
EJE RECTOR DEL PND 2007-2012

- Economía Competitiva y Generadora de Empleos.

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007-2012

OBJETIVOS

- Consolidar la política de Estado en materia turística.
- Posicionar al turismo como pieza clave del desarrollo económico de México.
- Fomentar la diversificación de productos y el desarrollo de nuevos mercados.
- Elevar la competitividad nacional e internacional de las empresas del ramo.
- Garantizar un desarrollo turístico sustentable, que considere las particularidades culturales y sociales de cada región.

ESTRATEGIAS

- Impulsar la planeación estratégica y la concurrencia de políticas públicas en la materia.
- Actualizar y fortalecer el marco normativo y regulatorio del sector.
- Estimular el desarrollo turístico regional mediante el fomento de la inversión pública y privada, con pleno respeto al hábitat ecológico y el equilibrio urbano.
- Desarrollar nuevos productos a partir de la promoción de segmentos especializados.
- Incentivar la creación de destinos sustentables, competitivos y de calidad internacional.
- Promover la oferta turística a través del posicionamiento de la imagen de México en el mundo.
- Incrementar la productividad y competitividad de los destinos y de las empresas privadas y sociales del sector.
- Implementar políticas públicas que incentiven la creación de empleos formales y mejor remunerados con enfoque de igualdad de género.

CONDUCCIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA

Política de Estado en Materia Turística

El Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Turismo -SECTUR-, instancia rectora del desarrollo turístico nacional, dio continuidad a las estrategias y acciones orientadas a fortalecer al sector y posicionar a México como una de las naciones líderes de la actividad turística a nivel internacional. Así, en el marco del G20 México fue sede de la 4ª Reunión Ministerial de Turismo -T20- a la que, por primera vez en la historia, asistieron los representantes de los 20 países miembros, junto con siete organismos internacionales y siete invitados especiales. Como resultado de estas reuniones, se incluyó al turismo en la Declaratoria de los Líderes de dicho grupo.

Durante el año, se consolidó el Acuerdo Nacional por el Turismo como política de Estado, lo que permitió unir esfuerzos en torno a las grandes prioridades identificadas para impulsar la actividad, mediante los 10 ejes y las 101 acciones establecidas por los actores firmantes.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Acuerdo Nacional por el Turismo

- Se firmó una réplica del Acuerdo Nacional por el Turismo con 29 entidades federativas, a efecto de refrendar su compromiso con el sector turístico nacional.
- Se suscribió un Memorándum de Entendimiento con el Ministerio de Industria, Energía y Turismo del Reino de España a fin de intercambiar experiencias respecto al diseño, implementación y resultados de este modelo de desarrollo turístico.

- Se efectuó, en la ciudad de Morelia, Michoacán, una reunión de trabajo con todos los signatarios del Acuerdo, con la finalidad de revisar los logros y avances en la industria.

Coordinación entre Órdenes de Gobierno

- Se alinearon al Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, los programas estatales de Chihuahua y Puebla.

Mejora Regulatoria

- Se formularon 19 opiniones sobre iniciativas de ley y minutas con Proyecto de Decreto que expiden, modifican y/o adicionan diversas disposiciones jurídicas relacionadas con la actividad del Sector, entre las que destacan las propuestas de reforma a las leyes generales de Turismo, Pesca y Acuicultura Sustentable.
- Se llevó a cabo la reunión de la Comisión Ejecutiva de Turismo y sus nueve grupos de trabajo en el marco del Proyecto Nacional de Facilitación Turística 2007-2012 -PNFT-, en la que participaron 20 dependencias y entidades de la Administración Pública Federal -APF-. Los 22 temas que integra este proyecto, mostraron un avance global de 93.0 por ciento en su atención.
- Se reestructuraron y operaron tres Sistemas de Apertura Rápida de Empresas Turísticas -SARE's Turísticos- en los municipios de Apizaco, Huamantla y Tlaxcala, Tlaxcala.
- Se desarrollaron las siguientes acciones en materia de Normalización Turística y Acreditación de Guías de Turistas:
 - Dos sesiones Ordinarias del Comité Consultivo Nacional de Normalización Turística -CCNNT-.
 - Revisión y cancelación de la NOM-01-TUR-2002. De los formatos foliados y de porte pagado para la presentación de sugerencias y quejas de servicios turísticos relativos a establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, alimentos y bebidas y empresas de sistemas de intercambio de servicios turísticos. El CCNNT aprobó la cancelación, siendo publicado el aviso en el Diario Oficial de la Federación -DOF- el 3 de septiembre de 2012.
 - Revisión de cuatro normas:
 - ♦ NOM-05-TUR-2003. Requisitos mínimos de seguridad a que deben sujetarse las operadoras de buceo para garantizar la presentación del servicio. El CCNNT aprobó la resolución del Subcomité sobre su modificación.
 - ♦ NOM-07-TUR-2002. De los elementos normativos del Seguro de Responsabilidad Civil que deben contratar los prestadores de servicios turísticos de hospedaje para la protección y seguridad con los turistas. En diciembre fue aprobada su modificación por el Subcomité.
 - ♦ NOM-010-TUR-2001. De los requisitos que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos con los usuarios-turistas, de la cual el CCNNT aprobó la Modificación de la NOM.
 - ♦ NOM-011-TUR-2001. Requisitos de seguridad, información y operación que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos de turismo de aventura, de la cual el CCNNT aprobó la Modificación de la NOM.
 - Participación en la revisión de 10 Normas Oficiales Mexicanas a cargo de otros Comités Consultivos Nacionales de Normalización y que impactan al sector, entre ellas: Modificación de la NOM-060-PESC-2011, Recursos pesqueros; Modificación de la NOM-006-SCT4-2006, Especificaciones técnicas de chalecos salvavidas; Modificación de la NOM-037-SCT2-2007, Barreras de contención de carreteras.
- Se realizaron actividades de evaluación y vigilancia a las Unidades de Verificación Aprobadas en apoyo a los procedimientos de verificación de Normas Oficiales Mexicanas, en coordinación con la Entidad Mexicana de Acreditación -EMA-.
- Se realizó el Taller de Actualización "Acciones de mejora en los tramites relativo a la acreditación de guías de turistas" que contó con la participación de representantes de las secretarías de Turismo de 18 estados de la República.
- Se atendieron 1 296 trámites y se expidieron 1 493 credenciales guías de turistas relativos a la acreditación inicial, al canje, la reposición y refrendo.
- Se organizó en coordinación con la Secretaría de Turismo de Morelos, el Congreso Nacional de Termalismo y Turismo de Salud, y el Taller de Villas Termales, que se llevaron a cabo en la Ciudad de Cuernavaca, Morelos.
- Se efectuaron 690 Visitas de Verificación para constatar el cumplimiento de las Normas Oficiales Mexicanas NOM-010-TUR-2001 por parte de prestadores de servicios turísticos, en la modalidad de hospedaje y agencias de viajes.
- Se dictaminaron 690 actas de verificación realizadas en 2011; de éstas, en 192 se iniciaron procedimientos de sanción, 365 lograron acuerdo absolutorio, y en 133 se determinó la imposibilidad material por constatar que ya no operaban.
- Se atendieron 804 trámites ante el Registro Nacional de Turismo y 188 quejas y sugerencias de turistas.
- Se desarrolló un sistema para la implantación de una herramienta tecnológica que contenga el Catálogo Público de Prestadores de Servicios Turísticos.

Sistema de Información DataTur

- Se monitorearon 88 destinos turísticos, 27 centros de playa y 61 ciudades, alcanzándose una cobertura de 372 055 cuartos, lo que representa 69.0 por ciento de la oferta turística hotelera.

Acciones en Materia de Equidad de Género

- Se elaboró el Programa para la Igualdad entre Mujeres y Hombres de la Secretaría de Turismo.
- Se capacitaron 212 personas: 128 mujeres y 84 hombres de la Secretaría de Turismo, del Centro de Estudios Superiores en Turismo -CESTUR- y de la Corporación Ángeles Verdes -CAV-, en temas de equidad e igualdad de Género.
- Se llevó a cabo la Tercera Etapa del Programa para Prevenir la Trata de Personas en el Sector de Viajes y Turismo, a través de la impartición de 10 foros de sensibilización y 10 cursos de formación de facilitadores, en los siguientes destinos: Los Cabos, Villahermosa, San Luis Potosí, Pachuca de Soto, Acapulco, Cuernavaca, Mazatlán, Cancún, Guadalajara y Distrito Federal. Así, se alcanzó un total de 3 040 personas sensibilizadas, -1 407 Mujeres y 1 633 hombres-, y 526 facilitadores formados -265 mujeres y 261 hombres-.
- Se impartieron 10 Talleres de Empoderamiento para Mujeres de Micro, Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas con enfoque de igualdad de género. Se alcanzó un total de 198 personas capacitadas, -197 mujeres y 1 hombre-.

Investigación Turística

El CESTUR, en cumplimiento de su función, realizó investigaciones y generó conocimientos dirigidos a fomentar la competitividad de los servicios turísticos y la diversificación de mercados, productos y destinos. Lo anterior, a través de estudios que brindan información veraz y actualizada, útil para la evaluación y el diseño de estrategias en el sector.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Estudios e Investigación

- Se realizó el Barómetro turístico de reuniones para las oficinas de mercadotecnia en destinos turísticos de México. Proyecto que permitió iniciar la recolección sistematizada de información relativa a la actividad del turismo de reuniones a nivel nacional.
- Se rediseñó la metodología del estudio Perfil y grado de satisfacción de los turistas, con el propósito de alcanzar mejores atributos estadísticos aprovechando las experiencias previas y la intervención del Gobierno Federal como coordinador general.
- Se desarrolló el estudio Operación y Funcionamiento de los Centros de Convenciones en México y la estimación de su significancia económica, con el fin de identificar elementos para orientar decisiones de los actores de la actividad de turismo de reuniones.
- Se aportaron al Fondo Sectorial para la Investigación, el Desarrollo y la Innovación Tecnológica en Turismo, conformado por la Secretaría de Turismo y el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología -CONACYT-, 3.5 millones de pesos. Durante 2012 se concluyeron cuatro proyectos que abordan las principales demandas del sector:
 - Evaluación de desempeño de los destinos turísticos en el marco de los convenios de coordinación en materia de asignación de recursos. Así, se obtuvieron entre otros resultados, el reporte del Indicador de desempeño por destino.
 - Alineación de programas de estudio de educación turística a las necesidades del campo laboral.
 - Análisis de mejores prácticas y generación de una metodología para la clasificación hotelera en México.
 - Metodología para la asignación de recursos de programas cooperativos a estados para la promoción turística.

Servicios de Extensión

- Se integraron a la Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo, 238 productos de investigación, 207 investigadores y 57 instituciones académicas.
- Se terminó la reestructuración del sitio web "RICIT", espacio interactivo que fomenta la difusión del conocimiento y la vinculación entre investigadores, misma que se encuentra en la página www.ricit.gob.mx
- Se impartió, en colaboración con la Organización Mundial del Turismo y la Secretaría de Relaciones Exteriores, el curso "Competitividad Turística: planeación y gestión turística", a funcionarios de los tres órdenes de gobierno, empresarios, organizaciones no gubernamentales y representantes de 14 países de América Latina.
- Se efectuaron tres ediciones del seminario "Conversando con los Expertos", con las ponencias: "Tipologías Motivacionales del Turismo Cultural", "Costa Rica: caso de éxito y su planeación turística" y "Americans as international travelers". Estos eventos contaron con la asistencia de funcionarios públicos de la SECTUR, del Consejo de Promoción Turística de México -CPTM- y del Fondo Nacional de Fomento al Turismo -FONATUR-, entre otros.
- Se llevó a cabo el XIV Congreso Nacional y el VIII Internacional de Investigación Turística, eventos que reunieron a 300 asistentes nacionales e internacionales vinculados con la investigación turística.

Información y Divulgación

- Se realizaron 492 consultas en sala, y 76 288 en el portal del CEDOC Virtu@l, del CESTUR y en el de la SECTUR. En estos sitios se registraron 2 450 nuevos usuarios para alcanzar un total de 8 649; del total, 20.0 por ciento pertenece al sector privado, 41.0 al sector público, 27.0 al académico y 12.0 por ciento a usuarios del extranjero.

PROMOCIÓN TURÍSTICA

El CPTM buscó posicionar al país como un destino atractivo en los principales mercados emisores de turistas. En tal sentido, la estrategia de promoción se orientó a consolidar la llegada de visitantes provenientes de los mercados tradicionales, así como a la diversificación, con el fin de atraer mayores flujos de los mercados emergentes y de los países de América Latina. Al mismo tiempo, se impulsó el turismo nacional mediante una estrategia orientada a motivar a los mexicanos a que conozcan y visiten su país.

Para avanzar en estos objetivos, el Consejo ejerció un presupuesto de 2 mil 174.1 millones de pesos, monto 36.8 por ciento superior al reportado en 2011. De dicha cifra, 2 mil 35.3 millones se canalizaron a campañas de difusión y 138.8 millones de pesos a la participación en ferias internacionales, exposiciones, congresos y convenciones, entre otros. En cuanto a su destino, 60.1 por ciento correspondió a promoción internacional y 39.9 por ciento a la nacional.

Cabe destacar que, con una inversión de 481.4 millones de pesos realizada por el CPTM en 357 campañas cooperativas, se detonó una inversión global con los gobiernos locales y el sector empresarial por un mil 132.3 millones; de los cuales, 700.2 millones de pesos se destinaron al mercado nacional, 391.3 millones al norteamericano, 27.2 millones al europeo y 13.6 millones de pesos al latinoamericano.

PROMOCIÓN DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	M E T A S 2 0 1 2		PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO Alcanzada / Aprob.
		Aprobada	Alcanzada	
Inversión promedio en promoción por turista de internación que llega a México. ^{1/}	Pesos por turista	69.5	59.9	113.8
<ul style="list-style-type: none"> • Con en los lineamientos para la revisión, actualización, calendarización y seguimiento de la matriz de indicadores para resultados de los programas presupuestarios 2012, se llevó a cabo el proceso de mejora del indicador, con lo cual se realizó un cambio en la descripción del nivel del objetivo. Debido a que el indicador es decreciente, el resultado involucra la reducción en el cálculo del porcentaje del cumplimiento, por ello se aplicó la fórmula siguiente: ((meta original menos meta alcanzada)X100/meta original)+100. 				
Variación porcentual anual en la afluencia de turistas de internación a México.	Porcentaje	5.0	1.86	37.2
<ul style="list-style-type: none"> • No se alcanzó la meta programada debido a la caída de 12.0 por ciento en el turismo que ingresa por vía terrestre, producto de la percepción de inseguridad en algunos destinos del país y las carreteras que los comunican. No obstante lo anterior, el turismo de internación creció 1.9 por ciento con respecto a 2011, debido al incremento de 4.9 por ciento en el turismo que ingresa por la vía aérea. El dinamismo del turismo aéreo dio como resultado un crecimiento de 7.1 por ciento en el ingreso de divisas por turismo. 				

^{1/} Indicador decreciente.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

Promoción en el Mercado Internacional

Para aumentar la llegada de visitantes extranjeros y elevar su gasto promedio, el CPTM implementó diversas estrategias publicitarias y promocionales orientadas a fortalecer la imagen de los destinos y productos nacionales. Durante el 2012 se dio continuidad a la campaña “México, The Place You Thought You Knew” con la cual se tuvo presencia en los mercados de Norteamérica, Europa, Asia y Latinoamérica. A través del Programa Anual de Ferias Internacionales 2012, cubrió los 27 eventos con mayor oportunidad de negocio de turismo que se realizan a nivel mundial, en donde se promovieron los productos y servicios turísticos de México.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Norteamérica

- Se realizó una inversión de 310.4 millones de pesos en publicidad institucional y a través de 152 campañas cooperativas con destinos y socios.
- Se efectuaron siete viajes de familiarización a los destinos de Sonora, Puebla, Oaxaca, Ciudad de México, Riviera Maya, Chihuahua y, Riviera Nayarit.
- Se impulsaron los festejos para conmemorar el 150 aniversario de la Batalla de Puebla, en esa ciudad.
- Se participó en la muestra gastronómica “Turismo y el Sabor de la Auténtica Gastronomía Mexicana”, evento que reunió a CEOs y directivos de las principales empresas touroperadoras, agencias de viaje especializadas en cultura y gastronomía. En el marco de este evento The American Academy of Hospitality Sciences -Academia Americana de Ciencias de la Hospitalidad- otorgó por primera vez a la gastronomía de un país -México- el reconocimiento “Five Star Diamond Award”.
- Se llevó a cabo el evento T-20 en Mérida Yucatán, en el marco de la primera Cumbre Regional de las Américas del World Travel and Tourism Council -WTTC-. Se contó con una asistencia de más de 500 presidentes y altos directivos del sector, así como representantes de gobiernos extranjeros, entre los que destacan los Ministros de Turismo del G20.
- Se establecieron alianzas estratégicas con importantes asociaciones de touroperadores en Estados Unidos de América y Canadá, tales como ASTA y ACTA. A través de estas alianzas se crearon contenidos y publicaciones sobre los destinos, así como una serie de seminarios web -Webinars- y programas de capacitación.
- Se efectuaron los eventos denominados Mexico Days en las ciudades de Toronto, Montreal y Vancouver, así como en Dallas, Austin y Charlotte, con el fin de presentar la oferta turística de México a touroperadores.
- Se recibió de la asociación Virtuoso, que reúne a las agencias de viaje de lujo, el reconocimiento al CPTM como la mejor oficina de turismo del mundo.
- Se generó en Estados Unidos de América una promoción enfocada a “Pueblos Mágicos” entre los cuales se encuentran: San Cristóbal de las Casas, Tepoztlán, Pátzcuaro, Taxco, Huamantla, Bernal, Valladolid, Valle de Bravo, Tequila y Real de Catorce.
- Se participó con el objeto de apoyar el posicionamiento de México en segmentos especializados, en siete ferias de Estados Unidos de América y una de Canadá, fortaleciendo la promoción de eventos de turismo de naturaleza, cruceros, buceo, aventura y reuniones e incentivos, con una participación de 221 expositores.

Europa

- Se invirtieron a través del CPTM 17.5 millones de pesos en publicidad institucional y a través de 10 campañas cooperativas con destinos y socios.
- Se promocionó la campaña “Mundo Maya, la cuenta regresiva que hará historia, una nueva era comienza”, mejorando con ella el posicionamiento de la marca “México” y la imagen del país, además de incrementar la intención de viaje. Dicha campaña también tuvo presencia en Norteamérica, Europa y Latinoamérica.
- Se realizaron cinco Mexico Days en: Amsterdam, Bruselas, Berlín, España y París, con el objetivo de presentar a los touroperadores la oferta turística de México.
- Se promocionó la presencia de México en las principales ferias de turismo global como: FITUR en Madrid, ITB en Berlín, Top Resa en París y World Travel Market en Londres.
- Se concretaron dos viajes de familiarización a los destinos de Riviera Maya y Chihuahua por dos de los medios más importantes de Italia como son RAI 3 y Lonely Planet.
- Se contó en el mercado Europeo, con la participación de 305 expositores que promovieron los destinos turísticos de México en ocho de las Ferias de mayor relevancia, dos en España, dos en Italia, dos en Alemania, así como una en Francia e Inglaterra, con el objeto de fortalecer la presencia de la marca “Mexico” y generar una mayor afluencia de turistas potenciales.

Latinoamérica

- Se invirtieron 6.0 millones de pesos en publicidad institucional y a través de 11 campañas cooperativas con destinos y socios.
- Se efectuaron tres Mexico Days en el marco de la 31ª Vitrina Turística ANATO 2012, celebrada en Bogotá Colombia, en el Foro de PANROTAS 2012 en Sao Paulo Brasil, y en Chile, con los principales agentes de viajes y touroperadores.
- Se contó con un Pabellón de México en cuatro ferias en las que participaron 84 expositores. Con ello se amplió la presencia en mercados emergentes en crecimiento como Colombia, se dio continuidad al fortalecimiento en el de Argentina y Brasil, y se participó en la feria de negocios FIEXP0 en Uruguay.

Asia

- Se concretó una gira de presentaciones -Road Show- por tres de los principales países de Asia: China, Corea del Sur y Japón. En éste marco se realizaron dos Mexico Days en las ciudades de Seúl y Hong Kong, en los que se presentó a los touroperadores la oferta turística de los destinos mexicanos.
 - Se llevaron a cabo con motivo del Baktun 13 de los Mayas, y con objeto de dar a conocer esta cultura en el mercado asiático, diversas acciones entre las que destacan: Promoción de la Cultura Maya a través de comunicados de prensa, entrevistas a la embajadora de México en Corea del Sur, y un viaje de familiarización a Cancún para dos de los más importantes medios coreanos.
 - Se aumentó la presencia en el mercado asiático con la participación de 25 expositores de la industria turística mexicana en cuatro de las ferias más importantes de turismo; una en Japón, dos en China, y otra en Corea, segundo país emisor de turistas de Asia, donde por primera vez se montó un pabellón en la feria KOTFA.
-

En materia de relaciones públicas y comunicación, el CPTM promovió la imagen de México y estimuló la demanda de los atractivos y servicios turísticos en el mercado nacional e internacional. La inversión en estas actividades alcanzó la cifra de 108.2 millones de pesos y 11.4 millones de dólares, cuyos resultados se muestran a continuación:

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Mercado Nacional

- Se llevaron a cabo 21 viajes de familiarización con medios especializados a los principales destinos turísticos del país, dentro de los cuales destacan Cancún, Cozumel, Campeche, Puerto Vallarta, Oaxaca, Yucatán, Durango y la Ciudad de México, lo que permitió una gran cobertura y difusión.
- Se realizaron 13 conferencias de prensa en apoyo a diversas entidades federativas, con el propósito de promover eventos de gran relevancia tales como: “El Festival Gastronómico y del Vino en Baja California”, “Semana Santa en San Luis Potosí”, “La feria de Tabasco”, “Mundo Maya”, y “Tianguis Turístico 2012”.
- Se promovió la presencia de la marca “México” en eventos como: “Regata Copa México 2012” en Riviera Nayarit, el Carnaval de Colima, y en la Convención anual de AMDETUR.

Mercado Internacional

- Se sostuvieron como parte de la estrategia de comunicación, más de 400 entrevistas con los principales medios de comunicación internacionales, que generaron más de 2 700 millones de impactos, y permitieron balancear el tono de la cobertura de dichos medios sobre el país.
-

Tianguis Turístico

La edición XXXVII del **Tianguis Turístico de México 2012** superó las expectativas, al contar con el registro de más de 4 mil participantes, 54.0 por ciento por arriba del año anterior. Se presentaron 2 832 expositores, lo que implicó rebasar en 55.0 por ciento la cifra reportada en 2012.

Como efecto de la primera edición itinerante del Tianguis Turístico, con sede compartida Puerto Vallarta - Riviera Nayarit, se logró un incremento de 52.0 por ciento en el número de compradores nacionales e internacionales, al pasar de 918 en 2011 a 1 397 en el ejercicio que se reporta; con ello, fue posible elevar en 40.0 por ciento el número total de citas de negocios concertadas a través del sistema automatizado.

A través del programa “Comprador Invitado” se inscribieron 87 nuevos compradores de 79 empresas provenientes de 13 países. De los resultados obtenidos en el Tianguis 2012, 86.0 por ciento de los compradores y 93.0 por ciento de los expositores los calificaron de buenos a excelentes.

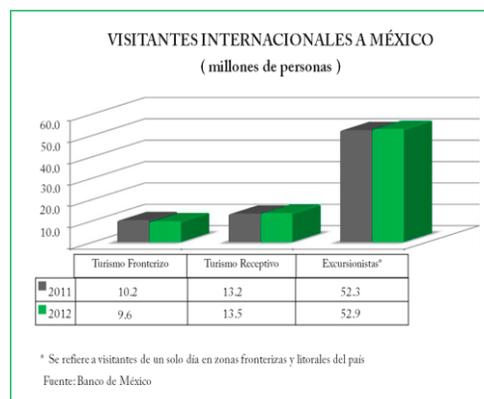
Turismo Internacional

El entorno internacional de menor crecimiento económico e incertidumbre prevaleciente en la zona del Euro modificaron las preferencias de los viajeros internacionales. Así, el turismo internacional mostró ligeras fluctuaciones, ubicándose al cierre del ejercicio en 23.1 millones de personas, cifra inferior en 1.2 por ciento a la reportada el ejercicio previo. Del total, 13.5 millones de personas correspondieron al turismo receptivo y 9.6 millones al fronterizo.

Por su parte, el número de excursionistas se situó en 52.9 millones de personas; de éstos, 47.7 fueron fronterizos y 5.1 realizaron sus arribos en crucero.

Promoción y Desarrollo del Turismo Interno

Durante el período que se reporta, los esfuerzos para la promoción del turismo interno se concentraron en un relanzamiento del mercado nacional. Al efecto, se invirtieron 385.2 millones de pesos en medios tradicionales para campañas de promoción institucional. Al cierre del ejercicio, el turismo doméstico registró una tasa de crecimiento anual de 6.6 por ciento.



PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

- Se dio continuidad a la campaña de "México se Siente" puesta en marcha en septiembre de 2011, con el propósito de seguir incentivando los viajes dentro del país y contribuir a consolidar los resultados de estrategias de promoción impulsadas en el mercado doméstico.
- Se difundió en el mercado nacional, con el propósito de promover, tanto los diferentes productos, destino y servicios turísticos del país, como las temporadas vacacionales y fines de semana largos la campaña institucional en las siguientes versiones: Puente de Febrero, Regata. Semana Santa, Mundo Maya, Pueblos Mágicos, Tianguis Turístico, Puente de Mayo, México se Siente, Verano, Puente de Septiembre, Feria Mundial de Turismo Cultural, Puente de Noviembre y Campaña de Invierno.
- Se observó la siguiente participación de los medios tradicionales en la difusión de las campañas institucionales en el mercado 72.4 por ciento en medios electrónicos -Televisión y Radio-, 8.2 en Prensa, 7.9 en Exteriores, 2.8 por ciento en Revistas y 8.7 por ciento en Medios Complementarios.
- Se llevó a cabo en todo el país de parte de la SECTUR, en coordinación con la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, "La Semana del Buen Comer" del 4 al 10 de junio, generando una derrama económica de 500.0 millones de pesos y la creación de 80 mil empleos eventuales.
- Se celebró el 7 y 8 de junio el XI Encuentro de la Red Nacional de Turismo para Todos, en la Ciudad de Puebla; con una asistencia de 230 tour operadores y agencias de viajes, sindicatos, universidades y organismos gubernamentales, 23 entidades federativas y 500 visitantes, lo que permitió 3 500 encuentros de negocios entre el sector público y prestadores de servicios turísticos.
- Se elaboró la "Guía de Recomendaciones de Diseño Universal para el Sector Turismo, Turismo Accesible" distribuida entre los secretarios estatales de turismo del país, 18 Cámaras y Asociaciones Nacionales, y algunas Instituciones involucradas con el sector.
- Se efectuó la segunda edición del Bazar de la Artesanía Mexicana, que reunió a más de 55 mil personas y 430 artesanos expositores de todo el país. El evento generó una derrama económica estimada de 22.5 millones de pesos, y permitió apoyar la capacitación de 150 artesanos.

Demanda Hotelera Nacional

La demanda hotelera nacional se incrementó 5.5 por ciento respecto a 2011, al registrar 84.0 millones de llegadas: 68.1 millones de turistas nacionales y 15.9 millones de visitantes extranjeros.

DIVERSIFICACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Fomento de la Oferta Turística

La SECTUR siguió alentando la inversión privada en la expansión y mejoramiento de la infraestructura, así como en la diversificación de la oferta turística con el propósito de elevar su competitividad y garantizar su sustentabilidad. De esta manera, los recursos invertidos ascendieron a 2 mil 155.3 millones de dólares, mismos que favorecieron el desarrollo de 1 308 proyectos. Del total, 75.0 por ciento correspondió a inversión nacional, y el resto a inversión extranjera.

Destinos Turísticos Sustentables

Se prosiguió con la aplicación del Programa de Turismo Sustentable en México, obteniendo a través de sus tres estrategias principales los siguientes resultados:

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Monitoreo de la sustentabilidad turística

- Se formularon los diagnósticos de sustentabilidad de los Municipios de Tecate, BCS; Torreón, Coah.; Culiacán, Sin.; Pahuatlán, Pue.; San Luis de la Paz, Gto. y Xilitla, San Luis Potosí, dotando con ello a estos gobiernos de una herramienta fundamental para la planeación del desarrollo sustentable del sector turismo.
- Se realizaron reuniones y/o acciones de seguimiento en los siguientes municipios: Huauchinango, Cuetzalán, Zacatlán, y Tehuacán, Puebla; Parras de la Fuente y Cuatro Ciénegas, Coah., Paraíso, Tabasco y Metepec, Estado de México.

Agenda Intersectorial de Sustentabilidad

- Se dio seguimiento en coordinación con la Comisión Nacional del Agua -CONAGUA-, a la gestión para la construcción de las plantas de tratamiento de agua en siete municipios de atractivo turístico y se inició la construcción de dichas plantas, en otros cinco.
- Se inició, junto con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales -SEMARNAT-, la gestión para la elaboración de los planes de manejo integral de los residuos peligrosos de Rosario y Escuinapa, Sinaloa.
- Se llevó a cabo el Taller para el Manejo Integral de los Residuos Peligrosos en Destinos Turísticos en la Ciudad de México, en donde se instruyó sobre la implementación de planes de manejo integral a 20 municipios turísticos del país.

Promoción de mejores prácticas ambientales

- Se realizaron los siguientes eventos para presentar el esquema de participación EarthCheck.
 - Foro Nacional de Turismo Sustentable en el Centro Banamex, realizado en agosto de 2012.
 - Foro Regional en Puebla, Pue., dirigido a funcionarios municipales y estatales del estado. Actualmente, se trabaja en la implementación de un proyecto integral para la certificación sustentable de los Pueblos Mágicos de Pahuatlán, Cuetzalán y Zacatlán, Puebla.
- Se proporcionó información cuantitativa y cualitativa relativa al sector turismo, y se participó en la validación técnica de las propuestas y modelos que se generan en los procesos de ordenamiento ecológico que coordina la SEMARNAT.
- Se instaló la Mesa Intersectorial de Cambio Climático y Turismo -MICCyT- con el propósito de coordinar las acciones sectoriales e intersectoriales en materia de cambio climático, así como de dar cohesión a los actores clave. Se realizaron tres sesiones, donde se aprobaron los lineamientos de organización y funcionamiento, y se presentó la propuesta de programa de trabajo 2013.
- Se diseñó en coordinación con dependencias y entidades de la Administración Pública Federal -APF- un **Plan Integral de Acción** para destinos con mayor potencial turístico, el cual tiene como objetivo promover el desarrollo regional y nacional a través de la potencialización de la actividad turística de cada destino.

Impulso al Desarrollo Regional

Durante 2012, la SECTUR mantuvo una estrecha coordinación con instituciones turísticas de los gobiernos estatales con el fin de impulsar proyectos de importancia regional. En este sentido, transfirió un mil 66.0 millones de pesos a través de Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, formalizados con 30 entidades federativas. Dicha transferencia fue 37.2 por ciento inferior a la registrada el ejercicio precedente, debido a que se autorizó un menor presupuesto para estos fines.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

- Se efectuó la XXXI Reunión Nacional de Funcionarios Estatales de Turismo en la ciudad de Oaxaca, Oaxaca, la cual congregó a 130 funcionarios del ámbito federal y estatal que debatieron sobre el desarrollo de la política turística nacional.
- Se llevó a cabo la VI Reunión Nacional de Pueblos Mágicos en Izamal, Yuc., a la que asistieron 350 personas entre funcionarios federales, estatales, municipales y de las localidades, así como Comités Técnicos del Programa Pueblos Mágicos.
- Se evaluaron y nombraron 35 localidades más del Programa Pueblos Mágicos, lo cual permitió cerrar el ejercicio con un total de 83 nombramientos que se integran en 31 Entidades Federativas.

Considerando las aportaciones de los tres órdenes de gobierno, se destinaron dos mil 21.1 millones de pesos para la realización de 229 proyectos de los programas Centros de Playa, en el Corazón de México, México Norte, Mundo Maya, Tesoros Coloniales y Ruta de los Dioses.

La distribución de los recursos federales por línea de producto fue: 44.5 por ciento a Turismo Cultural; 14.8, Sol y Playa; 11.6, Turismo de Naturaleza; 10.8, Turismo de Reuniones; 8.3, Turismo para Todos, y 10.1 por ciento a otros tipos y formas de turismo.

El análisis por tipo de proyecto refleja la siguiente asignación: el Mejoramiento de Imagen Urbana con 50.0 por ciento; Equipamiento Turístico, 18.0; Mejora, Rehabilitación o Creación de Sitios de Interés Turístico, 13.2; Infraestructura y Servicios, 10.0; y otros tipos de proyectos el restante 8.8 por ciento.

INDICADOR PARA RESULTADO EN PROMOCIÓN Y DESARROLLO DE PROGRAMAS Y PROYECTOS TURÍSTICOS EN LAS ENTIDADES FEDERATIVAS

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	M E T A S		PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO Alcanzada / Aprob.
		2 0 1 2 Aprobada	Alcanzada	
Porcentaje de proyectos turísticos de obra pública en operación dos años después de concluidos.	Porcentaje	80.08	96.8	120.9
<ul style="list-style-type: none"> • La línea base de la información de este indicador fue el ejercicio 2009, donde se suscribieron Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos con 29 Entidades Federativas, apoyándose 188 proyectos turísticos relacionados con obras públicas de un total de 241 proyectos turísticos en general. • De los 188 proyectos turísticos relacionados con obras públicas que se ejecutaron en 2009, 96.8 por ciento estuvieron en operación durante 2012, de los cuales 95.1 por ciento se encuentran en buenas condiciones. • Con base en los "Lineamientos para la revisión, actualización, calendarización y seguimiento de la Matriz de Indicadores para Resultados de los programas presupuestarios", este indicador definido en el PEF 2011, se sometió a un proceso de mejora llegando a la denominación que se reporta en este cuadro. 				

FUENTE: Secretaría de Turismo.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo -FONATUR-

A través del FONATUR, el Gobierno Federal dio continuidad al mantenimiento y desarrollo de los Centros Integralmente Planeados -CIP's-, al tiempo que alentó la participación de la inversión privada en el financiamiento del sector.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Planeación e Impulso a la Inversión

- Se invirtieron 655 millones de pesos en obras de infraestructura de los CIP's, como se detalla a continuación:
 - **Cancún:** se concluyeron los proyectos de Tajamar y reforzamiento del puente Nichupté.
 - **San José del Cabo:** se prosiguieron los trabajos de rehabilitación de bulevares, red de drenaje sanitario, banquetas y accesos a zonas públicas en la zona turística.

- **Ixtapa:** se concretó un proyecto para la rehabilitación de sistemas de drenaje pluvial en bulevares así como diversos estudios de planeación.
 - **Huatulco:** se realizaron obras para la rehabilitación de la infraestructura existente, así como para la diversificación e incremento del equipamiento turístico.
 - **Loreto-Nopoló:** se llevaron a cabo obras de infraestructura para el acceso a Puerto Escondido y en la carretera transpeninsular tramo Loreto-Nopoló.
 - **Nayarit:** se elaboraron proyectos y estudios para dar continuidad a la urbanización de El Capomo.
 - **Marina Cozumel:** se continuó con trabajos complementarios y equipamiento de la Marina.
 - **Playa Espíritu:** se siguió con los trabajos de urbanización y se iniciaron las obras para el incremento de la infraestructura de agua potable y tratamiento de aguas residuales; así como diversos trabajos relacionados con temas ambientales.
- Se comercializaron inmuebles por 435.2 millones de pesos, de éstos: 35.9 por ciento correspondieron a Cozumel, 30.8 a Cancún, 20.2 a Huatulco, 6.1 a Ixtapa, 6.0 a Loreto, y 1.0 por ciento a Los Cabos.

En el marco del Programa de **Asesoría y Calificación de Proyectos**, el FONATUR evaluó la rentabilidad, competitividad, generación de empleos y el impacto regional de 103 proyectos, que representan una inversión potencial de 166.9 millones de pesos, ubicados en 21 entidades federativas. De esta manera, se apoyó a 81 grupos sociales vulnerables, ocho MIPYME's y a seis inversionistas privados. El programa se difundió en ocho entidades federativas, en los que se llevaron a cabo 14 talleres a los que asistieron más de 790 inversionistas y prestadores de servicios turísticos.

Con el Programa de **Asistencia Técnica a Estados y Municipios** se elaboraron 24 estudios de planeación turística, en los que participaron aproximadamente mil representantes de los tres órdenes de gobierno, y de los sectores privado y social. Los estudios incluyen estrategias, líneas de acción y viabilidad económico-financiera de destinos turísticos ubicados en 21 estados y 178 municipios.

Como parte del Programa de **Estudios para la Generación de Proyectos**, se estableció como meta identificar mil hectáreas susceptibles de ser explotadas en proyectos turísticos y de oportunidades de inversión. Al cierre del ejercicio, la meta programada fue superada con el estudio "Identificación de aéreas para el aprovechamiento turístico en la zona costera de los municipios de San Luis Río Colorado y Puerto Peñasco, Estado de Sonora", mediante el cual se identificaron 6 874 hectáreas con dichas características.

INDICADOR PARA RESULTADOS EN CONSERVACIÓN Y MANTENIMIENTO
A LOS CIP'S A CARGO DEL FONATUR

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	M E T A S 2 0 1 2		PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO Alcanzada / Aprob.
		Aprobada	Alcanzada	
Porcentaje de atención óptima a las áreas verdes, vialidades, espacios públicos y playas de los centros integralmente planeados con las actividades de poda, riego y barrido.	Porcentaje	94.0	97.6	103.8

- Se implementaron acciones encaminadas a elevar el aprovechamiento de los recursos humanos y tecnológicos en el mantenimiento de la PTAR, vialidades, jardines y alumbrado público, entre otros.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

Desarrollo de Productos

Con base en la participación de los gobiernos Federal, estatal y municipal, así como de los sectores privado y social se realizaron las siguientes acciones para el fortalecimiento de la oferta turística dirigida a segmentos específicos del mercado.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Turismo Cultural

- Se llevaron a cabo tres jornadas de profesionalización para el desarrollo de productos turísticos, en las ciudades de México, D.F., Guadalajara, Jal. y León, Gto., con 220, 160 y 150 participantes, respectivamente.
- Se colaboró en la organización del **VII Congreso Mundial de Pastoral de Turismo**, realizado en Cancún, Quintana Roo, a fin de promover el segmento de turismo religioso.
- Se participó en el **Festival Internacional de Gastronomía y Vino “Morelia en Boca”**, celebrado en Morelia, Mich., con una afluencia de más de 7 mil asistentes.
- Se celebró en coordinación con el Instituto Nacional de Antropología e Historia -**INAH**-, el Centro Patrimonio Mundial de la UNESCO y el Gobierno de Querétaro, en la Ciudad Capital de ese Estado, el **Encuentro Internacional Patrimonio Mundial, Cultura y Desarrollo en América Latina y el Caribe**, con el tema “Turismo y Territorio. Clave para el Desarrollo Comunitario”.
- Se realizó la Tercera Edición de la **Feria Mundial de Turismo Cultural** en Morelia, Mich., la cual contó con tres espacios: el comercial, constituido por una plataforma de exhibición de destinos y productos, en la que estuvieron presentes 115 compradores de 14 países con más de 2 mil citas de negocios; el académico, con la participación de 13 expertos en temas de Turismo Cultural, y el artístico, donde se presentó una agenda de actividades y manifestaciones culturales de México y de los países participantes.

Turismo de Salud

- Se organizó, en Cuernavaca, Mor., en coordinación con la Secretaría de Turismo de ese estado, el Congreso Nacional de Termalismo y Turismo de Salud, y el Taller de Villas Termales.

Turismo de Negocios

- Se impulsó el desarrollo de infraestructura turística y de congresos, a través de la asesoría para la construcción del nuevo centro internacional de convenciones en Los Cabos, B.C.S., lo que permitió a México ser anfitrión de la Reunión de Líderes del G20 en junio de 2012.
- Se organizó en la ciudad de León, Gto., el **XIX Congreso Nacional de Turismo de Reuniones**, con la asistencia de más de 550 empresarios, hoteleros, representantes de organismos nacionales e internacionales, asociaciones e instituciones públicas y privadas, oficinas de convenciones, recintos y organizadores de eventos.
- Se impulsaron acciones de vinculación empresarial turística a través del apoyo a eventos como: el Seminario Educativo de la Global Business Travel Association, la Convención Anual de Meeting Professional International.

Turismo Alternativo

- Se concluyó la producción cinematográfica “**Vuelo de las Mariposas Monarca**”, que promueve el valor de los recursos naturales de la región e impulsa el desarrollo turístico en las localidades donde se ubican los Santuarios de esta Mariposa.
- Se llevó a cabo la primera “**Feria de Turismo de Aventura México, Veracruz 2012**”, con el apoyo del Gobierno de Veracruz, CPTM y la Adventure Travel Trade Association.
- Se canalizaron, mediante los Convenios de Coordinación en Materia de Reasignación de Recursos, 128 millones de pesos del Programa Especial Concurrente -**PEC**- a 16 estados, con el fin de apoyar 36 proyectos que beneficiarán a diversas comunidades rurales y ejidales en marginación.
- Se desarrollaron, a través del FONATUR, seis proyectos ejecutivos para la construcción de Centros de Cultura para la Conservación en los siguientes sitios: Parques Nacionales Palenque, Lagunas de Montebello, y Cañón del Sumidero, en Chiapas; Parques Nacionales Loreto, en Baja California Sur; Reserva de la Biósfera Los Tuxtlas, en Veracruz, y Parque Nacional Huatulco, en Oaxaca; los cuales ofrecerán a los turistas actividades en las áreas naturales protegidas y facilitarán la prestación de servicios básicos.

Segmentos Especializados

- Se realizó el Diagnóstico sobre la percepción de seguridad en destinos turísticos de cruceros en México.
- Se aplicó la estrategia Integral y Acciones de Coordinación Sectorial para el Desarrollo del Segmento de Cruceros en los Puertos de México.
- Se lanzaron las 18 Rutas Gastronómicas de México, recorridos que abarcan todo el país y permiten ofrecer a los visitantes una experiencia culinaria completa a través de los distintos sabores de México.
- Se desarrollaron cuatro diagnósticos en segmentos específicos, para conocer la importancia de cada uno de ellos y la oferta turística especializada disponible: LGBT -Lesbian, Gay, Bisexual, Transexual-; De Lujo; Turismo Médico, y Culturas Vivas.

FOMENTO A LA ACTIVIDAD Y CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Pequeñas y Medianas Empresas Turísticas

En el marco del Programa de Apoyo a la Competitividad de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa Turística, -MIPYME- la SECTUR en colaboración con la Secretaría de Economía, continuó promoviendo el desarrollo de este grupo de empresas en tres vertientes: profesionalización y modernización, financiamiento competitivo, y ventanilla única para la gestión de proyectos. Asimismo, se implementó el Programa Tesoros de México, mediante el cual se otorga el distintivo de calidad Tesoro de México a las PYMES del giro de hoteles y restaurantes que atienden a turistas nacionales y extranjeros del segmento Premium, cuya arquitectura y oferta gastronómica son representativas del país, y sus estándares de calidad de operación y servicios son de clase mundial.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

- Se incorporaron 581 proyectos y 4 792 MIPYMES turísticas al Programa de Calidad Moderniza; de estas últimas, 3 924 obtuvieron el distintivo "M".
- Se llevó a cabo la 9ª Reunión Nacional de Actualización para Consultores M en la Ciudad de Querétaro, con la asistencia de 130 consultores.
- Se implementó el Programa Moderniza Especializado en 18 empresas piloto, y la formación de 18 consultores.
- Se implementó el Programa de Calidad Moderniza Rural en cinco empresas piloto y la formación de cinco consultores especialistas en el tema.
- Se atendió un total de 123 MIPYMES incorporadas al Programa Tesoros de México; de las cuales, 83 ya cuentan con la Certificación Tesoro de México en las entidades federativas participantes; Chiapas, Distrito Federal, Guanajuato, Jalisco, Michoacán, Morelos, Puebla, Oaxaca, Querétaro y Yucatán.
- Se llevó a cabo la 2ª Convención Anual de Empresas Tesoros de México en Cuernavaca, Mor., contando con la asistencia de 65 empresas de los diez estados participantes.
- Se apoyaron 116 MIPYMES con 138.5 millones de pesos del Programa de Financiamiento para el Sector Turismo, que opera el Banco Nacional de Comercio Exterior.

Calidad de los Servicios Turísticos

Como una forma de crear cuadros especializados y acrecentar la calidad de los servicios proporcionados, la SECTUR promovió diversos eventos dirigidos a impulsar el desarrollo y certificación de capacidades del recurso humano involucrado en la actividad turística.

PRINCIPALES ACCIONES Y RESULTADOS

Formación y Profesionalización

- Se capacitó en el marco del Programa Nacional de Capacitación Turística a 98 199 prestadores de servicio, -48 434 mujeres y 49 765 hombres-, a través de 1 195 cursos sobre preparación de alimentos y bebidas, de guías, cultura de servicio, motivación al trabajo y conducción de grupos entre otros.
- Se entregaron 3 550 distintivos "H", mediante el Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos; de éstos, 2 472 corresponden a renovaciones y 1 078 a nuevos distintivos.
- Se implementó el Programa de Buenas Prácticas de Calidad Higiénica para Empresas Turísticas denominado "Punto Limpio", en cuyo marco se formaron 145 consultores y se benefició a 1 576 MIPYMES turísticas, de las cuales 1 500 son micro, 55 pequeñas y 21 medianas empresas.
- Se realizaron 1 230 cursos a través del Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística, con una cobertura de más de 31 mil prestadores de servicios turísticos.

Educación y Vinculación

- Se validaron los contenidos educativos de 21 diplomados para la acreditación de guías de turistas y 184 cursos de actualización conforme a la NOM-08-TUR-2002, así como de siete diplomados de guías de turistas especializados en alguna actividad específica y 14 cursos de actualización respecto a la NOM-09-TUR-2002.

- Se cuenta con seis empresas de Turismo Aventura y Ecoturismo como prestadoras de servicios de capacitación, y cuatro más como centros de evaluación en términos de la NOM-09-TUR-2002.
- Se emitieron 81 opiniones técnicas a la Secretaría de Educación Pública -SEP-, sobre solicitudes para obtener el reconocimiento de validez de estudios en turismo o carreras afines.
- Se realizó, en colaboración con autoridades estatales y de la SEP, el X Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil con el lema: "Conservar nuestros destinos turísticos para las generaciones futuras". En total se contabilizaron 95 255 trabajos de niñas y niños de todo el país.

Seguridad, Orientación y Asistencia Turística

La SECTUR continuó proporcionando servicios de información, orientación, asistencia, apoyo y protección a los turistas nacionales e internacionales. Así, a través de la **Corporación Ángeles Verdes** atendió a 567 214 viajeros en las 262 rutas de la red carretera nacional, cantidad superior en 4.4 por ciento a la del año anterior. Al respecto, cabe destacar que en las temporadas vacacionales de Semana Santa, verano, invierno y fines de semana largos se instalaron operativos especiales de emergencia y auxilio vial. Por su parte, el **Departamento de Información y Comunicación para Asistencia al Turista**, atendió 128 mil consultas de información, orientación y asesoría en módulos, vía telefónica, por correspondencia y correo electrónico. A través del **Programa Paisano**, se proporcionaron servicios de información y asistencia a 750 mil connacionales provenientes del exterior.

INDICADOR PARA RESULTADOS DE SERVICIOS DE ORIENTACIÓN Y ASISTENCIA TURÍSTICA

DENOMINACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	M E T A S 2 0 1 2		PORCENTAJE DE CUMPLIMIENTO Alcanzada / Aprob.
		Aprobada	Alcanzada	
Porcentaje de turistas satisfechos por los servicios recibidos.	Porcentaje	90.00	99.85	110.94

- Se brindó servicio oportuno y de calidad a los turistas que viajan por carretera, por lo que la calificación obtenida en los cuestionarios de satisfacción fue superior a la esperada.

FUENTE: Secretaría de Turismo.

INDICADORES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

Balanza Turística

En 2012 la balanza turística registró un superávit de 4 mil 333 millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 7.3 por ciento con respecto al período previo. Lo anterior se explica por el aumento en la captación de divisas del orden de 7.2 por ciento, las cuales se situaron en 12 mil 720.2 millones de dólares; en tanto que, los egresos ascendieron a 8 mil 387.2 millones, cantidad superior en 7.1 por ciento a la del ejercicio anterior.

INDICADORES BÁSICOS RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	2011 ¹	2012	VAR. %
Saldo de la balanza turística	Dólar (Millones)	4 036.9	4 333.0	7.3
Visitantes Internacionales a México	Persona (Millones)	75.7	75.9	0.3
Turistas Internacionales	Persona (Millones)	23.4	23.1	-1.2
Turismo Fronterizo	Persona (Millones)	10.2	9.6	-5.3
Turismo al Interior (Receptivo)	Persona (Millones)	13.2	13.5	1.9
Excursionistas Internacionales	Persona (Millones)	52.3	52.9	1.0
Excursionistas Fronterizos	Persona (Millones)	47.0	47.7	1.5

CUENTA DE LA HACIENDA PÚBLICA FEDERAL 2012

Pasajeros en Crucero	Persona (Millones)	5.3	5.1	-3.0
Ingresos de divisas	Dólar (Millones)	11 868.8	12 720.2	7.2
Visitantes Internacionales de México al Exterior	Persona (Millones)	88.1	90.0	2.2
Egreso de divisas	Dólar (Millones)	7 831.9	8 387.2	7.1
Demanda hotelera ^{2/}	Persona (Millones)	79.6	84.0	5.5
Oferta Hotelera ^{3/}	Cuarto (Miles)	651.2	660.5	1.4
Capacitación	Personas capacitadas	95 000	98 199	3.3
Auxilio turístico en carreteras	Kilómetro (Miles)	25 744	25 237	1.96
Vehículos atendidos	Vehículo	150 037	162 216	8.11
Turistas atendidos	Persona	543 233	567 214	4.41
Orientación e información turística	Consulta	140 366	127 947	8.84

1/ Cifras revisadas, razón por la cual no coincide con la CP 2011.

2/ Se refiere a los turistas nacionales y extranjeros a nivel nacional.

3/ Cifras preliminares. Incluye hoteles con categorías de una a cinco estrellas y villas, apartamentos, casas de huéspedes, posadas, cuartos amueblados, campamentos, cabañas, suites, condominios y otro tipo de alojamiento.

n.d. Información no disponible, solo se hace estimación a nivel agregado en lo referente al monto de divisas por visitantes internacionales cuya meta aprobada para 2012 fue de 12,024.0 millones de dólares. Cabe señalar que en marzo de 2012 el Banco de México hizo una revisión de la información de visitantes internacionales para el periodo 2007 a marzo de 2012.

n.c. No comparable al no contar con datos estimados desagregados.

FUENTE: Secretaría de Turismo y Banco de México.