



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

PROGRAMA SECTORIAL
DE TURISMO



ENRIQUE PEÑA NIETO
PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

ÍNDICE GENERAL

Siglas y Acrónimos	7
Mensaje del Presidente	10
Mensaje de la Secretaría de Turismo	13
I. Marco Normativo	17
II. Diagnóstico	21
II.1 Desempeño del sector turístico	23
II.2 Factores que debilitan la competitividad del sector turístico	25
Concentración de la oferta turística	27
Innovación y uso eficiente de los recursos turísticos	28
Acceso a financiamiento e inversión para el desarrollo turístico	29
Ordenar el desarrollo sustentable de la actividad turística	30
Política turística y transformación institucional	33
III. Alineación a las Metas Nacionales	35
IV. Objetivos, Estrategias y Líneas de acción	38
Objetivo 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.	40
Estrategia 1.1. Fortalecer las capacidades institucionales del sector turismo	40
Estrategia 1.2. Establecer instrumentos que armonicen las acciones gubernamentales con la Política Nacional Turística y promuevan la corresponsabilidad	40
Estrategia 1.3 Impulsar la coordinación intergubernamental en materia turística	40
Estrategia 1.4 Fortalecer los mecanismos de concertación con la academia, el sector privado y el sector social, en beneficio del turismo	40
Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística	41
Estrategia 2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto	41
Estrategia 2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino	41
Estrategia 2.3. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos	42
Estrategia 2.4. Impulsar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos	42
Estrategia 2.5. Impulsar una política de seguridad integral para proporcionar una experiencia turística satisfactoria y plena a los visitantes	42
Objetivo 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico	43
Estrategia 3.1. Impulsar la ampliación del acceso a crédito e instrumentos financieros del sector turístico	43
Estrategia 3.2. Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos	44

Estrategia 3.3. Brindar capacitación y asistencia técnica en cultura financiera para el desarrollo de proyectos turísticos	44
Estrategia 3.4. Promover financiamiento e inversión focalizada para la consolidación de la oferta del sector en los Centros Integralmente Planeados (CIP).	44
Estrategia 3.5. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector	44
Objetivo 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.	45
Estrategia 4.1. Promover a México como un destino turístico de calidad que ofrece gran variedad de atractivos y experiencias únicas	45
Estrategia 4.2. Impulsar el desarrollo del mercado nacional promoviendo en la población del país la intención de conocer México y sus destinos	45
Estrategia 4.3. Incrementar la promoción de México en los mercados tradicionales e impulsar la diversificación de mercados	46
Objetivo 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.	46
Estrategia 5.1. Identificar la vocación y el potencial del capital natural y cultural mediante el ordenamiento turístico del territorio	46
Estrategia 5.2. Diseñar instrumentos con criterios de sustentabilidad para dirigir al sector turístico hacia una industria limpia y resiliente al cambio climático	46
Estrategia 5.3. Fortalecer la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable	47
Estrategia 5.4. Promover una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales del turismo en las comunidades receptoras	47
Estrategia 5.5. Crear instrumentos para que el turismo sea una actividad incluyente que brinde oportunidades para que más mexicanos viajen	48
IV. 1 Estrategias y líneas de acción transversales	49
IV.1.1 Democratizar la Productividad	51
IV. 1.2 Perspectiva de Género	52
V. Indicadores	57
VI. Transparencia	70
VII. Glosario	73
ANEXO	78



SIGLAS Y ACRÓNIMOS

SIGLAS Y ACRÓNIMOS

SECTUR

Secretaría de Turismo

CPTM

Consejo de Promoción Turística de México

FONATUR

Fondo Nacional de Fomento al Turismo

PND

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018

PROSECTUR

Programa Sectorial de Turismo 2013-2018

PNT

Política Nacional Turística

OMT

Organización Mundial de Turismo

INEGI

Instituto Nacional de Estadística y Geografía

OCDE

Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

SIOM

Sistema Integral de Operación Migratoria

MIPYMES

Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

SEDET

Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos

RNT

Registro Nacional de Turismo

DATATUR

Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México



**MENSAJE
DEL PRESIDENTE**

MENSAJE DEL PRESIDENTE

México está listo para modernizar y reposicionar su industria turística a nivel global. Es tiempo de consolidar y aprovechar el gran capital turístico con que ya cuenta el país.

El turismo es prioritario para el Gobierno de la República porque genera una importante derrama económica, impulsa el crecimiento sostenido y genera empleos que mejoran la calidad de vida de los mexicanos.

El sector es estratégico porque fomenta el desarrollo regional equilibrado y sustentable, integra a los habitantes de las distintas localidades, especialmente a jóvenes y mujeres, a la vida productiva y fomenta un crecimiento justo y equitativo. La actividad turística es un gran vehículo para transitar hacia un México más próspero y más incluyente.

Con base en una visión estratégica del sector y una política de Estado que rompa inercias, vamos a abrir México al mundo y vamos a traer el mundo a México. Por ello, con el fin de aprovechar todo el potencial turístico, el Gobierno de la República ha diseñado el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 para impulsar decididamente a este sector estratégico de nuestra economía.

El objetivo del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 es aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país, el cual se fundamenta en las cuatro estrategias establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 para el sector turístico.

La primera es el ordenamiento y transformación sectorial para promover una amplia y eficaz coordinación con los diferentes órdenes de Gobierno, a fin de alinear esfuerzos para articular juntos un modelo de turismo que nos permita generar riqueza y empleo.

La segunda estrategia es la innovación y competitividad para concentrar los esfuerzos en consolidar los destinos existentes, aprovechar sus fortalezas en infraestructura, conectividad, tecnología y personal calificado para revitalizarlos y asegurar su competitividad en los mercados mundiales.

La tercera es el fomento a la inversión y promoción para que el Gobierno de la República siga siendo un aliado y facilitador de los empresarios y emprendedores para respaldar sus proyectos e iniciativas, de forma que fortalezcan la vocación turística de nuestro país y amplíen las oportunidades de desarrollo para los mexicanos. Con una promoción turística eficaz contribuiremos al desarrollo, al crecimiento del sector y a la diversificación de mercados.

La cuarta estrategia es la sustentabilidad y beneficio social, cuyo fin es preservar el patrimonio natural, histórico y cultural de nuestro país, para que las próximas generaciones puedan, también, acceder y disfrutar de esta riqueza que pertenece a todos los mexicanos. Con base en este programa sectorial el Gobierno de la República sentará las bases para lograr un desarrollo sustentable que esté acompañado del mejoramiento de los niveles de bienestar de quienes viven y trabajan en cada uno de estos destinos.

Este es un programa claro e innovador que permitirá aprovechar la vocación económica natural que tiene México hacia el turismo. Con este programa, el Gobierno de la República busca mejorar e incrementar la oferta turística de nuestro país e impulsar esta industria que es fuente de riqueza y de bienestar para las familias mexicanas.

Hoy, México tiene todo lo necesario para convertirse en una potencia turística a nivel global. Estos son los primeros pasos para convertirnos en un destino de clase mundial.

ENRIQUE PEÑA NIETO
PRESIDENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS



**MENSAJE
DE LA SECRETARIA
DE TURISMO**

MENSAJE DE LA SECRETARIA DE TURISMO

En el Siglo XXI, un turismo fuerte es testimonio de una economía en crecimiento y factor de un desarrollo regional equilibrado. Considerado estratégico y prioritario por la administración del Presidente Enrique Peña, el turismo es clave para avanzar en las metas que guían el actuar del Gobierno de la República.

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y de las metas del pilar “México Próspero”, el impulso al turismo nacional será determinante para generar crecimiento, empleos de calidad e ingresos para el bienestar de los mexicanos y para las comunidades. El turismo pone en valor nuestro patrimonio cultural, histórico y natural; genera orgullo y sentido de pertenencia, y contribuye a construir una cohesión social.

El turismo también brinda oportunidades a los individuos para desarrollar sus habilidades y nos alienta a fortalecer la educación y la cultura con una visión global. Porque no hay actividad más global que el turismo, que desdibuja las fronteras y configura nuevos espacios de coincidencia. Es también un escape para proyectar al mundo lo que somos: un país moderno y democrático, vigoroso y con un futuro prometedor. En esta actividad participan más de 50 ramas de la economía y sus beneficios se propagan a amplios sectores de la sociedad, abriendo oportunidades de inclusión para las mujeres y los jóvenes, las comunidades indígenas y rurales.

Como lo establece el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y la Política Nacional Turística, las estrategias, objetivos y líneas de acción del presente Programa son el resultado de una amplia consulta pública a través de siete foros regionales organizados para incorporar las opiniones y propuestas de más de 4,000 participantes tanto del sector y de la sociedad mexicana.

Este Programa Sectorial determina las acciones que seguirá el gobierno para impulsar el turismo mexicano a partir de cinco objetivos rectores, 22 estrategias y 112 líneas de acción que configuran la hoja de ruta que llevará a nuestro país a detonar su potencial y consolidarse como un ejemplo mundial, con metas e indicadores de avance claros y cuantificables, con los que pueda medirse el avance de nuestras acciones.

Nuestros objetivos son los siguientes:

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

México es mucho más que playas hermosas. En un mercado mundial cada vez más competido, nos preparamos para diversificar y fortalecer nuestro producto turístico, incentivar las inversiones e incrementar nuestra participación en los mercados, con la sustentabilidad y el beneficio social como principios rectores fundamentales.

Los avances tecnológicos en la aviación y telecomunicaciones han ayudado a que nuevos destinos se incorporen a la competencia, generando condiciones en el flujo internacional que no se habían visto hasta ahora. Para nuestra fortuna, estas mismas condiciones nos abren el paso hacia mercados nuevos a los que debemos acercarnos con productos novedosos y de calidad; a diseñar estrategias de diversificación que apunten también a nuevos países emisores, especialmente aquellos que comienzan a emerger en la región Asia-Pacífico.

Las nuevas condiciones de competencia, la entrada a nuevos mercados y un turista más exigente nos obligan a mejorar nuestra oferta, a prepararnos y a especializarnos para seguir brindando servicios de hospitalidad y entretenimiento de alta calidad, para satisfacer tanto al turista doméstico como al internacional.

Queremos que más mexicanos conozcan su país. Y es por ello que nos abocaremos a hacer del turismo nacional una experiencia placentera y habitual para quienes residen en México. El turismo debe tener un claro enfoque social, como actividad cotidiana de disfrute para las familias mexicanas.

Debe reconocerse que alcanzar los objetivos planteados por la Política Nacional Turística sólo puede lograrse con el involucramiento activo de todos; con la participación de los empresarios, de los especialistas, de los trabajadores, de los gobiernos y de las comunidades. El turismo requiere hoy más que nunca de una coordinación muy estrecha y de trabajo entusiasta.

Reforzando la conducción sectorial y la capacidad rectora del Gobierno, la Secretaría de Turismo a mi cargo, como cabeza de sector, privilegiará la cooperación transversal entre las dependencias federales y la articulación de esfuerzos con otros órdenes de Gobierno, con el Poder Legislativo, y con la iniciativa privada.

Estoy segura que el Programa Sectorial de Turismo contribuirá a ordenar, sumar, y potenciar los esfuerzos que realizan los actores del turismo nacional para convertir a México en un destino de clase mundial.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU SALINAS
SECRETARIA DE TURISMO



MARCO NORMATIVO

I. Marco Normativo

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos establece en su artículo 25, que corresponde al Estado la conducción del desarrollo nacional que articule las políticas públicas y el proyecto de Nación del Gobierno de la República. Asimismo, en su artículo 26, Apartado A se determina que el Estado organizará un sistema nacional de planeación democrática del desarrollo que imprima solidez, dinamismo, competitividad y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la Nación.

En este sentido, los fines del proyecto nacional contenidos en la Constitución, de conformidad con el segundo párrafo del artículo 26, determinarán los objetivos de la planeación; misma que será democrática. Para ello se contará con la participación de los diversos sectores sociales y se recogerán las aspiraciones y demandas de la sociedad para incorporarlas al plan y los programas de desarrollo. De forma tal que habrá un plan nacional de desarrollo al que se sujetarán obligatoriamente los programas de la Administración Pública Federal (APF).

Conforme a lo anterior, el 20 de mayo de 2013 se aprobó por Decreto del Ejecutivo Federal y se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, en el cual se expone la ruta que el Gobierno de la República ha trazado para contribuir al desarrollo y al crecimiento del país, y define las metas nacionales para lograr un: México en Paz, México Incluyente, México con Educación de Calidad, México Próspero y México con Responsabilidad Global. Asimismo describe tres estrategias transversales: Democratizar la Productividad, Gobierno Cercano y Moderno, y Perspectiva de Género, buscando conseguir mediante objetivos, estrategias y líneas de acción, que México logre alcanzar su máximo potencial.

Con ello y en términos de las disposiciones de los artículos 16, 22 y 23 de la Ley de Planeación, corresponde a las dependencias de la APF la elaboración de los programas sectoriales en congruencia con lo que defina el PND 2013-2018.

Para la construcción de dichos programas se tomará en cuenta las propuestas de las entidades

del sector, gobiernos locales, así como la sociedad. Su vigencia no excederá el período constitucional de la gestión gubernamental en que se apruebe y, deberán especificar los objetivos, estrategias, prioridades, instrumentos y responsables de su ejecución conforme a las previsiones contenidas en el PND.

Por otra parte, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 42, fracción I de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal (LOAPF) y el artículo 4 de la Ley General de Turismo (LGT), la Secretaría de Turismo ejercerá la facultad de formular y conducir la política de desarrollo de la actividad turística nacional que corresponde al Poder Ejecutivo Federal. Asimismo, conforme al artículo 2 de la LGT, se deberán establecer las bases para la política, planeación y programación de la actividad turística en todo el territorio nacional, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los gobiernos estatales, municipios y el distrito federal, a corto, mediano y largo plazo.

En ese contexto, de conformidad con los artículos 42 de la LOAPF; así como 4, fracción III, 5, 6 y 7 de la LGT, la Secretaría trabaja de manera coordinada con tres órdenes de gobierno, con el fin de promover e impulsar el desarrollo turístico del territorio; de igual forma, colabora con las demás dependencias y entidades de la APF para impulsar acciones comunes que beneficien al sector, a través de programas y actividades vinculadas con la Política Nacional Turística.

Es importante mencionar que el 8 de noviembre de 2013, se publicó en el Diario Oficial de la Federación, el Acuerdo por el que se precisan las atribuciones y se establecen las bases generales para el funcionamiento del Gabinete Turístico, instancia a través de la cual se pretende llevar a cabo el análisis, definición, coordinación, seguimiento y evaluación de las estrategias, programas y acciones vinculadas con la Política Nacional Turística, que sean de la competencia concurrente de distintas dependencias de la APF, lo anterior bajo el principio de la transversalidad.

Derivado de lo anterior, esta Secretaría de Turismo emite el presente Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR) 2013-2018, en términos de los artículos 26, Apartado A de la Constitución Política

de los Estados Unidos Mexicanos; 9, 16, 22, 23, 29, segundo párrafo y 30 de la Ley de Planeación; 9 y 42 de la LOAPF; así como 2, fracción II y 4, fracciones I y V de la LGT.

El PROSECTUR 2013-2018 se inscribe en el esfuerzo de planeación estratégica de la Administración Pública Federal y se deriva del PND 2013-2018, específicamente del objetivo 4.11 que dispone, “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”, del cual se desprenden cuatro estrategias a seguir: impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos; e impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

De esta manera, el PROSECTUR 2013-2018, es el instrumento base de la planeación del Ejecutivo Federal en materia turística en donde se constituyen los objetivos, estrategias, líneas de acción e indicadores concretos del sector, el cual fue elaborado a través de un proceso exitoso de involucramiento activo y entusiasta de miles de participantes en todo el país; de los tres órdenes de gobierno, de especialistas, de empresarios, de trabajadores, la sociedad civil organizada, el sector académico y los ciudadanos en general. La visión local del PROSECTUR se obtuvo con la participación directa y activa de los gobiernos estatales, en consultas realizadas a través de foros regionales. Asimismo, la Secretaría como coordinadora sectorial consideró las propuestas presentadas por las entidades del sector.

Del mismo modo, al PROSECTUR 2013-2018 se sumaron los Programas para un Gobierno Cercano y Moderno 2013- 2018, el Programa para Democratizar la Productividad 2013-2018 y el Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y no Discriminación contra las Mujeres 2013-2018.

Es de señalar que los instrumentos y responsables de la ejecución de este Programa se determinaron según las facultades y atribuciones que establecen los artículos 4, 6, 7, 9, 10, 39 y 42 de la LGT; así como 2, 4, 5, 7, 8 y 9 del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo.

Por su parte, para el cumplimiento eficiente y oportuno de los objetivos y metas del Programa, los recursos públicos federales estarán sujetos a los criterios que señalan los artículos 134 constitucional y 1 de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria (LFPRH), de economía, eficiencia, eficacia, imparcialidad, honradez, legalidad, honestidad, racionalidad, austeridad, transparencia, control, rendición de cuentas y equidad de género, con base en objetivos y parámetros cuantificables y tomando en consideración los indicadores de desempeño correspondientes. La administración de los recursos estará supeditada a la disponibilidad presupuestaria aprobada por la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión.

Finalmente, al cumplimiento del marco legal y normativo vigente, se sumó un énfasis en promover el enfoque transversal contemplado en el PND, privilegiando la colaboración entre las dependencias federales, la concurrencia articulada entre órdenes de gobierno y la participación activa de la iniciativa privada y la sociedad civil organizada. Asimismo, con fundamento en el artículo 1 constitucional, que establece que todas las autoridades en el ámbito de su competencia tienen la obligación de promover, respetar y proteger y garantizar los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los Tratados Internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, esta dependencia, conforme a sus atribuciones, llevará a cabo sus labores bajo los principios de la equidad de género, la inclusión social y no discriminación, promoción cultural, así como el respeto pleno a la dignidad de la persona.



DIAGNÓSTICO

II. DIAGNÓSTICO

El turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable a pesar de que se puedan presentar condiciones adversas en el entorno nacional o internacional. La actividad turística tiene una ventaja propia del sector terciario, ya que genera un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas.

La naturaleza transversal del turismo lo coloca como un importante motor de progreso. Por una parte, en México agrupa a más de 50 actividades económicas, genera oportunidades principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, y es capaz de crear encadenamientos productivos de mayor valor agregado para el país. Por otro lado, es un catalizador del desarrollo, representa un poderoso instrumento para elevar el bienestar de las comunidades receptoras, genera un sentido de pertenencia y contribuye a la preservación de la riqueza natural y cultural.

México puede aprovechar mejor su potencial turístico. El país cuenta con ventajas comparativas que se asocian a su ubicación geográfica, al potencial de conectividad, a su amplio inventario turístico y capacidad para generar productos turísticos de calidad. Sin embargo, se ha perdido participación en el mercado mundial. Los índices internacionales hoy colocan a México por debajo de las posiciones ocupadas en el pasado, registrando una pérdida de competitividad frente a destinos de países emergentes.

Actualmente, la llegada de turistas a México ha registrado tasas de crecimiento menores y la derrama económica generada por el turismo está por debajo del potencial que tiene el país. Esto ha limitado la creación de empleos y el aprovechamiento de los beneficios del turismo a favor de la población que se dedica a esta actividad y, más aún, ha afectado la generación de polos de desarrollo y bienestar para las comunidades receptoras de turismo.

El reto del sector turístico es elevar la competitividad. Para revertir esta situación, se requiere de acciones públicas deliberadas, que partan de un diagnóstico compartido del estado actual del sector turismo y que sustente el diseño e implementación de una política pública articulada, con objetivos

claros, pero sobre todo, efectiva para resolver los retos de esta industria.

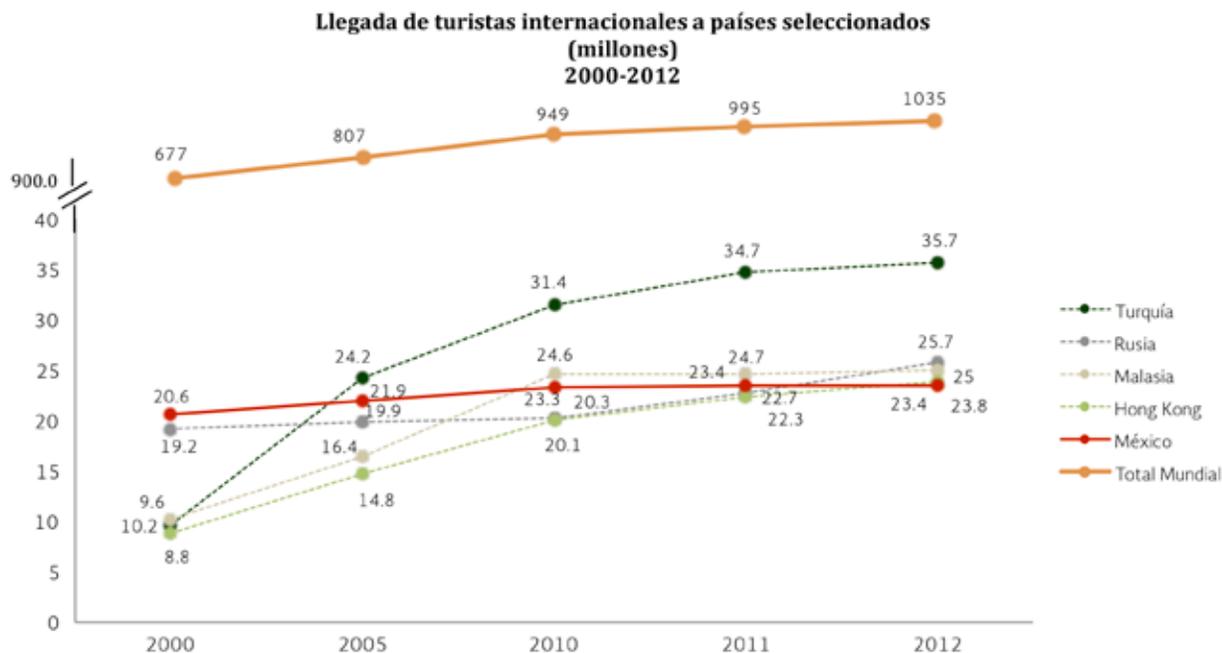
II.1 Desempeño del sector turístico

El turismo es un sector en franca expansión en el mundo que muestra un horizonte claro de posibilidades de crecimiento para los próximos años, lo que eleva la importancia de su papel como motor de desarrollo para las economías. Actualmente, el sector turismo presenta un crecimiento sostenido a nivel global. De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT), de 2000 a 2012 el turismo creció a una tasa promedio anual de 3.6% en el mundo, con base en la llegada de turistas internacionales, generó 9 puntos del Producto Interno Bruto (PIB) mundial, uno de cada 10 empleos y participó con el 6% de las exportaciones mundiales. Para México representa una de las principales fuente de divisas, genera el 8.4 por ciento del PIB y más de 2.2 millones de empleos.

No obstante, en los últimos 30 años el desempeño de México dentro de los principales indicadores internacionales ha sido moderado frente al de otros países. En el periodo 1980-2012 la tasa de crecimiento medio anual (TCMA) de llegada de turistas apenas alcanzó el 2%. Esto es significativo al observar la tendencia de economías emergentes que están ganando terreno en el mercado internacional. Del año 2000 a 2012, en otras latitudes del mundo se registraron TCMA superiores, tal es el caso de Turquía (11.6%), Hong Kong (8.6%), Malasia (7.8%), Japón (4.8%) y Rusia (2.5%), en tanto que México creció en 1.1% en el mismo periodo.

Las características del mercado turístico marcan una tendencia hacia la diversificación de la oferta de destinos y productos del sector, lo cual abre espacios para una mayor competencia por la atracción de turistas internacionales. De hecho, como se puede observar en la Gráfica 1 en los últimos años países emergentes registraron una mayor participación en esta industria, lo cual les ha llevado a obtener aumentos sostenidos tanto en el número de llegadas de turistas, así como en el monto de divisas captadas. Se espera que en el año 2030 estas economías capturen el 57% del mercado turístico.

Gráfico 1. Llegada de turistas internacionales a países seleccionados 2000 - 2012



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

Asimismo, los ingresos por turismo internacional alcanzaron un nivel récord en 2012, con un monto de 1,075 miles de millones de dólares en todo el mundo y un crecimiento real de 4%. En este caso, México registró un comportamiento favorable. La tasa de crecimiento fue de 7.3% y mantiene una participación de mercado de 1.2%. La evolución histórica de esta variable en nuestro país, mostró una TCMA de 3.6% en el periodo 2000-2012. Sin embargo, esta tendencia positiva también la registran otros países, que de manera acelerada están ganando mercado, tales como: Hong Kong (15.5%), Turquía (10.7%), Japón (12.9%), Malasia (12.3%) y Rusia (10.1%).

Por otra parte, en años recientes, el turismo internacional muestra cambios relevantes respecto a sus preferencias: i) existe una tendencia a buscar viajes cortos y de bajo costo, ii) uso de nuevas tecnologías de la información en la planeación de viajes y iii) modalidades de viaje que combinan negocio y placer (*bleisure*).

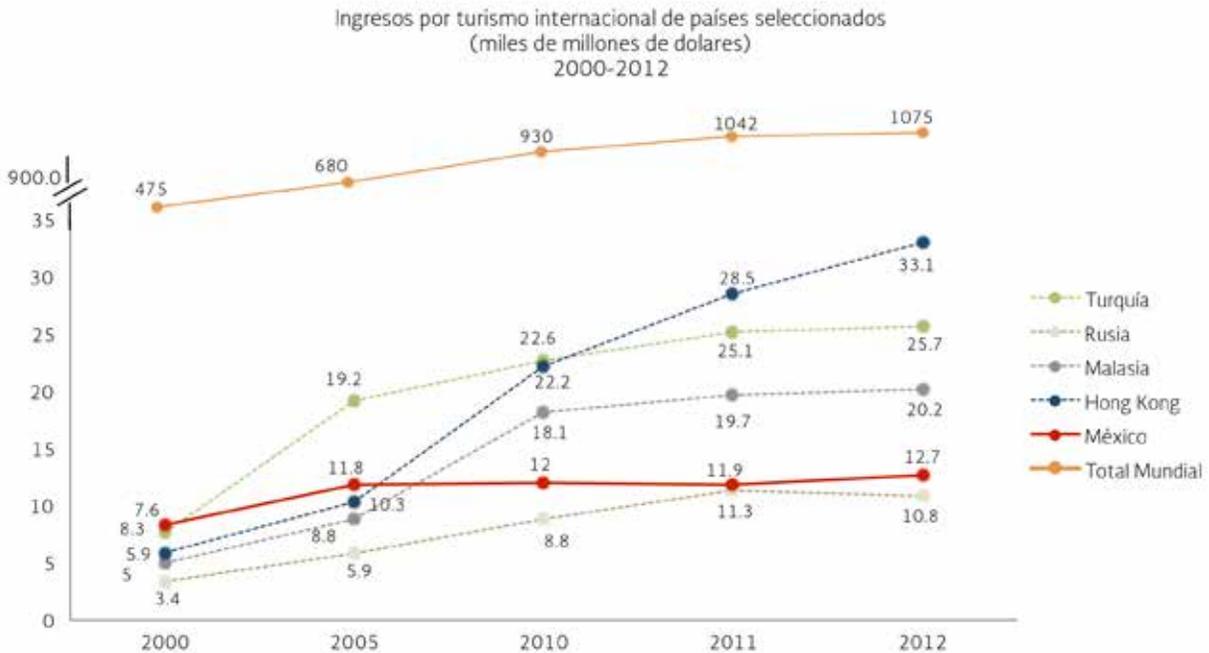
Vinculado con lo anterior, al revisar el comportamiento del gasto promedio de los turistas de internación, en el año 2012 se mantuvo un ascenso

respecto a 2011. No obstante, su crecimiento ha sido modesto ya que apenas alcanzó una TCMA de 2.6%, en los últimos años (2000-2012). Se trata de un comportamiento inercial, que es posible asociar a una oferta de productos y servicios turísticos que no crean experiencias turísticas diferenciadas e integrales para potenciar una demanda y derrama mayor.

En suma, México ha crecido en menor proporción respecto de otras naciones, tanto en términos de llegadas de turistas como de ingresos por turismo internacional. Aspectos asociados a la recesión económica global, la percepción de inseguridad y eventos vinculados a contingencias, han deteriorado la imagen del país y los efectos para el sector turístico han sido sumamente dañinos.

Como resultado, los destinos turísticos mexicanos han perdido competitividad. México bajó del séptimo lugar en recepción de turistas en el año 2000 al décimo lugar en 2009 y actualmente se encuentra fuera del grupo de la lista de los diez destinos más visitados. En el Índice de Competitividad Global (*Global Competitiveness Index*), se ubica en el número 53 de 144 países.

Gráfico 2. Ingresos por turismo internacional de países seleccionados 2000 - 2012
(Miles de millones de dólares)



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT).

Los aspectos que han contribuido a debilitar la competitividad turística del país, se asocian a la falta de respuestas innovadoras de la oferta del sector respecto a las tendencias que muestran los productos turísticos y los diferentes segmentos, nacionales e internacionales, que participan en este mercado. Los factores que contribuyen a incrementar esta debilidad, se derivan de la insuficiente diversificación y desarrollo creativo de los productos turísticos, así como de la falta de consolidación de un desarrollo integral de los destinos turísticos, sustentado en la construcción de ventajas competitivas acorde con las singularidades del país.

II.2 Factores que debilitan la competitividad del sector turístico

La competitividad en el sector turístico va de la mano del desempeño productivo de la actividad, la cual sólo es posible mejorar mediante la utilización de los recursos turísticos de manera ordenada y eficiente, para generar mayor valor agregado, riqueza y bienestar. Las sinergias que

esta actividad es capaz de crear, representan oportunidades únicas para el desarrollo regional y social.

Actualmente, México es reconocido por el turismo de sol y playa pero existen señales de su agotamiento. Existen áreas de oportunidad para desarrollar productos turísticos atractivos y sustentables en el campo del turismo cultural, de negocios, ecoturismo y aventura, turismo de salud, deportivo y de lujo. Permanecen amplios rezagos en materia de infraestructura y de recursos humanos suficientemente capacitados para brindar atención y servicio de calidad, lo cual limita el flujo de turistas. Los esquemas de financiamiento para la inversión turística han resultado insuficientes para el desarrollo de negocios y para fortalecer las redes de infraestructura que faciliten el movimiento de turistas.

Asimismo, dichos instrumentos han tenido un bajo o nulo impacto en la promoción y consolidación de cadenas productivas alrededor de proyectos turísticos con un alto valor agregado. Las acciones implementadas desde las autoridades gubernamentales o el sector privado en esta materia han derivado en obras aisladas desde distintos ámbitos y sin efectos claramente identificables.

Cuadro 1. ¿Cómo medir la competitividad turística?

En los últimos años, investigadores y analistas han tratado de definir la medición de la competitividad del sector turismo. Si bien es cierto que la competitividad es la capacidad de un destino de competir con éxito entre sus principales rivales, también es relevante señalar que ésta no determina por sí sola el desarrollo óptimo de todos los factores involucrados con la gestión del turismo: servicios, atractivos, accesibilidad, imagen, precio y recursos humanos, entre otros.

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT),* la competitividad turística se define como la capacidad de un destino turístico que aprovecha sus ventajas de manera eficiente, los beneficios de las empresas y el nivel de los salarios son más altos de lo normal, los activos fijos se revalorizan constantemente, las nuevas inversiones fluyen con facilidad, los empresarios y autoridades ven el futuro con optimismo, y la calidad de vida de la población local (su bienestar físico y social) es alta.

Por lo tanto, la OMT considera la competitividad como la eficacia de los destinos para atraer y satisfacer a los visitantes y, cada vez en mayor medida, cobran relevancia las políticas adoptadas por los países para que sus economías turísticas sean más competitivas.

Por otra parte, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)** define la competitividad de un destino como la capacidad de éste para optimizar su atraktividad hacia residentes y no residentes; y ofrecer servicios de calidad, innovadores y creativos a los consumidores, ganando cuotas de mercado en el contexto nacional e internacional, al mismo tiempo que garantiza que los recursos que soportan al turismo son usados de manera eficiente y sostenible.

En este sentido, la competitividad de los destinos turísticos mexicanos está enmarcada por una serie de elementos que requieren desarrollarse de manera armónica para contribuir a posicionarlos en el ámbito internacional como destinos de clase mundial, confiables, atractivos y sustentables. Los factores que sustentan la medición de la competitividad son:

Productividad: Uso de los recursos turísticos de manera ordenada y eficiente que genera mayor valor agregado, riqueza y bienestar.

Innovación: Posibilidad para desempeñar actividades y funciones de forma creativa y que le permite a un destino ser más eficiente y rentable además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

Diversificación: Capacidad para entregar nuevos productos tanto a consumidores actuales como a los potenciales.

Especialización: Habilidad para entregar experiencias únicas a segmentos de mercado específicos y viajeros independientes.

Profesionalización: Planificación, gestión, seguimiento y control de los recursos humanos alineados con los objetivos estratégicos del sector.

Sustentabilidad: Considerar plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

* Cooperación entre los sectores Público y Privado 2001 y Políticas y Prácticas para el Turismo Mundial 2013. Organización Mundial del Turismo.

** Alain, Dupeyras & Neil, MacCallum (2013), *Indicators For measuring Competitiveness in Tourism*, OECD Tourism Papers 2013/2.

A continuación se analizan algunos de los desafíos que se deben afrontar para evitar la caída sistemática de la competitividad del sector y que impediría aprovechar el potencial turístico y las ventajas comparativas del país en esta materia.

a) Concentración de la oferta turística

México cuenta con un importante patrimonio natural, histórico y cultural que lo sitúa como un destino que ofrece una amplia gama de productos. A pesar de ello, uno de los factores que explica la baja competitividad turística, se asocia a la concentración de la actividad en distintas dimensiones. En los últimos 20 años, la oferta de alojamiento se duplicó en el país, sin embargo la distribución territorial de los cuartos disponibles para hospedaje se encuentra en destinos de litoral. En decir, existe una alta concentración de la oferta en productos de sol y playa que centraliza buena parte de los servicios turísticos. Esta tendencia no sólo implica el desaprovechamiento del capital turístico, también se ve reflejada en la demanda y los mecanismos de promoción y comercialización. De acuerdo con información del Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (Datatur), 65% de los turistas extranjeros se alojaron en destinos de sol y playa en 2012, de los cuales el 77% prefirieron tres destinos: Riviera Maya (38%), Cancún (29%) y Los Cabos (10%). En el caso del turismo doméstico la proporción es distinta. Durante el mismo año, únicamente el 31% se hospedó en destinos de sol y playa. Los destinos predilectos por orden de importancia fueron: Acapulco (30%), Veracruz (15%), Cancún (12.1%), Mazatlán (8.1%) y Puerto Vallarta (7.2%) (ver **Gráfica 3**).

Asimismo, las políticas de inversión pública en los últimos años han estado orientadas al desarrollo de proyectos enfocados al mejoramiento del equipamiento y la imagen urbana, sin que sean relevantes las inversiones en proyectos de alto impacto fuera del segmento de sol y playa y los denominados Centros Integralmente Planeados. Esto ha provocado una creación de servicios de alojamiento, restaurantes y segundas residencias, y no la generación de una gama de servicios integrales que articulen la cadena del valor del sector para incentivar el gasto promedio y la distribución de los ingresos generados por el turismo en las comunidades receptoras.

De igual forma, la dotación de infraestructura de comunicaciones y transportes ha estado limitada a las localidades con la mayor concentración po-

blacional y no se cuenta con una buena conectividad al interior del país. Los destinos se encuentran fragmentados sin que haya sistemas adecuados de transportación e infraestructura logística que favorezca la movilidad de turistas, así como la atraktividad regional o diversificar la oferta.

La concentración de la oferta también se refleja en la captación de pocos segmentos del mercado. En general, la promoción turística de México ha sido limitada en cuanto a la diversidad de atractivos y productos que se dan a conocer al mundo, ya que se ha concentrado, principalmente, en el producto sol y playa. Las oportunidades que ofrece el turismo cultural, el turismo de naturaleza, aventura y el ecoturismo, el turismo de salud, religioso, de lujo y de reuniones, por mencionar algunos, han sido insuficientemente aprovechadas, pese a que representan un alto potencial de ingresos para el país, por el elevado gasto que realizan los turistas que buscan este tipo de experiencias de viaje.

Por otra parte los recursos invertidos en la promoción se han dirigido hacia los mercados considerados como tradicionales, sobresaliendo los Estados Unidos y en menor medida Canadá y los países de Europa Occidental. Como resultado, en la llegada de turistas a México se observa una alta concentración en el mercado de los Estados Unidos, en 2012 representó el 55% de los visitantes internacionales que llegaron al país.

Cabe destacar que la estancia de los turistas de Estados Unidos es menor a la estancia que realizan los turistas provenientes de otros países y, consecuentemente, la derrama que deja el turista promedio es menor al de otras regiones del mundo, especialmente al proveniente de algunos de los países emergentes. Además, no se ha aprovechado el potencial que tiene el turismo doméstico, el cual representa el 80% de la demanda turística del país.

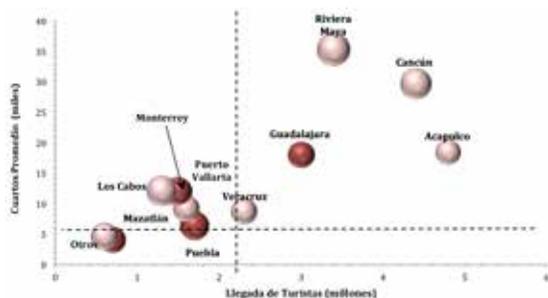
Sin dejar de atender el mercado de Estados Unidos, en el cual México tiene una participación del 15.4% y en el que se posiciona como primer destino turístico de los turistas de ese país, es preciso intensificar las acciones de promoción en otros mercados, con campañas eficaces y creativas que muestren la gran diversidad de experiencias que se pueden vivir en México. Asimismo, es fundamental detonar el crecimiento del mercado interno a tra-

vés del desarrollo de nuevos productos turísticos y de una estrategia de promoción eficaz.

La mayor diversificación es benéfica en cuanto a que disminuye la dependencia de pocos mercados y propicia la participación y presencia en mercados en los cuales existen oportunidades para crecer a altas tasas. La dinámica que genera la concentración de la oferta turística es la de una competencia al interior de los destinos que se basa en el precio. Este aspecto no es menor, ya que conduce a un comportamiento depredador en los destinos, con lo cual se reduce el valor del producto turístico y los beneficios que se pueden generar. Asimismo, inhibe el desarrollo de otros destinos con vocación y potencial turístico, limita las posibilidades de reinvertir en la mejora del negocio y deteriora la calidad de los servicios turísticos.

De acuerdo con lo anterior, resalta la importancia de que los destinos nacionales enriquezcan el desarrollo de productos turísticos a partir de la diferencia. México cuenta con características regionales únicas que favorecen la diversificación y permiten fortalecer ventajas competitivas para la consolidación de una oferta turística más atractiva. El diagnóstico y la información estratégica sobre la vocación turística de destinos permitirá avanzar en el diseño de agendas de competitividad, que impulse un modelo de desarrollo turístico integral sobre la base de soluciones innovadoras e incorporando las nuevas tendencias sobre industrias creativas.

Gráfica 3. Llegada de turistas por cuartos promedio en destinos 2012



Fuente: Secretaría de Turismo.
Nota: El tamaño de esfera representa la ocupación promedio.

b) Innovación y uso eficiente de los recursos turísticos

Ante un cambio en el perfil de consumo de los turistas y la gran cantidad de información disponible en la actualidad, gracias a las redes sociales y el uso del internet, no es factible sustentar el desarrollo de la oferta turística en experiencias que se pueden replicar con facilidad. Precisamente, una de las claves para fortalecer las ventajas competitivas del sector está asociada a la innovación, la calidad de los servicios turísticos y el uso eficiente de los recursos.

De acuerdo con el estudio *Identificación de oportunidades estratégicas para el desarrollo de México* del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, en la mitad de las entidades federativas del país el turismo es un sector estratégico. En tanto que, 13 de los 32 estados de la República cuentan con características y recursos productivos que podrían favorecer el crecimiento de la actividad turística, posicionándose como uno de los principales sectores del futuro.

El turismo es una actividad intensiva en capital humano. Su importancia no sólo radica en una visión de recursos humanos que tiene la capacidad de dar atención, calidez y profesionalismo al turista, también es el capital humano el que hace propuestas creativas para desarrollar experiencias únicas e irrepetibles, identificar oportunamente las necesidades y requerimientos de los visitantes y entregar productos y servicios especializados que satisfagan esas demandas.

Sin embargo, el empleo turístico presenta una doble característica: en las grandes empresas del sector (cadenas hoteleras, líneas aéreas, turoperadores), se registran mejores estándares de empleabilidad dado su liderazgo y acceso a apoyos gubernamentales, mientras que en las MIPYMES se constata una escasa cultura empresarial y capacidad de organización, así como un reducido presupuesto para capacitación. No se han desarrollado acciones adecuadas para incentivar la especialización y el uso de nuevas tecnologías para impulsar la diferenciación de productos, poniéndolos a la vanguardia de las tendencias internacionales.

Otro de los atributos que afectan la percepción sobre la calidad de nuestros destinos, principalmente en el exterior, es la seguridad, este es un elemento decisivo para un turista que está seleccionando el lugar que visitará en sus próximas vacaciones, los conflictos internos y el inadecuado manejo de los mismos ha generado una percepción de inseguridad en el país. Aun cuando la estadística señala que los casos de violencia en contra de turistas son mínimos, un solo incidente tiene la capacidad de potenciar las nociones negativas y puede afectar seriamente el prestigio del destino México.

La débil vinculación interinstitucional operativa para la seguridad del turismo aunado al desarrollo de tecnologías que difunden los problemas políticos sociales o naturales masivamente y en tiempo real han impactado severamente en la percepción sobre algunos de los principales destinos turísticos del país, razón por la que se han dejado de percibir un buen número de visitantes principalmente internacionales.

Asimismo, la calidad de un producto o servicio turístico es un atributo que depende de la propuesta de valor que presente la oferta. No obstante, la calidad turística no está relacionada con la oferta de servicios costosos, sino con el mantenimiento de estándares en cualquier escala de gasto. Para fomentar la calidad de los servicios turísticos, se impulsan instrumentos de certificación, estandarización así como el establecimiento de normas y acreditaciones. Estas herramientas fomentan la innovación en la oferta de los productos, pues los prestadores de servicios se ven motivados a implementar nuevos procesos y diseñan productos alternos con el propósito de cumplir con ciertos estándares de calidad. Por ello, el factor de innovación es un componente clave no sólo para los destinos en proceso de consolidación, sino también para que aquéllos que ya están consolidados.

No obstante lo anterior, la informalidad tiene una fuerte presencia en el sector. Los efectos de este fenómeno, que no son exclusivo del turismo, debilitan el desarrollo de la actividad y afectan de manera negativa los potenciales beneficios que podría generar. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI), se estima que la tasa de informalidad en actividades de servicios de alojamiento y restaurantes asciende al 54%. La misma fuente, señala que los trabajadores en el

sector informal perciben 40% menos ingreso que la población ocupada en la formalidad.

La informalidad propicia pérdidas en la rentabilidad del turismo porque se hace un uso ineficiente de los recursos turísticos, afectando principalmente a la fuerza laboral del sector. Genera la alta rotación de recursos humanos, la falta de especialización y profesionalización, así como el deterioro del poder adquisitivo de la población ocupada en actividades turísticas.

Los destinos turísticos del país requieren ser más competitivos para ello, la innovación, la calidad y la productividad dentro del sector serán factor clave. En este sentido se deben impulsar estrategias para el impulso de desarrollo tecnológico en el turismo, la colaboración con instituciones de educación superior y centros de investigación para fortalecer la capacitación, así como el fomento de iniciativas que favorezcan a los emprendedores del sector. Asimismo, se impulsará la creación de un Sistema Nacional de Certificación y la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos mediante la sistematización de la información en un Registro Nacional de Turismo orientado al fomento y la calidad. Además, se impulsará una política de seguridad integral para propiciar una experiencia turística satisfactoria y plena a los visitantes.

c) Acceso a financiamiento e inversión para el desarrollo turístico

El crecimiento económico depende fundamentalmente de la inversión. La inversión pública como la privada cuando actúa en sincronía puede detonar una dinámica de crecimiento y generación de riqueza importante. No obstante, para que el crecimiento se traduzca en mejores condiciones de vida de la población tiene que ser de calidad. Esto es, un crecimiento generador de empleos que permita el pago de mejores salarios.

En esta idea, la actividad turística reúne los atributos necesarios para la interacción de la inversión pública y privada aprovechando y desarrollando capacidades productivas de sus recursos humanos y la vocación turística de las regiones donde se desarrolla.

México se ubica entre los primeros 10 lugares de los países más confiables para invertir (novena posición de la lista de A.T. Kearney). Asimismo, el país es reconocido como el séptimo destino prioritario para la inversión en el mundo. En la Encuesta de Perspectivas Mundiales de Inversión 2013-2015 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) México avanzó cinco lugares.

Pese a ello es evidente que aún prevalecen determinadas barreras para detonar un mayor financiamiento e inversión hacia los proyectos turísticos por lo que es necesario impulsar esquemas de facilitación y agilización para generen un mejor ambiente de negocios en el turismo. Si bien los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre Formación Bruta de Capital Fijo turístico indican un crecimiento promedio de la inversión del 18% entre 2003 y 2011, en ese último año se presentó un caída de aproximadamente tres por ciento. Asimismo, la inversión extranjera directa (IED) destinada al desarrollo de la industria turística ha disminuido en los últimos años: pasó de 435 millones de dólares (mdd) en 2004 a 106 mdd en 2012.

Por su parte, el otorgamiento de financiamiento de la banca de desarrollo para el sector turístico en México ha ido creciendo, ya que pasó de 3,242 mdp en 2004 a 7,543 mdp en 2012. Sin embargo, la proporción del financiamiento otorgado mediante la banca de desarrollo se ha mantenido estable, en promedio 13%. En el caso de inversionistas desarrolladores enfrentan la falta de instrumentos de financiamiento adecuados a la naturaleza de las inversiones del sector.

El turismo está sujeto a condiciones de estacionalidad del mercado, a ciclos económicos, condiciones socioeconómicas de los visitantes y hasta los impactos del cambio climático, no sólo de nuestro país sino de los de origen de los visitantes. Todo esto crea un panorama en ocasiones adverso para quienes dependen del turismo.

Uno de los componentes más importantes para el progreso de la actividad turística está vinculado con la disponibilidad de recursos para financiar el desarrollo de destinos, productos y servicios turísticos. Se trata de instrumentos de crédito y de financiamiento pero no sólo para la construcción

de grandes obras de infraestructura de conectividad como la carretera, portuaria, aeronáutica o de banda ancha, sino también para el establecimiento de empresas (micro, pequeñas o medianas), proveedores o prestadores de servicios relacionados con el sector turístico.

Tan sólo en los sectores de alojamiento temporal, restaurantes y de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, el turismo integra 433,090 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que representan el 99.8% de las empresas totales en estos sectores. Éstas además generan 1,673,852 empleos, aproximadamente el 86.3% del empleo total en estos sectores. Sin embargo, generan el 69.2% de los ingresos totales en estos rubros, de acuerdo con INEGI. Las MIPYMES son el pilar económico fundamental del sector, por lo cual requieren especial atención para mejorar sus condiciones productivas.

Es importante impulsar el diseño de esquemas e instrumentos que atiendan las distintas dimensiones del sector que van desde el desarrollo de infraestructura hotelera o de conectividad, hasta la diversidades de la oferta de servicios que proporcionan las pequeñas y medianas empresas.

En todos los niveles se requiere capacitación y financiamiento, pero sobre todo una conducción y orientación de la inversión hacia proyectos con potencial turístico que permita impulsar la calidad de los destinos turísticos. En este sentido la banca de desarrollo y los programas locales de promoción turística deben tener convergencia y promover una amplia convocatoria de complementación con la inversión privada. Asimismo, es necesaria una política de captación financiera y el aliento de las coinversiones con el sector privado.

d) Ordenar el desarrollo sustentable de la actividad turística

La sustentabilidad en el turismo es uno de los principales retos para la gestión del sector, cuya tendencia a la masificación conduce a repensar no sólo los patrones de desarrollo de los destinos, sino en los patrones de consumo que exigen destinos más limpios, más seguros y responsables con el medio ambiente.

El turismo masivo y las altas concentraciones poblacionales en los centros de playa producen impactos significativos en los entornos naturales y culturales, lo cual no sólo daña la imagen de los destinos sino que deteriora la competitividad de la industria turística nacional e inhibe el crecimiento de la demanda.

La concentración de la oferta en destinos turísticos genera una alta demanda de recursos naturales y, por lo tanto, un mayor desgaste de los mismos. En 2012 el 52% de la oferta hotelera en el país se concentró en ocho destinos turísticos: Distrito Federal, Riviera Maya, Cancún, Acapulco, Guadalajara, Los Cabos, Monterrey y Puerto Vallarta. Esta situación y la falta de planeación fundamentada en criterios de sustentabilidad integral tienen efectos negativos en la entrega de servicios en cada destino.

La sustentabilidad entendida como verdadero equilibrio entre los recursos del medio ambiente se configura a través de tres dimensiones: la económica, la social y la ambiental. Cada dimensión considera criterios e intervenciones distintas. La sustentabilidad ambiental en el turismo, al tratarse de una actividad terciaria, de provisión de servicios, requiere aplicar criterios de sustentabilidad que las empresas del sector puedan implementar con responsabilidad social.

Los criterios de sustentabilidad deben ir más allá de la regulación sobre el consumo energético eficiente o del manejo de residuos, requiere un cambio de paradigma con respecto a la viabilidad de la actividad turística para las próximas décadas. Ello implica el trabajo transversal entre los niveles de gobierno y las dependencias y entidades de la federación para el aprovechamiento responsable de los activos naturales y culturales, evitando su deterioro.

La sustentabilidad social no ha sido entendida en el sector turístico como una herramienta para promover la gobernanza en México, la cual considera la inclusión de los agentes sociales en el desarrollo turístico y en el fortalecimiento del tejido social, de forma que se promueva la cohesión social como una externalidad positiva directa. La sustentabilidad social implica dos grandes retos que al día de hoy no han sido subsanados:

1. El reto gubernamental para lograr que exista un compromiso efectivo de las autoridades con la sustentabilidad integral, que se refleje en el cumplimiento y evolución constante de la provisión de servicios turísticos.

2. El reto de los agentes sociales del sector turístico para lograr que las empresas y la población se comprometan con el cumplimiento de las reglas que impone la sustentabilidad integral.

Finalmente, la sustentabilidad económica en el turismo se fundamenta en las relaciones económicas sostenibles en el tiempo, que generan empleos de calidad, que fomentan la creación de comunidad y cuya actividad incrementa el bienestar humano a través de actividades rentables y amigables con el medio ambiente. Esto no se ha visto reflejado en el sector turístico en los últimos años, pues no ha logrado vincular las actividades económicas a todas las dimensiones de la sustentabilidad. Por ejemplo, de acuerdo con la Encuesta de Desarrollo Sustentable en México 2009 de la empresa KPMG Internacional, el 55% de las empresas del país no consideran el desarrollo sustentable como una prioridad para sus compañías.

Además de ello, el estudio presenta los sectores de la economía que están preparados para enfrentar los retos del cambio climático a futuro en términos de repercusiones físicas, de regulación y de reputación. De 18 sectores que analizan, seis están en la “zona de peligro” y son vulnerables a riesgos graves: aviación, cuidado de la salud, turismo, transporte, petróleo y gas y servicios financieros.

El turismo guarda una relación ambivalente con el fenómeno del cambio climático. Por una parte, su estrecha relación con el medio ambiente lo hace vulnerable a cualquier cambio de las condiciones climáticas en los destinos. Por otra, tiene una elevada y creciente responsabilidad en las emisiones de gases que provocan el efecto invernadero, causante a su vez del mismo cambio climático.

Esto conduce a repensar los esquemas de intervención en materia de sustentabilidad en el turismo y las acciones de adaptación y mitigación que se implementen como sector. El deterioro ambiental ha develado los profundos rezagos existentes en algunos destinos turísticos del país, pues la fuente de dicho deterioro es en ocasiones que los muni-

cipios no cuentan con la infraestructura necesaria para tratar residuos sólidos, o infraestructura hidráulica, de alcantarillado o de plantas de tratamiento de agua. A esto se suma la fragilidad inherente a los destinos de litoral en el mundo.

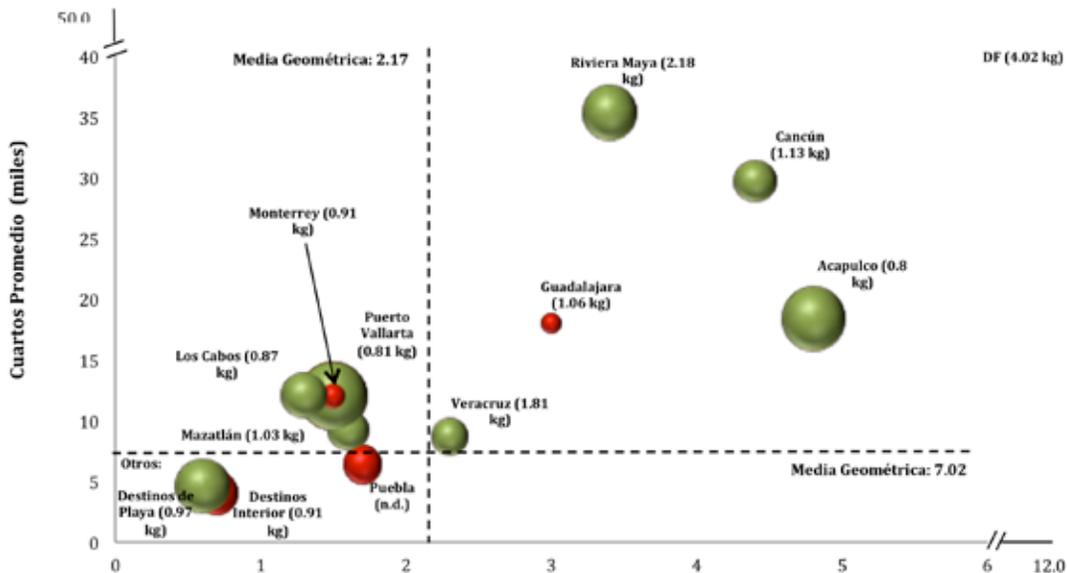
Por todo ello, es necesario establecer no sólo modelos de desarrollo de bajo impacto ambiental, sino desarrollos integrales que permitan enfrentar los grandes desafíos nacionales, un esquema que armonice las condiciones ambientales con los intereses de inversión, delimitando con claridad las capacidades de carga y propiciando las facilidades para el cumplimiento de un marco legal moderno que responda a las exigencias del cambio climático.

Los principales impactos en los entornos naturales se originan actualmente por servicios municipales deficientes, sobre todo en materia de tratamiento de aguas residuales. Por ejemplo, en el año 2009, las 2,029 plantas en operación en el país trataron 88.1 m³/s, es decir, el 42% de los 209.1 m³/s re-

colectados en los sistemas de alcantarillado. En nuestro país se calculan alrededor de 2,354 puntos de descarga de agua residual sin tratamiento alguno. Se identificaron cinco entidades federativas que concentran cerca del 27% de estos puntos de descarga: Estado de México, Chiapas, Jalisco, Michoacán y Veracruz.

Por otra parte, la gestión integral de los residuos sólidos urbanos es otro de los factores que afectan severamente la sustentabilidad de la actividad. En México, se generan alrededor de 86 mil toneladas de basura por día. El 50% del volumen de residuos sólidos generados se concentra en 50 municipios entre los que sobresalen algunos de relevancia turística: Distrito Federal, Guadalajara, Monterrey, Querétaro, San Luis Potosí, Mazatlán, Tijuana, Ensenada, Mérida y Benito Juárez (Cancún), entre otros. Adicionalmente, es importante resaltar que el 62% de los residuos sólidos generados corresponden a papel, cartón y PET, los cuales son residuos totalmente reciclables.

Gráfico 4. Principales indicadores sobre sustentabilidad de los destinos turísticos más importantes de México.



Fuente: Cuartos promedio y llegada de turistas; SECTUR 2012, índice de marginación; CONAPO 2010, generación de basura; INEGI 2011.

Nota: Las esferas en color verde, corresponden a destinos de playa y las esferas color rojo representan destinos del interior. El ancho de las esferas está dado por el índice de marginación, y debido a que para estos destinos solo aparecen números negativos, se obtuvo su valor absoluto y se realizó un cambio de base con el único fin de poder graficarlos. Con esto, entre más grande la esfera mayor es el grado de marginación. La información que se encuentre entre paréntesis delante del nombre del destino corresponde a la generación de basura per cápita al día en kg. Se utilizó el índice de marginación debido que involucra diferentes dimensiones socioeconómicas: Educación, Vivienda, Distribución de la Población e Ingresos monetarios.

Bajo este contexto, se observa una tendencia de desarrolladores turísticos que buscan sitios vírgenes, lo cual modifica los patrones del hábitat natural y de las comunidades cercanas. Este impacto no necesariamente es negativo si está bien regulado. Sin embargo, se observa que la segmentación de hábitat tienen repercusiones sobre las especies que ahí habitan, por lo que es indispensable que la salvaguarda del medio ambiente esté por encima, en todo momento, de desarrollos turísticos que lo pongan en riesgo.

Para lograr una sustentabilidad social, es necesario evaluar la evolución de los destinos turísticos y cómo estos deben adaptarse a los cambios en las preferencias de los usuarios en el tiempo, sobre todo cuando un destino madura. Los destinos turísticos presentan un desgaste constante de sitios de importancia cultural, histórica y/o arqueológica, lo cual debe ser contemplado con el fin de asegurar el mantenimiento, la atractividad del lugar y, por tanto, los empleos que generan.

Para lograr un equilibrio entre el desarrollo turístico y el beneficio social, es necesario que los destinos turísticos (ya establecidos y los potenciales) cuenten con objetivos claros de contención y reducción de los costos ambientales, así como con esquemas de formación y capacitación de recursos humanos con una visión de mediano plazo. El tema de la generación de empleo y la diversificación de servicios turísticos debe estar enfocado a la preservación y desarrollo de las ventajas competitivas de cada destino turístico, lo cual implica incorporar medidas de protección del capital turístico natural, pero también requiere de la capacitación adecuada de los prestadores de servicios para ello.

El beneficio social de la actividad turística pasa también por la promoción de una cultura de preservación y cuidado de la riqueza natural, cultural, histórica y arqueológica en la que debe participar la comunidad. Esto es, en la medida que la población de los destinos turísticos identifique opciones de empleo y desarrollo en la actividad turística local y se identifique con ella, apreciará como un activo propio de la comunidad o el municipio las ventajas turísticas de su localidad y participará más activamente en la defensa y cuidado del patrimonio turístico de su localidad y con ello de las regiones turísticas del país. Esto es, el desarrollo turístico debe tener un carácter incluyente que trascienda

la generación de empleos para darle un mayor rango y reconocimiento social.

Esta dimensión de apropiación social de los destinos turísticos contribuirá a mejorar la sustentabilidad y a ampliar la gama de servicios que de manera directa e indirecta genera el turismo, pero además, permitirá darle una visión de mediano plazo donde el crecimiento incluyente, ordenado y equilibrado de los destinos turísticos le garantice sustentabilidad y empleo permanente a la población y con ello una mejor calidad de vida.

Por todo lo anterior, se debe apostar por una estrategia integral que fomente el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y amplíe los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras. En este sentido, no se debe soslayar la capacidad que tiene el turismo para combatir la pobreza y fomentar el desarrollo de las comunidades. Es fundamental utilizar todas las herramientas al alcance para lograr un crecimiento sustentable y justo que utilice las nuevas tecnologías, fuentes de energía alternativa, que modifique los patrones de consumo y de desarrollo turístico con el fin enfrentar los retos que plantea el cambio climático.

e) Política turística y transformación institucional

La competitividad en el sector turístico implica un desempeño más productivo de la industria, que sólo es posible mediante la utilización de los recursos turísticos con eficiencia para generar mayor valor agregado y riqueza, así como para el alcance de sus beneficios. Para hacer realidad esta condición es necesario un marco institucional que contribuya a motivar la productividad, la innovación y la creatividad en el sector; la generación de un ambiente de negocios con certidumbre; garantizar la existencia de infraestructura logística, servicios de auxilio y seguridad; asegurar la sustentabilidad ambiental y altos estándares de calidad de los servicios turísticos y de los recursos humanos, así como una elevada vocación turística.

Una de las características del sector turístico es la amplia interrelación de entes públicos que tienen incidencia en el sector. Por ejemplo, el crecimiento del sector está vinculado al desarrollo de la in-

fraestructura de comunicaciones y ésta no puede desligarse de los programas de preservación y explotación sustentable del medio ambiente y los recursos naturales. Al mismo tiempo el desarrollo del sector debe cumplir con diferentes tipos de ordenamientos legales federales, estatales y municipales. Por ello, la capitalización y expansión del sector requiere de una adecuada articulación y complementación de acciones gubernamentales y de colaboración con los sectores social y privado.

La concurrencia de programas debe contar con un soporte legal e institucional que favorezca una efectiva colaboración y coordinación intergubernamental que contribuya a la alineación de programas, proyectos, acciones y presupuestos públicos. Actualmente, el carácter de los programas, su diversidad de objetivos y Reglas de Operación limitan la concurrencia y por lo tanto la complementariedad de acciones gubernamentales que potencien las capacidades de la acción pública.

El resultado es que si bien se reconoce que en determinados sectores es necesaria la concurrencia y coordinación intergubernamental, no existe una visión integral que incentive la articulación de las dependencias y entidades, que integre objetivos de programas y que busque alcanzar resultados comunes y compartidos.

En este caso, el desarrollo de dichos proyectos requiere de mecanismos para coordinar acciones relacionadas con la Política Nacional Turística. Esto con objetivo de impulsar la corresponsabilidad y la identificación de objetivos compartidos de los programas, complementando esfuerzos, acciones y recursos.

Para la implementación de una política turística efectiva es fundamental modificar los instrumentos institucionales del sector. Esto con el propósito de contar con herramientas gubernamentales que respondan a las exigencias que imponen las nuevas demandas turísticas. Es fundamental, que el sector retome su posición de liderazgo y conducción de la política turística y para ello, se impulsará la modernización del marco normativo e institucional turístico, así como el diseño de nuevos mecanismos que contribuyan a atender los requerimientos del sector. Igualmente, deben mejorarse y fortalecerse los instrumentos de política con que cuenta el sector con el propósito de elevar la efectividad de la intervención pública en la actividad turística.

Asimismo, se promoverá el trabajo coordinado intersectorial y entre los distintos órdenes de gobierno a fin de alinear los esfuerzos de la acción pública hacia un objetivo común. Ello implica construir sinergias entre las dependencias del gobierno federal y los gobiernos locales para promover ejes transversales de incidencia en la industria turística, para fortalecer las ventajas competitivas del turismo y elevar los impactos positivos del turismo en el desarrollo nacional.



ALINEACIÓN A LAS METAS NACIONALES

ALINEACIÓN DE LOS OBJETIVOS DEL PROGRAMA AL PND

META NACIONAL	OBJETIVO DE LA META NACIONAL	ESTRATEGIA (S) DEL OBJETIVO DE LA META NACIONAL	OBJETIVO DEL PROGRAMA
<p>México Próspero</p>	<p>Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.</p>	<p>Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.</p> <p>Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.</p> <p>Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.</p> <p>Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.</p>	<p>Objetivo Sectorial 1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.</p> <p>Objetivo Sectorial 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.</p> <p>Objetivo Sectorial 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico.</p> <p>Objetivo Sectorial 4. Impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.</p> <p>Objetivo Sectorial 5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.</p>



OBJETIVOS, ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN

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

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

Estrategia 1.1. Fortalecer las capacidades institucionales del sector turismo.

Líneas de acción

1.1.1 Impulsar una agenda legislativa y regulatoria que ubique al turismo como palanca del desarrollo nacional.

1.1.2 Impulsar la actualización y modificación del marco jurídico del sector para otorgar las atribuciones y facultades suficientes e implementar la política turística.

1.1.3 Actualizar la estructura organizacional y operativa del sector turístico para fortalecer su capacidad de gestión, administración, desempeño y evaluación.

1.1.4 Estimular la cooperación internacional e impulsar la celebración de instrumentos internacionales bilaterales, multilaterales y regionales que contribuyan al desarrollo turístico sustentable.

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

Líneas de acción

1.2.1 Impulsar la creación de mecanismos institucionales para coordinar acciones transversales relacionadas con la Política Nacional Turística.

1.2.2 Promover la coordinación programática y presupuestal interinstitucional, que garantice la alineación de todas las acciones turísticas, dispersas en diferentes entidades y dependencias.

1.2.3 Impulsar la creación de instrumentos presupuestales transversales para hacer más eficiente y racional el gasto público.

Estrategia 1.3 Impulsar la coordinación intergubernamental en materia turística.

Líneas de acción

1.3.1 Promover la colaboración administrativa en materia turística con entidades federativas y con municipios.

1.3.2 Establecer mecanismos de coordinación que aseguren la alineación de las políticas públicas turísticas en los tres órdenes de gobierno.

1.3.3 Concertar esquemas de planeación turística local y regional con objetivos y metas claras, monitoreo y evaluación.

1.3.4 Establecer mecanismos de comunicación y cooperación directa con los municipios de mayor afluencia turística en el país.

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

Líneas de acción

1.4.1 Promover la participación del sector privado, la ciudadanía y la academia en iniciativas que fortalezcan la política turística.

1.4.2 Incentivar la participación de la academia, la sociedad organizada y el sector empresarial en la implementación y evaluación de la política sectorial.

1.4.3 Facilitar a los actores interesados el acceso a la información sectorial a través de las nuevas tecnologías.

1.4.4 Establecer canales de difusión de la implementación de las acciones gubernamentales.

Objetivo 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.

Entender que el turismo mexicano no está aislado y que participa con el resto del mundo en un mercado cada vez más competido es un punto que debe hacernos reflexionar. Hoy más que nunca se hace necesario promover un turismo sustentable y de calidad que ofrezca productos y servicios innovadores, con mayor valor agregado y con una adecuada articulación de la cadena de valor. Con calidad, innovación y productividad se generarán las condiciones para que los visitantes tengan una experiencia única, que fortalezca la competitividad del turismo mexicano en el mundo y que haga que la industria turística se desarrolle, que multiplique su potencial y que sus beneficios alcancen a más mexicanos.

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

Líneas de acción

2.1.1 Desarrollar un sistema de información integral de la oferta y demanda turística para facilitar la implementación de la política turística.

2.1.2 Fomentar la generación y el desarrollo de investigación aplicada que coadyuve en el diseño y evaluación de políticas turísticas.

2.1.3 Impulsar la innovación y el desarrollo tecnológico turístico competitivo, fortaleciendo la vinculación entre los sectores académico y productivo.

2.1.4 Promover la colaboración con la academia para impulsar la capacitación, la profesionalización y la incubación de empresas turísticas.

2.1.5 Desarrollar redes de conocimiento especializado en temas de vanguardia del sector.

2.1.6 Fortalecer la cooperación bilateral y multilateral con organismos internacionales para el intercambio de conocimiento, metodologías y buenas prácticas.

2.1.7 Implementar el Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos (SEDET).

2.1.8 Fomentar el desarrollo de investigación aplicada en temas de vanguardia del sector como: sustentabilidad, cambio climático, accesibilidad y género.

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

Líneas de acción

2.2.1 Integrar agendas de competitividad por destino, a partir de los diagnósticos que consideren las características específicas de los destinos, regiones y productos turísticos.

2.2.2 Impulsar un modelo de desarrollo turístico integral y regional, con accesibilidad, identidad, calidad, seguridad y sustentabilidad.

2.2.3 Definir los productos que se detonará a nivel de destino, región y país.

2.2.4 Planear el desarrollo consensuado de líneas de producto y consolidación regional de destinos sustentables.

2.2.5 Crear y mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento en los destinos y sitios de interés turístico.

2.2.6 Promover mayor conectividad con los mercados emisores de potenciales visitantes para facilitar su arribo a nuestros destinos turísticos.

2.2.7 Diversificar la oferta, centrada en productos exclusivos regionales como recursos naturales, experiencias de turismo de nicho como deportes, cultura, gastronomía, ecológico.

2.2.8 Incentivar el desarrollo de iniciativas emprendedoras, creativas e innovadoras para potenciar la diversificación de productos turísticos.

2.2.9 Impulsar una política en los tres órdenes de gobierno que permita agilizar el tránsito de turistas.

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

Líneas de acción

2.3.1 Generar un esquema integral de estandarización y certificación que incentive la calidad en la prestación de los servicios turísticos.

2.3.2 Desarrollar el Sistema Nacional de Certificación que fomente de manera transversal y concurrente la certificación en los destinos y servicios turísticos.

2.3.3 Instrumentar un programa de verificación del cumplimiento a la normatividad aplicable.

2.3.4 Evaluar los efectos de los instrumentos de certificación para mejorar la oferta de bienes y servicios turísticos.

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

Líneas de acción

2.4.1 Promover la profesionalización de prestadores de servicios turísticos, orientados a las características de las líneas de producto y la demanda.

2.4.2 Impulsar la capacitación de los prestadores de servicios y promover la certificación en competencias laborales.

2.4.3 Impulsar la generación de observatorios turísticos y el Sistema Nacional de Capacitación Turística para la detección de las necesidades del sector.

2.4.4 Fortalecer la especialización del capital humano en el sector y promover la formalización del empleo turístico.

2.4.5 Sistematizar la información de los prestadores de servicios, mediante un Registro Nacional de Turismo (RNT) orientado al fomento y la calidad.

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

Líneas de acción

2.5.1 Diseñar e instrumentar un modelo de seguridad, asistencia y protección integral turística.

2.5.2 Coordinar acciones gubernamentales para establecer programas de atención integral al turista.

2.5.3 Establecer, de manera permanente, esquemas e instrumentos efectivos de vinculación y colaboración interinstitucional, en los operativos de atención al turista.

2.5.4 Mejorar la asistencia a turistas mediante la capacitación y el uso de nuevas tecnologías.

2.5.5 Establecer un programa de seguridad vial basado en estándares internacionales.

2.5.6 Fortalecer los mecanismos de auxilio y asistencia turística en las zonas de mayor afluencia.

2.5.7 Mejorar la información turística en los destinos para crear una experiencia confiable y de calidad.

2.5.8 Elaborar y actualizar protocolos de atención para atender a los turistas en caso de contingencias, en coordinación con las autoridades competentes.

Líneas de acción transversales

Democratizar la Productividad

4.2.6 Impulsar el desarrollo del sector turístico, particularmente en regiones donde la productividad es baja.

Perspectiva de Género

2.2.8 Desarrollar campañas y acciones para difundir entre las familias las consecuencias del maltrato y la violencia familiar.

2.2.9 Desarrollar campañas y acciones de prevención sobre explotación y trata de personas.

3.1.1 Promover la certificación de competencias para fortalecer la empleabilidad de las mujeres.

3.1.2 Fomentar la capacitación laboral para integrar mujeres en los sectores con mayor potencial productivo.

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

Generar fuentes de financiamiento para impulsar todos aquellos proyectos que promuevan el potencial turístico del país, buscar alternativas para ampliar el financiamiento, brindar apoyo para que haya más inversiones de emprendedores y MIPYMES con el fin de facilitarles el camino para que detonen sus proyectos. Nuestras acciones deben estar encaminadas a crear las

oportunidades y condiciones necesarias para que quienes planteen proyectos turísticos en nuestro país puedan llevarlos a cabo.

Por ello, incrementar el financiamiento y promover la inversión en proyectos con potencial turístico se convierte en una herramienta fundamental en el programa sectorial para crear esquemas de financiamiento con la Banca de desarrollo orientados al encadenamiento productivo en el turismo. Con la Banca comercial se promoverá el diseño y la creación de instrumentos y productos financieros especializados para empresas turísticas. También promoveremos el uso de esquemas de asociaciones público-privadas. La finalidad es vincular la oferta de financiamiento con la demanda existente, a efecto de que se atiendan las necesidades del sector, impulsando la simplificación y agilización de trámites que incentiven la inversión y el crecimiento sostenible del turismo en México.

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

Líneas de acción

3.1.1 Proponer esquemas de financiamiento con la Banca de desarrollo orientados a encadenamientos productivos turísticos y a gobiernos locales.

3.1.2 Promover con la Banca comercial instrumentos y productos financieros especializados y acordes a la capacidad y las necesidades de las unidades turísticas.

3.1.3 Fomentar la constitución de fondos de garantías.

3.1.4 Vincular la oferta de financiamiento con las necesidades del sector.

3.1.5 Facilitar el otorgamiento de créditos a través de la calificación de proyectos turísticos sustentables.

3.1.6 Diseñar productos crediticios específicos para fomentar la participación y empoderamiento económico de mujeres, particularmente en zonas turísticas rurales.

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

Líneas de acción

- 3.2.1 Promover e inducir inversión en los destinos turísticos prioritarios.
- 3.2.2 Gestionar estímulos a la inversión en proyectos turísticos detonadores de desarrollo regional y local.
- 3.2.3 Impulsar esquemas de simplificación y agilización de trámites en los tres órdenes de gobierno que incentiven la inversión.
- 3.2.4 Promover esquemas de coinversión mediante asociaciones público–privadas y fideicomisos que alienten la inversión privada y la actividad productiva.
- 3.2.5 Establecer alianzas con empresarios para apoyar a emprendedores y MIPYMES en el desarrollo de nuevos productos turísticos.

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

Líneas de acción

- 3.3.1 Diseñar esquemas de capacitación para el sector sobre tipos de financiamiento, instrumentos financieros y crediticios.
- 3.3.2 Fomentar la capacitación para que los emprendedores adquieran cultura financiera y desarrollen las habilidades gerenciales necesarias para el éxito de los negocios turísticos.
- 3.3.3 Establecer un sistema de asistencia técnica y seguimiento de proyectos para orientar el financiamiento hacia un desarrollo integral de los destinos.

3.3.4 Difundir la oferta de instrumentos financieros acordes a las necesidades del sector.

3.3.5 Fomentar el uso responsable de productos y servicios financieros en proyectos turísticos.

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

Líneas de acción

- 3.4.1 Desarrollar planes maestros de conservación y consolidación en los Centros Integralmente Planeados.
- 3.4.2 Promover el financiamiento de proyectos que pongan en valor el capital de las reservas territoriales.
- 3.4.3 Diseñar e implementar políticas innovadoras de desarrollo y comercialización para agregar valor e incrementar la inversión en los CIPs.

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

Líneas de acción

- 3.5.1 Establecer una plataforma de promoción de oportunidades de inversión turística.
- 3.5.2 Promover la cooperación bilateral y multilateral para facilitar la inversión en el sector.
- 3.5.3 Promover la inversión en mercados estratégicos.
- 3.5.4 Impulsar la participación del sector en espacios nacionales e internacionales que permitan la promoción de proyectos turísticos sustentables.
- 3.5.5 Generar información sobre portafolios de proyectos para inversionistas potenciales.

Líneas de acción transversales

Perspectiva de Género

3.3.8 Diseñar proyectos de economía social para emprendedoras con perspectiva de inversión rentable no asistencialista.

3.4.2 Impulsar la participación de las mujeres en el sector emprendedor por medio de la asistencia técnica.

3.4.6 Fortalecer a las MIPYMES artesanales, turísticas, industriales o agrícolas de mujeres, con asesoría técnica.

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

Existe una gran competencia entre los destinos turísticos a nivel internacional, lo que obliga a realizar una promoción turística más activa e innovadora de México. En la Secretaría de Turismo estamos convencidos de que México ofrece experiencias más que destinos. Para ello, es indispensable complementar una oferta de calidad en cada destino con experiencias únicas que muevan a los turistas a regresar y a recomendar a México. Nuestro objetivo es generar confianza en quienes nos visitan e interés en quienes aún no han explorado nuestros destinos. México debe ser un punto de referencia entre los viajeros internacionales como un destino de clase mundial, y entre los viajeros nacionales un motivo de orgullo.

Para lograrlo lo primero es posicionar a México como un destino atractivo. El crecimiento del sector irá de la mano de los destinos y de los socios nacionales e internacionales con quienes ya realizamos campañas de relaciones públicas y de promoción conjuntas, utilizando una amplia gama de medios para llegar a los mercados y segmentos objetivo. El uso de nuevas tecnologías para una promoción eficaz hoy es una condición necesaria que aprovecharemos con campañas de gran creatividad y capacidad para comunicar las experiencias únicas que nuestro país ofrece.

México es una experiencia, por lo que hay que visitarlo y vivirlo. La promoción eficaz se enfocará en construir una reputación de un México con servicios turísticos y atractivos de clase mundial que logra diversificarse.

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

Líneas de acción

4.1.1 Promover la marca MÉXICO para posicionar a nuestro país como un destino turístico de clase mundial.

4.1.2 Posicionar a México como un destino atractivo en líneas de producto poco desarrolladas.

4.1.3 Realizar campañas de relaciones públicas con medios y socios internacionales para difundir los avances y mejorar la imagen turística de México.

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

Líneas de acción

4.2.1 Contribuir a revitalizar y consolidar los destinos turísticos con estrategias de promoción que resalten la diferenciación de sus atractivos.

4.2.2 Realizar programas conjuntos de promoción con la participación de los principales actores de los destinos y con socios estratégicos de la industria.

4.2.3 Intensificar el uso de Internet y las redes sociales para instrumentar estrategias de mercadotecnia en línea diferenciadas por mercado.

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

Líneas de acción

4.3.1 Consolidar la presencia en los mercados tradicionales con campañas institucionales y programas de promoción cooperativos con destinos y socios.

4.3.2 Instrumentar acciones de promoción con la industria y destinos en mercados emergentes de Asia, Europa y América Latina.

4.3.3 Alinear la estrategia de promoción a la diversificación y consolidación de la oferta propuesta en la política turística.

4.3.4 Diseñar políticas de comunicación y relaciones públicas basadas en la experiencia México asociada a testimonios de los propios visitantes extranjeros.

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

Delinear acciones para aprovechar el potencial turístico de nuestro país no tendría sentido alguno, si no enfocamos nuestros esfuerzos para que la derrama económica que genera el turismo tenga un impacto que perdure y se traduzca en mayor bienestar para los mexicanos. Es por eso que debemos dirigir acciones que permitan una mayor distribución de los beneficios del turismo, que permitan a los mexicanos disfrutar de nuestro país, y que todo esto sea sostenible en el largo plazo; sin dañar nuestros recursos naturales, nuestra cultura, ni a nuestra sociedad.

El desarrollo sustentable del sector turístico tendrá una visión integral que contempla criterios medioambientales, económicos y sociales. Este enfoque contribuirá a incrementar la derrama económica que genera el turismo promoviendo una

distribución más justa y equitativa de los beneficios y una mayor protección del patrimonio natural y cultural. Esta visión se verá reflejada en el esfuerzo por sistematizar y consolidar mecanismos de monitoreo de estos criterios en coordinación con las entidades federativas y los municipios turísticos. Estas acciones beneficiarán al medio ambiente, a los turistas y, sobre todo, a las comunidades receptoras.

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

Líneas de acción

5.1.1 Formular, expedir y fomentar la ejecución del Ordenamiento Turístico General del Territorio y consolidar una política turística congruente con la política nacional.

5.1.2 Promover la concertación e instrumentación de los procesos de ordenamiento turístico regional y local.

5.1.3 Formular las bases técnicas para declaratorias, regulación, administración y vigilancia de las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

5.1.4 Incorporar los criterios del ordenamiento territorial turístico en los procesos e instrumentos legales y reglamentarios, en los tres órdenes de gobierno.

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

Líneas de acción

5.2.1 Sistematizar y consolidar el monitoreo de destinos turísticos con un enfoque de sustentabilidad.

5.2.2 Promover la inclusión de criterios de adaptación y mitigación al cambio climático en la planeación y en las políticas turísticas locales.

5.2.3 Desarrollar diagnósticos de vulnerabilidad que permitan el diseño de programas de adaptación y sistemas de alerta temprana al cambio climático para destinos turísticos prioritarios.

5.2.4 Impulsar la estandarización de los criterios de sustentabilidad aplicables y promover la implementación de mejores prácticas en el sector.

5.2.5 Promover la realización de un inventario de Gases de Efecto Invernadero para reducir las emisiones en actividades asociadas al sector.

5.2.6 Impulsar y fortalecer la cooperación regional e internacional en materia de cambio climático.

5.2.7 Promover esquemas de eficiencia y ahorro de energía y agua, uso de energías alternativas y consumo responsable en la actividad turística.

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

Líneas de acción

5.3.1 Fomentar la gestión eficaz del patrimonio nacional mediante la colaboración entre el sector turístico y las instancias encargadas de su administración.

5.3.2 Promover la difusión de la importancia y el valor del patrimonio natural, histórico, cultural y gastronómico del país.

5.3.3 Generar información y conocimiento para promover una visita turística responsable y sensible sobre el valor y respeto del patrimonio.

5.3.4 Impulsar la puesta en valor de la oferta turística cultural de los pueblos originarios, protegiendo y respetando su identidad y tradiciones.

5.3.5 Impulsar la construcción, conservación y remodelación de espacios públicos con enfoque turístico.

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

Líneas de acción

5.4.1 Impulsar esquemas de planeación participativa, apropiación, y valoración de los recursos naturales y culturales en las comunidades turísticas.

5.4.2 Fortalecer el número y la calidad de los empleos locales sostenidos por el turismo.

5.4.3 Favorecer la cadena de suministros para que los prestadores de servicios turísticos utilicen servicios y productos regionales.

5.4.4 Diseñar programas de apoyo técnico, financiero y de capacitación para organizaciones comunitarias y pequeñas empresas, en zonas prioritarias de desarrollo turístico.

5.4.5 Impulsar la infraestructura logística y movilidad como mecanismos para ampliar la extensión geográfica de la actividad turística.

5.4.6 Promover el comercio justo en el sector.

5.4.7 Incentivar la responsabilidad social en el desarrollo de la actividad turística.

5.4.8 Formular y promover programas que fortalezcan iniciativas emprendedoras, cooperativas turísticas y de servicios a cargo de comunidades indígenas.

5.4.9 Impulsar la promoción y difusión de la oferta turística de las zonas indígenas, protegiendo y respetando su identidad cultural.

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

Líneas de acción

5.5.1 Impulsar políticas transversales para que el turismo sea accesible a todos los grupos sociales en igualdad de oportunidades.

5.5.2 Promover la creación de incentivos y apoyos para que los mexicanos visiten, conozcan y valoren los destinos turísticos cercanos a su lugar de residencia.

5.5.3 Fomentar la ampliación de la cobertura de programas vacacionales a los diferentes segmentos de la demanda.

5.5.4 Promover el turismo accesible, la no discriminación en el acceso a servicios turísticos y los derechos culturales.

Líneas de acción transversales

Perspectiva de Género

4.7.5 Fomentar los programas de turismo y esparcimiento dirigidos a mujeres mayores.



ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE ACCIÓN TRANSVERSALES

IV.1 Estrategias y líneas de acción transversales

IV.1.1 Democratizar la Productividad

Estrategia 1.1 Fortalecer el buen funcionamiento de los mercados laborales para impulsar la creación de empleos formales y bien remunerados.

Las dificultades para que las empresas del sector turístico con potencial productivo puedan recibir financiamiento u obtener el capital necesario para crecer, así como la existencia de desincentivos y barreras para que los trabajadores y empresas se integren a la formalidad dentro del sector, son causas que han contribuido a que exista una asignación deficiente de los factores de producción y, por ende, un importante efecto negativo en la productividad de la economía mexicana, así como del funcionamiento del mercado laboral del sector turístico.

La Secretaría de Turismo trabajará en el diseño de políticas públicas que favorezcan la generación de empleos de calidad. Por una parte, se impulsarán acciones para fortalecer los apoyos que se entregan a las MIPYMES turísticas con el propósito de elevar su capacidad para generar beneficios y ocupar mayores recursos productivos. Por otra parte, mediante la aplicación de agendas de competitividad por destino turístico se impulsará el desarrollo de proyectos detonadores con impacto local o regional; que a través de la oferta sustentable de infraestructura y productos turísticos, genere empleos, derrama económica, atracción de turistas y rentabilidad.

Líneas de acción generales

1.1.3 Analizar integralmente los programas de gobierno y políticas públicas para que las estrategias y programas de gobierno induzcan la formalidad.

Estrategia 3.1 Mantener la estabilidad macroeconómica y financiera con el fin de generar un marco de certidumbre para los agentes económicos.

Promover la estabilidad macroeconómica y financiera de México ha sido una prioridad del Gobierno de la República. Para llevar a cabo dicho escenario y siguiendo el precepto de democratizar la productividad, es necesario que todos los actos de gobierno se focalicen en generar un ambiente de negocios equilibrado y transparente que brinde certidumbre, reduzca las cargas regulatorias, promueva la sana competencia económica y se consolide un marco de políticas macroeconómicas que promuevan la responsabilidad hacendaria y la estabilidad del sector financiero.

La Secretaría de Turismo, con el fin contribuir al logro de los objetivos del Programa para Democratizar la Productividad, llevará a cabo acciones que permitan dentro del sector turístico, y en coordinación continua con las diversas autoridades de los tres niveles de gobierno, impulsar la simplificación y agilización de trámites de Gobierno que contribuyan a la eficacia y eficiencia de la gestión gubernamental y a la certidumbre económica y normativa para los agentes económicos, con el objeto de incentivar la inversión y el crecimiento sostenido del sector, en un marco de aplicación de políticas macroeconómicas que permitan el desarrollo del mercado local, regional y nacional, así como una regulación y supervisión financiera y económica eficaz que genere fuentes de financiamiento para los proyectos productivos del sector. En ese contexto, la Secretaría promoverá, entre otras cosas, el diseño de esquemas de financiamiento orientados a la productividad; buscará la aplicación de estímulos a la inversión en proyectos turísticos; colaborará con todos los actores del sector para diseñar esquemas de capacitación financiera e instrumentos financieros y crediticios, y promoverá la cooperación bilateral y multilateral para facilitar la inversión en el sector.

Líneas de acción generales

3.1.1 Proteger las finanzas públicas ante riesgos del entorno macroeconómico.

3.1.2 Fortalecer los ingresos del sector público.

3.1.3 Promover un manejo responsable del endeudamiento público que se traduzca en bajos costos de financiamiento y niveles de riesgo prudentes.

Estrategia 5.2 Orientar los programas y el gasto público hacia el objetivo de elevar y democratizar la productividad.

El fortalecimiento del marco institucional para diseñar e instrumentar las políticas públicas, así como la orientación del gasto público para fomentar el crecimiento de actividades de mayor productividad, son factores de gran importancia para lograr la democratización de la productividad. Sin embargo, existen otros factores que el Gobierno de la República debe llevar a cabo para el logro de buenos resultados dentro de la gestión pública. La planeación, el seguimiento y la evaluación son factores que toda la Administración Pública Federal no puede dejar de realizar en la implementación de políticas públicas y, sobre todo, en la orientación del gasto.

Por ello, la Secretaría de Turismo, en aras de institucionalizar la evaluación y la orientación a resultados, que permita la transparencia, eficiencia y eficacia en su gestión pública, fortalecerá la alineación de los procesos de planeación, seguimiento y evaluación para la construcción de políticas orientadas a fortalecer la productividad del sector, así como la inclusión de indicadores relevantes para la medición de sus impactos. Se fortalecerá el diseño de los programas del sector, especialmente aquellos relacionados con proyectos de capacitación y proyectos detonadores.

Líneas de acción generales

5.2.3 Incorporar métricas de la orientación hacia la productividad como un elemento del Sistema de Evaluación para el Desempeño.

IV. 1.2 Perspectiva de Género

Estrategia 1.2 Promover acciones afirmativas para garantizar el ejercicio de los derechos de las mujeres y evitar la discriminación de género.

La violación a los derechos de las mujeres, así como la discriminación de género, son prácticas negativas que obstaculizan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, e incrementan la brecha de desigualdad entre estos dentro del sector turístico. Por ello, la Secretaría

de Turismo, a través de la Unidad Administrativa que promueve la Perspectiva de Género, así como a través del Comité de Género, diseñará y promoverá la implantación de protocolos y códigos de conducta hacia el interior de la Dependencia, así como hacia afuera, y dirigidos particularmente a los prestadores de servicios turísticos, con el fin de realizar acciones afirmativas y de alto impacto que garanticen el respeto a los derechos de las mujeres y combatirán todo tipo de discriminación y violencia en contra de ellas. Lo anterior en coordinación y consenso con las secretarías de turismo de los estados, así como con el sector privado y social.

Líneas de acción generales

1.2.5 Desarrollar protocolos y códigos de conducta para que los prestadores de servicios atiendan a las mujeres sin discriminación o misoginia.

Estrategia 1.3 Promover el liderazgo y participación de las mujeres en cargos y puestos de toma de decisiones.

El principal problema que enfrentan las mujeres es la restricción del ejercicio de sus derechos sociales, económicos, políticos, culturales, laborales, administrativos, entre otros. Este problema se ha construido a lo largo de la historia y con la aceptación de una sociedad conservadora y tradicionalista, donde los roles y estereotipos de género se encuentran muy marcados y delimitan las responsabilidades de las mujeres y hombres en sociedad.

La Secretaría de Turismo en aras de impulsar la paridad en la asignación de cargos de mando directivo, garantizará que las convocatorias públicas para ocupar plaza o cargo dentro de la Institución lleguen o sean del conocimiento de todas las mujeres que trabajan en la propia Secretaría, así como garantizar la igualdad de oportunidades y la aplicación del mismo proceso llevará a cabo acciones administrativas al interior para impulsar la paridad en la asignación de cargos de mando directivo, prevaleciendo en todo momento las capacidades y el mérito entre mujeres y hombres. Lo anterior se promoverá de igual forma en las secretarías de turismo de los estados a través del Boletín Electrónico Trimestral “Perspectiva de Género en el Sector Turismo”.

Líneas de acción generales

1.3.3 Impulsar la paridad en la asignación de puestos directivos en gobiernos federales, estatales y municipales.

1.3.4 Impulsar la paridad en la asignación de puestos directivos en la Administración Pública Federal u organismos autónomos.

1.3.9 Promover la transversalidad de la igualdad de género en estatutos, normas, procedimientos y plataformas políticas de los partidos.

Estrategia 1.4 Fomentar la construcción de ciudadanía de las mujeres y el ejercicio pleno de sus derechos políticos.

La participación ciudadana en el diseño, ejecución y evaluación de las políticas públicas es una primicia del Gobierno de la República. Con ello, se garantiza que éstas sean eficientes, eficaces, transparentes y con rendición de cuentas.

La igualdad sustantiva (entendida como el conjunto de compromisos nacionales e internacionales adquiridos por el Gobierno de la República para garantizar la no discriminación, la igualdad de oportunidades y el trato entre mujeres y hombres, la erradicación de la violencia y el ejercicio pleno de los derechos de las mujeres y niñas), el empoderamiento y la participación y representación política de las mujeres, son compromisos que deben siempre ser tomados en cuenta al construir lineamientos y mecanismos institucionales para orientar y motivar la participación ciudadana, en particular de las mujeres.

En virtud de lo anterior y con el fin de incrementar la participación de las mujeres en los actos de gobierno, la Secretaría de Turismo fortalecerá los mecanismos de comunicación y coordinación existentes, como el Boletín Electrónico Trimestral “Perspectiva de Género en el Sector Turismo”; el Micrositio de la Página Web Oficial “Igualdad y Género en el Sector Turismo” y el Comité de Género, con las mujeres del sector a fin de motivar la participación de las mujeres en el diseño, ejecución y evaluación de programas, políticas y proyectos que vayan encaminadas a su desarrollo económico, político y social.

Líneas de acción generales

1.4.6 Incrementar la participación de las mujeres en la definición, ejecución y evaluación de programas y proyectos de los que son beneficiarias.

Estrategia 1.5 Promover valores que contribuyan al cambio social y cultural en favor de la igualdad y el respeto de los derechos humanos.

El conjunto de valores, creencias, estructuras y normas compartidas en mayor o menor grado por las instituciones que integran la Administración Pública Federal, se llama Cultura Institucional, y determina el qué hacer, cómo hacerlo y qué es lo aceptado en el funcionamiento de cada una y en el comportamiento de las personas que la conforman. Dentro de esta concepción existe la comunicación incluyente, la cual es un factor que permite medir si la comunicación y los mensajes que trasmite la organización están dirigidos a todas las personas sin excluir o incentivar los roles tradicionales de género. La eliminación de lenguaje sexista y excluyente, y el combate a las conductas discriminatorias son objetivos de la cultura institucional, y la comunicación incluyente es un instrumento para alcanzarlos.

En ese sentido, y con el objeto de eliminar el lenguaje sexista y la discriminación en su comunicación gubernamental y su gestión, la Secretaría de Turismo difundirá entre sus trabajadores (as) o áreas, las reglas o lineamientos en el manejo del lenguaje no sexista, y promoverá su integración en el Código de Conducta de las y los servidores públicos del Sector Turismo, el cual se difundirá a través de los medios electrónicos existentes. Lo anterior con el objeto de llevar a cabo acciones específicas que permitirán promover la cultura institucional al interior de la Secretaría ésta, a través de la implantación del Programa de Cultura Institucional, y así garantizar una comunicación y gestión incluyente.

Líneas de acción generales

1.5.3 Eliminar el lenguaje sexista y excluyente en la comunicación gubernamental escrita y cotidiana.

1.5.4 Promover que en las imágenes y los eventos públicos haya una participación sustantiva de mujeres.

1.5.5 Difundir en la Administración Pública Federal códigos de conducta en contra de la discriminación hacia las mujeres y en favor del lenguaje incluyente.

Estrategia 3.1 Incrementar la participación de las mujeres en el trabajo remunerado.

Los salarios y prestaciones dentro de cualquier organización es fundamental para la productividad de la misma, debido a que alude al nivel de equidad en la asignación de remuneraciones que recibe el personal por sueldos y salarios, así como otros derechos que pueden ser monetarios o en especie, como días de vacaciones. De igual forma, no basta con tener equidad en la asignación de los salarios, sino que es necesario también que las mujeres se vean reflejadas en un mayor número dentro del trabajo remunerado, es decir, que exista paridad en los salarios y puestos entre mujeres y hombres.

Ante este objetivo, uno de los compromisos de la Secretaría de Turismo en materia de igualdad de género es que exista, dentro del sector público, una igualdad y equidad en materia de sueldos, salarios, prestaciones y promociones de plazas; por ello, se revisarán y emprenderán las acciones necesarias para garantizar que el tabulador salarial, los perfiles de puestos y las convocatorias a ocupar una plaza o cargo, no cuenten con factores que impidan la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres.

Líneas de acción generales

3.1.10 Fomentar la igualdad salarial y la promoción de cuadros femeninos en el sector público.

Estrategia 3.5 Impulsar políticas que favorezcan la corresponsabilidad entre Estado, empresas y los y las trabajadoras para desarrollar servicios de cuidado.

La corresponsabilidad entre la vida laboral, familiar, personal e institucional es un valor que mide el balance entre las actividades del trabajo y las de familia o personales, sin que necesariamente una persona prefiera una en detrimento de la otra. Este equilibrio entre derechos, obligaciones y responsabilidades, es una necesidad para lograr

la calidad de vida de las y los trabajadores del sector turismo; pero también, es un instrumento que permite que los hombres se comprometan y actúen de manera más directa en los quehaceres del hogar y en el cuidado de las hijas e hijos, dando así oportunidad al desarrollo integral de la mujer.

Desde esa perspectiva, la Secretaría de Turismo en coordinación constante con el Sindicato de Trabajadores de la Secretaría de Turismo, analizará la viabilidad y el impacto de la inclusión de licencias de paternidad dentro de las Condiciones Generales de Trabajo, y se promoverá dentro del personal de confianza horarios y/o dinámicas de trabajo que permitan llevar a cabo acciones afirmativas que promuevan una mayor participación del hombre en las responsabilidades del hogar y en el cuidado de las hijas e hijos, y de manera paralela, diseñar medidas o llevar a cabo acciones que permitan la compatibilidad del horario laboral con el familiar o personal.

Líneas de acción generales

3.5.5 Fomentar la expedición de licencias de paternidad para el cuidado de las niñas y niños.

3.5.6 Difundir en los centros de trabajo los derechos de los varones a licencias de paternidad y sus responsabilidades domésticas y de cuidados.

3.5.7 Promover esquemas y horarios de trabajo que faciliten la conciliación de las responsabilidades laborales con vida personal y familia.

Estrategia 6.2 Promover la igualdad de género en las oportunidades y resultados de la democracia y el desarrollo político.

La democracia, la igualdad de oportunidades y el desarrollo político y administrativo de las mujeres y hombres dentro de la esfera pública, son factores indispensables para lograr un Gobierno competitivo, eficaz e incluyente. Desde esa primicia, la Secretaría de Turismo, con el objeto de fomentar la participación más activa y permanente por parte de las mujeres en el quehacer gubernamental, creará los mecanismos de comunicación que sean necesarios para que las convocatorias a ocupar una plaza o cargo dentro de la Institución sean de carácter público y

lograr que al interior puedan ser del conocimiento específico por parte de las mujeres. De igual forma, se diseñarán programas de capacitación y profesionalización con enfoque de género que permitan crear mayores capacidades técnicas en las mujeres con el objeto de poder ocupar cargos o plazas con poca incidencia de participación o interés por parte de éstas, garantizando en todo momento que dichos talleres o cursos se impartan dentro del horario laboral, en línea o en espacios físicos y de tiempo apropiados para el desarrollo pleno de las mujeres que trabajan en la Institución.

Asimismo, con el fin de que las mujeres puedan, si así lo deciden, dedicar más tiempo a las actividades laborales con el objeto de tener un crecimiento y desarrollo económico y laboral, la Secretaría de Turismo, en coordinación con los agentes involucrados, promoverá la implementación de políticas que faciliten la corresponsabilidad por parte de los hombres en las obligaciones del hogar y con las hijas e hijos, contribuyendo así a facilitar la inclusión de la mujer dentro de los cargos públicos del sector.

Líneas de acción generales

6.2.1 Desarrollar medidas y acciones a favor de la paridad de género en los cargos públicos.

Estrategia 6.3 Orientar y promover la integración de la igualdad de género en el diseño, ejecución y evaluación de las políticas públicas.

La institucionalización de la perspectiva de género en la planeación, implementación y evaluación del quehacer gubernamental, así como integrar presupuestos con un enfoque de género es una tarea primordial para alcanzar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres dentro del sector turístico. Desde ese punto de vista, la Secretaría de Turismo, en aras de conducir la política turística nacional con un enfoque de género, incluirá dentro de su Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, así como en sus programas institucionales, acciones afirmativas específicas afirmativas que estén alineadas al Programa Nacional para la Igualdad de Oportunidades y No Discriminación contra las Mujeres 2013-2018, y que contribuyan al desarrollo integral de las mujeres del sector. Acciones tales como: fomentar el desarrollo de investigación aplicada en temas

de vanguardia del sector como: sustentabilidad, cambio climático, accesibilidad y género; diseñar productos crediticios específicos para fomentar la participación y empoderamiento económico de mujeres, particularmente en zonas turísticas rurales; impulsar políticas transversales para que el turismo sea accesible a todos los grupos sociales en igualdad de oportunidades, y promover la implementación de iniciativas orientadas al turismo accesible e incluyente. Promover el turismo accesible, la no discriminación en el acceso a servicios turísticos y los derechos culturales. Lo anterior se dará seguimiento a través de la operación del Comité de Género.

Líneas de acción generales

6.3.1 Promover acciones afirmativas en los programas sectoriales, regionales, institucionales y especiales, acordes con el PROIGUALDAD.

Estrategia 6.4 Orientar y promover la institucionalización de las políticas de igualdad en los tres órdenes de gobierno.

La coordinación y concurrencia entre dependencias y entidades de la Administración Pública es una acción fundamental y obligatoria para alcanzar los objetivos nacionales en materia de igualdad de género. Por ello, la Secretaría de Turismo participará comprometida y activamente en el marco del Sistema Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (SNIMH), coordinado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES), para fortalecer y compartir programas y proyectos que permitan alcanzar objetivos comunes y de alto impacto para el país; así como difundir dentro del sector turístico todas las acciones o directrices que emanen del propio Sistema.

Líneas de acción generales

6.4.5 Involucrar a la Administración Pública Federal y a los gobiernos estatales en el cumplimiento de los acuerdos del Sistema Nacional para la Igualdad entre Mujeres y Hombres (SNIMH).

Estrategia 6.7 Promover y dirigir el cambio organizacional a favor de la igualdad y la no discriminación de género.

Un cambio cultural y organizacional dentro de las estructuras o instituciones públicas a favor de la igualdad de oportunidades y la no discriminación, debe tener como objetivo principal garantizar la institucionalización del mismo principio de igualdad sustantiva entre las mujeres y los hombres en la Administración Pública Federal. El Programa de Cultura Institucional, elaborado y difundido por el Instituto Nacional de las Mujeres es el instrumento que guiará a las dependencias y entidades de la APF a elaborar sus “Planes de Acción” que, respondiendo a las particularidades organizacionales y al desempeño público de cada una de ellas, les permitan transformaciones de fondo orientadas a institucionalizar la perspectiva y transversalidad de género en favor de la igualdad sustantiva de mujeres y hombres.

Ante dicha obligación, la Secretaría de Turismo fortalecerá e implementará, con la coordinación constante de las unidades administrativas que la integran, una agenda de compromisos en materia de Cultura Institucional, donde se vean reflejadas todas las acciones que, en materia de clima laboral; conciliación y corresponsabilidad de la vida laboral, personal, profesional y familiar de las servidoras y servidores públicos; hostigamiento y acoso sexual; capacitación, y comunicación incluyente, impulsará para alcanzar los objetivos establecidos en el propio Programa de Cultura Institucional.

Líneas de acción generales

- 6.7.1 Garantizar la aplicación integral del Programa de Cultura Institucional.
- 6.7.3 Promover el uso de lenguaje incluyente en los informes y documentos oficiales.

“Las líneas transversales correspondientes al Programa para un Gobierno Cercano y Moderno, se establecerán mediante bases de colaboración suscritas entre la coordinadora de sector, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y la Secretaría de la Función Pública”.



INDICADORES

Indicador 1:	Índice de Desarrollo Institucional (IDI)
Objetivo sectorial:	1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico del país.
Descripción general:	El índice busca evaluar los resultados de los proyectos de mejora de la gestión pública del Programa para un Gobierno Cercano y Moderno.
Observaciones:	<p>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.</p> <p>El puntaje total abarca una rango de 0 a 100, siendo 0 la calificación mínima y 100 la calificación máxima.</p> <p>Se ubica a la institución en uno de 8 posibles cuadrantes de acuerdo a su desarrollo institucional.</p> <p>Dimensiones: Calidad de bienes y servicios (40%) Efectividad (45%) Costos de administración y operación (15%)</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Secretaría de la Función Pública
Referencias adicionales:	SECTUR
Línea base 2012	Meta 2018
73	85

Indicador 2:	Indicador de Avance de Proyectos Transversales
Objetivo sectorial:	1. Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico del país.
Descripción general:	Este indicador mide el avance de proyectos transversales que considera el Gabinete Turístico. Se define como proyecto transversal aquel que involucra la coordinación intergubernamental, así como la participación del sector privado. Estos proyectos serán, fundamentalmente, de carácter prioritario y acordados en el Gabinete Turístico. El seguimiento de este indicador se realizará por medio de un porcentaje de avance ponderado por cada una de las directrices de la Política Nacional Turística.
Observaciones:	Este indicador se obtiene de la relación: $IAPT = (\%APT_{PNT1} * 0.25) + (\%APT_{PNT2} * 0.25) + (\%APT_{PNT3} * 0.25) + (\%APT_{PNT4} * 0.25)$ Dónde: IAPT = Indicador de Avance de Proyectos Transversales APT_{PNTi} = Avance de proyectos transversales de la Política Nacional Turística en la directriz i
Periodicidad:	Anual
Fuente:	SECTUR, Gabinete Turístico
Referencias adicionales:	SECTUR
Línea base 2012	Meta 2018
0	100

Indicador 3:	Indicador Convergencia en Derrama Económica Turística (ICDET)
Objetivo sectorial:	2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.
Descripción general:	El indicador mide la brecha del crecimiento de los ingresos promedio generados por la llegada de turistas en México, con relación al crecimiento promedio de los países que en 2012 se encontraban en mejor posición que México en el ranking mundial de la Organización Mundial de Turismo (OMT), en términos de Ingresos por turismo internacional. Este indicador evalúa el fortalecimiento de las ventajas competitivas para permitir un crecimiento similar (valor cercano a 1) o superior (valor mayor a 1) al de las potencias turísticas mundiales en derrama generada por el turismo internacional. El objetivo es cerrar la brecha de crecimiento en derrama económica con respecto al promedio de las potencias turísticas y evitar el rezago.
Observaciones:	<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> $ICDET = \frac{TCPMex}{TCPmun}$ <p>Dónde:</p> <p>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>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Organización Mundial de Turismo
Referencias adicionales:	SECTUR
Línea base 2012	Meta 2018
0.54 (Crecimiento promedio anual 2000-2012 en ingresos por llegadas de turismo internacional; México: 2.5% y 23 países mejor posicionados: 4.6%)	0.66

Indicador 4:	Índice de Productividad de la Mano de Obra (IP)	
Objetivo sectorial:	2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.	
Descripción general:	Este indicador mide la productividad laboral a través de la relación del Producto Interno Bruto y las ocupaciones remuneradas del sector turístico. Este indicador es generado por el INEGI. Los índices de productividad relacionan datos del valor agregado medido a precios constantes de 2008, con los puestos de trabajo.	
Observaciones:	<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> <p>Dónde: $IP_t = \left(\frac{Y_t}{Y_{2011}} \right) * 100$</p> <p>IP_t: Índice de productividad de la mano de obra en el año t y_t: 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>	
Periodicidad:	Anual	
Fuente:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)	
Referencias adicionales:	SECTUR	
Línea base 2011:	Meta 2018:	
100	111	

Indicador 5:	Índice de Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos (ICPST)
Objetivo sectorial:	2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística.
Descripción general:	Este indicador mide el crecimiento de prestadores de servicios turísticos que están llevando a cabo procesos para incrementar la calidad de los servicios entregados, de conformidad con las categorías de estandarización incluidas en el Sistema Nacional de Certificación. La información se obtendrá del Registro Nacional de Turismo.
Observaciones:	<p>Este indicador se obtiene de la relación:</p> $ICPST = \left(\frac{PST \text{ con distintivo de calidad}_t}{PST \text{ con distintivo de calidad}_{2014}} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>ICCT = Índice de calidad en la prestación de servicios turísticos</p> <p>PST_t = Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización en el año t.</p> <p>PST₂₀₁₄ = Prestadores de servicios turísticos incluidos en categorías de estandarización en el año base.</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	SECTUR, Registro Nacional de Turismo.
Referencias adicionales:	SECTUR
Línea base 2014	Meta 2018
100	120

Indicador 6:	Índice de Crédito Público y Privado al Sector Turístico (ICT)
Objetivo sectorial:	3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico.
Descripción general:	Mide el incremento en el crédito disponible para el sector turismo anual otorgado por organismos públicos y por la banca privada. En el caso de la banca privada se refiere únicamente al rubro de hoteles y restaurantes y se integra con información de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). En el caso del crédito público, se obtiene del agregado de crédito de instituciones públicas, incluye Financiera Rural, Instituto Nacional de Emprendedores, Bancomext y Nacional Financiera. El indicador se compone de la sumatoria de los fondos financieros disponibles anuales del gobierno federal a través la banca de desarrollo y la suma de los fondos disponibles anuales de la banca privada. El índice compara el crecimiento del crédito disponible para el sector turismo del año que se mide con respecto al año base. Se expresa en porcentaje. El valor deseable es positivo, lo que significa que el crédito disponible aumente a través del tiempo.
Observaciones:	<p>Este indicador resulta de la relación:</p> $ICT_t = \left(\frac{CT_t}{CT_{2012}} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>ICT_t: Índice de crédito público y privado al sector turístico en el año t</p> <p>CT_t: Crédito al sector turístico público y privado en sectores económicos con actividad turística del año t</p> <p>CT_{2012}: Crédito público y privado en sectores económicos con actividad turística del año base.</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), Financiera Rural, Bancomext, Nacional Financiera e Instituto Nacional del Emprendedor.
Referencias adicionales:	CNBV: Cartera de Actividad Empresarial. Número de créditos y saldo de cartera por sector económico. Financiera Rural, Bancomext, Nacional Financiera e Instituto Nacional del Emprendedor, Encuesta directa anual elaborada por FONATUR
Línea base 2012:	Meta 2018:
100	125

Indicador 7:	Índice de inversión directa en sectores económicos con actividad turística pública y privada (IDT)
Objetivo sectorial:	3. Facilitar el financiamiento y la inversión público – privada en proyectos con potencial turístico.
Descripción general:	Mide el incremento en inversión canalizada en actividades turísticas utilizando la Formación Bruta de Capital Fijo (FBKF) que reporta INEGI, mediante la Cuenta Satélite del Turismo de México base 2008. La metodología es aprobada por la Organización Mundial de Turismo y la mayoría de los organismos internacionales. El indicador se compone de la sumatoria de los fondos invertidos por los gobiernos federal, estatal y municipal así como inversiones privadas, nacionales y extranjeras. El indicador compara el crecimiento de la inversión anual en turismo para el sector del año que se mide con respecto al año base y se expresa en porcentaje. El valor deseable es positivo, es decir que la inversión aumente a través del tiempo.
Observaciones:	<p>Este indicador resulta de la relación:</p> $IDT_t = \left(\frac{FBKF_t}{FBKF_{2011}} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>IDT_t: Índice de inversión pública y privada en sectores económicos con actividad turística en el año t</p> <p>FBKF_t: Formación bruta de capital fijo en el año t.</p> <p>FBKF₂₀₁₁: Formación bruta de capital fijo en el año base.</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
Referencias adicionales:	<p>Metodología en:</p> <p>http://www3.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/tabniveles.aspx?c=33629&s=est</p>
Línea base 2011	Meta 2018
100	114.6

Indicador 8:	Diversificación de mercados internacionales
Objetivo sectorial:	4. Impulsar la promoción turística que contribuya a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.
Descripción general:	Este indicador mide el porcentaje de visitantes de nacionalidades distintas a la de Estados Unidos que llegan a México dentro del total de llegadas de visitantes vía aérea. Se considera a países diferentes a Estados Unidos con objeto de identificar avances en la diversificación de mercado. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor participación en otros mercados.
Observaciones:	<p>Este indicador se obtiene de la relación:</p> $Dm = \left(\frac{Vi}{VI} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>Dm: Indicador de diversificación de mercados</p> <p>Vi: Llegada de visitantes internacionales vía aérea de nacionalidad distinta a la de Estados Unidos.</p> <p>VI: Llegada de visitantes internacionales vía aérea.</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Secretaría de Gobernación, Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM)
Referencias adicionales:	SECTUR - CPTM
Línea base 2012	Meta 2018
45%	48%

Indicador 9:	Participación en el mercado de Estados Unidos de turistas por vía aérea.
Objetivo sectorial:	4. Impulsar la promoción turística que contribuya a la diversificación de mercados y el desarrollo y crecimiento del sector.
Descripción general:	Este indicador mide el porcentaje de turistas de los Estados Unidos que vienen a México dentro del total de salidas de turistas por vía aérea de los Estados Unidos. México ha tenido una participación en este mercado ligeramente superior al 15% en 2011 y 2012 y es el principal destino turístico de los estadounidenses.
Observaciones:	<p>Este indicador se obtiene de la relación:</p> $Pm = \left(\frac{TVAM}{TTVA} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>Pm: Participación de México en el mercado de turistas por vía aérea de los Estados Unidos</p> <p>TVAM: Turistas de los Estados Unidos por vía aérea que viajan a México</p> <p>TTVA: Total de turistas egresivos por vía aérea de los Estados Unidos</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Office for Travel and Tourism Industries. Monthly Tourism Statistics.
Referencias adicionales:	SECTUR - CPTM
Línea base 2012	Meta 2018
15.3%	17.3%

Indicador 10:	Índice de empleo en el sector turístico de México (IEST)	
Objetivo sectorial:	5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.	
Descripción general:	Este indicador mide el número de puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico, dicho indicador está incorporado en la Cuenta Satélite del Turismo de México base 2008.	
Observaciones:	<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:</p> $IEST_t = \left(\frac{y_t}{y_{2011}} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>IEST_t : Índice de empleos en el sector turístico en el año t</p> <p>y_t: Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico para el año t</p> <p>y₂₀₁₁: Valor absoluto nacional de los puestos de trabajo ocupados remunerados en el sector turístico para el año base</p>	
Periodicidad:	Anual	
Fuente:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)	
Referencias adicionales:	SECTUR	
Línea base 2014:	Meta 2018:	
100	105.8	

Indicador 11:	Índice de PIB turístico per cápita (IPIBTpc)
Objetivo sectorial:	5. Fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras.
Descripción general:	Este indicador mide la disponibilidad de riqueza generada en el sector turístico por persona. Un valor mayor al registrado en el año base supone una mayor disponibilidad de bienestar general para la población.
Observaciones:	<p>Este indicador mide la disponibilidad de riqueza generada en el sector turístico por persona. Un valor mayor al registrado en el año base supone una mayor disponibilidad de bienestar general para la población.</p> $IPIBT_{pct} = \left(\frac{PIBT_{pct}}{PIBT_{pc2011}} \right) * 100$ <p>Dónde:</p> <p>IPIBTpc,t : Índice del PIB turístico per cápita en el año t</p> <p>PIBTpct: Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año t</p> <p>PIBTpc2011: Valor absoluto nacional del PIB turístico per cápita para el año base</p>
Periodicidad:	Anual
Fuente:	Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)
Referencias adicionales:	SECTUR
Línea base 2011:	Meta 2018:
100	104



TRANSPARENCIA

El presente Programa estará disponible a partir de su publicación en el Diario Oficial de la Federación en la sección de “Programas del Plan Nacional de Desarrollo” de la pestaña de Transparencia en la página:
www.sectur.gob.mx

Asimismo, el seguimiento de los indicadores estará disponible en
<http://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx>



GLOSARIO

Glosario

Actividad turística: Refiere el valor de producción de los bienes y servicios que son destinados en su totalidad a los visitantes residentes y no residentes.

Agenda de competitividad: Instrumento de política pública que permite diagnosticar a los destinos turísticos del país, con el propósito de potencializar e impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector.

Atlas Turístico: Es el registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos nacionales, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo.

Capital turístico: Conjunto de elementos culturales, naturales, históricos, sociales, infraestructura y de turismo, con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

Centro Integralmente Planeado (CIP): Centro turístico de gran escala e impacto nacional, desarrollado por FONATUR siguiendo los lineamientos establecidos en un Plan Maestro con horizonte de planeación de largo plazo, que considera de forma integral los aspectos turísticos, urbanos, ambientales, sociales y económicos, y que requiere para su puesta en marcha de importantes acciones de dotación o complementación de infraestructura regional. Un CIP podrá desarrollarse como un proyecto unitario o con base a dos o más Proyectos Turísticos Integrales.

Competitividad turística: Se refiere a la capacidad de un destino turístico para optimizar su atractividad hacia residentes y no residentes; y ofrecer servicios de calidad, innovadores y atractivos (por ejemplo: proporcionando una buena relación calidad-precio) a los consumidores ganando cuotas de mercado en el contexto nacional e internacional, al mismo tiempo que garantiza que los recursos que soportan al turismo son usados de manera eficiente y sostenible.

Convenio cooperativo: Instrumento legal, mediante el cual se formaliza entre socios comerciales, agencia de publicidad y los organismos,

los acuerdos de los servicios requeridos para la realización de la promoción de México.

Demanda Turística: Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Diversificación: Ampliación de la gama de ofertas comerciales en torno a un destino, tema o segmento de mercado. La diversificación supone la puesta en el mercado de viajes de mayor variedad de opciones de consumo a los diferentes clientes que se puedan presentar. La diversificación requiere ofrecer mayor variedad de actividades, de servicios, de formas de pago, de puntos de venta y de información.

Equipamiento: son construcciones en un territorio erigidas para permitir el disfrute del visitante. Son todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

Gasto turístico: es todo aquel gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de él durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Incluye también erogaciones que indirectamente son realizadas a favor del visitante por familiares o amigos a través de regalos, así como los desembolsos por concepto de viajes de negocios (pasajes y viáticos), que son cubiertos por la empresa o institución donde trabaja el visitante.

Infraestructura turística: Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, entre otros.

Innovación: Posibilidad para desempeñar actividades y funciones de nuevas formas que les permiten ser más eficientes y rentables además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

Marca país: Es un sinónimo de marca nación. Se refiere a la imagen general, política, cultural y empresarial de un país. Esto incluye una dimensión turística.

Mitigación: Aplicación de políticas y acciones destinadas a reducir las emisiones de las fuentes, o mejorar los sumideros de gases y compuestos de efecto invernadero.

Oferta turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

1. Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
2. Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

Ordenamiento Turístico del Territorio: Instrumento de la política turística bajo el enfoque social, ambiental y territorial, cuya finalidad es conocer e inducir el uso de suelo y las actividades productivas con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de medio ambiente y asentamientos humanos.

Política Nacional Turística: Documento que establece las bases para cambiar la tendencia del sector turístico, delineando los factores claves en los que se debe incidir para alcanzar los beneficios que esta industria genera al desarrollo nacional y apoyar en la conducción de acciones para potenciarlo. Cuenta con cuatro directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y, sustentabilidad y beneficio social.

Políticas de Comercialización: Es el marco normativo que regula las actividades en materia de promoción y publicidad; realización de estudios de

mercado para definir zonas territoriales con áreas de oportunidad residencial, comercial, industrial y para servicios turísticos; la determinación de las estrategias y condiciones de ventas del inventario de bienes inmuebles de FONATUR; el seguimiento contractual y la atención posventa a inversionistas; los criterios para la regularización de operaciones; así como la evaluación de los proyectos y los modelos de inversión y el control financiero de los mismos.

Potencial turístico: Capacidad que tienen los productos turísticos para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes.

Prestadores de servicios turísticos: Las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios dirigidos a atender las solicitudes a cambio de una contraprestación.

Producto turístico: Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante.

Promoción turística: Proceso de presentación de una marca de destino o lugar o de su superioridad competitiva a los visitantes o clientes potenciales mediante comunicaciones de marketing. La promoción es uno de los diversos elementos del marketing.

Proyecto detonador: Todo proyecto de inversión que de manera individual o conjuntamente con otros considera un impacto turístico positivo local o regional; que a través de la oferta sustentable de infraestructura y productos turísticos, genere empleos, derrama económica, atracción de turistas y rentabilidad; que ya sea público, privado, municipal, estatal, federal o mixto, resulta viable en términos técnicos, económicos, ambientales y normativos; y que tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de una comunidad, en el corto, mediano o largo plazo.

Registro Nacional de Turismo: es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, podrán contar con información

sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico y establecer comunicación con las empresas cuando se requiera.

Resiliencia: Capacidad de los sistemas naturales o sociales para recuperarse o soportar los efectos derivados del cambio climático.

Segmento de mercado: Es un grupo de posibles clientes que, al tener en común una serie de características, ofrecen más probabilidades de comprar un determinado producto o visitar un determinado destino. Por lo general, estas características comunes constituyen el motivo de que un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing.

Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos en México (SEDET): Es una evaluación integral aplicada a los destinos turísticos que comprende investigación de gabinete, entrevistas y reuniones de trabajo con empresarios y autoridades locales y visitas a los atractivos del destino. Al finalizar se genera un reporte con recomendaciones para responsables públicos y privados que maximicen beneficios, calidad de vida de los pobladores y conserven el patrimonio ecológico y cultural local.

Sistema Nacional de Capacitación para el Sector Turismo: Instrumento en línea que ofrece diversas alternativas de acceso a herramientas de capacitación presencial y a distancia, para fomentar la profesionalización del Sector Turismo, impulsando la formación y certificación de los trabajadores, permitiendo aumentar la competitividad y el capital humano en la industria turística.

Sistema Nacional de Certificación Turística: Herramienta que integra diferentes distintivos, sellos y reconocimientos que la SECTUR, otorga a los prestadores de servicios turísticos que se distinguen por buenas prácticas en sus procesos o por altos estándares de servicio. Integrará igualmente la clasificación hotelera existente, así como los diversos distintivos que se vayan generando.
Sitios de interés turístico: Las localizaciones, naturales, culturales o recreativos, en un ámbito de uso turístico.

Turismo Sustentable: Se refiere a la actividad que da un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conser-

varlos con apego a las leyes en la materia; respeta la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos, y asegura el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida.

Vulnerabilidad: Nivel en el que un sistema es susceptible, o no es capaz de soportar los efectos adversos del Cambio Climático, incluida la variabilidad climática y los fenómenos extremos. La vulnerabilidad está en función del carácter, magnitud y velocidad de la variación climática a la que se encuentra expuesto un sistema, su sensibilidad y su capacidad de adaptación.

Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable: Fracciones del territorio nacional, claramente ubicadas y delimitadas geográficamente, que, por sus características naturales o culturales, constituyen un atractivo turístico. Se establecerán mediante declaratoria específicas que emitirá el Presidente de la República, a solicitud de la Secretaría.



**ANEXO.
RESULTADOS
DEL PROCESO
DE CONSULTA**

ANEXO. RESULTADOS DEL PROCESO DE CONSULTA

En el marco del Sistema de Planeación Democrática que mandata la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 26 y con fundamento en el artículo 16 de la Ley de Planeación vigente, la integración del Programa Sectorial de Turismo 2013 – 2018, consideró los resultados de los siguientes procesos de consulta ciudadana, los cuales se llevaron a cabo entre el 28 de febrero al 11 de octubre:

Consulta para el Plan Nacional de Desarrollo

Durante el proceso de consulta del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2013-2018, que se llevó a cabo entre el 28 de febrero y el 9 de mayo de 2013, se obtuvo un gran número de propuestas que ayudaron a fortalecer el diseño de este documento y de los Programas Sectoriales, Institucionales, Regionales y Especiales que emanan de éste.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) participó activamente en el Foro Nacional correspondiente al eje México Próspero, Panel IX.-Turismo (Ciudad de México); en tres de los 32 Foros estatales (Cancún, Quintana Roo, Campeche, Campeche, y Mérida, Yucatán); y en dos Mesas Sectoriales realizadas en las Oficinas de la SECTUR.

Con la amplia participación de todos los sectores y de renombrados expertos en estos eventos, se logró construir un plan incluyente, con la visión de las diferentes entidades, miembros de la industria turística y de la sociedad civil.

Foro Nacional de Consulta México Próspero, Panel IX

El 9 de mayo de 2013, en el marco del Foro Nacional de Consulta correspondiente al eje México Próspero, se realizó el Panel IX, en el que se trataron los temas relacionados con el turismo.

Este Foro se integró por ocho mesas de trabajo, en las que concurrieron más de 160 personas en donde se deliberaron los temas de innovación y desarrollo de productos y destinos turísticos; registro, calidad y certificación de servicios turís-

ticos; facilitación de inversiones y financiamiento; conectividad e infraestructura; competitividad; seguridad integral para el turismo; ordenamiento y transformación sectorial, y promoción eficaz.

De este panel, se obtuvieron 106 propuestas por parte de expertos en temas turísticos y empresarios del ramo. Los contenidos más recurrentes fueron: el impulso al diseño curricular de las instituciones educativas en materia de turismo, la instrumentación de programas para mejorar la capacitación especializada, el fomento a instrumentos de certificación por destino y línea de producto, reforzar los sistemas de información estadística y de inteligencia de mercados, incentivar la coordinación con la banca de desarrollo para la facilitación financiera, elaborar un programa de seguridad integral para el turismo, fortalecer la marca país, estimular instrumentos de promoción, e impulsar las facilidades migratorias y eliminación de visados, entre otras. Estas aportaciones permitieron afinar la política turística en atención a estas prioridades.

Foros Estatales

En forma paralela, se organizaron tres foros estatales en donde se contó con la participación de los Delegados Federales responsables de cada eje del Plan Nacional de Desarrollo: México en Paz, México Incluyente, México con Educación de Calidad, México Próspero y México con Responsabilidad Global, así como de los gobernadores anfitriones y la presencia permanente de los representantes del Congreso de la Unión y de las legislaturas locales. El total de participantes en estos foros sumaron 3,164 personas.

Cada foro estatal se integró por cinco paneles de discusión, para un total de 15 paneles, en los que el material recopilado incluyó los discursos de las sesiones plenarias, ponencias y propuestas, y las relatorías correspondientes las cuales resumieron las principales aportaciones de cada uno de los paneles de discusión del eje México Próspero.

De las 78 propuestas relacionadas con el turismo destacan los temas de desarrollo sustentable, enfoque de equidad de género en la actividad empresarial turística, impulso a la conectividad aérea, modernización de carreteras, puertos, aeropuer-

tos y redes ferroviarias, estímulos para el desarrollo de trenes turísticos, mejora regulatoria, reforzar la capacitación del sector, seguridad integral al turismo, fomento de nuevos segmentos, fortalecimiento de campañas de promoción, y fomento a la inversión.

Estos resultados permitieron retroalimentar la planeación del desarrollo turístico desde una perspectiva regional.

Mesas Sectoriales

Con la finalidad de contribuir a la integración del PND y obtener insumos para la elaboración del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, se organizaron dos mesas sectoriales de trabajo en las oficinas de la Secretaría de Turismo, bajo los temas de “Competitividad e innovación y fomento y promoción” y “Ordenamiento y Transformación Sectorial y Sustentabilidad y Beneficio Social”.

Además de los servidores públicos de alto nivel del sector turismo, participaron en estas mesas 56 expertos del ramo turístico de los sectores público, privado, de organizaciones no gubernamentales, del sector académico así como representantes de las Comisiones de Turismo de las Cámaras de Diputados y Senadores.

En estos eventos, se presentaron 6 ponencias y se obtuvo un total de 44 propuestas entre las que sobresalen: el rediseño del producto turístico, creación de productos diferenciados por singularidad y/o valor agregado, promoción de un modelo turístico orientado al desarrollo regional y local, integración de una red de distribución diversificada y amplia, diseño del Sistema Nacional de Certificaciones y Calidad Turística, reforzar los instrumentos de promoción, inclusión del tema de cambio climático en programas de desarrollo turístico, creación de un sistema de planeación turística para alinear los programas estatales de desarrollo turístico con la política nacional, impulso a la conectividad, fomento al desarrollo del turismo sustentable, entre otras, las cuales fueron pieza fundamental para delinear los objetivos, estrategias y líneas de acción, permitiendo construir un programa incluyente con la visión de diferentes miembros de la industria turística.

Resultados de los Foros de Consulta Regional

Bajo la premisa de que el turismo es un esfuerzo y una responsabilidad compartida, de la mano de autoridades estatales y municipales, academia, empresarios, sociedad civil, especialistas y medios de comunicación, se llevaron a cabo siete foros regionales de consulta con la finalidad de conocer las propuestas y preocupaciones de la ciudadanía de las entidades federativas participantes.

Este proceso de consulta se llevó a cabo del 26 de julio al 11 de octubre de 2013, periodo en el que se desarrollaron 32 paneles y 171 mesas de trabajo donde se discutieron ampliamente temas relacionados con el sector turismo. Se expusieron 38 ponencias y se recibieron 1,815 propuestas, e intervinieron más de 4,000 personas de todas las entidades federativas y el Distrito Federal del ámbito empresarial turístico, autoridades estatales y municipales, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas, expertos en diversas disciplinas vinculadas con el turismo y la sociedad civil en general.

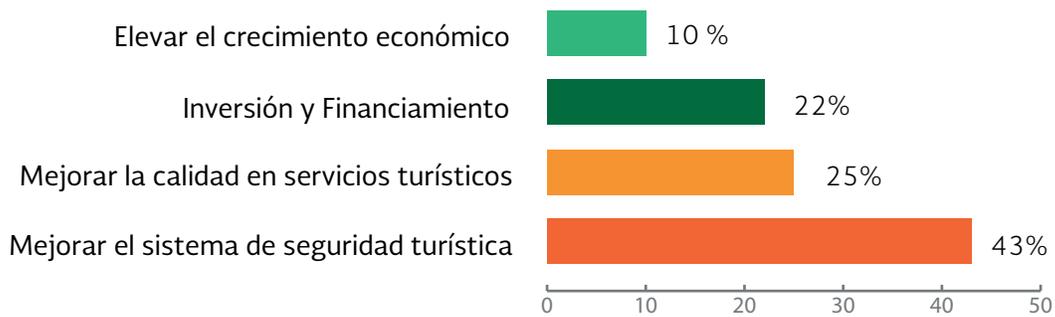
Las propuestas presentadas incluyeron temas coincidentes como el fortalecimiento de la conectividad aérea; la concurrencia de acciones gubernamentales; la implementación de la Agenda de Transversalidad del Sector Turístico; la creación de la red de investigación turística de instituciones educativas; el fomento a mecanismos de coordinación con el sector privado y los gobiernos locales; el fortalecimiento del turismo social; la promoción eficaz; el impulso a zonas de desarrollo turístico sustentable; la innovación de nuevos segmentos de mercado; la mejora regulatoria; la seguridad para el turismo; el desarrollo de infraestructura; la inclusión de la perspectiva de género y el cambio climático en el sector turístico, entre otros. Las opiniones y respuestas vertidas durante el proceso de consulta, demostró la gran importancia de la actividad turística para el desarrollo económico del país.

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2013-2018
FOROS DE CONSULTA REGIONALES

Xochitepec, Morelos	Distrito Federal, Estado de México, Guerrero y Morelos	26 de julio
Santiago de Querétaro, Querétaro	Guanajuato, Michoacán, Querétaro y San Luis Potosí	13 de Agosto
Guadalajara, Jalisco	Aguascalientes, Colima, Jalisco, Nayarit y Zacatecas	16 de agosto
Mérida, Yucatán	Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán	18 de Septiembre
Chihuahua, Chihuahua	Chihuahua, Coahuila, Durango, Nuevo León y Sonora	30 de Septiembre
Pachuca, Hidalgo	Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Tamaulipas, Tlaxcala y Veracruz	01 de Octubre
Los Cabos, Baja California Sur	Baja California, Baja California Sur y Sinaloa	11 de Octubre

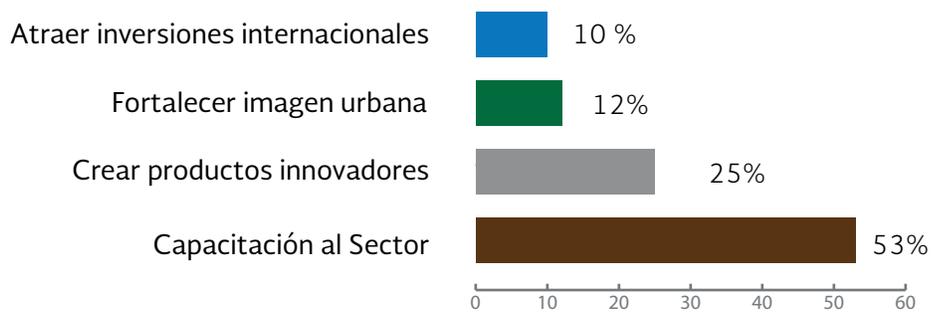
¿Cuál debería ser la prioridad para el sector turístico?

(% de respuestas)



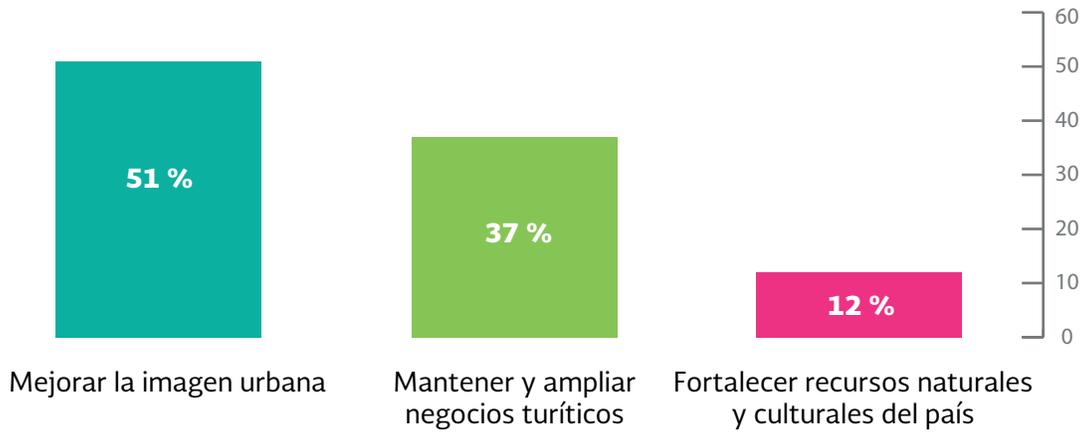
¿Qué tipo de acción contribuyen a mejorar la calidad del turismo mexicano?

(% de respuestas)



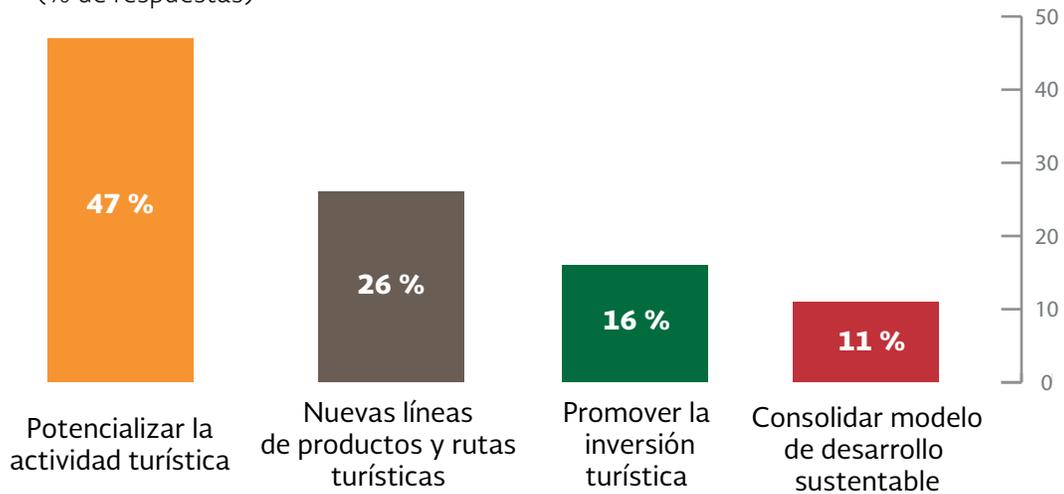
¿Qué factores permitirían consolidar a México como destino turístico?

(% de respuestas)



¿Qué factores permitirían consolidar a México como destino turístico?

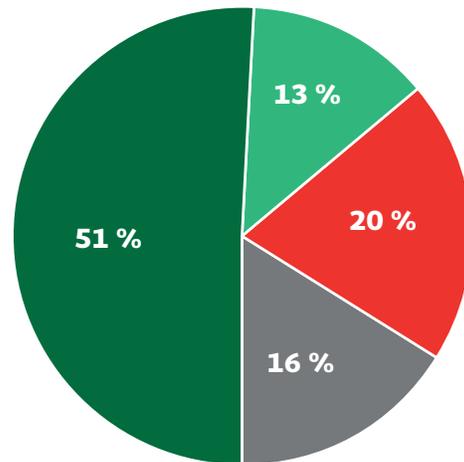
(% de respuestas)



¿Cómo podemos elevar la competitividad del sector turístico?

(% de respuestas)

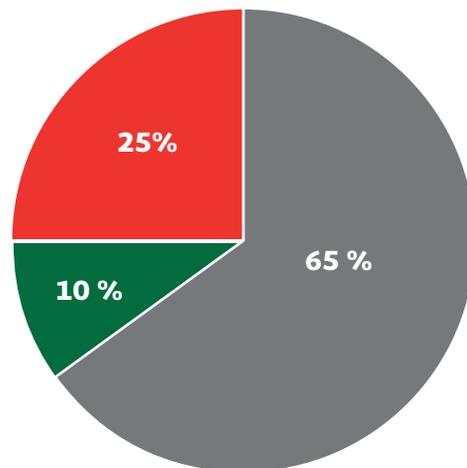
- Mejorar la imagen turística del país
- Fortalecer a MIPYMES y desarrollar productos competitivos
- Certificación de competencias laborales
- Fortalecer la conectividad en los destinos turísticos



¿Cómo podemos elevar la competitividad del sector turístico?

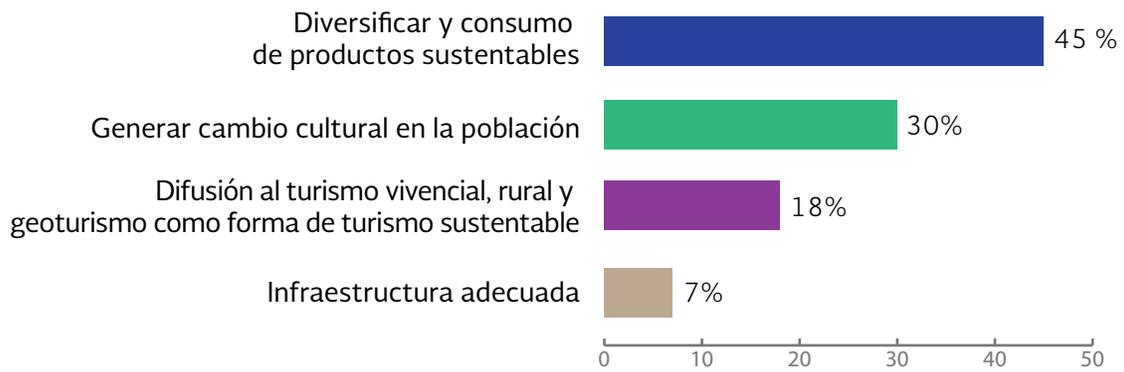
(% de respuestas)

- Reversión de las empresas turísticas en los destinos
- Incrementar infraestructura adecuada
- Capacitar a comunidades receptoras



¿Cómo podemos impulsar la sustentabilidad en el sector turístico?

(% de respuestas)



PROGRAMA SECTORIAL
DE TURISMO

2 0 1 3 - 2 0 1 8