

PROGRAMA SECTORIAL DE
TURISMO



SECRETARÍA DE TURISMO

2007-2012

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012

DR © 2007, Secretaría de Turismo. SECTUR
Presidente Masaryk 172, Col. Chapultepec Morales
C.P. 11570 México, D. F.

Índice

Mensaje del Presidente	5
Mensaje del Secretario	7
Introducción	9
1. El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Turismo	13
2. La Alineación de los Objetivos y Metas Sectoriales con los del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012	19
3. Objetivos, Indicadores y Metas 2007-2012 del Sector Turismo	25
3.1 Los Objetivos Sectoriales	
3.2 Indicadores y Metas a 2012 por Objetivo	
4. Las Estrategias y Líneas de Acción	45
4.1 La Reingeniería Institucional del Sector	
4.2 Las Estrategias y Líneas de Acción por Objetivo	

Mensaje del Presidente

Al inicio de mi gobierno, muchos mexicanos participamos en el proyecto Visión México 2030. Fue un ejercicio colectivo para definir el país que queremos con perspectiva de futuro. En este proyecto quedó plasmado un compromiso común para aprovechar todo nuestro potencial de desarrollo.

El Programa Sectorial de Turismo, que aquí se presenta, como el resto de los programas sectoriales, ha sido elaborado tomando como punto de partida la Visión México 2030 y el Plan Nacional de Desarrollo, así como los resultados de una amplia consulta con actores relevantes del sector que han aportado elementos de diagnóstico y de acción. En él se expresan los objetivos, las estrategias y las líneas de acción que definirán la actuación de las dependencias y de los organismos federales que pertenecen a este sector.

Su elaboración se apega a los lineamientos de la Ley de Planeación, y forma parte de una estrategia para impulsar el desarrollo del país y para poner en marcha un sistema integral que vincula el Plan Nacional de Desarrollo, los programas que emanan de él, y el proceso presupuestal que se elabora año con año en cada dependencia. Las metas que aquí se plantean señalan los principales resultados que habremos de obtener en el sector, para contribuir a la construcción de un México fuerte y competitivo en las décadas por

venir, y además nos permitirán establecer un proceso claro de seguimiento y de rendición de cuentas hacia los ciudadanos.

Con el compromiso y el trabajo de todos, estoy seguro de que avanzaremos en la construcción de un país con igualdad de oportunidades, un país con una economía competitiva y generadora de empleos, un país seguro, limpio, justo y ordenado. Éste, como el resto de los programas sectoriales, refleja claramente el pensamiento de una sociedad que apuesta por un país que avance por la vía del Desarrollo Humano Sustentable, una nación en donde todos vivamos mejor, un México ganador.

28 de noviembre de 2007

Felipe Calderón Hinojosa
Presidente de los Estados Unidos Mexicanos

Mensaje del Secretario

Los contenidos del Programa que ponemos en sus manos surgen de un amplio proceso de planeación participativa.

Se realizaron diez foros regionales con la participación de más de mil doscientos interesados: empresarios, académicos, funcionarios locales, legisladores federales y locales, sindicatos y representantes de la sociedad civil organizada. Además se realizaron cinco talleres con expertos, entrevistas a más de doscientos funcionarios federales, estatales y municipales relacionados con el desarrollo del turismo.

El trabajo de consulta se enriqueció con la realización de estudios puntuales en materia de competitividad, desarrollo, concurrencia y evaluación de políticas públicas.

Como lo manda el Plan Nacional de Desarrollo del Presidente Felipe Calderón Hinojosa, toda acción de su gobierno tiene como finalidad contribuir al Desarrollo Humano Sustentable de los mexicanos. Para hacerlo de manera eficiente, desde el Programa Turístico 2007-2012, debemos enfrentar el reto de hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad.

La política turística de esta administración se puede resumir en que se trabaja para crear condicio-

nes adecuadas para el desarrollo turístico en materia de:

- Reingeniería institucional de todas las entidades federales del sector turismo, mediante la innovación en sistemas de planificación local, regional, ordenamiento territorial, asistencia técnica, financiamiento, comercialización, desarrollo tecnológico, sistemas de información estratégica e investigación para el desarrollo de una oferta competitiva, la diversificación de mercados nacionales e internacionales y el desarrollo de las comunidades receptoras.
- Seguridad jurídica para personas, bienes, transacciones e inversiones mediante la creación de un marco legal pertinente y que dé cabida a la concurrencia de políticas entre dependencias federales, los tres órdenes de gobierno y los sectores; así a como través de una mejora regulatoria moderna y competitiva.
- Regionalización de la política turística aprovechando de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales, fomentando la oferta turística competitiva con opciones de desarrollo y bienestar para las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, mediante la inversión productiva y rentable en empresas sociales y privadas.

- Creación de empleo de calidad, mejor remunerado y con equidad de género, mejorando la coordinación con autoridades educativas y laborales, instituciones académicas y empleadores.
- Fortalecer la promoción y comercialización, potenciando las fortalezas de la Marca México para lograr el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional, con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de los mercados internacionales y nacionales.

La atención decidida a estos temas hará posible que el turismo sea, efectivamente, una actividad estratégica e integrada a la vida económica, social, cultural y política del país, basada en una estrecha colaboración y alta participación de todos los sectores locales, con ofertas altamente diferenciadas, capaces de atender una amplia gama de segmentos de mercado nacionales e internacionales, a partir de una gestión empresarial e institucional competitiva y socialmente responsable, y sin menoscabo del patrimonio natural y cultural del país.

El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 tiene ocho objetivos estratégicos con metas que permiten evaluar nuestro desempeño permanentemente.

Las metas del Programa se sintetizan en:

- Mejorar la posición competitiva del turismo mexicano en el Índice de Competitividad de la Industria del Turismo del Foro Económico Mundial, pasando del lugar 49 al 39 en el año 2012; así como pasar del lugar 57 al 50, en el Subíndice de Ambiente para Negocios.
- Los avances en estos indicadores se reflejarán en una inversión total privada de 20 mil millones de dólares durante el sexenio, creando anualmente 125 mil nuevos empleos mejor remunerados.

- Para el año 2012, se tendrán 28.9 millones de turistas internacionales con una derrama de 17 mil millones de dólares; así como 165.8 millones de turistas domésticos, con una derrama de 918,000 millones de pesos.

Para conocer con mayor detalle los fundamentos, orientaciones y particularidades del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, está a disposición de todos los interesados la versión ampliada del Programa, así como los reportes de los estudios realizados.

Desde la Secretaría de Turismo y sus entidades sectorizadas y desconcentradas, estamos convencidos de que una política turística orientada hacia la competitividad, sustentabilidad y diversificación permite que las acciones y gasto del gobierno, contribuyan a que los mexicanos mejoren sus condiciones de vida.

“El Turismo, la alternativa de México”

Rodolfo Elizondo Torres
Secretario de Turismo

Introducción

1. Programa Sectorial de Turismo 2007-2012

El país vive intensos procesos de cambio y transformaciones en lo económico, lo social, lo cultural y lo político: se crean nuevos espacios; se diversifican y surgen nuevos actores: se abordan en el debate público, los rezagos, las necesidades, los errores y también los aciertos.

Pero, sobre todo, desde el Gobierno se enfrentan los retos: no se exageran, pero tampoco se minimizan. El sector turismo no está exento de esta dinámica y de esta convicción.

Para enfrentar los retos, objetivos y metas que se ha planteado el gobierno federal en el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012, en la Secretaría de Turismo y sus órganos sectorizados se revisó lo que se ha hecho y lo que no; lo que se necesita hacer y cómo hacerlo. Siempre de cerca con los agentes públicos, privados y sociales que se vinculan, de diferentes maneras, con el desarrollo turístico de México, potenciando los avances 2001-2006 e incorporando nuevos enfoques e instrumentos.

En este proceso de planeación participativa se realizaron diez foros regionales con 1,218 asistentes: empresarios, académicos, gobiernos estatales y municipales, legisladores federales y locales, sindicatos y representantes diversos de la sociedad civil que presentaron, analizaron y discutieron 285 ponencias.

En paralelo a los foros se recibieron múltiples aportaciones de ciudadanos interesados, a través del portal de la Secretaría de Turismo y se realizaron talleres temáticos con expertos, así como entrevistas a

empresarios, servidores públicos, residentes de centros turísticos, trabajadores y turistas nacionales e internacionales.

Todas estas aportaciones enriquecieron el diagnóstico y la manera en que la administración 2006-2012 concretará los objetivos e instrumentará lo que se establece en el Plan Nacional de Desarrollo, marco rector de toda la acción de Gobierno.

Es importante destacar la filosofía de esta administración para orientar el trabajo del Gobierno a logros concretos: la sociedad y los actores turísticos del país tendrán un sistema de indicadores que hace posible la evaluación constante del trabajo de todas las entidades del Gobierno Federal, relacionadas con el desarrollo turístico de México.

El punto de Partida

En los últimos años, el turismo en el mundo ha crecido a tasas superiores que el crecimiento de la economía en su conjunto. Esta característica coloca a las actividades relacionadas con las diferentes prácticas turísticas y los servicios que implica en una situación de auge económico, en virtud de que para muchos países, o regiones dentro de ellos, se convierte en una de sus principales actividades económicas.

Durante la segunda mitad del siglo pasado, y en lo que va del siglo XXI el turismo se ha convertido en un fenómeno económico, social y ambiental destacable.

A pesar de amenazas mundiales como el terrorismo, los desastres naturales, el aumento de los precios del petróleo y las incertidumbres políticas, la mar-

cha de la economía global permitió que el turismo creciera en forma continua en los últimos cinco años.

En la vertiente internacional, como desde hace décadas, los principales receptores de turismo son Francia y España, seguidos por Estados Unidos y, recientemente, China. En un segundo nivel se ubican Italia, la Gran Bretaña, México y Alemania.

México destaca por ser, junto con China y Turquía, uno más de los países en desarrollo que se encuentra en la lista de los diez primeros países con mayores llegadas de turistas en el mundo.

Pero las preferencias de la demanda cambian. Las tendencias mundiales de acuerdo a la Organización Mundial de Turismo (OMT) plantean una mayor división de los mercados entre nuevos competidores como China, Grecia y Turquía. El desarrollo de nuevas formas de turismo, especialmente las relacionadas con la naturaleza y la cultura, han cobrado un auge sin precedente. Ello ha conducido a la creación de nuevos programas de viaje organizados de distinta forma a los tradicionales.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que en el año 2017 la participación del PIB turístico respecto al PIB global mundial será de 10.9% y cubrirá el 8.3% del empleo global. Este grupo privado que promueve políticas flexibles a favor de desregulación responsable que limita la movilidad de personas y capitales en los diferentes países, señala que esta diversificación de las motivaciones y destinos y el entorno político y económico, hacen que la perspectiva mundial del turismo sea favorable.

Desde diferentes ángulos, esta situación es también favorable para México dadas las características de su patrimonio cultural y natural, la estabilidad de su economía, la infraestructura existente, las vinculaciones comerciales y de inversión con los principales

mercados emisores de turismo, así como la existencia de un mercado turístico doméstico amplio y en expansión. En los últimos 12 años el país se ha movido, con ascensos y descensos, en la franja de 20 millones de turistas internacionales al año y se realizan más de 140 millones de viajes turísticos domésticos.

Sin embargo, para potenciar estas condiciones México necesita resolver problemáticas internas que no han permitido un mayor crecimiento del turismo y sobre todo, de los beneficios directos e indirectos que puede implicar para mejorar las condiciones de vida de su población en las zonas de interés turístico: existe una oportunidad para replantear el modelo de desarrollo del turismo, sobre la base de lo que ya se ha hecho y experimentado, pero sobre todo para dirigir mejor los esfuerzos de los programas actuales de desarrollo regional.

Uno de los mayores retos es la concurrencia de las políticas públicas. La problemática de concurrencia involucra a cuando menos catorce organismos públicos entre secretarías y entidades descentralizadas que están vinculados principalmente con aspectos de inversión en infraestructuras y equipamientos, seguridad pública y de uso y conservación del patrimonio natural y cultural, entre otros factores. La falta de coordinación, la duplicidad de esfuerzos, así como los vacíos de regulación jurídica, son temas que es necesario resolver. En esta problemática también se incluye a estados y municipios, a la iniciativa privada y al sector social.

Es necesario actualizar el marco regulatorio de la actividad turística en temas ambientales, laborales, de inversión, de salud e higiene y de igualdad de género entre otros, que contribuyan a elevar la competitividad y la sustentabilidad ambiental, económica y social de los proyectos turísticos.

La actividad turística toca y se vincula con múltiples actividades productivas y de infraestructura. Por ello la acción de las dependencias en concurrencia transversal representan uno de los más importantes retos del programa, en virtud de que es necesario resolver problemas de conectividad, accesibilidad, de sustentabilidad ambiental, social y económica, de información y comunicación y de higiene, entre muchos otros temas, para que la oferta turística logre resultados rentables y competitivos.

México requiere incorporarse al concierto mundial del turismo mediante la aplicación de políticas públicas que permitan consolidar y ampliar su capacidad de desarrollo de manera sustentable y competitiva, y cuyos resultados sean comparables con indicadores mundiales. De esta forma podrá contribuir de manera creciente y sostenida a la generación del Producto Interno Bruto nacional, podrá crear los empleos mejor remunerados que la población requiere y se constituirá como un factor real para el desarrollo del país.

La estimación de los recursos para la ejecución del presente programa, estará determinada en los Proyectos de Presupuesto que anualmente sean presentados por la dependencia y quedarán sujetos a la disponibilidad de recursos.

Los instrumentos y responsables de la ejecución del Programa se determinan conforme a las facultades y atribuciones del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo y en su carácter de coordinadora sectorial, por lo que hace a los organismos sectorizados.

Las prioridades sectoriales se concretan en las metas que se establecen en este Programa Sectorial y para su logro, los esfuerzos de la Secretaría de Turismo, tienen como marco los objetivos, estrategias y líneas de acción que aquí se presentan.





1. El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Turismo

1. El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y el Turismo

El Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 señala con toda claridad que:

“El Plan asume como premisa básica la búsqueda del Desarrollo Humano Sustentable; esto es, del proceso permanente de ampliación de capacidades y libertades que permita a todos los mexicanos tener una vida digna sin comprometer el patrimonio de las generaciones futuras”.

“Hoy tenemos la oportunidad histórica de impulsar el Desarrollo Humano Sustentable como motor de la transformación de México en el largo plazo y, al mismo tiempo, como un instrumento para que los mexicanos mejoren sus condiciones de vida”.

El Plan también establece que la Visión México 2030 es:

“Hacia el 2030, los mexicanos vemos a México como un país de leyes, donde nuestras familias y nuestro patrimonio están seguros, y podemos ejercer sin restricciones nuestras libertades y derechos; un país con una economía altamente competitiva que crece de manera dinámica y sostenida, generando empleos suficientes y bien remunerados; un país con igualdad de oportunidades para todos, donde los mexicanos ejercen plenamente sus derechos sociales y la pobreza se ha erradicado; un país con un desarrollo sustentable en el que existe una cultura de respeto y conservación del medio ambiente; una nación plenamente democrática en donde los gobernantes rinden cuentas claras a los ciudadanos, en el que los actores políticos trabajan de forma cor-

responsable y construyen acuerdos para impulsar el desarrollo permanente del país; una nación que ha consolidado una relación madura y equitativa con América del Norte, y que ejerce un liderazgo en América Latina”.

La Secretaría de Turismo, (SECTUR), sus entidades sectorizadas, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y el órgano desconcentrado Centro de Estudios Superiores de Turismo (CESTUR), toman esta premisa con toda la seriedad y responsabilidad que la nación exige. Por ello, en el Programa Sectorial se asume que la finalidad última de las acciones en el sector es la de contribuir al Desarrollo Humano Sustentable en el País, transformando lo que sea pertinente del sector:

Las acciones y gasto del gobierno en el sector turismo deben contribuir a que los mexicanos mejoren sus condiciones de vida.

De esta forma, el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 se orienta a los temas específicos relacionados con el turismo nacional e internacional, pero también a contribuir al logro de otros objetivos estratégicos del Plan como son los de: crecimiento económico; nivel de ingreso; empleo; competitividad; infraestructura; equidad entre regiones e igualdad de género.

Así, el Programa marca los objetivos, líneas estratégicas, programas específicos y acciones para las

actividades vinculadas con el turismo, alineados a los grandes objetivos y estrategias nacionales, y sin perder de vista que se busca avanzar en la Visión México 2030 y el Desarrollo Humano Sustentable, que con toda claridad señala el Plan Nacional de Desarrollo.

Eje de Acción del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012: Economía Competitiva y Generadora de Empleos.

Los aspectos específicos relacionados con el Turismo se ubican en el Eje de Acción 2 del Plan Nacional de Desarrollo. Este eje pretende lograr una economía nacional competitiva, productiva, eficiente y generadora de empleos.

El gran objetivo nacional para el sector turístico nacional es:

“Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”

Y se plantean seis estrategias nacionales para el Sector:

1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes.

La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios tu-

rísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas.

2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.

Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social en coordinación con el sector privado.

3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista.

Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.

4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo.

Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.

5. Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados.

La política turística nacional promoverá acciones de desarrollo y apoyo a la comercialización de productos competitivos para los diferentes segmentos de los mercados actuales y potenciales, nacionales y extranjeros.

Se diseñarán programas de mercadotecnia puntuales para cada segmento, consolidando los productos actuales e impulsando nuevos productos de calidad, accesibles y competitivos para nuevos segmentos y nichos del mercado.

6. Asegurar un desarrollo turístico integral.

El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.

Estas estrategias del Plan Nacional de Desarrollo, son el sustento de los objetivos, acciones y programas específicos contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.



2. La Alineación de los Objetivos y Metas Sectoriales con los del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012

2. La Alineación de los Objetivos y Metas Sectoriales con los del Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012

Para tener una mejor coordinación de las actividades del sector público, pero sobre todo para garantizar que todos los sectores contribuyan al logro de los grandes objetivos nacionales, se identifican las áreas de participación específicas de cada sector con los objetivos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo.

En las siguientes tablas se establece el nivel de participación del sector turismo en el logro de los objetivos y metas del Plan Nacional de Desarrollo de acuerdo con la metodología establecida por la Presidencia de la República.

La numeración de objetivos se refiere a los que establece el Plan Nacional de Desarrollo y no a los ocho objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012.

Para establecer las corresponsabilidades en el logro de los objetivos, en la Presidencia de la República se estableció una matriz de concurrencias entre las entidades de gobierno federal.

Cabe señalar, que esta matriz no agota todas las concurrencias para los objetivos sectoriales, sino sólo las vinculadas con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo a los cuales contribuye el sector turismo. Para las metas, Turistas Internacionales y Divisas por Turismo respectivamente, que son responsabilidad del sector turismo, se considera la participación de todas las secretarías que integran el Consejo Consultivo y la Comisión Ejecutiva de Turismo.

Los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo a cuyo cumplimiento contribuye de manera directa o indirecta el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 son los siguientes:

OBJETIVOS DEL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012 A LOS QUE CONTRIBUYE EL SECTOR TURISMO	OBJETIVOS DEL SECTOR TURISMO							
	1	2	3	4	5	6	7	8
ESTADO DE DERECHO Y SEGURIDAD								
Objetivo 10	Transversal a toda la Administración Pública Federal							
Objetivo 12	Transversal a toda la Administración Pública Federal							
ECONOMÍA COMPETITIVA Y GENERADORA DE EMPLEOS								
Objetivo 4								
Objetivo 5								
Objetivo 6								
Objetivo 7								
Objetivo 10								
Objetivo 12								
Objetivo 13								
IGUALDAD DE OPORTUNIDADES								
Objetivo 2								
Objetivo 15								
Objetivo 16	Transversal a toda la Administración Pública Federal							
Objetivo 17								
Objetivo 21								
Objetivo 22								
SUSTENTABILIDAD AMBIENTAL								
Objetivo 4								
Objetivo 5								
Objetivo 6								
Objetivo 9								
Objetivo 14								
DEMOCRACIA EFECTIVA Y POLÍTICA EXTERIOR RESPONSABLE								
Objetivo 4	Transversal a toda la Administración Pública Federal							
Objetivo 5	Transversal a toda la Administración Pública Federal							
Objetivo 6								

METAS DEL PND A LAS QUE CONTRIBUYE EL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012

	RESPONSABILIDAD		CORRESPONSABILIDAD					PARTICIPACIÓN	
	Turismo Internacional	Divisas por turismo	Crecimiento Económico	Nivel de Ingreso	Empleo	Competitividad	Infraestructura	Equidad entre regiones	Equidad de género
METAS PND 2007-2012	Número de turistas internacionales al año.	Ingresos de divisas por turismo internacional.	Crecimiento anual del PIB al final del sexenio.	Crecimiento del PIB per cápita 2007-2012.	Generación anual de empleo formal.	Posición en el índice de competitividad del Foro Económico Mundial.	Índice de infraestructura del Foro Económico Mundial.	Estados de la República con nivel de pobreza patrimonial más de 10 puntos porcentual superior al promedio nacional.	Porcentaje que representa el ingreso de las mujeres con respecto al ingreso de los hombres.
METAS PST 2007-2012	28.9 millones de turistas.	12 700 millones de dólares por turismo de internación.	20 000 millones de dólares de inversión privada en el período 2007-2012.	918 000 millones de pesos de consumo anual del turismo doméstico.	125 000 empleos formales adicionales en el año 2012.	Posición 39 en el índice de competitividad de la industria del turismo del Foro Económico Mundial.	Posición 37 del indicador de Infraestructura turística del Foro Económico Mundial.	5 802 millones de dólares de inversión pública y privada en los 8 estados en estas condiciones (GRO, CHIS, DGO, TAB, VER, PUE, SLP, OAX) en el período 2007-2012.	Porcentaje de mujeres ocupadas en el sector turismo. (50%)
		941 millones de dólares por turismo fronterizo.	5% de crecimiento anual del PIB turístico en el año 2012.	17 000 millones de ingreso anual por visitantes internacionales (turismo internacional y excursionistas).		822 dólares de gasto medio de los turistas de internación a México.	Posición 30 del indicador de ambiente para negocios e infraestructura del Foro Económico Mundial.		
		3,359 por excursionistas (fronterizos y en cruceros).							



3. Objetivos, Indicadores y Metas 2007-2012 del Sector Turismo

3. Objetivos, Indicadores y Metas 2007-2012 del Sector Turismo

Las especificidades del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, se derivan de los procesos de consulta al sector, los diagnósticos y estudios puntuales, así como de la valoración de los logros alcanzados con el Programa Nacional de Turismo 2001-2006: acciones y estrategias que se pusieron en marcha y que siguen siendo vigentes para mantener el ritmo. En el mismo sentido, se incorporan las nuevas orientaciones que la dinámica turística mundial y nacional obliga a responder de manera efectiva a los tres grandes ejes que sintetizan la política turística 2007-2012: **Competitividad, Sustentabilidad y Diversificación.**

Un aspecto central en la definición de los contenidos del Programa son las demandas puntuales planteadas por los actores sociales, privados y públicos en los diferentes foros, entrevistas y encuestas, y que se resumen en la necesidad de crear condiciones adecuadas para el desarrollo turístico en los siguientes aspectos:

En lo general:

- Seguridad jurídica para las personas y sus bienes y certidumbre legal para transacciones e inversiones.

En lo particular:

- Organización, eficiencia y efectiva concurrencia de las políticas públicas que inciden en el sector, consolidando y mejorando los procesos del Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión Ejecutiva de Turismo y toda instancia federal, regional, estatal y municipal de coordinación y concertación.

- Consistencia entre programas y acciones de la Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo y el Consejo de Promoción Turística de México, fortalecimiento de su liderazgo y la estabilidad en sus políticas.

- Regionalización en la aplicación de los instrumentos de la política turística: inversión pública en infraestructura, fomento a la inversión privada y social, promoción, coordinación, información, y capacitación mediante planes maestros de desarrollo turístico regionales y de destino, de largo plazo y con carácter de obligatoriedad.

- Creación de productos y servicios turísticos para segmentos y nichos, acompañada de las inversiones en infraestructuras, equipamientos y tecnologías, así como de sistemas eficientes de financiamiento, asistencia técnica y comercialización orientados a resultados concretos y capaces de ser medidos.

- Creación de un marco legal que dé cabida efectiva a la concurrencia entre dependencias del gobierno federal y entre órdenes de gobierno y sectores, que dé certidumbre jurídica a través de una mejora regulatoria moderna, ordenada y competitiva.

- Innovación en sistemas de planificación, asistencia técnica, financiamiento, comercialización, tecnologías, sistemas de información estratégica e investigación para el desarrollo de una oferta competitiva, la diversificación de mercados y el desarrollo de las comunidades receptoras.

- Formación de cuadros técnicos y profesionales para el sector mediante una mejor coordinación con autoridades educativas, instituciones académicas y empleadores.

Los planteamientos anteriores implican que, para que el turismo incida favorablemente en el desarrollo nacional, es prioritario cambiar de una visión sólo económica y de corto plazo a una integral, sustentable y de largo plazo, con lineamientos adaptables a cada región, destino y empresa.

Crear condiciones efectivas para el desarrollo turístico de México: premisa del Programa 2007-2012.

Desde el inicio de la planeación turística en el país –y lo mismo sucede en prácticamente todos los países y destinos contra los que compite México– la razón para diseñar una política pública sobre las actividades relacionadas con el turismo, es crear esas condiciones favorables para que los turistas consuman la oferta turística nacional.

Las políticas públicas para el desarrollo del turismo no crean turistas, pero sí las condiciones para que los turistas consuman la oferta existente o que sea pertinente desarrollar, porque esta tiene un valor para los mercados y las diferentes prácticas turísticas.

Esas condiciones mínimas y necesarias de una oferta turística competitiva son: atractividad, accesibilidad física y económica; conocimiento e información y pertinencia.

Esta sencilla ecuación es lo que hace posible el fin último de toda política pública para el turismo: que sea un factor eficiente del desarrollo económico y social en las zonas donde existe.

Los diagnósticos realizados y las aportaciones de los sectores privado, social y público durante el proceso de consulta, indican que a lo largo del tiempo se han generado –en mayor o menor medida– algunas de esas condiciones, pero que alcanzar el gran objetivo nacional para el turismo, sólo es posible si se avanza, significativamente, en crear aquellas condiciones que hagan efectivo que más turistas nacionales e internacionales, consuman una mejor y más competitiva oferta turística nacional.

Con base en todo lo anterior, los objetivos específicos 2007-2012 para el sector turístico nacional tienen como propósito crear las condiciones de accesibilidad física y económica; conocimiento e información; atractividad y pertinencia de la oferta turística nacional.

Visión y criterios de política para el desarrollo turístico de México.

El turismo hacia el futuro se concibe como:

Imagen Objetivo del Turismo en México.

Una actividad estratégica e integrada a la vida económica, social, cultural y política del país, basada en una estrecha colaboración y alta participación de todos los sectores locales, con ofertas altamente diferenciadas, capaces de atender –sin menoscabo de la calidad del patrimonio natural y cultural– una amplia gama de segmentos de mercado, a partir de una gestión empresarial e institucional competitiva y socialmente responsable que actúe en los mercados nacionales e internacionales.

3.1 Los Objetivos Sectoriales

El Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 tiene ocho objetivos sectoriales que dan solución al cumplimiento del objetivo y estrategias de la política turística nacional definida en el Plan Nacional de Desarrollo.

1. De concurrencia de políticas públicas

Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permitan a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

2. De desarrollo regional

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

3. De concurrencia legal y normativa

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

4. De oferta competitiva

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.

5. De empleo de calidad

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo con enfoque de igualdad de género.

6. De fomento productivo

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atractividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

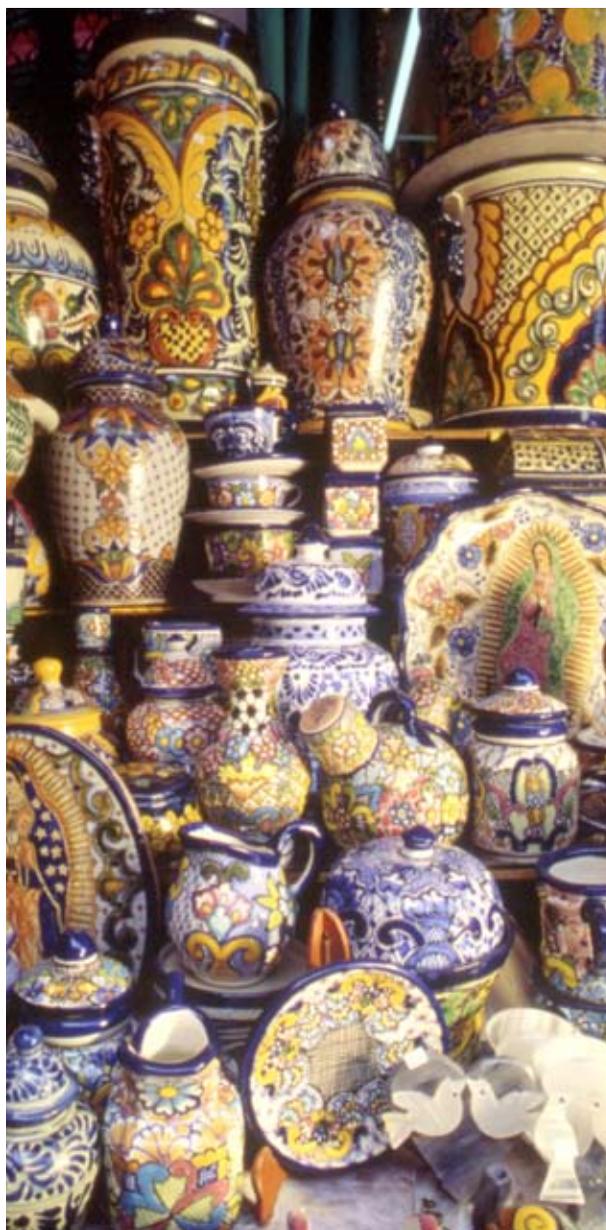
7. De promoción y comercialización integrada

Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores na-

cionales y la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

8. De demanda turística doméstica e internacional

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.



Estos objetivos se derivan de las estrategias nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo:

OBJETIVO NACIONAL	OBJETIVOS SECTORIALES		
<p>“Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”</p>	<p>1 De concurrencia de políticas públicas</p>	<p>2 De desarrollo regional</p>	<p>3 De concurrencia legal y normativa</p>
ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DEL SECTOR TURISMO			
<p>1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.</p>	<p>Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permitan a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.</p>	<p>Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.</p>	<p>Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.</p>
<p>2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral. Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social y coordinación con el sector privado.</p>			
<p>3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.</p>			
<p>4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.</p>			
<p>6. Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.</p>			

Estos objetivos se derivan de las estrategias nacionales establecidas en el Plan Nacional de Desarrollo:

OBJETIVO NACIONAL	OBJETIVOS SECTORIALES		
“Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”	4 De oferta competitiva	5 De empleo de calidad	6 De fomento productivo
ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DEL SECTOR TURISMO			
<p>1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.</p>	<p>Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.</p>	<p>Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo con enfoque de igualdad de género.</p>	<p>Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atraktividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.</p>
<p>2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral. Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social y coordinación con el sector privado.</p>			
<p>3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.</p>			
<p>4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.</p>			
<p>6. Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.</p>			

OBJETIVO NACIONAL	OBJETIVOS SECTORIALES	
<p>“Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional”</p>	<p>7 De promoción y comercialización integrada</p>	<p>8 De demanda turística doméstica e internacional</p>
<p>ESTRATEGIAS DE LA POLÍTICA PÚBLICA DEL SECTOR TURISMO</p>		
<p>1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza en las zonas con atractivos turísticos competitivos. Crear condiciones de certeza jurídica para las nuevas inversiones en los destinos turísticos del país, así como acciones para consolidar las existentes. La política turística considerará programas de desarrollo de una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo turismo de naturaleza, turismo rural y turismo de aventura, con la participación de las secretarías y organismos del gobierno federal que apoyan proyectos de desarrollo turístico en las zonas rurales e indígenas. En este proceso se deberá hacer converger programas como el financiamiento y capacitación a MIPyMEs.</p>	<p>Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.</p>	<p>Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.</p>
<p>2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral. Orientar los esfuerzos de la política turística y de las actividades de las entidades públicas del gobierno federal que incidan directa o indirectamente en el desarrollo del turismo hacia la competitividad nacional e internacional de las empresas, productos y atractivos turísticos del país, en un marco de sustentabilidad económica y social y coordinación con el sector privado.</p>		
<p>3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista. Desarrollar programas de promoción en los mercados y segmentos turísticos de mayor rentabilidad fortaleciendo los programas de información, asistencia y seguridad al turista.</p>		
<p>4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo. Promover junto con el Poder Legislativo, las comunidades y las empresas del sector, la actualización del marco legal para el desarrollo sustentable del sector e impulsar normas que garanticen la prestación de servicios turísticos competitivos.</p>		
<p>6. Asegurar un desarrollo turístico integral. El sector turístico requiere de estrategias que permitan aprovechar todo el potencial de crecimiento. Para ello, es necesario que el desarrollo del sector sea incluyente en lo referente a las condiciones de vida de las poblaciones locales donde se ubique la actividad.</p>		



3.2 Indicadores y Metas a 2012 por objetivo

3.2 Indicadores y Metas a 2012 por objetivo

El cumplimiento de los objetivos establecidos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 es un compromiso para elevar su competitividad y que sea un factor de desarrollo y mejora de las condiciones de vida de los habitantes de las comunidades donde se desarrolla esta actividad.

La medición de los avances a través de indicadores permitirá evaluar el avance en su cumplimiento y en su caso realizar las acciones pertinentes para alcanzarlas.

OBJETIVO 1

Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permitan a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Subíndice de Ambiente para Negocios e Infraestructura del Foro Económico Mundial.	Posición 57 del Indicador de Ambiente para Negocios e Infraestructura con cinco indicadores: 32, 62, 47, 66 y 85 respectivamente.	Posición 50 del IANI de acuerdo a las propuestas planteadas.

OBJETIVO 2

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Índice de competitividad de la industria del turismo del Foro Económico Mundial.	Posición 49 en el índice de competitividad de la industria del turismo, ejes: marco regulatorio; medio ambiente para los negocios e infraestructura; y recursos humanos, culturales y naturales. Con posiciones de 48, 57 y 50 respectivamente.	Posición 39 del Índice de Competitividad de la Industria del Turismo de acuerdo a sus componentes competitivos y de tendencias.
Inversión pública detonada mediante Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos	3 456 millones de pesos en el periodo 2001-2006	6 000 millones de pesos en el periodo 2007-2012 (sujeta al presupuesto autorizado por el Congreso Federal)
Inversión pública y privada en turismo para los estados con nivel de pobreza patrimonial más de diez puntos porcentuales superior al promedio nacional.	3 350 millones de dólares de inversión pública y privada en el periodo 2001-2006 en los ocho estados en estas condiciones.	5 802 millones de dólares de inversión pública y privada en los ocho estados en estas condiciones (Guerrero, Chiapas, Durango, Tabasco, Veracruz, Puebla, San Luis Potosí y Oaxaca) en el periodo 2007-2012.

OBJETIVO 3

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Subíndice del Marco Regulatorio del Foro Económico Mundial que considera: Marco Normativo, Regulación Ambiental, Seguridad, Salud, Higiene y Turismo como prioridad.	Posición 48 en cinco indicadores con rangos de 33, 47, 104, 49 y 29 respectivamente.	Posición 40 del Índice del Marco regulatorio (IMR) por acciones directas al indicador de seguridad.
Índice de Regulación Ambiental del Foro Económico Mundial que considera: exigencia en la aplicación y claridad de las normas y percepción sobre la prioridad del Estado en materia de turismo sustentable.	Posición 47 en tres indicadores con posiciones de 49, 51 y 43 respectivamente.	Posición 45 del Índice de Regulación Ambiental de acuerdo a las mejoras propuestas.

OBJETIVO 4

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turís-

ticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Inversión total privada en el sector turístico.	12 833 millones de dólares en el sexenio 2001–2006.	20 mil millones de dólares en inversión privada en el periodo 2007–2012.
Índice sobre Normas y Políticas de Regulación del Foro Económico Mundial, que considera: restricciones a la propiedad extranjera, protección a los derechos de propiedad, reglas para la inversión extranjera directa, requerimientos de visa y apertura de acuerdos bilaterales aéreos.	Posición 33 en tres indicadores: 31, 60, 38, 15 y 21 respectivamente.	Posición 30 sobre las normas y políticas de regulación, de acuerdo a las acciones relacionadas con la propiedad y la inversión extranjera directa.

OBJETIVO 5

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de em-

pleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo, con enfoque de igualdad de género.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Registros nuevos por año de trabajadores asegurados en el sector turismo.	2 220 000 trabajadores asegurados del sector turismo en el año 2006. Registros administrativos de trabajadores asegurados permanentes y eventuales en el IMSS.	Registro de 125 mil nuevos trabajadores asegurados en turismo en el año 2012.
Porcentaje de mujeres ocupadas en el sector turismo	46.8% INEGI Censos económicos 2004	50%

OBJETIVO 6

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atracción de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, investigación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Gasto medio de los turistas internacionales a México.	447.7 dólares americanos por turista.	472 dólares americanos por turista.
Gasto medio de los turistas de internación hacia México.	710 dólares americanos por turista.	822 dólares americanos por turista.
Número de turistas domésticos.	140.6 millones de turistas.	165.8 millones de turistas.
Número de turistas internacionales.	21 millones 353 mil turistas por año (compuesto por 12 millones 608 mil turistas de internación y 8 millones 975 mil turistas fronterizos).	28.9 millones de turistas, tasa promedio anual 5.7% (compuesto por 15 millones 451 mil turistas de internación y 13 millones 449 mil turistas fronterizos).

OBJETIVO 7

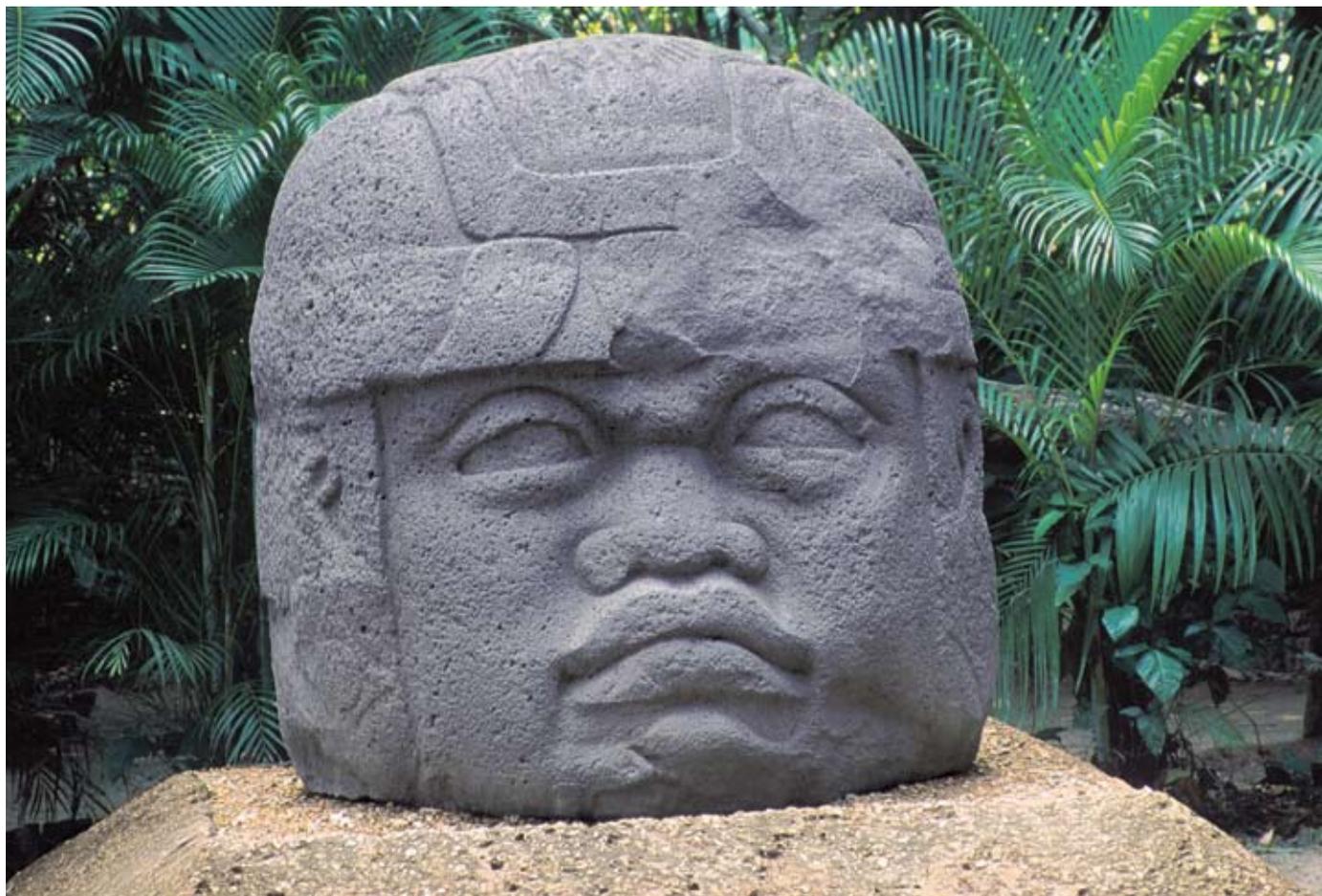
Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Incremento de la eficiencia publicitaria internacional: Inversión publicitaria por turista internacional. Incluye gasto institucional y cooperativo.	42.84 pesos por turista internacional.	39.2 pesos por turista internacional, equivalente a mejorar en 8.4% la eficiencia publicitaria en el período 2007-2012 (Sobre la base de la inversión en publicidad realizada en 2006, sin considerar incrementos al presupuesto anual).
Incremento de la eficiencia publicitaria nacional: Inversión publicitaria por turista doméstico. Incluye gasto institucional y cooperativo.	2.60 pesos por turista doméstico.	2.38 pesos por turista doméstico, equivalente a mejorar en 8.4% la eficiencia publicitaria en el período 2007-2012 (Sobre la base de la inversión en publicidad realizada en 2006, sin considerar incrementos al presupuesto anual).

OBJETIVO 8

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.

INDICADOR	SITUACIÓN 2006	META 2012
Ingreso anual de divisas por visitantes internacionales.	12 176 millones de dólares.	17 000 millones de dólares.
Ingreso anual de divisas por turistas internacionales.	9 559 millones de dólares.	13 641 millones de dólares.
Ingresos anuales de divisas por el gasto de los turistas de internación.	8 954 millones de dólares.	12 700 millones de dólares.
Ingreso anual de divisas por el gasto de los turistas fronterizos.	605 millones de dólares.	941 millones de dólares.
Consumo por derrama de turismo doméstico.	697 010 millones de pesos.	918 mil millones de pesos.
Crecimiento anual del PIB Turístico.	2.2% (576 157 millones de pesos en 2005). Cuenta Satélite INEGI 2003.	Creecer al 5% en el año 2012.



4. Las Estrategias y Líneas de Acción

4. Las Estrategias y Líneas de Acción

Existe implícita una filosofía de gobierno que se traduce en criterios de política que deben incidir en todas las acciones de gobierno en materia turística, convirtiéndose en referentes fundamentales para jerarquizar y discriminar decisiones:

Criterios de la Política Turística

- Fomentar la competitividad integral de la oferta turística.
- Maximizar equilibradamente los beneficios económicos, ambientales y sociales.
- Impulsar el carácter horizontal, colaborativo y participativo de las iniciativas de gobierno en sus tres órdenes –federal, estatal y municipal– partiendo de realidades locales y regionales.

La naturaleza misma de las actividades vinculadas con el turismo implica transversalidad de las estrategias y acciones para el logro de los objetivos: una misma estrategia puede contribuir al logro de uno o varios objetivos; una misma acción contribuye para lograr diversos objetivos y estrategias.

Por ello, en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, se plantean un conjunto de acciones vinculadas entre sí y que conforman programas instrumentales en diversos ámbitos, en algunos casos se propone la continuidad de los programas que se han venido realizando, con algunos ajustes, en otros casos son nuevos planteamientos que atienden nuevas realidades.

Son programas instrumentales:

- a) Mejora Regulatoria.
- b) Inversión Pública en Infraestructura y Equipamiento.
- c) Financiamiento y Asistencia Técnica.
- d) Regionalización de Acciones e Instrumentos.
- e) Evaluación: Gestión para Resultados.

Las características de los Programas Instrumentales son:

a) Mejora Regulatoria.

Este programa se estructura sobre la base de los diagnósticos y avances existentes en las actividades de la Secretaría de Turismo –Proyecto Nacional de Facilitación Turística– y quedará vinculado a los procesos de revisión y eventual publicación de una nueva Ley General de Turismo y los cambios que implica a otras disposiciones legales y normativas aplicables.

b) Inversión Pública en Infraestructura y Equipamiento.

Este Programa reconoce la responsabilidad del Fondo Nacional de Fomento al Turismo y se vincula con el Programa Nacional de Infraestructura 2007-2012, pero no se limita a él. El Programa implica la consolidación del diagnóstico de necesidades de infraestructura y equipamiento, de acuerdo con los objetivos de desarrollo regional e integración de oferta competitiva.

c) Financiamiento y Asistencia Técnica.

El Programa Instrumental de Financiamiento y Asistencia Técnica integrará los recursos disponibles para el desarrollo del turismo, en las entidades públicas nacionales, de cooperación internacional, organismos privados y otras organizaciones no gubernamentales.

El Programa establecerá las reglas de operación considerando las orientaciones del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y con apego a los criterios de fomentar la competitividad integral de la oferta turística; la maximización equilibrada de los beneficios económicos, ambientales y sociales.

d) Regionalización de Acciones e Instrumentos.

El Programa de regionalización de acciones e instrumentos será el referente para la reingeniería de las instancias federales de turismo.

Este Programa atenderá el criterio de impulsar el carácter horizontal, colaborativo y participativo de las iniciativas de gobierno, partiendo de realidades locales y regionales. El Programa quedará a cargo de la Secretaría de Turismo.

e) Evaluación: Gestión para Resultados

Este Programa se vincula con los criterios establecidos por la Presidencia de la República, para el ejercicio del gasto público. Las definiciones para avanzar en este propósito son:

- a) Impulsar la estrategia de la Gestión Pública para Resultados.
- b) Definir e implantar las bases para el Presupuesto basado en Resultados, como un instrumento que permita:
 - I. Vincular los programas presupuestarios y los ob-

jetivos estratégicos de las dependencias y entidades con el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012 y sus programas.

II. Implantar la matriz de indicadores como una herramienta de planeación estratégica para los programas presupuestarios que genere los indicadores, estratégicos y de gestión, que permitirán evaluar el logro de los resultados.

III. Mejorar la programación para orientarla a resultados.

IV. Incentivar una nueva dinámica organizacional al interior de las dependencias y entidades, vinculando las unidades y áreas responsables de la planeación, programación, presupuesto y evaluación, con las unidades administrativas en cargadas de los programas presupuestarios.

c) Establecer la estructura básica del Sistema de Evaluación del Desempeño (SED) y sus principales componentes:

I. Evaluación para resultados de las políticas públicas y programas presupuestarios.

II. Promover la eficiencia y eficacia institucional mediante un programa de mejoramiento de la gestión pública de mediano plazo, para modernizar y mejorar la prestación de los servicios públicos.

De acuerdo a lo dispuesto por la Presidencia de la República y las entidades globalizadoras de la Administración Pública Federal, la Secretaría de Turismo y sus entidades sectorizadas deberán observar la administración por resultados, para cumplir con oportunidad y eficiencia las metas y objetivos previstos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012 y sus respectivos programas presupuestarios anuales.

Para ello, el proceso de programación-presupuestación se deberá realizar bajo el enfoque de Gestión para Resultados que:

- I. Usa información del desempeño para mejorar la toma de decisiones.
- II. Incluye herramientas de planeación estratégica, uso de modelos lógicos, monitoreo y la evaluación de los resultados.

Los principios en que se basa la Gestión para Resultados se aplican a cualquier nivel: nacional, sectorial, regional, institucional, de programa, de proyecto y actividades del sector público, bajo los cinco principios siguientes:

- a) Centrar las decisiones en los resultados: que el foco de atención y la toma de decisiones se mantengan siempre en los resultados en todas las etapas del proceso presupuestario: planeación, programación, presupuestación, ejercicio, control, seguimiento, evaluación y rendición de cuentas.
- b) Alinear la planeación estratégica, la programación, el monitoreo y la evaluación con los resultados: estos elementos deben diseñarse y alinearse dinámicamente para apoyar el logro de los resultados.
- c) Mantener la medición e información sencillas: los sistemas de información y de indicadores deben estar orientados a resultados, ser factibles de recopilar, susceptibles de comparar, oportunos, de bajo costo y sencillos de utilizar.
- d) Gestionar para, no por, resultados: significa concentrarse en los resultados y efectos deseados, y no solamente en los insumos y procesos requeridos para su consecución. Lo anterior implica un cambio en la visión de cómo debe realizarse la gestión pública.

e) Usar la información de resultados para el aprendizaje, la toma de decisiones y la rendición de cuentas: la información y experiencia adquirida deben utilizarse de manera sistemática en la toma de decisiones para el mejoramiento continuo de los programas y la gestión pública, la asignación de recursos y el logro de resultados. La información de resultados será el elemento fundamental para la rendición de cuentas y la transparencia.

En este marco, el Presupuesto basado en Resultados es un instrumento de la Gestión para Resultados y consiste en un conjunto de actividades y herramientas que permitirá que las decisiones involucradas en el proceso presupuestario incorporen, sistemáticamente, consideraciones sobre los resultados obtenidos y esperados de la aplicación de los recursos públicos, y que motiven a las dependencias y entidades a lograrlos, con el objeto de mejorar la calidad del gasto público federal y la rendición de cuentas.

El Presupuesto basado en Resultados pretende que las definiciones de los programas presupuestarios se deriven de un proceso secuencial alineado con la planeación-programación, estableciendo objetivos, metas e indicadores en esta lógica, a efecto de hacer más eficiente la asignación de recursos, considerando la evaluación de los resultados alcanzados y la manera en que las dependencias y entidades ejercen los recursos públicos.

Por ello es indispensable que se desarrolle un proceso de reingeniería de las instancias públicas federales del sector turismo para que se puedan poner en práctica la Gestión para Resultados y su reflejo en el Presupuesto basado en Resultados.

La responsabilidad de este programa de Evaluación es de la Secretaría de Turismo, a través de la Unidad

Técnica de Evaluación, con el apoyo de las áreas de innovación y calidad, así como de las instancias sectorizadas. Un instrumento de este programa será el Comité Técnico de Estadísticas del Sector Turismo, que se constituye en un proveedor fundamental de insumos para la evaluación de los resultados y las actividades que realiza el área de Información y Análisis de la Secretaría de Turismo.



4.1 La reingeniería institucional del Sector

4.1 La reingeniería institucional del Sector

Para atender los requerimientos de la nueva filosofía de Evaluación del Desempeño, a la vez de poder operar adecuadamente los programas instrumentales y lograr los objetivos y metas del Programa Sectorial de Turismo 2007-2012; es necesario recuperar la capacidad de fomento y orientación del desarrollo turístico desde la Secretaría de Turismo y sus entidades sectorizadas.

Esto implica desarrollar una nueva visión de su papel, potenciar los avances registrados en los últimos años y orientar los recursos presupuestales y estructuras operativas a fortalecer la capacidad de planeación, programación, presupuestación, coordinación, gestión y evaluación mediante indicadores que reflejen de la mejor manera el avance del sector hacia el logro de sus objetivos, y no sólo el registro administrativo de las acciones.

La Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el Consejo de Promoción Turística de México y el Centro de Estudios Superiores en Turismo, son las instancias de las que dispone el Gobierno Federal para realizar su gestión en el ámbito del turismo. Las características más relevantes de su situación actual son:

- Limitada capacidad de gestión por restricciones de la estructura operativa y marcos normativos, que limitan el desarrollo adecuado de sus funciones en particular del CPTM.
- Descoordinación y duplicidad de las acciones con liderazgo acotado en el sector turístico estatal y municipal.

- Recursos presupuestales limitados para las actividades de fomento productivo y medición de resultados de la gestión pública.
- Medición de resultados por registro de acciones puntuales de las estructuras administrativas, más que por resultados en la estructura de funcionamiento y desempeño de las actividades relacionadas con el turismo.

La estructura actual es limitada en su capacidad de respuesta de cara a los retos del desarrollo turístico de México que se plantean en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012. Los criterios que se proponen para la reingeniería del sector y que deberán quedar reflejados en los cambios a la legislación y normatividad vigente, deben hacer efectiva una reingeniería de las entidades federales del sector turismo con las siguientes características:

Criterios para la Reingeniería Institucional del Sector

- Ser instrumento político y técnico para el desarrollo del turismo.
- Fortalecer la capacidad de operar la política turística nacional mediante figuras regionales flexibles e incluyentes.
- Fomentar la creación de unidades especializadas que den continuidad a las políticas y criterios de trabajo.

- Articular los esfuerzos de las áreas ejecutoras, con una única visión y evitando la competencia, duplicidad y traslape de funciones.
- Evaluar la gestión pública para lograr resultados.
- Estimular la consolidación del federalismo.
- Establecer vínculos efectivos de colaboración entre sector privado, instancias del sector público y sector social.

La Secretaría de Turismo, el Fondo Nacional de Fomento al Turismo, el Consejo de Promoción Turística de México y el Centro de Estudios Superiores en Turismo iniciarán una revisión de sus funciones y estructuras de trabajo a partir de estos criterios para hacer operativas las estrategias que se establecen en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, así como operar los instrumentos de política que implica cada estrategia.

De cara al ejercicio de presupuestación anual quedará establecido el Sistema de Evaluación del Desempeño (SED), que refleje la reingeniería funcional, operativa y programática.

El SED se entenderá como el conjunto de elementos metodológicos que permiten realizar una valoración objetiva del desempeño de los programas, bajo los principios de verificación del grado de cumplimiento de las metas y objetivos, con base en indicadores estratégicos y de gestión que permitan conocer el impacto social de los programas y proyectos.

Los componentes principales del SED son:

- a) Una evaluación objetiva de los programas presupuestarios, a través de la verificación del grado de cumplimiento de objetivos y metas, con base en indicadores estratégicos y de gestión, que permitan conocer los resultados de la aplicación de los

recursos públicos y orientar futuras asignaciones presupuestarias.

- b) Una evaluación permanente del funcionamiento y resultados de las instituciones que permita que el sector público eleve sustancialmente su eficiencia y eficacia, a través de una serie de acciones que modernicen y mejoren la prestación de los servicios públicos, promuevan la productividad en el desempeño de las funciones de las dependencias y entidades y reduzcan gastos de operación.

Para avanzar en el SED, la Secretaría de Turismo y sus entidades aprovecharán los avances existentes en el Sistema de Indicadores del Consejo de Promoción Turística, que ya ha sido sancionado por la Auditoría Superior de la Federación, así como instrumentos como las encuestas de Perfil y Grado de Satisfacción de los Turistas, encuestas de Monitoreo de Campañas Publicitarias, los sistemas de encuestas de Medición de Turismo Internacional y Doméstico, y otras que puedan consolidar un sistema de información estadística y de información de mercados.

En el mismo sentido, se consolidarán los trabajos de medición económica del turismo, a través de los instrumentos que alimentan la Cuenta Satélite del Sector y las demás herramientas que generan la estadística social y económica nacional.



4.2 Las Estrategias y Líneas de Acción por Objetivo

4.2 Las Estrategias y Líneas de Acción por Objetivo



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicación de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.1. Garantizar la concurrencia de políticas públicas

Objetivo 1

De concurrencia de políticas públicas

Impulsar ante las dependencias en concurrencia las acciones necesarias para fortalecer las condiciones de accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y las políticas de sustentabilidad ambiental, económica y social que permiten a la oferta turística lograr resultados más rentables y con mayor productividad.

Por objetivo sectorial, las estrategias y líneas de acción identificadas tendrán solución de continuidad en cada uno de los programas operativos anuales y la apertura programática correspondiente, de acuerdo a lo señalado en los criterios de política y ejercicio del presupuesto: Gestión para Resultados; Presupuesto basado en Resultados y el Sistema de Evaluación del Desempeño.

1.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

1.1.1. Integración de la Mesa de Concurrencia para el ejercicio del presupuesto público y acciones del gobierno federal, bajo la coordinación directa del Secretario de Turismo y un secretario ejecutivo que tendrá como única tarea la Integración de expedientes técnicos, el seguimiento de acuerdos, verificación de cumplimiento de obras, inversiones, equipamientos y metas acordadas.

1.1.2. Subir al más alto nivel de coordinación inter-institucional y de coordinación entre federación, estados y municipios el tema de turismo con reuniones periódicas de análisis y revisión de temas de concurrencia y transversalidad.

1.1.3. Fomentar y fortalecer los mecanismos de coordinación y gestión, con las diferentes dependencias del Gobierno Federal, que participan en el desarrollo y consolidación de los programas y acciones que impulse la Secretaría y sus órganos sectorizados y desconcentrado.

1.1.4. Creación de un fondo sectorial para la investigación aplicada en el sector turismo con la concurrencia de las entidades públicas federales vinculadas al desarrollo del turismo en México, en sus diferentes aspectos.

1.2. INSTRUMENTOS

1.2.1. Ley Federal de Turismo y disposiciones asociadas; Consejo Consultivo de Turismo, Comisión Ejecutiva de Turismo, Consejos y Comités Regionales, Comités Estatales y Municipales de Turismo en sus diversas modalidades, incluyendo a los Comités Locales de Cruceros y de Agenda XXI.

1.2.2. Convenios de Coordinación y de Reasignación de Recursos; COPLADE y COPLADEM o sus equivalentes en cada entidad y Municipio. Red de Funcionarios Estatales y de Presidentes de Municipios Turísticos.

1.2.3. Promover en el gabinete de Infraestructura y Turismo la discusión y la propuesta de soluciones a los temas de importancia para el turismo como: a) Infraestructura aeroportuaria, b) Infraestructura carretera, c) Infraestructura portuaria, d) Infraestructura urbana, e) Ordenamiento territorial y medio ambiente.

1.2.4. Convenios de colaboración con dependencias y entidades del gobierno federal para el desarrollo de productos turísticos tradicionales y especializados.

1.2.5. Agendas de transversalidad entre la SECTUR y las entidades de la Administración Pública Federal relacionadas con la accesibilidad a los destinos turísticos del país; las condiciones de conectividad y la sustentabilidad ambiental, económica y social que incidan en el desarrollo de una oferta turística rentable y productiva.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicaciones de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.2. Orientar la política turística hacia el desarrollo regional

2.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

2.1.1. Vinculación transversal de todas las acciones de planeación del desarrollo en las instancias de la SECTUR, FONATUR, CPTM y CESTUR para la reingeniería de sus funciones; que: asigne y optimice presu-

Objetivo 2

De Desarrollo regional

Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

puestos; fortalezca las estructuras operativas y que intervenga para favorecer el desarrollo regional.

2.1.2. Revisión de las estrategias regionales de los Centros Integralmente Planeados (CIP's) de FONATUR y de nuevos centros turísticos, incluyendo estrategias de lanzamiento, fortalecimientos y diversificación, con criterios de desarrollo regional.

2.1.3. Identificación y priorización de inversiones y acciones de política pública con criterios regionales de fortalecimiento y diversificación.

2.1.4. Identificación y priorización de inversiones y acciones de política con criterios regionales de impulso a zonas marginadas.

2.1.5. Actualización y ampliación del Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano, mediante la evolución de la metodología de indicadores y el desarrollo de la

capacidad de respuesta *in situ* para el seguimiento, verificación del cumplimiento de metas y su integración a los planes de desarrollo de los destinos turísticos.

2.1.6. Promoción de acciones de adaptación y mitigación de los efectos del cambio climático en los destinos turísticos principalmente en las costas.

2.1.7. Participación en los programas de investigación, sobre las causas y efectos de los fenómenos naturales, el perfeccionamiento de monitoreo y alertamiento de la población y los turistas en los destinos turísticos más vulnerables del país.

2.1.8. Perfeccionar los criterios de operación de los Convenios de Coordinación en materia de Reasignación de Recursos, de manera que se apoyen proyectos que obedezcan a esquemas de Planeación o de Prioridades Estratégicas regionales.

2.1.9. Fomentar que se generen las sinergias con el CPTM y FONATUR, para evaluar y en su caso rediseñar sobre la base de su evolución, cobertura geográfica y desempeño en los mercados, los programas regionales “Centros de Playa”, “Mundo Maya”, “Tesoros Coloniales”, “Ruta de los Dioses”, “Frontera Norte” y “En el Corazón de México”.

2.2. INSTRUMENTOS

2.2.1. Programas regionales de desarrollo con criterios geográficos, sociodemográficos, económicos y de accesibilidad: centros de distribución, complementarios, áreas de excursión de un día e integración de co-

rredores principales y complementarios; y considerando las diferentes modalidades de transporte: carretero, náutico, aéreo, y las diferentes combinaciones de interés para los mercados.

2.2.2. Ley Federal de Turismo y disposiciones asociadas; Consejo Consultivo; Comisión Ejecutiva de Turismo, Consejos y Comités Regionales, Estatales y Municipales de Turismo en sus diversas modalidades.

2.2.3. Convenios de Reasignación de Recursos SECTUR-Entidades federativas, dando cabida a la dimensión regional (interestatal e intermunicipal) y bajo criterios de potenciación de recursos estatales y municipales, así como con otras fuentes; selección estratégica de los proyectos a apoyar, en congruencia con los objetivos de la política sectorial del país; permanencia en el tiempo, dividiendo en etapas los proyectos para hacer factibles su concreción.

2.2.4. Programa de Trabajo de FONATUR en su vertiente de asistencia técnica a regiones, estados y municipios.

2.2.5. Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano.

2.2.6. Manual de criterios, estrategias de capacitación y divulgación con recomendaciones de Protección Civil para prestadores de servicios turísticos y turistas ante situaciones de emergencia.

2.2.7. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente desarrollo regional e impactos del turismo.

2.2.8. Programas especializados sobre impactos de fenómenos naturales.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicación de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.3.1. Fortalecer la concurrencia legal y normativa e impulsar la cultura de la legalidad en el sector

3.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

3.1.1. Modificación al Marco Legal: Ley General de Turismo.

3.1.2. Participación en la revisión y elaboración de las Normas Oficiales Mexicanas (NOM).

Objetivo 3

De concurrencia legal y normativa

Actualizar y fortalecer la gestión del marco legal y regulatorio del sector y las disposiciones concurrentes relacionadas con la regulación ambiental, laboral, de inversión pública y privada, educación, seguridad pública, salud e higiene, para contribuir al aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales, el fomento a la inversión privada y social, así como el bienestar de las poblaciones residentes en destinos turísticos.

3.1.3. Participación en la revisión y elaboración del marco legal y normativo vinculando disposiciones legales que incidan en el desarrollo turístico del país.

3.1.4. Desarrollo del Proyecto Nacional de Normalización Turística.

3.1.5. Desarrollo del Proyecto Nacional de Facilitación Turística.

3.1.6. Desarrollo de acciones preventivas y correctivas, para impulsar el cumplimiento de la legislación y normativa turística federal.

3.1.7. Revisión de los instrumentos jurídicos vigentes en materia de descentralización de facultades de verificación a los gobiernos estatales, así como el diseño de nuevos mecanismos.

3.1.8. Desarrollar ventanillas únicas que faciliten y promuevan proyectos productivos, micros, pequeños y medianos a nivel regional.

3.1.9. Establecer un programa de mejora de la gestión del sector turismo.

3.1.10. Fomentar la ética en la prestación de los servicios turísticos estableciendo programas preventivos y educativos referentes a la trata de personas en el turismo, especialmente la que afecta a los menores de edad, en coordinación con otras dependencias y con los tres órdenes de gobierno, involucrando la participación del sector empresarial y de la sociedad civil.

3.2. INSTRUMENTOS.

3.2.1. Mesa de trabajo con el H. Congreso de la Unión y los sectores público, privado y social para impulsar los criterios de la política turística nacional con visión de largo plazo, la reingeniería institucional, el fortalecimiento de los instrumentos y programa del sector y a la creación de nuevos instrumentos y programas pertinentes.

3.2.2. Consejo Consultivo de Turismo y Comisión Ejecutiva de Turismo.

3.2.3. Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística.

3.2.4. Comités consultivos de normalización de otras entidades de la administración pública federal.

3.2.5. Acuerdos de descentralización en materia de verificación que incluyan nuevos mecanismos de coordinación entre la Federación y los Gobiernos Estatales, así como asignación de recursos para la verificación y vigilancia de los prestadores de servicios turísticos.

3.2.6. Convenios de Reasignación de Recursos: seguimiento y verificación del cumplimiento de los proyectos contemplados en los convenios.

3.2.7. Programas preventivos y educativos referentes a la trata de personas y participación del sector empresarial y de la sociedad civil, en la Comisión Intersecretarial para la Prevención y Combate a la Trata de Personas.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructura y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicación de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.4. Rediseñar los instrumentos de política hacia el fomento productivo

4.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

4.1.1. Diversificación y consolidación de la oferta turística, a través del desarrollo de productos turísticos en las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que

Objetivo 4

De oferta competitiva

Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollo turísticos apoyando con planes de financiamiento asesoría técnica y planificación para regiones estados, municipios y destinos.

se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.1.2. Impulsar la integración de circuitos y rutas temáticas y regionales donde se integren las diversas categorías de productos en las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.1.3. Vinculación transversal de todas las acciones de planeación y desarrollo de oferta competitiva en las instancias de la SECTUR, FONATUR, CPTM y CESTUR.

4.1.4. Integración de programas, acciones e instrumentos de fomento a la oferta como los programas tecnológicos, de asistencia técnica y financiamiento (MIPyMEs).

4.1.5. Sistematización y socialización de la información estratégica sobre el desarrollo turístico del país, su evolución, perspectivas y competitividad entre otros.

4.2. INSTRUMENTOS

4.2.1. Programas para el desarrollo de las categorías de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural –que incluye el Programa Pueblos Mágicos–, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

4.2.2. Clubes de producto por categorías y regiones.

4.2.3. Bases y convenios de colaboración con las instancias federales relacionadas con las categorías de producto.

4.2.4. Fondo de Apoyo para el Desarrollo de Ofertas Competitivas, que incorpore los programas de Asistencia Técnica y de Financiamiento (MIPyMEs), con reglas de operación congruentes con las orientaciones y prioridades de la política turística nacional.

4.2.5. Clubes de Producto como mecanismos de acceso al Fondo de Apoyo.

4.2.6. Certificación País de productos turísticos.

4.2.7. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente desarrollo de tecnologías, mejoras de proceso y desarrollo empresarial y sistemas de información estratégica.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicación de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.5. Impulsar el empleo de calidad

5.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

5.1.1. Promover la creación del sistema nacional de educación y capacitación turística, en coordinación con la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STyPS), con criterios regionales y de especialización, para favorecer la competitividad del capital humano del sector turismo,

Objetivo 5

De empleo de calidad

Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo, con enfoque de igualdad de género.

de acuerdo con las prioridades de la política turística nacional y las necesidades del mercado laboral.

5.1.2. Incorporar al sistema de educación y capacitación turística, programas de actualización para ejecutivos y directivos de empresas turísticas y de organismos públicos.

5.1.3. Propiciar la vinculación de las instancias de educación media superior y superior relacionados con el turismo a los programas de fomento al empleo y otros de naturaleza similar de los gobiernos federal, estatal y municipal.

5.1.4. Fomentar la igualdad entre hombres y mujeres en el mercado laboral del sector turismo.

5.1.5. Incorporar el concepto de género en los sistemas de información estadística del empleo en el Sector.

5.1.6. Promover la acreditación y/o certificación de instituciones de enseñanza turística, planes y programas de estudio, competencias laborales de prestadores de servicios turísticos, y de profesionales del turismo.

5.1.7. Promover la prevención y condena de la explotación sexual en los centros de trabajo relacionados con el Sector Turismo.

5.2 INSTRUMENTOS.

5.2.1. Mesa de coordinación con el sector laboral y privado.

5.2.2. Programa de estímulos al empleo en zonas prioritarias de desarrollo turístico.

5.2.3. Certificación de condiciones de trabajo y de equidad de género.

5.2.4. Bases de coordinación con la SEP y la STyPS.

5.2.5. Bases de coordinación con instancias como la Asociación Nacional de Universidades e Institutos de

Educación Superior (ANUIES) y la Federación de Instituciones Mexicanas Particulares de Educación Superior (FIMPES), el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior (CENEVAL) y otras que incidan en la formación y certificación educativa de capacitación.

5.2.6. Sistema Nacional de Educación y Capacitación Turística y los programas específicos aplicados con criterios acordes a los establecidos en la política turística nacional.

5.2.7. Bases de colaboración entre organismos públicos (DIF, INAMI, SER y PGR) cámaras, asociaciones y sindicatos para prevenir la explotación sexual en los centros de trabajo vinculados con el sector turismo.

5.2.8. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente condiciones laborales y competitividad sectorial.



Objetivo 6

De fomento productivo

Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales, para aumentar la atractividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, investigación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.

PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicaciones de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.6. Desarrollar oferta competitiva

6.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

6.1.1. Creación de cajones y líneas de financiamientos para el desarrollo de la oferta en los términos de las orientaciones y prioridades del sector.

6.1.2. Organización de los programas de apoyo al turismo en las diferentes instancias y órdenes de gobierno.

6.1.3. Ampliación de las capacidades de respuesta de la ventanilla única para inversionistas incorporando proyectos privados y sociales.

6.1.4 Integración de programas de cultura turística para fortalecer la gestión competitiva de empresas y destinos, de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

6.1.5. Colaboración en el fortalecimiento de la competitividad de destinos y regiones turísticas, a través de la identificación, diseño y desarrollo de nuevos productos y circuitos turísticos para enriquecer la oferta turística, de acuerdo con los criterios de la política turística nacional.

6.1.6. Consolidación de destinos turísticos y desarrollo de nuevos centros turísticos en sitios con amplio potencial de desarrollo.

6.1.7 Fortalecimiento de las acciones de mantenimiento de centros turísticos.

6.1.8. Atracción de inversión turística para el desarrollo de nueva oferta.

6.1.9 Contribución con transferencia de tecnología al desarrollo de la oferta turística en regiones, estados, municipios, empresas privadas y sociales y otros actores relacionados.

6.2. INSTRUMENTOS.

6.2.1. Fondo de Apoyo para el Desarrollo de Ofertas Competitivas con reglas de operación que privilegien proyectos privados y comunitarios con mayor atraktividad para los segmentos de mercado que tengan una mejor relación costo–beneficio (mayor gasto medio, empleos mejor remunerados, accesos a sectores marginados de la población y desarrollo regional).

6.2.2. Programa de mantenimiento de los centros turísticos integralmente planeados de FONATUR.

6.2.3 Programa de FONATUR para el desarrollo de nuevos centros turísticos.

6.2.4. Bolsa Mexicana de Inversión Inmobiliaria y Turística de FONATUR.

6.2.5. Acuerdos interinstitucionales para hacer operativa la ventanilla única ante inversionistas.

6.2.6. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente impacto de programas y acciones de fomento y gasto público en el desarrollo de la oferta competitiva.

6.2.7. Programa de Investigación Turística.

6.2.8. Programas de sensibilización para motivar el buen trato al turista, la calidad de los servicios y el cuidado del patrimonio turístico.

6.2.9. Programa de apoyo a la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME) turística.

6.2.10. Programa de Calidad Moderniza (Distintivo M) y Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos (Distintivo H).

6.2.11. Implementación del Sistema de Apertura Rápida de empresas con orientación turística (SARES Turísticos).

6.2.12. Inventario Nacional de Atractivos y Productos Turísticos de México.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora regulatoria; b) Inversión pública en infraestructuras y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicaciones de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.7. Integrar eficazmente los instrumentos de promoción y comercialización sobre la base de las fortalezas de la Marca México

NUEVOS MERCADOS

7.1. LÍNEAS DE ACCIÓN

7.1.1. Creación de canales de comercialización para acceso a mercados de la oferta de turismo de naturaleza y cultural.

Objetivo 7

De promoción y comercialización integrada

Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales, la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

7.1.2. Asistencia técnica para la comercialización de destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias en nichos de naturaleza y cultural.

7.1.3. Acciones especializadas de promoción mediante catálogos especializados que sean incorporados en los canales de venta de los mercados nacionales e internacionales.

7.1.4. Medición de resultados mediante el Sistema de Indicadores.

7.2. INSTRUMENTOS.

7.2.1. Programas de Mercadotecnia y Promoción para los nichos de naturaleza y cultura.

7.2.2. Clubes de Producto de Naturaleza y Cultura.

MERCADOS EXISTENTES

7.3. LÍNEAS DE ACCIÓN

7.3.1. Creación de canales de comercialización para acceso a mercados, incluyendo el rediseño del Tianguis Turístico de México y la estrategia de participación en ferias y eventos de Internet, catálogos, telemarketing y otros aplicables.

7.3.2. Comercialización de circuitos y rutas temáticas de acuerdo a las categorías de producto de sol y playa, turismo de naturaleza, cultural –que incluye el Programa Pueblos Mágicos–, salud, cruceros, reuniones, deportivo, turismo religioso, urbano, turismo social y otros que se consideren pertinentes de acuerdo a los criterios de la política turística nacional.

7.3.3. Asistencia técnica para destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias para la comercialización de la oferta.

7.3.4. Sinergia de acciones de promoción y relaciones públicas.

7.3.5. Creación del sistema nacional de información al turista *in situ* y en la Red nacional de servicios de

atención y seguridad para los turistas, incluyendo la reingeniería de los Ángeles Verdes.

7.3.6. Reforzar la promoción del país, como un destino turístico seguro y atractivo para los visitantes nacionales e internacionales.

7.4. INSTRUMENTOS.

7.4.1. Programas de mercadotecnia y promoción del CPTM que incluyan los mecanismos de comercialización vinculados con clubes de producto.

7.4.2. Clubes de Producto incluyendo circuitos temáticos

7.4.3 Red Nacional de Información y seguridad al Turista *in situ*.

7.4.4. Sistema de evaluación de las acciones de Mercadotecnia y Promoción del CPTM aprobado por la Auditoría Superior de la Federación, que incluye la medición del retorno de la inversión publicitaria.



PROGRAMAS INSTRUMENTALES

a) Mejora Regulatoria; b) Inversión pública en infraestructura y equipamientos; c) Financiamiento y asistencia técnica; d) Regionalización de acciones y aplicación de instrumentos; e) Evaluación.

ESTRATEGIA

E.8. Sostener y diversificar la demanda turística doméstica e internacional con mejores relaciones consumo (gastos del turista) – beneficio (valor de la experiencia, empleos mejor remunerados y desarrollo regional)

8.1 LÍNEAS DE ACCIÓN

8.1.1. Identificación de segmentos de mercado nacionales e internacionales no atendidos y/o emergen-

Objetivo 8

De demanda turística, doméstica e internacional

Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor–precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.

tes, así como sus necesidades de accesibilidad por infraestructuras, equipamientos y de financiamiento al consumo.

8.1.2. Mapeo y monitoreo de segmentos y nichos de mercado convencionales y especializados; actuales y emergentes, nacionales y extranjeros con criterios de tipologías de prácticas de consumo con mejor relación costo-beneficio.

8.1.3. Organización de la investigación de mercados y su socialización para apoyar la toma de decisiones entre entidades públicas, privadas y sociales.

8.1.4. Consolidación de las acciones de sistematización de la información estadística sectorial en su vertiente de mercados.

8.1.5. Crear mecanismos para ampliar la práctica del turismo en el mercado doméstico.

8.1.6. Impulsar programas de turismo para segmentos especializados del turismo doméstico: adultos mayores, jóvenes, estudiantes, discapacitados y otros que se consideren pertinentes.

8.1.7. Fomentar programas de financiamiento a la demanda de turismo doméstico, incluyendo equipamiento especializado para la accesibilidad de los discapacitados.

8.2. INSTRUMENTOS.

8.2.1. Ampliar el Sistema de Información e Investigación de Mercados y de Inteligencia Comercial existente para mercados emergentes, actuales y potenciales actualizando los trabajos existentes de perfil y grado de satisfacción de los turistas, estudios de segmentos, trackings publicitarios y otros de naturaleza similar, y en su caso desarrollando nuevos estudios.

8.2.2. Esquemas cooperativos de investigación de mercados: federación-estados-destinos-empresas, vinculados a los convenios de publicidad cooperativa.

8.2.3. Fondo sectorial para el fomento de la investigación aplicada en el sector del turismo: vertiente estudios de mercado.

8.2.4. Programa de financiamiento al consumo del turismo doméstico, incluyendo instancias como FONACOT y otros similares.

8.2.5. Consejo Nacional y Consejos Estatales de un Turismo para Todos.

8.2.6. Convenios de colaboración con dependencias de los sectores de desarrollo social y educativo, para fomentar la práctica del turismo como una alternativa de utilización positiva del tiempo libre.

DIRECTORIO

Lic. Rodolfo Elizondo Torres

Secretario de Turismo

Lic. Francisco Madrid Flores

Subsecretario de Operación Turística

C. Carolina Cárdenas Sosa

Subsecretaria de Planeación Turística

Lic. Roberto Isaac Hernández

Subsecretario de Innovación y Calidad

Lic. David Espinosa Freyre

Director General de Planeación
Estratégica y Política Sectorial

Ing. Nicolás Cano Ibarra

Director de Planeación Estratégica

