

2.9 TURISMO

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

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

- El 26 de marzo de 2010, la Secretaría de Turismo (SECTUR), en conjunto con la iniciativa privada, gobernadores de los estados, legisladores y universidades, definió tres prioridades para incrementar la competitividad del sector a través de las sesiones de trabajo “Compromisos por el Turismo de México”: incrementar la competitividad del sector turismo al garantizar la experiencia del turista, facilitar el proceso de inversión privada nacional y extranjera en turismo, e impulsar zonas turísticas sustentables. Estas tres prioridades han servido como guía para el desarrollo de las actividades que realiza la SECTUR.
- Durante 2010, con el propósito de consolidar los compromisos con una visión de largo plazo, se llevó a cabo un ejercicio de consulta incluyente con el sector turismo a fin de definir compromisos y acciones concretas y realizables. Estos compromisos son la base para la definición de una política de Estado para los próximos años en la materia y serán parte sustantiva del **Acuerdo Nacional por el Turismo** a suscribir en 2011, considerando como punto de partida los resultados de la actividad turística en 2010.
- **Turismo internacional**
 - En 2010 ingresaron al país 79.9 millones de **visitantes internacionales**, de los cuales 22.4 millones fueron **turistas internacionales** que al menos pernoctaron una noche al interior o en la franja fronteriza de México, 4.4% más que en 2009 y 57.5 millones fueron **excursionistas**.
 - El **turismo de internación** alcanzó 12.8 millones de personas, 8.4% más que en el año previo. Se registraron 9.6 millones de **turistas fronterizos** y 6.3 millones de **excursionistas en cruceros**, 10.5% más que en 2009.
 - De acuerdo al Sistema Integral de Operación Migratoria del Instituto Nacional de Migración, el arribo de **turistas internacionales vía aérea** mostró un incremento de 14.3% en 2010 respecto a 2009, con una llegada total de 9.9 millones de turistas, principalmente de Estados Unidos de América (59.4%) y Canadá (14.7%). Dentro de los primeros 25 países de origen que ingresaron a México por vía aérea, los mayores incrementos anuales, respecto a 2009, los registraron: Rusia (133.9%), Portugal (84.8%), Brasil (72.5%) y Perú (51.6%).
- México captó divisas por visitantes internacionales durante 2010 por 11,871.9 millones de dólares, 5.3% más que en 2009. De este monto 9,893.9 millones de dólares correspondieron a **turistas al interior y fronterizos** (7.3% más que en el año previo), y 1,978 millones de dólares a **excursionistas fronterizos y en crucero**.
 - Las divisas que ingresaron por **turismo de internación** alcanzaron 9,357 millones de dólares, 8.5% más que en 2009, resultado de un gasto medio de 732.5 dólares por estancia.
 - Los **ingresos captados por excursionistas en crucero** ascendieron a 544.6 millones de dólares, 20.3% más respecto al año anterior.
- La **balanza turística** registró un superávit en 2010 por 4,588.4 millones de dólares, 10.7% más que en 2009, con ingresos por 11,871.9 millones de dólares y egresos que se ubicaron en 7,283.5 millones de dólares.
- De acuerdo con cifras preliminares del **Ranking Mundial del Barómetro Turístico**, en 2009 México se ubicó en la décima posición en cuanto a llegada de turistas internacionales y ocupó el vigésimo lugar por divisas captadas.
- **Turismo doméstico**
 - En 2010 el turismo doméstico ascendió a 161 millones de personas, 7.1% más que en el año anterior.
 - El indicador de **llegadas de turistas nacionales a hotel** reportó 61.2 millones de turistas, con un crecimiento de 7.1% respecto al año anterior.
 - Los **pasajeros en vuelos nacionales** sumaron 24.8 millones.
- **Cuenta Satélite del Turismo de México**
 - La actividad turística en México en 2008 medida con el Producto Interno Bruto (PIB) turístico a precios básicos de 2003, representó el 8.7% del total del país, según la “Cuenta Satélite del Turismo de México, 2003-2008”.
 - El mismo documento señala que en 2008 las actividades relacionadas con el turismo generaron 2.5 millones de ocupaciones remuneradas.

• **Inversión privada turística**

- En 2010 la **inversión privada en turismo** sumó 3,526.2 millones de dólares, 19.2% más que en 2009, en apoyo a 869 proyectos. Los destinos de playa captaron 45.6% del total de recursos, la región centro 27% y los proyectos de Mundo Maya y Frontera Norte recibieron 27.4% en conjunto. Del total de la inversión, 82.9% se integró por capital nacional y 17.1% por inversión extranjera.
- En 2010 el **Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos** facilitó a empresarios e inversionistas de micro, pequeñas y medianas empresas el acceso al crédito que ofrecen instituciones de la banca comercial y de desarrollo. Para ello el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) evaluó 25 proyectos, que representan un monto de inversión privada de 195.7 millones de dólares distribuidos entre 15 entidades federativas^{1/}.

- Los **recursos canalizados por el Gobierno Federal a las entidades federativas** durante 2010 ascendieron a 1,525.3 millones de pesos, mediante Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, dicho monto fue 14% superior en términos reales^{2/} a los 1,285.1 millones de pesos canalizados en 2009, y permitió detonar una inversión en el sector por 3,180.4 millones de pesos, 14.9% más en términos reales que en 2009. Ello permitió apoyar 230 proyectos con repercusiones en el fortalecimiento de la oferta turística y el impulso a la generación de empleos.

- En 2010 la **inversión federal en turismo en los ocho estados con mayor pobreza**^{3/} apoyó la ejecución de 60 proyectos turísticos, 20% más que en 2009, con recursos por 338.4 millones de pesos, y la detonación de una inversión por 685.9 millones de pesos, 55.4% y 43.4% más en términos reales que en 2009, respectivamente. La inversión privada realizada en dichas entidades federativas, ascendió en 2010 a 476 millones de dólares, ocho veces lo canalizado en términos reales en el año previo.

1/ Aguascalientes, Baja California Sur, Campeche, Chiapas, Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, Quintana Roo, Sinaloa, Yucatán y Zacatecas.

2/ Las variaciones porcentuales en términos reales de cifras monetarias que se presentan en este apartado se calcularon utilizando como deflactor la variación promedio del índice nacional de precios al consumidor de 2010 respecto a 2009 (1.0416).

3/ Se refiere a las entidades federativas de Chiapas, Durango, Guerrero, Puebla, San Luis Potosí, Oaxaca, Veracruz y Tabasco.

- En apoyo a los ocho estados con mayor índice de marginación, el FONATUR invirtió 540 millones de pesos, con lo cual se estima la generación de 10,800 empleos.
- La **inversión en infraestructura turística** en 2010 a cargo del FONATUR ascendió a 1,308 millones de pesos, lo que permitió la creación de 26,180 empleos.
- Dentro de los esquemas de financiamiento de la SECTUR en coordinación con el Banco Nacional de Comercio Exterior, el **Programa de Financiamiento para el Sector Turismo** canalizó apoyos a 26 empresas por un monto de 171 millones de pesos, dirigidos a micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) turísticas en 2010. Los recursos acumulados de julio de 2007, cuando inició operaciones el programa, a diciembre de 2010, implicaron la atención a 2,456 MIPYMES turísticas con recursos por 1,581.5 millones de pesos.

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

- De acuerdo con cifras preliminares, la **oferta de alojamiento nacional** se conformó por 645,379 cuartos al cierre de 2010, cifra superior en 3.5% a la reportada en 2009.



- La disponibilidad de habitaciones en servicio en los 70 principales destinos pasó de 313.3 mil cuartos de hotel en 2009, a 325.2 mil en 2010, lo que significó un incremento de 3.8%. Cabe señalar que en 59 de los 70 destinos referidos se observaron incrementos anuales en los cuartos disponibles respecto a 2009.
- El número de **cuartos de hotel ocupados** durante 2010, se ubicó en 161,716 cuartos en los principales

centros turísticos del país, 9.9% más respecto al año anterior.

- **Diversificación de la oferta.** Con el propósito de diversificar la oferta y atraer un mayor número de turistas tanto nacionales como extranjeros se delinearón las **Rutas de México**: 10 rutas turísticas identificadas con un tema en común como hilo conductor, en las cuales además de los atractivos tradicionales, se incluyeron los nuevos productos y temas turísticos relacionados a fin de enriquecer la oferta del país.
 - En su lanzamiento participaron operadores de viajes extranjeros y nacionales, así como prensa nacional e internacional. La comercialización tuvo un alcance nacional bajo la coordinación del Consejo de Promoción Turística de México a través de agentes de viajes, portales en línea y globalizadores.

Rutas de México

- La Cultura del Vino y el Acuario del Mundo.
- Los Tarahumaras Milenarios.
- La Magia de las Tradiciones y la Naturaleza.
- La Cuna de la Historia y el Romanticismo.
- El Arte del Tequila y la Música Bajo el Sol.
- Las Bellezas Huastecas.
- Los Mil Sabores del Mole.
- El Misterio y El Origen de los Mayas.
- Una Experiencia Virreinal.
- El Encuentro Fascinante entre la Historia y la Modernidad.
 - Siete de cada diez mexicanos manifestaron haber visto o escuchado los anuncios publicitarios de las Rutas de México.
 - Casi nueve de cada diez expresaron que la publicidad contenía nueva información sobre México y que los anuncios eran creíbles. Vieron a México más atractivo y aumentaron la probabilidad de visita.
 - Ocho de cada diez mexicanos opinaron que los mensajes publicitarios de las Rutas de México contenían información relevante en sus anuncios de destinos turísticos.

- **Diversificación de los productos turísticos.** En 2010 la SECTUR realizó acciones coordinadas con los gobiernos estatales y organismos no gubernamentales, orientadas a fortalecer la cartera de productos en turismo de naturaleza, cultural, de salud, de negocios, turismo para todos y otros

segmentos especializados. Entre los resultados alcanzados destacan: la entrega por quinta ocasión del Reconocimiento a la Diversificación del Producto Turístico Mexicano en las categorías de conmemorativo 2010, turismo de naturaleza, turismo cultural, rutas y circuitos, turismo de reuniones, y desarrollo de actividades en espacios públicos, en el marco de la XXXV edición del Tianguis Turístico de Acapulco 2010.

- **Turismo de Naturaleza.** Se apoyó el desarrollo turístico de los destinos nacionales con base en cuatro estrategias orientadas a: 1) mejorar la competitividad de los operadores de servicios; 2) incrementar la productividad de las empresas locales; 3) elevar la profesionalización de los prestadores de servicios; y 4) impulsar los estándares establecidos para el manejo sustentable de los recursos naturales:
 - **Ruta de Naturaleza y Aventura:** Se concluyó el proyecto conceptual que integra los destinos de Chiapas, Veracruz y Oaxaca, identificados como los de mayor potencial en este segmento, preservando la identidad cultural y conservando las tradiciones y costumbres de las comunidades locales.
 - **Ruta de la Selva Lacandona:** Se impulsó el potencial turístico de atractivos naturales, culturales y de aventura de la selva del estado de Chiapas, dotándola de infraestructura y equipamiento de bajo impacto ambiental, con la participación de la comunidad local en la actividad productiva. Con ello se busca elevar la calidad de los servicios ecoturísticos e incrementar la estadia del visitante, la derrama económica y la generación de empleos.
 - En 2010 se identificaron y gestionaron los centros ecoturísticos con mayor vocación en el estado de Chiapas, se desarrollaron proyectos arquitectónicos y ejecutivos de imagen urbana de cinco centros de distribución (Lacanjá Chansayab, Frontera Corozal, Rio Azul, Metzabok y Miramar) y se definió el programa de capacitación para los prestadores de servicios.
 - **Santuarios Naturales de México:** comprende los destinos prioritarios de atractivos de naturaleza, cuyos fenómenos de migración y conservación presenten un alto atractivo turístico. Para ello, se desarrolló el proyecto arquitectónico y ejecutivo del Museo del Mar y el Desierto en Bahía Magdalena, Baja California Sur; asimismo, se construyó el Centro Cultural para la Conservación de la Mariposa Monarca en la Sierra Chincua, Michoacán.

- **Natura^{1/}, Estancias Ecoturísticas de México:** fortalece la competitividad de las instalaciones de alojamientos ecoturísticos para beneficio directo de las comunidades rurales en la producción de insumos locales, así como en la operación y profesionalización de los servicios. En este marco se gestionaron los acuerdos con comunidades-destino y se desarrolló la marca *Natura* con la formulación de manuales de operación, comercialización, actividades, verificación, estándares y calidad. Ello permitió llevar a cabo el proyecto arquitectónico y ejecutivo para las estancias en Laguna Miramar y Metzabok, Chiapas, así como para el Parque Nacional Sierra de San Pedro Mártir, Baja California.

• **Turismo cultural**

- La SECTUR suscribió un convenio de colaboración con el Instituto Nacional de Antropología e Historia y canalizó recursos por 6.8 millones de pesos para apoyar la creación del Museo de la Revolución en Ciudad Juárez, Chihuahua, y el mejoramiento de las instalaciones de atención a los visitantes en la zona arqueológica de Monte Albán, Oaxaca.
- En coordinación con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el gobierno del estado de Tabasco, se llevó a cabo el Foro Regional de Turismo y Cultura en Villahermosa los días 18 y 19 de marzo de 2010. Con la realización de conferencias, mesas redondas y talleres se brindó información actualizada sobre el turismo cultural a un aforo estimado de 150 personas entre promotores culturales, creadores artísticos, empresarios del sector turismo y la academia.
- En el marco de la edición XXXV del Tianguis Turístico de Acapulco 2010, el 26 de abril de 2010 se realizó el Seminario de Turismo Cultural con la participación de expertos nacionales y extranjeros que disertaron sobre temas de vanguardia en este segmento ante 100 personas vinculadas con la prestación de servicios en México.
- Se continúa la relación con la Red de Operadores y Agencias de Viajes de Turismo Cultural, a quienes se les brinda asesoría e información y además se

les vincula con las acciones de SECTUR en el tema de Turismo Cultural.

- En el marco de la **Primera Feria Mundial de Turismo Cultural** realizada del 17 al 19 de noviembre de 2010, en Morelia, Michoacán, se promovió el segmento de turismo cultural poniendo en relieve la excepcionalidad del patrimonio cultural mexicano ante un aforo de 79 operadores nacionales e internacionales especializados procedentes de 19 países; en el área de exposición se contó con un total de 40 stands, los cuales fueron atendidos por 79 expositores nacionales y extranjeros, entre los que se encontraron 19 estados de la república, 10 países y 11 asociaciones vinculadas con el turismo cultural, lográndose 414 citas convocadas por los compradores y 288 citas convocadas por los expositores, dando un total de 702 citas de negocios, lo que representa nuevas oportunidades de negocio para los prestadores de servicios del sector turístico.
- En 2010 la SECTUR ejerció 951.2 miles de pesos, en asesoría para la promoción y comercialización de las 10 ciudades mexicanas del patrimonio mundial. A partir de ello, se obtuvo un diagnóstico de la demanda que incluye el mercado actual y potencial, un análisis de la competencia, el perfil del turista para cada ciudad, un análisis cualitativo, así como un catálogo de productos correspondiente a cada Ciudad Patrimonio. La asesoría también incluyó el posicionamiento y plan de operación, la identidad gráfica, la guía de uso y aplicación de la marca, así como el plan de promoción, publicidad y comercialización.

• **Turismo de salud**

- La SECTUR, en coordinación con la Secretaría de Salud, inició la elaboración del padrón de médicos y hospitales para lanzar el producto "turismo médico".
- En el encuentro "Turismo y Salud para Todos", organizado por Iniciativa para la Diabetes, S.C, los días 12 y 13 de febrero de 2010, en el Instituto de Ciencias de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) en la ciudad de México, se avanzó en la planeación estratégica de coordinación interinstitucional de acciones educativas vinculadas al turismo y enfocadas a la prevención y atención integral de los enfermos de diabetes.
- El proyecto Diabetes y Turismo puso al alcance de la población que padece o está en riesgo de padecer diabetes, actividades turísticas en ambientes controlados para brindar el máximo bienestar en los destinos turísticos, por lo que se llevó a cabo un programa piloto con el Grupo Hoteles Misión de San Juan del Río, Querétaro.

^{1/} Natura es una cadena de instalaciones de hospedaje que atiende al mercado de naturaleza, ofreciendo al turista servicios de calidad estandarizados y variedad de actividades ecoturísticas, culturales y de aventura. Están diseñadas bajo criterios de sustentabilidad, por lo que integrarán a las comunidades rurales e indígenas en su operación y proveeduría, además de atender un programa de conservación de su medio ambiente.

- **Turismo de negocios**

- Para impulsar a nivel nacional el turismo de reuniones, se imprimieron mil ejemplares del Manual para la Organización y Operación de Eventos Verdes, documento técnico que se distribuyó entre más de 50 oficinas, 60 recintos de convenciones del país y 30 socios de la Asociación Nacional de Organizadores Profesionales de Convenciones y Congresos.
- La promoción de congresos extranjeros para realizarse en los destinos nacionales se apoyó en la reimpresión de mil ejemplares del folleto de aplicación de la Tasa 0% de Impuesto al Valor Agregado (IVA) en congresos, convenciones, exposiciones y ferias. Dicho folleto se distribuyó a través de seminarios en la ciudad de México y en Querétaro, con la participación de más de 200 hoteleros y prestadores de servicios nacionales y extranjeros de las asociaciones de turismo de reuniones y con el apoyo de las oficinas de representación turística en el extranjero.
- Como parte de las alianzas estratégicas con el sector privado, se apoyaron seis eventos turísticos de carácter nacional para impulsar el desarrollo de la oferta turística y la actualización en los temas de congresos, convenciones, viajes corporativos y de incentivos:
 - Cuatro de dichos eventos se realizaron en la ciudad de México con la asistencia de más de mil prestadores de servicios turísticos: el XXIV Congreso Nacional de AMDETUR, el X Congreso del Consejo Nacional Empresarial Turístico, el *ExpoMeetings México 2010*, y el Seminario Educativo de la *National Business Travel Association*.
 - La IV Convención Anual de *Meeting Professional International* capítulo México, realizada en Puebla, contó con la participación de 200 especialistas en la organización de eventos. En el último trimestre del 2010 se realizó la “Expo Incentivos, Congresos y Convenciones” con una asistencia de más de 2,500 empresarios, entre otros especialistas del segmento turismo de negocios, entre los que se difundieron programas de incentivos para el capital humano en las empresas.
- Con el fin de promover la creación de productos turísticos especializados de reuniones y contar con destinos más competitivos y actualizados, se celebró del 18 al 20 de agosto de 2010, el XVII Congreso Nacional de Turismo de Reuniones en Veracruz, Veracruz, con la asistencia de 400 empresarios, hoteleros, representantes de organismos nacionales e internacionales,

asociaciones e instituciones públicas y privadas, oficinas de convenciones, recintos y organizadores de eventos.

- Para impulsar el desarrollo competitivo de destinos turísticos orientados al segmento de reuniones, específicamente en congresos, convenciones y eventos corporativos, se llevó a cabo una asesoría para el diseño de indicadores de competitividad internacional para los destinos: Villahermosa, Tabasco; Guadalajara, Jalisco; y Mérida, Yucatán, con lo cual se obtuvieron los indicadores mínimos de competitividad que deben ofrecer los destinos turísticos de reuniones del país.

- **Segmentos especializados**

- En julio de 2010 la SECTUR dio a conocer como parte de los festejos institucionales, las **Rutas Conmemorativas del Bicentenario de la Independencia y del Centenario de la Revolución Mexicana**. Las Rutas Conmemorativas comprenden 17 estados e integran a 100 destinos que resaltan los escenarios históricos y monumentos emblemáticos del país: la ruta de Hidalgo, la ruta de Morelos, la ruta de Guerrero y el Ejército Trigarante, la ruta de Zapata, la ruta de Villa, la ruta de Madero y Carranza, así como la ruta de las ciudades de la Revolución. Los circuitos pueden recorrerse entre una semana y diez días. En todos los casos el trazo es circular, de manera que los turistas pueden comenzar desde cualquiera de los puntos incluidos.
 - La guía en que se apoyó la difusión de las Rutas Conmemorativas fue premiada con el primer lugar en la Feria Internacional de Turismo 2010 en Madrid, España, como el mejor producto de turismo activo. De dicha guía se distribuyeron 1,950 ejemplares.
 - El turismo carretero fue apoyado con la difusión de las Rutas Conmemorativas de la Independencia y la Revolución, con la impresión de 25 mil ejemplares del Mapa Turístico Conmemorativo de Carreteras 2010 por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT). En complemento, el sitio en *Internet* <http://www.sectur.gob.mx/wb/sectur/bicentenario> en el portal institucional de la SECTUR otorgó servicios de información sobre atractivos y reseñas de hechos históricos importantes verificados en los destinos que incluyen las Rutas Conmemorativas.
- En materia de **turismo de cruceros**, la coordinación de la SECTUR con actores de los tres órdenes de gobierno, asociaciones y directivos de las principales navieras de Estados Unidos de América (EUA) permitió la creación de nuevas rutas y una mayor competitividad en los puertos

mexicanos de Ensenada, Baja California; Manzanillo, Colima; y Puerto Vallarta, Jalisco, con lo cual los ingresos captados por excursionistas en crucero durante 2010, se incrementaron 20.3% respecto al año anterior.

- En materia de **turismo cinegético** se realizó del 1 al 10 de marzo en Acapulco, Guerrero, la celebración de la Copa Mundial de Escopeta 2010 de la *International Shooting Sport Federation*, evento que promocionó el destino y permitió una importante derrama económica al contar con la asistencia de representantes internacionales de 35 países.
 - Se realizó un diagnóstico en 10 destinos de México para el **segmento romance** y se elaboró el catálogo de servicios para la comercialización de este nicho dirigido al mercado estadounidense.
 - En diciembre de 2010, la SECTUR, el FONATUR y Financiera Rural firmaron dos convenios para impulsar el **turismo rural** en México, mediante los cuales se promueve la creación, desarrollo y consolidación de las micro, pequeñas y medianas empresas del sector rural dedicadas al turismo.
- **Turismo Social o Turismo para Todos**
 - Durante 2010, se promovió entre los mexicanos la cultura de viajar durante los fines de semana largos. En el periodo vacacional de Semana Santa se estima que se generaron gastos por 8,823 millones de pesos y en el fin de semana largo del 1 de mayo se estima que se generó un gasto de 3,788 millones de pesos.
 - La coordinación entre los sectores público y privado permitió el relanzamiento de un programa orientado a la facilitación de viajes, con base en paquetes a precios preferenciales y bajo el esquema de crédito al consumo con pagos diferidos y sin intereses. La Cámara Nacional del Autotransporte y Turismo aportó reducciones a sus precios y se coordinó con el sistema hotelero de diversas localidades a fin de aumentar los índices de ocupación. En esta estrategia sobresalen los programas realizados en Aguascalientes, San Luis Potosí, Morelos, Guanajuato, Puebla, Chiapas y Quintana Roo, que lograron una mayor afluencia del turismo nacional.
 - Se apoyó la realización del XIII Congreso Nacional de Parques Acuáticos y Balnearios en Morelia, Michoacán, a fin de potenciar el turismo doméstico de este segmento, el cual, de acuerdo a cifras de la Asociación Mexicana de Parques Acuáticos y Balnearios, anualmente atiende alrededor de 80 millones de visitantes, y genera 12 mil empleos directos, además de fortalecer miles de cadenas de servicios turísticos como hoteles, restaurantes y transportes, entre otros.
 - El Carnet del Turista ConSentido fue traducido al lenguaje braille en 3 mil folletos distribuidos en las 32 entidades federativas. En coordinación con el Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad continuó la identificación de acciones para ampliar la práctica del turismo accesible.
 - El programa “Un Turismo para Todos” promovió el acceso de todos los segmentos del mercado doméstico, sin importar nivel socioeconómico (familias, jóvenes, adultos mayores, discapacitados), y comercializó 180 paquetes con destinos distintos a los de sol y playa, como Ciudades Coloniales y Pueblos Mágicos.
 - Se fortalecieron las actividades de cooperación e intercambio de información con organismos internacionales, como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Buró Internacional de Turismo Social, y se destacó que el valor social de la actividad turística por los beneficios que da a las comunidades, debe elevarse a un derecho al esparcimiento.
 - Se llevó a cabo el “Estudio sobre las Necesidades de la Oferta Turística para la Población de Clase Media del Turismo Doméstico en México”, entre cuyos resultados se encontró que la familia mexicana acostumbra viajar cada vez más, que estos desplazamientos posibilitan una mayor integración familiar, que conocen que su consumo alienta el desarrollo regional, que el turismo es herramienta de inclusión social y que debe estar al alcance de todos.
 - En el 2010 se reportaron 161 millones de turistas domésticos. Sin embargo, debe destacarse que esta cifra no contabiliza a excursionistas, lo cual potencializa aun más el tamaño del mercado.
- **Competitividad y capacitación**
 - En 2010 se llevó a cabo el reposicionamiento del **Programa Tesoros de México**, a través de la emisión de la metodología para fortalecer el proceso de capacitación, evaluación y certificación. Su aplicación operará a partir de 2011, a fin de mantener los altos estándares de operación y de calidad en el servicio de clase mundial que dicha metodología exige a los 66 hoteles y 20 restaurantes que apoya el programa, los cuales están identificados como pequeñas y medianas empresas turísticas con una arquitectura y gastronomía altamente representativa de México, en atención a un segmento de demanda nacional e internacional premium.

- En el último trimestre de 2010 el Consejo de Promoción Turística (CPTM), en coordinación con los estados participantes en el Programa (Chiapas, Guanajuato, Michoacán, Morelos y Puebla) llevaron a cabo la campaña promocional de Tesoros de México, a fin de tener presencia durante el periodo invernal.
- El **Programa Moderniza** en 2010 benefició a 3,096 empresas turísticas, 78.5% más que en 2009, las cuales mejoraron sus niveles de calidad, e incrementaron sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa, que permite el cumplimiento de los objetivos de calidad humana, satisfacción del cliente y mejora de los procesos a nivel gerencial. Derivado de ello, 2,600 micro, pequeñas y medianas empresas turísticas lograron obtener el **Distintivo "M"**^{1/}, lo que representó un incremento del 54.1% respecto a 2009.
- Los establecimientos de alimentos a nivel nacional mostraron mejoras en la calidad e higiene en la preparación y servicio en 2010. En reconocimiento a estas mejoras la SECTUR otorgó 3,110 **Distintivos "H"**^{2/}, 18.7% más en relación con los 2,619 otorgados en 2009, de los cuales 880 fueron nuevos y 2,230 renovaciones.
- La **estrategia de capacitación** de la SECTUR en 2010 dio mayor énfasis a la que tiene efectos multiplicadores en el sector turismo en comparación con la que se otorga a prestadores de servicios turísticos de manera directa^{3/}. Se

impartieron 134 cursos de capacitación de manera directa en beneficio de 6,003 prestadores de servicios. Asimismo, se llevaron a cabo 1,026 cursos de capacitación por efecto multiplicador en coordinación con las entidades federativas, a través de los cuales se capacitó de manera conjunta a 31,304 prestadores de servicios, 2.5% y 14% más que en 2009, respectivamente.

- En 2010 el **Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística** coordinó acciones de 27 entidades federativas y ejerció recursos por más de 60 millones de pesos, 30.4% más en términos reales respecto al año anterior. Las acciones apoyaron la formación de guías de turistas generales y especializados, la incorporación y certificación de empresas a los programas "M" y "H", la realización de iniciativas estatales, así como cursos y certificación de normas de competencia laboral.

• Desarrollo turístico sustentable y ordenamiento territorial integral

- Con el propósito fortalecer el turismo regional e impulsar el desarrollo sustentable, el Programa Agenda 21 para el Turismo Mexicano entregó, durante 2010, 11 diagnósticos del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo en los siguientes destinos: Playas de Rosarito, Baja California; Cuatro Ciénegas, Coahuila; Acapulco y Taxco, Guerrero; Paraíso y Frontera, Tabasco; Isla Mujeres y Tulum, Quintana Roo; El Fuerte, Sinaloa; Tuxpan, Veracruz y Sombrerete, Zacatecas.
 - Se realizaron reuniones de seguimiento con 10 comités Agenda 21 locales de los destinos de Tapachula y San Cristóbal de las Casas, Chiapas; Parras de la Fuente, Coahuila; Cuernavaca, Morelos; Huatulco, Oaxaca; Huauchinango y Zacatlán, Puebla; y se establecieron los comités de Guadalupe y Zacatecas, Zacatecas.
 - Derivado de las problemáticas identificadas en los diagnósticos, se creó una agenda intersectorial de sustentabilidad, para coordinar a las dependencias de la Administración Pública Federal^{4/} que coadyuvan a fortalecer la sustentabilidad de la actividad turística en los destinos del país.

^{1/} El Programa de Calidad Moderniza, manejado como Distintivo "M" es un sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual las MIPYMES turísticas estimulan a sus colaboradores e incrementan sus índices de rentabilidad y competitividad, con base en una forma moderna de dirigir y administrar una empresa turística. Estas condiciones les permitirán satisfacer las expectativas de sus clientes.

^{2/} El Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo "H", es un programa destinado a los establecimientos fijos de alimentos y bebidas con el fin de disminuir la incidencia de enfermedades transmitidas por alimentos a los turistas nacionales y extranjeros, a través de una manipulación higiénica de los alimentos que tiene como marco de referencia la NMX-F-605-NORMEX-2004, Alimentos-Manejo Higiénico en el Servicio de Alimentos Preparados para la Obtención del Distintivo "H".

^{3/} La capacitación directa es otorgada por la SECTUR a través de instructores internos o por medio de empresas contratadas para tal fin. Por su parte, la capacitación por efecto multiplicador responde a todos los cursos impartidos por instructores formados por la SECTUR en las diferentes entidades federativas en el marco de los programas propios del sector, y que a su vez forman parte de la estrategia nacional de capacitación turística, tales como Cultura Turística para Personal de Contacto, Calidad en el Servicio, y Manejo Higiénico de los Alimentos.

^{4/} La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales apoya el desarrollo de planes para el manejo integral de los residuos peligrosos; la Comisión Nacional del Agua implementa plantas de tratamiento de agua residual en destinos turísticos; la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente impulsa la incorporación de empresas turísticas al Programa Nacional de Auditoría Ambiental; y la Secretaría de Desarrollo Social promueve la actualización de planes de desarrollo urbano municipal, de mejoramiento de la imagen urbana y la implementación de rellenos sanitarios en destinos turísticos.

- En noviembre de 2010 se inauguró el **Centro de Cultura para la Conservación de la Mariposa Monarca** en Sierra Chincua, Michoacán, a fin de fortalecer la oferta turística del país y generar un mayor flujo de visitantes nacionales y extranjeros en un recinto de clase mundial. El Centro está orientado a preservar el hábitat de la mariposa monarca, minimizar el impacto ambiental y valorar los recursos naturales existentes.
- En diciembre de 2010 la SECTUR participó en la organización de la XVI Convención Marco de Naciones Unidas para el Cambio Climático y del Protocolo de Kioto que se llevó a cabo en Cancún, Quintana Roo. En el marco de este evento, se organizó el foro "Respuesta del Turismo ante el Cambio Climático", en donde participaron empresarios, líderes en el sector y expertos en cambio climático a nivel mundial, a fin de conocer las mejores prácticas para el impulso del desarrollo de la actividad turística sustentable en el país.
- Adicionalmente, se ha trabajado con la Organización Mundial del Turismo (OMT) con la finalidad de que las empresas turísticas del país implementen certificaciones de sustentabilidad turística, que cumplan con los Criterios Globales de Turismo Sostenible que avala la OMT.
- La coordinación de acciones de los gobiernos federal, estatal y municipal para la recuperación de los arenales en Cancún y Playa del Carmen, concluyeron en marzo de 2010 y representaron el relleno simple de 6 millones de metros cúbicos de arena de composición parecida a la original, además de la colocación de estructuras longitudinales en las playas de los municipios de Benito Juárez y Solidaridad.
- La décima edición del **Foro de la Organización Mundial del Turismo** del 29 de noviembre al 3 de diciembre de 2010 en la ciudad de Querétaro, tuvo como tema "El Desarrollo Sostenible del Turismo: Políticas e instrumentos de gestión". El Foro favoreció el intercambio de experiencias internacionales en estrategias de desarrollo sostenible del turismo entre funcionarios federales, estatales y municipales de México, funcionarios de las administraciones nacionales de turismo en países de habla hispana miembros de la OMT y Brasil, además de empresarios, autoridades y organizaciones no gubernamentales que participan activamente en el desarrollo turístico de los destinos mexicanos.
- La SECTUR, en coordinación con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología y la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) constituyó el fideicomiso denominado Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, orientado al apoyo de proyectos de investigación científica y tecnológica para atender los problemas, necesidades y oportunidades del sector.
 - El comité técnico y de administración del Fondo publicó las convocatorias sobre la aplicación de medidas sustentables en la industria hotelera en México, el Programa Especial de Cambio Climático, la metodología para orientar las acciones y políticas en materia de ecoturismo, y el turismo de aventura en el medio mexicano, las cuales fueron evaluadas por la comisión respectiva y, en caso de aprobarse por el comité técnico, se procederá a su financiamiento.
- Durante 2010 el FONATUR avanzó en la consolidación y mantenimiento de la oferta turística en los cinco **Centros Integralmente Planeados (CIP)** con una inversión por 874.9 millones de pesos, que representó 66.9% de la inversión total del Fondo en infraestructura turística (1,308 millones de pesos). Entre las obras de infraestructura destacan las siguientes:
 - **Cancún.** Con una inversión por 157.7 millones de pesos, se concluyeron las etapas séptima y octava del Proyecto Tajamar, que consta de una superficie comercializable total de 37.8 hectáreas para vivienda, oficinas y comercio. Asimismo, se terminó la segunda etapa de la reestructuración del Puente Nichupté, lo que permitió una mayor capacidad y seguridad de carga. Adicionalmente, inició el proyecto de inversión en infraestructura habitacional con base en el prototipo de villas ecológicas.
 - **Ixtapa.** Los recursos ejercidos ascendieron a 99.4 millones de pesos y contribuyeron a la terminación de los proyectos de equipamiento urbano en Lomas de las Garzas, Lomas de Playa Linda y Residencial Don Juan, que en conjunto, generaron una oferta vendible de 88.9 hectáreas para desarrollos inmobiliarios, hoteleros y residenciales. Las obras de mejoramiento urbano en la zona turística permitieron que la playa El Palmar obtuviera la calificación de "Playa Limpia" otorgada por la SEMARNAT, siendo ésta la playa turística más extensa del país con dicha calificación.
 - **Los Cabos.** Se aplicó una inversión por 55.3 millones de pesos orientada a fortalecer la infraestructura turística con la urbanización del proyecto Rancho Misiones, el cual generó 1.58 hectáreas de lotes vendibles. Se terminaron los trabajos de la quinta y sexta etapas de rehabilitación y ampliación de la planta de tratamiento de aguas residuales de San José del

Cabo, lo que permitió ampliar su capacidad y una mayor eficiencia en el tratamiento de aguas residuales y lodos.

- **Loreto.** Se promovió el desarrollo turístico e inmobiliario con una inversión de 123.2 millones de pesos, la cual permitió la conclusión de la segunda y tercera etapas de urbanización del Polígono II de la zona urbana de Loreto.
- **Huatulco.** En el marco de la estrategia Renacimiento de un Gran Destino, orientada a promocionar el potencial turístico de Huatulco, durante 2010 el FONATUR ejerció 439.3 millones de pesos en la construcción de infraestructura y operación del CIP, mediante las siguientes líneas de acción:
 - Se concluyó la urbanización de la primera y segunda etapas del andador de usos múltiples Camino Escénico II, así como la primera etapa del corredor turístico La Crucecita-Santa Cruz, del Mirador Chahué y el Tejón.
 - En equipamiento turístico y urbano se inauguró en octubre el parque ecoarqueológico Copalita; asimismo se concluyeron las obras de la quinta etapa de la marina Chahué y la tercera etapa de la remodelación de la plaza Santa Cruz.
 - Se terminó la construcción de la casa de reunión, la tienda municipal y el molino de nixtamal, en beneficio de 500 habitantes del poblado de Copalita, perteneciente al municipio de San Miguel del Puerto, Oaxaca.
 - Se actualizó el Plan Director de Desarrollo Urbano del CIP, el cual contempla el desarrollo de la reserva de Zona de Bajos en su primera fase, así como los lineamientos de imagen urbano arquitectónica de La Entrega y El Violín, además del reglamento de operación e imagen del corredor turístico La Crucecita-Santa Cruz.
 - Por quinto año consecutivo, Huatulco se consolidó como el único destino de América con la certificación de "Destino Ecológico Autosustentable" otorgada por *Green Globe-Earth Check*. A finales de 2010, la playa Chahué recibió la calificación "Playa Limpia".
- **Impulso a nuevos megaproyectos.** El FONATUR impulsó el crecimiento ordenado y sostenible de cuatro nuevos centros turísticos con una inversión por 410.7 millones de pesos en dos destinos de Nayarit, uno en Sinaloa y otro en Quintana Roo. Con la instalación del grupo de trabajo para la planeación del desarrollo urbano y el ordenamiento territorial se coordinaron las acciones del Fondo con la SEDESOL, SEMARNAT y la SCT con el objetivo de establecer compromisos en la ejecución de obras y acciones en las zonas de influencia de los destinos turísticos.
- **Nayarit.** En 2010 el FONATUR realizó una inversión en Litibú y El Capomo por 111.3 millones de pesos en obras, servicios, operación y mantenimiento de ambos megaproyectos.
 - En **Litibú** ejerció recursos por 45.5 millones de pesos, 40.3% de la inversión canalizada por FONATUR a Nayarit. Entre los resultados destacan: la creación en el campo de golf de un *caddie house* y de un estacionamiento para jugadores, así como el mejoramiento del acceso al desarrollo. Asimismo, se concluyó la segunda etapa de mejoramiento de imagen urbana y rehabilitación de vialidades, además de continuar la construcción de la red pluvial.
 - En el polígono **El Capomo** la inversión realizada por el FONATUR ascendió a 65.8 millones de pesos, 59.1% de la ejercida en Nayarit, lo que permitió iniciar la primera etapa de la urbanización de Boca de Becerros. Con inversionistas privados se acordó la construcción de una vialidad adyacente al predio de FONATUR para mejorar el acceso, con base en la autorización del estudio técnico justificativo para el cambio de uso de suelo forestal.
- **Costa Pacífico, Sinaloa.** El FONATUR realizó una inversión por 260 millones de pesos, 116.3% más en términos reales que en el año previo, en obras, servicios, operación y mantenimiento de la infraestructura turística de este nuevo CIP. De dicho monto, más de 100 millones de pesos se orientaron a la conclusión de la fase 1 de la primera etapa del proyecto, a fin de generar una planeación ordenada y sostenible con base en un marco normativo que permita su desarrollo, además de otorgar apoyo técnico a las autoridades del gobierno del estado de Sinaloa para elaborar el Plan Director de Desarrollo Urbano de Escuinapa.
- **Marina Cozumel.** Se ejercieron recursos por 39.3 millones de pesos, con lo cual se concluyeron la tercera y cuarta etapas de la urbanización de este proyecto turístico integral con obras y servicios, así como acciones de operación y mantenimiento en la infraestructura turística. Con ello se adecuó la oferta de lotes en torno a la marina en acuerdo con el Municipio y los propietarios de hoteles, conforme a las características de maniobras de entrada y salida de embarcaciones y los servicios náuticos relacionados.

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

• **Información estadística.** Con el propósito de proveer de información estadística relevante, consistente y apropiada se continuó con la operación de **DataTur**, que es el sistema de información de la SECTUR que permite la consulta en línea de información estadística sobre la actividad hotelera en 85 destinos turísticos, visitantes internacionales, transportación aérea, actividad en cruceros, entre otras variables.

- Al cierre de 2010, casi 20 mil usuarios se encontraban registrados para tener acceso al sistema, mismo que registra en promedio 2,500 accesos diarios.

• El Centro de Estudios Superiores en Turismo (CESTUR) generó información estratégica para la toma de decisiones, a través de estudios, investigaciones y asesorías, entre los que destacan los siguientes:

- La encuesta de **Perfil y Grado de Satisfacción de los Visitantes**, realizada entre octubre y diciembre, la cual abarca 12 destinos de playa y 10 de ciudad, evaluó el desempeño de los destinos turísticos con los siguientes resultados:

• La evaluación de la experiencia del viaje para el 91% de los nacionales fue excelente o buena. Quienes manifestaron altas probabilidades de regresar al destino representan el 96%; así mismo, el 98% manifestó que sí recomendaría el destino.

• En el caso de los extranjeros, el 94% considera su experiencia como excelente o buena, el 96% manifestó altas posibilidades de regresar al destino y el 99% manifestó que sí recomendaría el destino.

- El inicio en 2010 del levantamiento de la encuesta para evaluar la calidad de los servicios aeroportuarios ofrecidos a los viajeros nacionales e internacionales en cinco aeropuertos: Puerto Vallarta, Los Cabos, Acapulco, Zihuatanejo y Toluca.

• En materia de divulgación el **Centro de Documentación Turística** (CEDOC) puso al alcance de los usuarios información estratégica en apoyo a la toma de decisiones. Al cierre del 2010 el Centro acumuló un acervo de más de 10 mil títulos especializados, con un servicio de consulta a través de Internet que registró más de 12 mil consultas y

más de 3 mil usuarios: 28% del sector privado, 40% del sector público, 21% del académico y 11% usuarios del extranjero.

- EL CEDOC renovó y formalizó 23 convenios de colaboración con instituciones académicas y organismos de turismo para el intercambio de material bibliográfico e información especializada. Adicionalmente, se promocionó el CEDOC Virtual en una población objetivo de 10 mil personas mediante 15 visitas directas a instituciones públicas y privadas con presencia en eventos del ramo.

• En el marco de la Semana Nacional PYME se celebró la décima edición del **Foro e-Turismo 2010** en la ciudad de México. Las acciones concertadas apoyaron a más de 200 pequeños y medianos empresarios, académicos, emprendedores, estudiantes y funcionarios de gobierno del sector turístico, con elementos para enriquecer su cultura digital e impulsar la adopción y aprovechamiento de las tecnologías de información como instrumento para la competitividad.

• Se colaboró con la Corporación para el Desarrollo Turístico de Nuevo León, para la conformación y desarrollo del foro de Planeación Turística "FUTURISMO", del que se desprendió el Plan Estatal de Desarrollo 2010-2015 del Estado de Nuevo León. Específicamente en la coordinación de debates con especialistas para proponer estrategias y líneas de acción a seguir, en materia de tecnologías de información aplicadas al turismo.

• El 19 de noviembre de 2010, el CESTUR celebró el **Congreso Nacional e Internacional de Investigación Turística**, en colaboración con la Universidad Anáhuac México Norte y la Fundación *Themis* de la Organización Mundial del Turismo. Este espacio se consolidó como un foro de encuentro con la comunidad académica nacional e internacional que hace investigación sobre temas de turismo con la participación de 241 asistentes y 45 ponencias.

• En 2010 el **Centro Integral de Atención al Turista** (CIAT) otorgó servicios en sus diferentes modalidades a 138,282 turistas, 18% superior a los de 2009. La atención telefónica fue mayor en 16% respecto al año anterior y la cobertura del número telefónico 078 se amplió hasta considerar todo el país.

• El **Programa Paisano** coordinó la participación de las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal y los gobiernos estatales que en conjunto otorgaron servicios integrales de información, asesoría y orientación a 1.48 millones de connacionales que se internaron o salieron del país durante 2010.

- En 2010 la **Corporación Ángeles Verdes** prestó servicios a 130,367 vehículos en las carreteras nacionales y auxilió a 500,082 turistas, 8% más con relación al año previo. Para ello, las 304 unidades de la corporación realizaron un recorrido de 26,376.9 mil kilómetros.
- El **Programa Embajadores Turísticos** convoca a los estudiantes de la carrera de turismo y afines a participar brindando orientación y apoyo a los turistas que visitan los destinos turísticos del país, con lo cual los estudiantes acreditan sus horas de práctica y servicio social. El programa entró en operación el 19 de julio y al término de 2010 logró la participación de más de 300 estudiantes de 22 instituciones educativas ubicadas en los principales destinos turísticos del país. En determinados destinos su participación incluyó eventos de carácter internacional como el Séptimo Foro Internacional de Parlamentarios organizado por la SECTUR en coordinación con la Organización Mundial del Turismo en Puerto Vallarta, Jalisco; la Primera Feria Internacional de Turismo Cultural organizada en Morelia, Michoacán, y la Cumbre del Cambio Climático celebrada en Cancún, Quintana Roo.

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

- En conjunto con la Comisión Federal de Mejora Regulatoria (COFEMER) se logró la creación y/o reconversión de 10 ventanillas del **Sistema de Apertura Rápida de Empresas en su modalidad turística** (SARE Turístico) en los municipios de Tulum, Cozumel, Solidaridad, Othón P. Blanco y Benito Juárez en Quintana Roo; así como en los municipios de Celaya, Guanajuato, León, Irapuato y San Miguel de Allende en Guanajuato; sumándose a las cuatro ventanillas creadas con anterioridad.
- En el marco de la Comisión Ejecutiva de Turismo, en 2010 los 25 temas que integran el **Proyecto Nacional de Facilitación Turística** mostraron un avance global de 78% en su atención, de los cuales ocho se encuentran concluidos, 15 cuentan con un avance superior al 50% y los dos restantes aún se constituyen como un reto para la Comisión.
 - El 17 de mayo de 2010 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) la Norma Oficial Mexicana NOM-029-SFCI-2010, la cual establece los requisitos de información comercial y elementos normativos que deben cumplir los proveedores del servicio de tiempo compartido.
- El 6 de septiembre se publicó en el DOF la Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR-2009, que define los requisitos mínimos de información, higiene y seguridad que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de campamentos.
 - Durante noviembre y diciembre se elaboró y gestionó ante la COFEMER la Manifestación de Impacto Regulatorio del Reglamento de la Ley General de Turismo, obteniéndose el dictamen favorable sobre su implicación en el ordenamiento turístico del territorio.
 - En 2010 se atendieron 1,384 solicitudes de trámites de acreditación de guías de turistas relativos al otorgamiento inicial, refrendo, canje y reposición.
- **Facilitación Migratoria.** Para mejorar la competitividad del país, a partir del 1 de mayo de 2010 se puso en marcha un acuerdo interinstitucional para aceptar la visa de los Estados Unidos de América como requisito suficiente para el ingreso de turistas a México. Entre los resultados alcanzados de mayo a diciembre destacan los siguientes:
 - Ingresaron a México 124,338 visitantes internacionales con visa estadounidense. El 37.1% corresponden a nacionales del llamado Grupo BRIC: Brasil, Rusia, India y China; 32.4% provinieron de Colombia y Perú, 12.3% fueron nacionales de Guatemala, El Salvador y Honduras; y el resto a otras nacionalidades.
 - Ingresaron al país utilizando esta medida 34,334 visitantes brasileños y 26,813 colombianos, lo cual representa el 42.9% y 35.8%, respectivamente, del total de llegadas de visitantes vía aérea de esas nacionalidades durante el periodo de mayo a diciembre de 2010. Es decir, durante ese periodo dos de cada cinco visitantes brasileños y uno de cada tres colombianos utilizaron la visa estadounidense para ingresar al país.
- Con el **Programa Integral de Verificación** la SECTUR en coordinación con las autoridades de turismo estatales dio seguimiento al cumplimiento de la legislación y normativa turística federal por parte de los prestadores de servicios turísticos.
 - Durante 2010 se realizaron 475 visitas de verificación en 22 estados de la república mexicana para comprobar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas turísticas NOM-05 operadoras de buceo (75 visitas), NOM-07 del seguro de responsabilidad civil para hospedaje (240 visitas) y NOM-011 de las empresas de turismo de aventura (160 visitas).

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

- En 2010 la **inversión pública en promoción turística** fue de 1,422.8 millones de pesos, 33.6% menos en términos reales que en 2009, debido a la mayor base de comparación en 2009, cuando en ese año el CPTM reorientó sus campañas publicitarias y generó otras de forma emergente con el propósito de contrarrestar los efectos negativos de la crisis financiera internacional y la emergencia por el brote de influenza A (H1N1).
 - **Campañas de Publicidad Cooperativa.** La coordinación de acciones del CPTM con 31 entidades federativas y el sector privado en 2010 detonó una inversión en publicidad por 924.8 millones de pesos, de los cuales el Consejo canalizó 410.8 millones de pesos (44%). Ello permitió la ejecución de 353 campañas de publicidad cooperativa.
 - **Campañas Institucionales en el Mercado Nacional.** En 2010 se incentivó la intención de viajar a destinos nacionales en temporadas vacacionales y fines de semana largos, mediante 10 versiones de contenidos de campañas de acuerdo a las distintas temporadas del año. La difusión se realizó a través de los principales medios nacionales en televisión, radio, prensa, revistas y exteriores, con una inversión de 247.2 millones de pesos.
 - **Campaña Vive México.** Se continuó con el mensaje institucional "Vive México" como elemento de campaña en el portal web visitmexico.com, orientado a reactivar el turismo nacional en una cobertura de más de 80% de la población objetivo.
 - **Campaña ¿Sabías Qué?** Esta campaña publicitaria se implementó en el mercado nacional con el

objetivo de invitar a conocer y viajar por las 10 Rutas Turísticas de México a través de circuitos que conectan el patrimonio histórico, cultural y de atractivos turísticos de los diferentes destinos del país. En la promoción de estas rutas se utilizó el concepto "¿Sabías qué?" el cual consistió en una serie de preguntas sobre aspectos distintivos de México publicados en la página www.visitmexico.com, a fin de generar interés en el público en general para visitar los destinos turísticos del país.

- En *Internet*, la **Campaña online nacional** ejerció recursos por 29.5 millones de pesos, 59% más en términos reales que en 2009, con lo cual se desplegó información en más de 20 portales para apoyar la promoción de los productos y servicios turísticos del país en temporadas de vacaciones y puentes largos.
- **Campañas Institucionales en el Mercado Internacional.** En 2010 se ejerció una inversión por 334.4 millones de pesos, 47% más en términos reales que en 2009. De dichos recursos 99.4% (332.4 millones de pesos) correspondieron a la publicidad institucional en EUA y Canadá, y 0.6% a la que se dirige al mercado europeo, a Asia y a Latinoamérica.
 - En mayo inició la campaña de imagen: "**México, the place you thought you knew!**" para Estados Unidos de América y Canadá, basada en la estrategia de comunicación denominada "vivir la experiencia de México, explorar lo desconocido, lo que va más allá del sol y playa", con el fin de buscar un vínculo emocional con el viajero potencial, despertar el interés en México como destino turístico y modificar la percepción sobre nuestro país.
 - La campaña estuvo dirigida a un público objetivo de 35 a 64 años de edad con un poder adquisitivo de más de 75 mil dólares estadounidenses anuales y se concentró en cinco ciudades primarias: Los Ángeles, San

INVERSIÓN PÚBLICA EN PROMOCIÓN TURÍSTICA, 2007-2010
(Millones de pesos)

Concepto	2007	2008	2009	2010 ^{P/}			
				Meta Programada	Observado	Variación % con relación a:	
						Meta Programada	2009 real ^{1/}
TOTAL	1,358.1	1,521.3	2,058.0	1,680.0	1,422.8	-15.3	-33.6
Recursos Fiscales	14.3	6.5	547.7 ^{2/}		4.9		-99.1
Derecho de No Inmigrante	1,343.8	1,514.8	1,510.3	1,680.0	1,417.9	-15.6	-9.9

^{1/} La variación en términos reales se calculó utilizando el deflactor del promedio del índice nacional de precios al consumidor de ambos años (1.0416).
^{2/} En 2009 incluye 528.1 millones de pesos aportados como apoyo al programa de campañas emergentes, con motivo del brote de influenza A (H1N1).
^{P/} Cifras preliminares.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

Francisco, Houston, Nueva York y Chicago y otras secundarias como: Washington y Atlanta; en Canadá se difundió en ciudades como: Toronto, Vancouver y Montreal. En los Estados Unidos y Canadá la campaña llegó al 75% del público objetivo y alcanzó una recordación de 49%. De acuerdo con la evaluación publicitaria el 86% de las personas que vieron la publicidad afirmaron que México les parecía más atractivo y el 66% manifestó que aumentó la probabilidad de que visite México.

- **Campaña online internacional.** Se realizó con base en más de 25 portales de *Internet* que promovieron los productos y servicios turísticos del país. Para ello se ejercieron recursos en publicidad por 5.9 millones de dólares, equivalentes a 73.3 millones de pesos (considerando un tipo de cambio de 13 pesos por dólar), es decir 52% más en términos reales respecto a lo ejercido en 2009.
- **Tianguis Turístico.** La edición XXXV del Tianguis Turístico realizado del 25 al 28 de abril de 2010 en Acapulco, Guerrero, promocionó una oferta de 466 empresas mediante 2,341 expositores de la industria turística mexicana ante 855 compradores potenciales, de los cuales 41.3% fueron internacionales provenientes de 19 países. El evento ofreció un potencial de negocio de 16,991 citas. El Tianguis mantuvo un nivel de satisfacción de 92% entre los expositores y de 90% entre los compradores.
- **Ferias Internacionales.** México participó en las 25 ferias internacionales de turismo de mayor relevancia en los mercados de Europa, Asia, Norteamérica y Latinoamérica y en el ámbito nacional coordinó la primera edición de dos de las ferias especializadas más importantes del país. Para ello el CPTM ejerció una inversión por 69 millones de pesos, con lo que se logró reunir a 694 expositores que presentaron la oferta turística más relevante de México en los mercados objetivo.
- En 2010 los indicadores de eficiencia publicitaria reportaron una mejora de 4.2% para la inversión publicitaria por turista internacional y de 9.2% para la inversión publicitaria por turista nacional, con respecto a 2009.
- En materia de cooperación internacional, en noviembre de 2010, México y China firmaron un acuerdo para fortalecer la actividad turística, el cual permitirá incrementar la derrama económica generada por el turismo y detonará inversiones para desarrollar infraestructura y nuevas fuentes de empleo en el sector.