlán, con 200 compradores de

Colombia, Chile y Perú, así como de 16 del mercado chino, en el evento se concretaron 1,706 citas de negocios con una expectativa de más de 5 millones de dólares y un flujo de 275 mil visitantes.

México tuvo participación en las 29 ferias turísticas más relevantes para la promoción del turismo. Contribuyendo al posicionamiento del país como un destino turístico de clase

mundial en los principales mercados de Norteamérica, Europa, Latinoamérica y Asia. Se contó con la participación de 849 expositores que promovieron y comercializaron los servicios turísticos del país concretando más de 16,000 citas de negocios.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2013	2014	2015	Meta 2018
Diversificación de mercados internacionales (Anual)	45.0 (2012)	45.0	44.5 ^{p/}	42.7 ^{p/}	48.0
Participación en el mercado de Estados Unidos de turistas por vía aérea (Anual)	15.3 (2012)	15.9 ^{p/}	16.9 ^{p/}	17.7 ^{p/}	17.3

Nota:

- p/: Cifras preliminares

Objetivo 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras

La Secretaría de Turismo se encamina hacia la transición de la sustentabilidad turística con un enfoque de Economía Verde, lo que implica reorientar las inversiones a tecnologías limpias, energías renovables, al tratamiento de los desechos, entre otros. Este reverdecimiento implica mejores rendimientos en las inversiones de capital natural, humano y económico, a la vez que reduce las emisiones de gas de efecto invernadero con menos extracción y uso de los recursos naturales y la reducción de los desechos.

La evidencia del cambio climático y sus efectos en los destinos turísticos requiere que el sector realice acciones de mitigación, entendidas como reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), buscando un nuevo modelo de desarrollo sustentable, que además de las dimensiones tradicionales que este implica como la económica, la social y la medioambiental, incorpore como aspecto crítico el factor climático.

Logros

Se desarrollaron rutas o corredores artesanales en los principales destinos turísticos del país y Pueblos Mágicos que permitan conocer y visitar los espacios dedicados a la fabricación y/o comercialización de artesanías.

En coordinación con el Centro Mario Molina, se realizó el proyecto “Eficiencia energética en los edificios de hospedaje”, ubicados en la zona conurbada de Veracruz y Boca del Río, el cual incluye esquemas de ahorro de energía.

Se iniciaron las primeras acciones de mejora que determina la organización EarthCheck en los CIPs Ixtapa y Loreto, así como en los campos de golf de Ixtapa y Litibú, con el objetivo de obtener la certificación EarthCheck en estos destinos y unidades de negocio de FONATUR. Este inicio de acciones mantendrá competitivos a los CIPs, atrayendo más turistas sin afectar la riqueza natural de los destinos y contribuyendo al bienestar social de los habitantes.

- El el CIP Huatulco, cuya certificación *EarthCheck Platinum* es la segunda obtenida en el mundo después de Kaikoura, Nueva Zelanda; se ha dado seguimiento a las acciones de mejora para conservar este nombramiento que pone en alto a nuestro país.

El Campo de Golf Palma Real del CIP Ixtapa, así como el Campo de Golf del PTI Litibú obtuvieron el “Distintivo S”, otorgado por la SECTUR en el marco del Tianguis Turístico

2015. De igual forma, obtuvieron la certificación EarthCheck Silver.

Se implementó el Programa Integral de Prevención a la Trata de Personas en el Sector de los Viajes y el Turismo en 9 destinos de Baja California, Chiapas, Estado de México, Guerrero, Jalisco, Oaxaca, Sinaloa, Quintana Roo, y Tlaxcala para contribuir al combate de la trata de personas principalmente con fines de explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes; desde la óptica de la prevención y aliento a la denuncia.

Se realizó una reingeniería del Código de Conducta Nacional (CCN) para la Protección de las Niñas, Niños y Adolescentes en el Sector de Viajes y Turismo, integrando el tema de la explotación laboral, y desarrollando una nueva metodología para la adopción, implementación y seguimiento de empresas comprometidas.

Actividades relevantes

Estrategia 5.1. Identificar la vocación y el potencial del capital natural y cultural mediante el ordenamiento turístico del territorio

Se concluyó la fase del diagnóstico del Programa de Ordenamiento Turístico General del Territorio.

Se llevaron a cabo 3 reuniones regionales^{1/} para la presentación de los proyectos del Ordenamiento Turístico Sustentable, en la que se contó con la presencia de las autoridades de turismo de las entidades federativas, así como con los representantes de SEMARNAT, SEDATU y FONATUR.

Se finalizó el Protocolo para el establecimiento, regulación, administración y vigilancia de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable (ZDTS), con la finalidad de establecer los procedimientos y el seguimiento que se deberá llevar a cabo antes, durante y después de la dictaminación de dichas zonas.

Estrategia 5.2. Diseñar instrumentos con criterios de sustentabilidad para dirigir al sector turístico hacia una industria limpia y resiliente al cambio climático

Se inició la elaboración de 10 diagnósticos de vulnerabilidad al cambio climático a través del Fondo Sectorial CONACYT-SECTUR, los cuales concluirán en 2016: Campeche, Camp.; Guanajuato, Gto.; Miguel de Allende, Gto. Manzanillo, Col.; Monterrey, N.L.; Morelia, Mich.; Puebla, Pue.; San y Tlacotalpan, Ver. Coatzacoalcos, Ver.; Costa Esmeralda, Ver.; (Nautla, Tecolutla, San Rafael y Vega de Alatorre.

Como parte de las seis líneas de acción comprometidas por la SECTUR en el Programa Especial de Cambio Climático (PECC), se desarrolló el estudio “Hacia una Estrategia

^{1/} Distrito Federal, Monterrey y Yucatán.

Nacional de Eficiencia Energética para las Edificaciones de Hoteles y Restaurantes”. El estudio incluye ejes estratégicos y líneas de acción que permitirán incrementar el uso eficiente de energía y la incorporación de las energías limpias en los destinos turísticos.

A través de diversos programas, se han mantenido acciones de mejora continua en los destinos del FONATUR a fin de conservar las certificaciones obtenidas anteriormente de *Blue Flag* y Playas Limpias.

Estrategia 5.3. Fortalecer la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable

Se realizó el proceso de evaluación de permanencia al Programa de Pueblos Mágicos, así como el proceso de incorporación al Programa Pueblos Mágicos.

Durante el proceso de incorporación al Programa Pueblos Mágicos se cuenta a lo largo del país con la participación de más de 1300 personas de forma honoraria, agrupados en 111 Comités Ciudadanos.

Se establecieron rutas o corredores turísticos artesanales en cada Pueblo Mágico para fortalecer esta actividad en cada uno de ellos.

Se gestionó la Plataforma tecnológica para la georreferenciación de destinos turísticos, con el que se podrá consultar información geográfica respecto a las zonas turísticas.

Estrategia 5.4. Promover una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales del turismo en las comunidades receptoras

En el marco del “Programa Integral de prevención a la trata de personas en el sector de viajes y turismo 2015”, se sensibilizaron 5,743 a través de 9 foros y 324 facilitadores que replicaron el programa.

Se realizaron reuniones con instituciones y empresas del sector en 9 destinos que generaron 437 firmas del CCN contra la explotación sexual y laboral de niños, niñas y adolescentes.

- Esto generó por primera vez, que al menos 68 empresas hayan concluido en un lapso promedio de 4 meses, con el 80% de la implementación de las 6 directrices que integran el compromiso.

Se realizaron reuniones para el fortalecimiento de capacidades de actores clave del sector de los viajes y el turismo en materia de prevención y erradicación del trabajo infantil, con el objeto de propiciar un debate multisectorial sobre el tema y recabar insumos para el Programa Turismo Libre de Trabajo Infantil, en San Cristóbal de las Casas, Chiapas; Puebla, Puebla; Distrito Federal; Guanajuato, Guanajuato; Tijuana, B.C., Acapulco, Guerrero 135 asistentes.

Se recibió la asistencia técnica para la conformación de un Observatorio por los Derechos de la Infancia y la Adolescencia en el sector turístico, a partir de esta propuesta técnica, la SECTUR tiene el objetivo de integrar un grupo de referencia que desarrolle un espacio multisectorial de discusión y toma de decisiones, para la implementación del Programa Turismo Libre de Trabajo Infantil.

Estrategia 5.5. Crear instrumentos para que el turismo sea una actividad incluyente que brinde oportunidades para que más mexicanos viajen

Se realizaron 80 visitas escolares a Punto México, posibilitando que 2,696 niños estudiantes de nivel quinto y sexto de primaria de escuelas públicas conocieran los atractivos de México y la importancia del turismo para nuestro país.

Resultados de los indicadores del objetivo

Nombre	Línea base	2012	2013	2014	2015	Meta 2018
Índice de empleo en el sector turístico de México (Anual)	100 (2011)	102.3 ^{p/}	103.8 ^{p/}	103.8 ^{p/}	ND	105.8
Índice de PIB turístico per cápita (Anual)	100 (2011)	103.3 ^{p/}	102.9 ^{p/}	104.0 ^{p/}	ND	104.0

Nota:

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares

ANEXO. FICHAS DE LOS INDICADORES

Objetivo 1.		1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico del país.			
Nombre del indicador		1.1 Índice de Desarrollo Institucional (IDI)			
Fuente de información o medio de verificación		Secretaría de la Función Pública			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		ND			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
73	73	ND	ND	ND	85
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
Se evalúan los 16 subcomponentes con base en criterios establecidos por la SFP, obteniendo un puntaje por cada una de las 3 dimensiones y un puntaje total por institución. El puntaje abarca un rango de 0 a 100, siendo 0 la calificación mínima y 100 la calificación máxima. Se ubica a la institución en uno de 8 posibles cuadrantes de acuerdo a su desarrollo institucional. Dimensiones: Calidad de bienes y servicios (%), Efectividad (45%) Costos de administración y operación. (15%)			Índice	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
ND			ND		

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

Objetivo 1.		1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico del país.			
Nombre del indicador		1.2 Indicador de Avance de Proyectos Transversales			
Fuente de información o medio de verificación		Sector-Gabinete Turístico			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
0	0	16.67 ^{p/}	33.33 ^{p/}	50.0 ^{p/}	100
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
Este indicador se obtiene de la relación: $IAPT = (\%APTNT1 * 0.25) + (\%APTNT2 * 0.25) + (\%APTNT3 * 0.25) + (\%APTNT4 * 0.25)$ Dónde: IAPT = Indicador de Avance de Proyectos Transversales APTNTi = Avance de proyectos transversales de la Política Nacional Turística en la directriz i			Índice	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Ordenamiento y Coordinación Institucional			100% ^{p/}		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Conectividad e Infraestructura			100% ^{p/}		
Nombre de la variable 3			Valor observado de la variable 3 en 2015		
Registro, Calidad y Certificación de Servicios Turísticos			100% ^{p/}		
Nombre de la variable 4			Valor observado de la variable 4 en 2015		
Facilitación de Inversiones y Financiamiento			100% ^{p/}		
Nombre de la variable 5			Valor observado de la variable 5 en 2015		
Variable de agregación ponderada*			16.67 ^{p/}		

- p/: Cifras preliminares.

* Nota: Para que el indicador al cierre de 2018 sea 100%, este deber ser acumulativo y ponderado para cada año, correspondiéndole una ponderación del 16.7% para cada ejercicio fiscal

Objetivo 2.		Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística			
Nombre del indicador		2.1 Indicador Convergencia en Derrama Económica Turística (ICDET)			
Fuente de información o medio de verificación		Banco de México y Organización Mundial de Turismo			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.e-unwto.org/home/main.mpx http://www.banxico.org.mx/SielInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?accion=consultarDirectorioCuadros&sector=1&sectorDescripcion=Balanza http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
0.54	0.54	1.10 ^{p/}	1.79 ^{p/}	2.02 ^{p/}	0.66
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
<p>Se toma en cuenta un promedio de crecimiento de los 23 países que se encontraban mejor posicionados que México de acuerdo al ranking de la OMT en 2012. La tasa promedio de crecimiento para la línea base se estima para el periodo 2000 – 2012. La tasa promedio de crecimiento para la meta 2018 se estimará para el periodo 2013-2018. Se utilizará una cifra estimada para 2018 derivado de la publicación de las cifras de la OMT hasta 2019.</p> <p>ICDET= (TCPMex)/TCPMun</p> <p>Dónde: ICDET= Indicador de Convergencia en Derrama Económica Turística TCPMex: Tasa de Crecimiento Promedio de México en ingresos por llegadas de turismo internacional. TCPMun: Tasa de Crecimiento Promedio de los 23 países que se encontraban mejor posicionados que México de acuerdo al ranking de la OMT en 2012 en ingresos por llegadas de turismo internacional</p>			Índice	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Tasa de crecimiento promedio de México en ingresos por llegadas turistas internacionales			11.1 ^{p/}		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Tasa de crecimiento promedio de los 23 países de la OMT en ingreso de divisas por turistas internacionales			5.5% ^{p/}		

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 2.		Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística			
Nombre del indicador		2.2 Índice de Productividad de la Mano de Obra (IP)			
Fuente de información o medio de verificación		Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2011					
100	102.2 ^{p/}	101.5 ^{p/}	103.7 ^{p/}	ND	111
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
<p>Este índice se obtiene de la división del valor absoluto del Producto Interno Bruto y las ocupaciones remuneradas del sector turístico por 100. La última información disponible es la cifra 2011, de acuerdo a lo publicado en la Cuenta Satélite del turismo de México base 2008. Debido a que el dato de productividad es generado con un año de retraso, para el año 2018 se propone realizar un estimado con base al crecimiento observado durante el periodo 2012-2017.</p> $IPt = (yt / y2011) * 100$ <p>Dónde: IPT : Índice de productividad de la mano de obra en el año t yt: Valor absoluto de la relación del Producto Interno Bruto constante y las ocupaciones remuneradas del sector turístico para el año t y2011: Valor absoluto de la relación del Producto Interno Bruto constante y las ocupaciones remuneradas del sector turístico de para el año base"</p>			Índice		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Valor absoluto de la relación del Producto Interno Bruto constante y las ocupaciones remuneradas del sector turístico para 2015			ND		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Valor absoluto de la relación del Producto Interno Bruto constante y las ocupaciones remuneradas del sector turístico para 2011			ND		

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.
 - p/: Cifras preliminares.

Objetivo 2.		Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística			
Nombre del indicador		2.3 Índice de Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos (ICPST)			
Fuente de información o medio de verificación		Secretaría de Turismo			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2014					
100	NA	NA	100	146 ^{p/}	120
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
<p>"Este indicador se obtiene de la relación: $ICPST = (PST \text{ con distintivo de calidad} / PST \text{ con distintivo de calidad } 2014) * 100$ Dónde: ICCT = Índice de calidad en la prestación de servicios turísticos PSTt = Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización en el año t. PST2014 = Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización en el año base</p>			Índice	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización			5,500 ^{p/}		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización en el año base			3,767 ^{p/}		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 3.		Facilitar el financiamiento y la inversión público-privada en proyectos con potencial turístico.			
Nombre del indicador		3.1 Índice de Crédito Público y Privado al Sector Turístico (ICT)*			
Fuente de información o medio de verificación		Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), Financiera Rural, Bancomext e Instituto Nacional del Emprendedor			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
100	100	102.7 ^{p/}	132.6 ^{p/}	155.7 ^{p/}	125
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
Este indicador resulta de la relación: $ICT_t = (CT_t / CT_{2012}) * 100$ Dónde: ICT: Índice de crédito público y privado al sector turístico en el año t CT: Crédito al sector turístico público y privado en sectores económicos con actividad turística del año t CT2012: Crédito público y privado en sectores económicos con actividad turística del año base			Índice	Anual	
Nombre de la variable 1**			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Crédito al sector turístico público y privado en sectores económicos con actividad turística			75,059 ^{p/}		
Nombre de la variable 2**			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Crédito público y privado en sectores económicos con actividad turística del año base			48,218 ^{p/}		

- p/: Cifras preliminares.

*Índice aproximado con el crédito otorgado por el sistema bancario al sector de restaurantes y alojamiento, Banca de Desarrollo y Banca Comercial. Los datos son preliminares, sujetos a cambios.

** Millones de pesos. Saldos Nominales

Objetivo 3.		Facilitar el financiamiento y la inversión público-privada en proyectos con potencial turístico.			
Nombre del indicador		3.2 Índice de Inversión Directa en sectores económicos con actividad turística pública y privada (IDT)			
Fuente de información o medio de verificación		Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2011					
100	109.9 ^{p/}	117.5 ^{p/}	145.9 ^{p/}	ND	114.6
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
Este indicador resulta de la relación: $IDT_t = (FBKF_t / FBKF_{2011}) * 100$ Dónde: IDT _t : Índice de inversión pública y privada en sectores económicos con actividad turística en el año t FBKF _t : Formación bruta de capital fijo en el año t. FBKF ₂₀₁₁ : Formación bruta de capital fijo en el año base			índice		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Formación bruta de capital fijo			ND		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Formación bruta de capital fijo en el año base			ND		

- NA: No aplica, en tanto que, derivado del año de la línea base y la frecuencia de medición del indicador, no corresponde reportar valor observado del indicador para este año.

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 4.		Impulsar la promoción turística que contribuya a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector			
Nombre del indicador		4.1 Diversificación de mercados internacionales			
Fuente de información o medio de verificación		Secretaría de Gobernación, Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM)			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.gobernacion.gob.mx/es_mx/SEGOB/Estadistica http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
45	45.0	45.0	44.5 ^{p/}	42.7 ^{p/}	48
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
Este indicador resulta de la relación: $Dm=(Vi/Vl)*100$ Dónde: Dm: Indicador de diversificación de mercados Vi: Llegada de visitantes internacionales vía aérea de nacionalidad distinta a la de Estados Unidos. Vl: Llegada de visitantes internacionales vía aérea			Porcentaje	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Llegada de visitantes internacionales vía aérea de nacionalidad distinta a la de Estados Unidos			6,256,426 ^{p/}		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Llegada de visitantes internacionales vía aérea			14,648,062 ^{p/}		

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 4.		Impulsar la promoción turística que contribuya a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector			
Nombre del indicador		4.2 Participación en el mercado de Estados Unidos de turistas por vía aérea			
Fuente de información o medio de verificación		Office for Travel and Tourism Industries. Monthly Tourism Statistics			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://travel.trade.gov/research/programs/i92/index.html http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2012					
15.30	15.3	15.9 ^{p/}	16.9 ^{p/}	17.7 ^{p/}	17.3
Método de cálculo			Unidad de Medida	Frecuencia de medición	
Este indicador resulta de la relación: $Pm = (TVAM / TTVA) * 100$ Dónde: Pm: Participación de México en el mercado de turistas por vía aérea de los Estados Unidos TVAM: Turistas de los Estados Unidos por vía aérea que viajan a México TTVA: Total de turistas egresivos por vía aérea de los Estados Unidos			Porcentaje	Anual	
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Turistas de los Estados Unidos por vía aérea que viajan a México			7,145,001 ^{p/}		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Total de turistas egresivos por vía aérea de los Estados Unidos			40,443,395 ^{p/}		

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 5.		Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.			
Nombre del indicador		5.1 Índice de Empleo en el Sector Turístico de México (IEST)			
Fuente de información o medio de verificación		Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2011					
100	102.3 ^{p/}	103.8 ^{p/}	103.8 ^{p/}	ND	105.8
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
<p>Este índice se construye mediante la relación de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico entre los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico del año base: $IEST_t = (y_t / y_{2011}) * 100$ Dónde: IEST,t : Índice de empleos en el sector turístico en el año t y_t: Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico para el año t y₂₀₁₁: Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico para el año base</p>			Índice		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico			ND		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico para el año base			ND		

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares.

Objetivo 5.		Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.			
Nombre del indicador		5.2 Índice de PIB turístico per cápita (IPIBTpc)			
Fuente de información o medio de verificación		Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)			
Dirección electrónica donde puede verificarse el valor del indicador		http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/proyectos/cn/tur/default.aspx http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Indicadores%20Plan%20Sectorial.aspx			
Línea base	Valor observado del indicador en 2012	Valor observado del indicador en 2013	Valor observado del indicador en 2014	Valor observado del indicador en 2015	Meta 2018
2011					
100	103.3 ^{p/}	102.9 ^{p/}	104.0 ^{p/}	ND	104.0
Método de cálculo			Unidad de Medida		Frecuencia de medición
$IPIBTpct = (PIBTpct / PIBTpc2011) * 100$ Dónde: IPIBTpc,t : Índice del PIB turístico per cápita en el año t PIBTpct: Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año t PIBTpc2011: Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año base			índice		Anual
Nombre de la variable 1			Valor observado de la variable 1 en 2015		
Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año			ND		
Nombre de la variable 2			Valor observado de la variable 2 en 2015		
Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año base			ND		

- ND: No disponible, la información para calcular el valor del indicador aún no se encuentra disponible.

- p/: Cifras preliminares.

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 u 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.

SIGLAS Y ABREVIATURAS

AICM	Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México
AEC	Asociación de Estados del Caribe
AMDETUR	Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos
AP	Alianza del Pacífico
APEC	Asia-Pacific Economic Cooperation
ASA	Aeropuertos y Servicios Auxiliares
ATMEX	Feria de Turismo de Aventura
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
CAET	Centros de Atención a Empresas Turísticas
CANAERO	Cámara Nacional de Aerotransportes
CANAPAT	Cámara Nacional del Autotransporte de Pasaje y Turismo
CAPUFE	Caminos y Puentes Federales de Ingresos y Servicios Conexos
CCN	Código de Conducta Nacional
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CDI	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas
CEDOC	Centro de Documentación Turística de la SECTUR
CIP	Centros Integralmente Planeados
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
COPANT	Comisión Panamericana de Normas Técnicas
COFEPRIS	Comisión Federal para la Protección de Riesgos Sanitarios
COSEGRAT	Comité Sectorial para la Gestión de Riesgo en la Actividad Turística
CONACYT	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México
CONAFOR	Comisión Nacional Forestal
CONAPRA	Consejo Nacional para la Prevención de Accidentes
CONCANACO	Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo

CONOCER	Consejo Nacional de Normalización y Certificación
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
CROC	Confederación Revolucionaria de Obreros y Campesinos
CSTAV	Corporación de Servicios al Turista Ángeles Verdes
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
FND	Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero
FIA	Federación Internacional de Automovilismo
FITUR	Feria Internacional de Turismo
FTCMEX	Feria de Turismo Cultural México
GEI	Gases de Efecto Invernadero
GSTC	Consejo Global de Turismo Sostenible
ICTUR	Instituto de Competitividad Turística
INADEM	Instituto Nacional del Emprendedor
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INAFED	Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal
INBA	Instituto Nacional de Bellas Artes
INEGI	Instituto Nacional de Estadística y Geografía
INM	Instituto Nacional de Migración
ISO	Organization for Standardization
ITB	Internationale Tourismus-Börse
LGBT	Lésbico Gay Bisexual Transexual
MIPYMES	Micro, pequeñas y medianas Empresas
NAFIN	Nacional Financiera
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos
OEA	Organización de los Estados Americanos

OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMT	Organización Mundial del Turismo
PATEM	Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios
PECC	Programa Especial de Cambio Climático
PIB	Producto Interno Bruto
PST	Prestadores de Servicios Turísticos
PNVT	Programa Nacional de Verificación Turística
PRODERETUS	Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable
PROMÁGICO	Pueblos Mágicos
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROFEPA	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente
PROSECTUR	Programa Sectorial de Turismo
PTIs	Proyectos Turísticos Integrales
RNT	Registro Nacional de Turismo
RICIT	Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo
SAT	Servicio de Administración Tributaria
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SEDATU	Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano
SE	Secretaría de Economía
SECTUR	Secretaría de Turismo
SEGITTUR	Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas, S.A.
SEMAR	Secretaría de Marina
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SENASICA	Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria
SEP	Secretaría de Educación Pública
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SIOM	Sistema Integral de Operación Migratoria

SEGOB	Secretaría de Gobernación
SS	Secretaría de Salud
STPS	Secretaría de Trabajo y Previsión Social
UAEM	Universidad Autónoma del Estado de México
WTM	<i>World Travel Market</i>
ZDTS	Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable



SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

