



SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

DIAGNÓSTICO DEL PROGRAMA
PRESUPUESTARIO

“DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE
PROYECTOS TURÍSTICOS
SUSTENTABLES”

ÍNDICE

| | |
|--|----------|
| INTRODUCCIÓN | 3 |
| 1 ANTECEDENTES | 6 |
| 2 ESTRUCTURA GENERAL DEL DIAGNÓSTICO DEL PROGRAMA | 9 |
| 2.1 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA | 9 |
| 2.1.1 <i>Árbol del Problema</i> | 15 |
| 2.1.2 <i>Causas</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Efectos</i> | 19 |
| 2.1.4 <i>Experiencias de atención</i> | 21 |
| 2.2 OBJETIVOS | 24 |
| 2.2.1 <i>Árbol de Objetivos</i> | 25 |
| 2.2.2 <i>Determinación y justificación de los objetivos de la intervención</i> | 26 |
| 2.3 COBERTURA | 27 |
| 2.3.1 <i>Población potencial</i> | 27 |
| 2.3.2 <i>Población objetivo</i> | 27 |
| 2.4 DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN | 27 |
| 2.4.1 <i>Tipo de intervención</i> | 28 |
| 2.4.2 <i>Etapas de la intervención</i> | 29 |
| 2.4.3 <i>Previsiones para la Integración y Operación del Padrón de Beneficiarios</i> 32 | |
| 2.4.4 <i>Matriz de Indicadores para Resultados</i> | 33 |
| 2.5 FUENTE Y BIBLIOGRAFÍA | 39 |

GLOSARIO

Para efectos del presente documento, se entenderá por:

APF: a la Administración Pública Federal Centralizada y Paraestatal;

Área de Enfoque: Población humana, espacio geográfico, fenómeno económico / social, condición natural, en quien se aplicará la intervención de acuerdo a la problemática y/o necesidad identificada;

Área de enfoque atendida: Población humana, espacio geográfico, fenómeno económico / social, condición natural, que presenta la necesidad y/o el problema y al cual el programa beneficia en un ejercicio fiscal o más;

Beneficiarios: Personas físicas o morales, públicas o privadas y, en general, quien reciba apoyos, por haber cumplido con los criterios de selección;

Dependencias: a las que hace referencia el Artículo segundo, fracción primera, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal;

DGIFIT: a la Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas;

DGIPT: a la Dirección General de Innovación del Producto Turístico de la SECTUR;

DGSE: a la Dirección General de Seguimiento y Evaluación de la SECTUR;

Documentos Normativos: Se entenderá por documentos normativos a los Informes, diagnósticos, estudios, manuales, lineamientos, programas sectorial, institucional, transversal, especial o regional relacionados con el programa.

Intermediarios / beneficiarios: Personas físicas o morales, tales como Instituciones, Organismos, Asociaciones, gobiernos estatales o municipales o cualquier otro ente público o privado, a través del cual el programa hace llegar los bienes y/o servicios;

Lineamientos: a los Lineamientos Generales para la evaluación de los Programas Federales de la Administración Pública Federal publicados en el Diario Oficial de la Federación el 30 de marzo de 2007;

MIR: a la Matriz de Indicadores para Resultados;

PAE: al Programa Anual de Evaluación;

PND: al Plan Nacional de Desarrollo;

Población objetivo: a la población que el programa tiene planeado o programado atender para cubrir la población potencial, y que cumple con los criterios de selección. La población objetivo de un programa debe ser medida en la misma unidad que la población potencial; para el caso de los programas no considerados como Programa o Acción de Desarrollo Social se podrá entender como área de enfoque objetivo;

Población potencial: a la población total que presenta la necesidad y/o problema que justifica la existencia del programa y que por lo tanto pudiera ser elegible para su atención. La población potencial de un programa puede ser medida en personas físicas o morales, áreas geográficas, escuelas, núcleos agrarios, monumentos, entre otros; para el caso de los programas no considerados como Programa o Acción de Desarrollo Social se podrá entender como área de enfoque potencial;

Población atendida: a la población beneficiada por el programa en un ejercicio fiscal;

RLAASSP: al Reglamento de la Ley de Adquisiciones, Arrendamientos, y Servicios del Sector Público;

SECTUR: a la Secretaría de Turismo;

SHCP: a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público;

SFP: a la Secretaría de la Función Pública;

Unidad Responsable (UR): al área administrativa de las dependencias y entidades, obligada a la rendición de cuentas sobre los recursos humanos, materiales y financieros que administra, para contribuir al cumplimiento de los programas comprendidos en la estructura programática autorizada al Ramo o Entidad; y

Unidad o Área de Evaluación (AE): al área administrativa ajena a la operación de los programas federales designada por las dependencias y entidades para coordinar la operación, supervisión y seguimiento de las evaluaciones y sus resultados, su calidad y cumplimiento normativo, así como responsable del envío de los resultados de la evaluación a las instancias correspondientes, en términos de lo señalado en la fracción I del artículo 7 del Reglamento de la LFPRH.

INTRODUCCIÓN

El presente diagnóstico da cumplimiento al quinto párrafo del numeral 24 Programa Anual de Evaluación para el ejercicio fiscal 2015 de los Programas Federales de la Administración Pública Federal (PAE 2015), emitido conjuntamente por las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de la Función Pública y el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, el contenido del documento cumple con los criterios establecidos en el documento “elementos mínimos a considerar en la elaboración de diagnósticos de programas nuevos”.

El Programa Presupuestario F005, es resultado del diseño de la Estructura Programática para el Presupuesto de Egresos de la Federación 2016, el cual contempla la fusión de los Programas Presupuestarios F003 “Promoción y desarrollo de programas y proyectos turísticos en las Entidades Federativas”, y el F004 “Desarrollo e innovación de productos turísticos sustentables”.

Ante tales circunstancias, se requiere elaborar un diagnóstico que permita dimensionar la problemática que atiende el nuevo programa y en su caso, sustentar sus vertientes de atención, para así cumplir con los objetivos sectoriales y nacionales.

El presente documento tiene la finalidad de determinar y cuantificar el problema que implica, que los destinos turísticos carezcan de estrategias de desarrollo y promoción en las líneas de producto turísticos, así como ofrecer propuestas de acción para mitigar los efectos negativos de dicha problemática.

1 ANTECEDENTES

A partir de 1998, la Secretaría de Turismo (SECTUR) realizó una serie de fascículos denominados “Documentos Técnicos de Competitividad”, dirigidos tanto a estudiantes y empresarios, como a servidores públicos de los tres niveles de gobierno, mismos que abordaban temas orientados a difundir técnicas de la competitividad y de la ingeniería de los productos, entre otros. Dichos documentos, fueron la única guía técnica institucional para fomentar el desarrollo y promover que el sector empresarial apostara por la inversión en nuevos proyectos.

Otro esfuerzo se realizó en el periodo 1998-2000, con los “Foros de Competitividad Turística”, en los cuales se coordinó tanto a las autoridades de los tres niveles de gobierno, como a los sectores empresarial y académico, para que a nivel local, estatal y regional, se transmitieran experiencias y asistencia técnica, relativas al desarrollo e innovación de productos turísticos, siendo estas de carácter académico, sin contar con esquemas orientados al impulso, desarrollo y promoción de proyectos turísticos por parte de emprendedores.

En ambos casos, los esfuerzos fueron realizados para que los destinos turísticos y sus empresas contaran con información y asesoría especializada para la toma de decisiones en materia de estrategias de desarrollo y promoción en sus líneas de producto; sin embargo, a partir del año 2001, tales acciones ya no continuaron como una estrategia institucional.

A lo largo de 14 años, si bien se efectuaron diversos foros, talleres y seminarios, los mismos no fueron el resultado de una política de estado diseñada para atender la problemática existente. De ahí la importancia de este diagnóstico y los instrumentos de planeación que permitirán identificar las necesidades propias que demanda el sector turístico nacional en materia de desarrollo y fomento de proyectos turísticos por parte del sector empresarial en los destinos turísticos, que fortalezcan la oferta turística.

Resulta necesario señalar que hasta el 2015, el programa presupuestario F004 “*Desarrollo e innovación de productos turísticos sustentables*”, se orientó a “Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino”.

Por su parte el programa presupuestario F003 “*Promoción y Desarrollo de Programas y Proyectos Turísticos en las Entidades Federativas*”, que estuvo hasta el año 2013 a cargo de la Dirección General de Programas Regionales, hoy

Dirección General de Desarrollo Regional y Fomento Turístico, a la nueva Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas, tuvo como objetivo principal difundir las posibilidades de acceso al financiamiento para empresas turísticas y ser el vínculo entre proyectos de inversión y capitales para impulsar oportunidades de negocio.

Con el propósito de identificar las necesidades propias del sector en materia de financiamiento y promoción de la inversión, en 2014, la SECTUR convocó a foros de financiamiento y promoción de la inversión en diversas entidades federativas del país, así como en el extranjero. El objetivo fue difundir e incentivar a los prestadores de servicios turísticos sobre la utilización de instrumentos financieros que pone a su disposición el Gobierno Federal y la banca privada para coadyuvar en el desarrollo del sector.

La audiencia a estos foros registró un número superior a 3,500 asistentes, entre emprendedores, empresarios, funcionarios, y otros actores del sector turístico; de igual manera participaron diferentes órganos y dependencias de los órdenes de gobierno, banca de fomento y banca comercial, destacando las Secretarías de Turismo de las entidades federativas, el Instituto Nacional del Emprendedor de la Secretaría de Economía, PROMEXICO, FONATUR, el servicio de Administración Tributaria de la SHCP, BANCOMEXT, Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, NAFINSA y BANORTE, entre otros.

Se observó que las Mipymes turísticas presentan un complicado acceso al financiamiento, debido a una baja calificación financiera en términos de riesgo que otorga la banca comercial a las empresas del sector turístico, lo que generó que la SECTUR, vinculada a la banca de fomento, ejerciera acciones para facilitar el acceso al crédito para estas empresas. Resultado de lo anterior se firmó un convenio de colaboración entre SECTUR y NAFIN para otorgar financiamientos adecuados a las características detectadas en el sector turístico. Asimismo se encuentra en proceso de desarrollo un convenio entre FND y SECTUR para el diseño de más esquemas de financiamiento competitivos hacia el sector turístico.

No obstante, a la fecha, la oferta de crédito se considera no apropiada e insuficiente, por lo que resulta fundamental continuar diseñando esquemas de financiamiento dirigidos al sector.

En este sentido, para el año 2014, el programa F003 modifica su propósito, enfocándose al impulso al financiamiento e inversiones turísticas, por lo que se orienta a la búsqueda de un modelo de gestión que impulse el financiamiento y el acceso al crédito a los empresarios prestadores de servicios turísticos en forma integrada e interrelacionada con sus diversos componentes.

Con la fusión de los programas presupuestarios F003 y F004, se conjuntarán y complementarán en un solo programa de nueva creación denominado F005, los esfuerzos y acciones, para dar atención a la problemática identificada.

2 ESTRUCTURA GENERAL DEL DIAGNÓSTICO DEL PROGRAMA

2.1 IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

México cuenta con un gran potencial turístico debido a su patrimonio natural, cultural e histórico, asimismo es fuente potencial de actividades tanto económicas como sociales, que satisfacen las demandas de bienes y servicios de los turistas.

A pesar de que el turismo en México aporta el 8.7% del Producto Interno Bruto y que está en los primeros lugares turísticos mundiales, el país se enfrenta a un ambiente cada vez más competitivo, por lo que la capacidad de innovar en el diseño e implementación de políticas turísticas resultan indispensables para responder a nuevas necesidades con la finalidad de mantener y elevar la competitividad y calidad de servicios del sector.

Actualmente, el turismo está por debajo del potencial que tiene el país. Esto ha limitado la creación de empleos y el aprovechamiento de los beneficios del turismo a favor de la población que se dedica a esta actividad y, más aún, ha afectado la generación de polos de desarrollo y bienestar para las comunidades receptoras de turismo. El reto del sector turístico es desarrollar proyectos turísticos por medio de la innovación, el financiamiento y la inversión.

Esta falta de estrategia, ha derivado en situaciones que van desde la no identificación de la vocación turística de los destinos turísticos, limitando canales de financiamiento, hasta la falta de especialización de los prestadores de servicios, situación que conlleva a que las empresas turísticas sean poco desarrolladas o competitivas, así como que los destinos turísticos sean poco competitivos y sustentables, encontrándose muchos de ellos en una fase de estancamiento o declive.

Las políticas de inversión pública en los últimos años han estado orientadas al desarrollo de proyectos enfocados al mejoramiento del equipamiento y la imagen urbana, sin que sean relevantes las inversiones en proyectos de alto impacto fuera del segmento de sol y playa y los denominados Centros Integralmente Planeados.

Esto ha provocado una creación de servicios de alojamiento, restaurantes y segundas residencias, y no la generación de una gama de servicios integrales que articulen la cadena del valor del sector para incentivar el gasto promedio y la

distribución de los ingresos generados por el turismo en las comunidades receptoras.

En el país no hay ninguna instancia en los diversos niveles de gobierno que propicie el desarrollo integral de los proyectos turísticos, que va desde proporcionar información de nichos potenciales hasta la facilitación de trámites para que se concrete la inversión tanto nacional como extranjera.

Este resultado, ha sido la suma de los errores tanto del propio mercado, como de gobierno, que se refleja en el hecho de que nuestro país, haya perdido posiciones en la clasificación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), con países emergentes con quienes compite por los mismos mercados emisores de turistas, al pasar del séptimo lugar en el año 2000, al décimo lugar en el 2014 en la recepción de turistas internacionales, y del duodécimo, a vigésimo segundo en el ingreso de divisas, contrastando con las cifras correspondientes al mercado interno, que representa aproximadamente el 80% del consumo turístico del país.¹

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

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

Ante un cambio en el perfil de consumo de los turistas y la gran cantidad de información disponible en la actualidad, gracias a las redes sociales y el uso del internet, no es factible sustentar el desarrollo de la oferta turística en experiencias que se pueden replicar con facilidad.

¹ Barómetro Turístico de la O.M.T.

Precisamente, una de las claves para fortalecer las ventajas competitivas del sector está asociada la innovación, la calidad de los servicios turísticos y el uso eficiente de los recursos.

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

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

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

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

La débil vinculación interinstitucional operativa para la seguridad del turismo, aunado al desarrollo de tecnologías que difunden los problemas políticos sociales

o naturales masivamente y en tiempo real han impactado severamente en la percepción sobre algunos de los principales destinos turísticos del país, razón por la que se ha disminuido el número de visitantes principalmente internacionales.

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

Por otro lado, la informalidad tiene una fuerte presencia en el sector. Los efectos de este fenómeno, que no son exclusivo del turismo, debilitan el desarrollo de la actividad y afectan de manera negativa los potenciales beneficios que podría generar. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (INEGI), se estima que la tasa de informalidad en actividades de servicios de alojamiento y restaurantes asciende al 54%. La misma fuente, señala que los trabajadores en el sector informal perciben 40% menos ingreso que la población ocupada en la formalidad.

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

En este sentido, los destinos turísticos del país requieren ser más competitivos para ello, la innovación, la calidad y la productividad dentro del sector serán factor clave. En este sentido se deben impulsar estrategias para el impulso de desarrollo tecnológico en el turismo, la colaboración con instituciones de educación superior y centros de investigación para fortalecer la capacitación, así como el fomento de iniciativas que favorezcan a los emprendedores del sector.

El crecimiento económico depende fundamentalmente de la inversión., tanto pública como privada, cuando actúa en sincronía puede detonar una dinámica de

crecimiento y generación de riqueza importante. No obstante, para que el crecimiento se traduzca en mejores condiciones de vida de la población tiene que ser de calidad. Esto es, un crecimiento generador de empleos que permita el pago de mejores salarios.

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

México se ubica entre los primeros 10 lugares de los países más confiables para invertir (novena posición de la lista de A.T. Kearney²). En la Encuesta de Perspectivas Mundiales de Inversión 2013-2015 de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) México avanzó cinco lugares.

Pese a ello es evidente que aún prevalecen determinadas barreras para detonar un mayor financiamiento e inversión hacia los proyectos turísticos por lo que es necesario impulsar esquemas de facilitación y agilización para generen un mejor ambiente de negocios en el turismo. Si bien los datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) sobre Formación Bruta de Capital Fijo turístico indican un crecimiento promedio de la inversión del 18% entre 2003 y 2011, en ese último año se presentó un caída de aproximadamente tres por ciento.

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

Uno de los componentes más importantes para el progreso de la actividad turística está vinculado con la disponibilidad de recursos para financiar el desarrollo de destinos, productos y servicios turísticos. Se trata de instrumentos de crédito y de financiamiento, pero no sólo para la construcción de grandes obras de infraestructura de conectividad como la carretera, portuaria, aeronáutica o de banda ancha, sino también para el establecimiento de empresas (micro, pequeñas o medianas), proveedores o prestadores de servicios relacionados con el sector turístico.

² <http://eleconomista.com.mx/industrias/2015/04/28/mexico-atractivos-inversion-extranjera-pena-nieto>

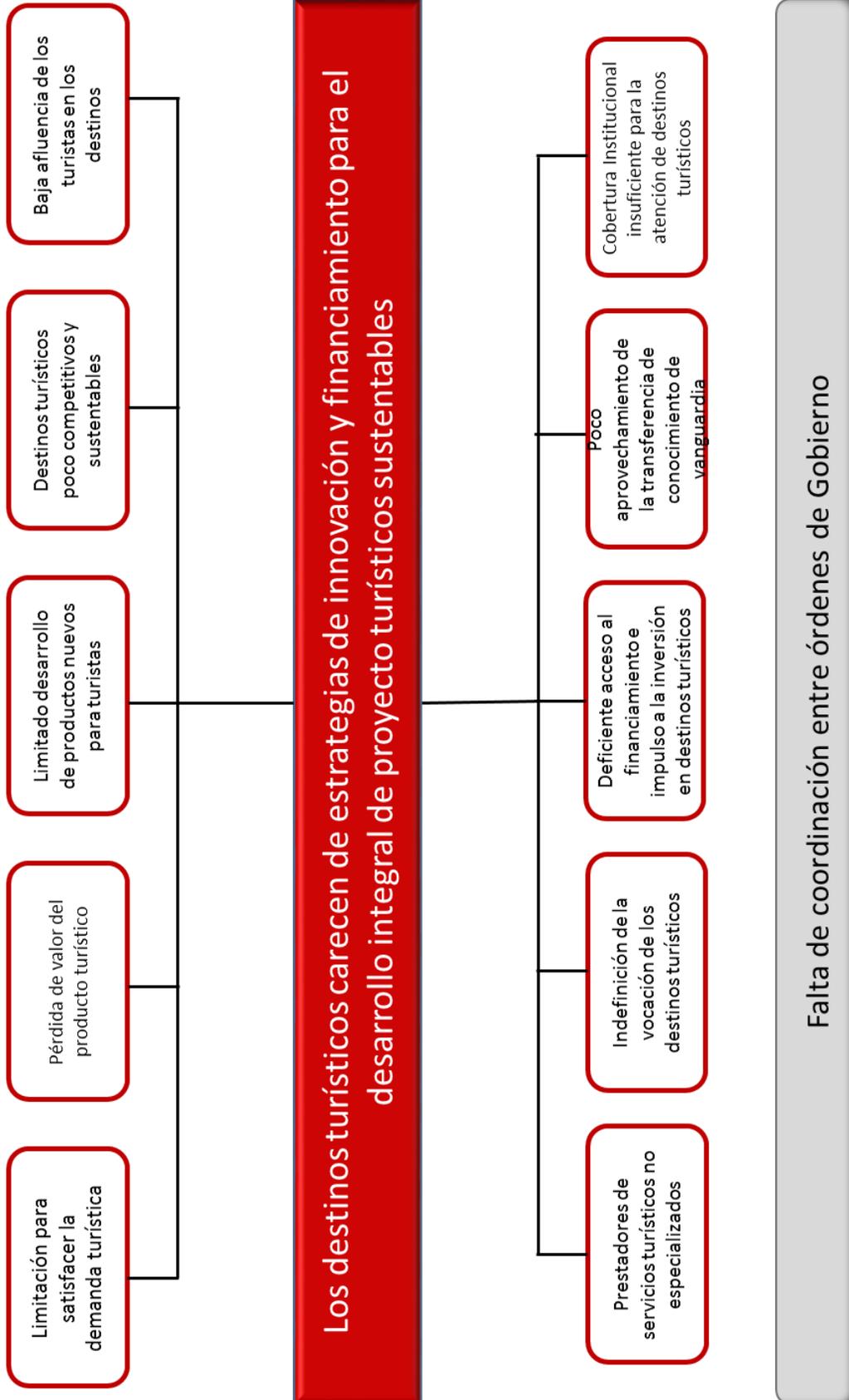
Tan sólo en los sectores de alojamiento temporal, restaurantes y de servicios de esparcimiento culturales y deportivos, el turismo integra 433,090 micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) que representan el 99.8% de las empresas totales en estos sectores. Éstas además generan 1,673,852 empleos,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

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

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

En este sentido, se identifica que el problema principal, se define como: **“Los destinos turísticos de nuestro país, carecen de estrategias de innovación y financiamiento para el desarrollo integral de proyecto turísticos sustentables”**

2.1.1 ÁRBOL DE PROBLEMAS



2.1.2 CAUSAS

A continuación se enuncian las principales causas identificadas:

a) Prestadores de servicios turísticos no especializados

Se ha observado que no existe una diferenciación de los productos turísticos que ofertan diversos destinos turísticos entre sí, y al interior de los mismos. Se observa una competencia por un turista cada día más insatisfecho por no encontrar productos innovadores, que busca satisfactores que no encuentra en el mercado nacional, debido a la constante copia de actividades, sin que las mismas presenten una especialización, así como alguna base de profesionalización que permita diferenciarlas.

b) Indefinición de la vocación turística de los destinos turísticos.

Se identifica que las acciones orientadas al desarrollo y promoción de proyectos turísticos, no responden a un proceso de planeación, que se sustente en el análisis de las ventajas comparativas y competitivas de los destinos; esto en comparación con sus competidores naturales, así como en relación al tipo de actividades y productos turísticos que desarrollan, los cuales en su gran mayoría son ajenos a la naturaleza y vocación del destino.

c) Falta de fuentes de financiamiento e inversión en destinos turísticos:

Se observa que en los tres niveles de gobierno, la inversión pública en servicios relacionados a la actividad turística es limitada, así como el presupuesto orientado al desarrollo y fomento de productos turísticos es escaso.

El presupuesto del sector turístico a nivel federal y estatal orientado a la mejora de la infraestructura y equipamiento, que si bien sirve de soporte para las actividades y productos turísticos ofertados, no atiende las demandas de quienes ofertan productos turísticos.

Hacen falta créditos para la inversión turística ya que es deficiente el sistema de créditos para este tipo de inversión, existen pero es difícil el acceso a ellos y son muy pocos. Las tasas preferenciales para el sector aún son rezagadas y no se cuenta con esquemas apropiados para las empresas turísticas.

En este sentido, se ha identificado que los bancos siempre tienden a dificultar un trámite de crédito a nuevos emprendedores debido al alto riesgo de que estos caigan en moratoria de pago y por ende dejen de pagar el crédito que se les otorgó (Stiglitz y Weiss, 1981). En el sector turístico la situación es más complicada al ser considerado de alto riesgo debido a su volatilidad.

Por otra parte, los inversionistas turísticos enfrentan una falta de instrumentos de apoyo financiero adecuados a la naturaleza de inversión del sector, aparte de que en México existe una falta de difusión sobre opciones de financiamiento y a la vez una limitada asesoría por parte de las instituciones para acceder a este, lo cual provoca que la proporción de financiamiento otorgado mediante la banca de desarrollo sea muy baja, y permanezca estable, en promedio en un 13%.

d) Falta de coordinación institucional con estados y municipios en los destinos turísticos:

En los destinos turísticos, la autoridad municipal desarrolla acciones para el desarrollo y fomento de proyectos turísticos, que en muchas ocasiones no corresponden a las necesidades propias del sector turístico; acciones realizadas de manera desordenada, sin el consenso de la autoridad estatal y federal.

A su vez los gobiernos estatales, efectúan acciones orientadas al desarrollo y promoción de proyectos turísticos de manera unilateral, sin el consenso o soporte de los gobiernos municipal y federal, mismas que en la mayoría de los casos no corresponden a un ejercicio planeación.

Por otra parte, durante los últimos años, en materia de desarrollo y promoción de proyectos turísticos, no ha existido la coordinación suficiente, con las autoridades de los destinos, como son los gobiernos municipales, así como no se ha contado con un canal de comunicación adecuado con los gobiernos estatales, además de los organismos públicos o empresariales, para desarrollar una política de atención conjunta.

En su conjunto estos factores se han constituido como una causa principal del problema.

e) Poco aprovechamiento de la transferencia del conocimiento de vanguardia de los destinos turísticos

Se ha identificado que a nivel destino y estado, los diversos estudios, investigaciones, diagnósticos y documentos técnicos, que han sido elaborados por los tres niveles de gobierno, relacionados con la innovación y desarrollo del producto turístico, no han cumplido la función de transmitir sus principales resultados y recomendaciones al sector turístico en general.

Asimismo se observa la inexistencia de un canal efectivo que integre los conocimientos sobre experiencias exitosas en el desarrollo y fomento de proyectos turísticos, así como garantice que los mismos puedan ser difundidos a los actores del sector turístico nacional.

En resumen, ambos aspectos denotan la falta de una estrategia orientada a la realización de foros, talleres, seminarios, etc., dirigidos a la transferencia del conocimiento turístico de vanguardia por línea de producto, en los destinos turísticos para el desarrollo y fomento de proyectos turísticos.

f) Cobertura institucional insuficiente para atención de destinos turísticos:

Resultado del análisis realizado, se identificó que hasta el año 2013, la Secretaría de Turismo no contó con Delegaciones Federales, por lo que durante los últimos 20 años, la presencia en el interior del país ha sido nula.

Si bien durante los últimos 20 años, los gobiernos de las Entidades Federativas, han instaurado oficinas de turismo, en muchos casos no existen como tal Secretarías de Turismo, dependiendo en muchos casos de una Secretaría de Desarrollo Económico.

Otro aspecto identificado es la limitada existencia de direcciones de turismo u oficinas equivalentes a nivel municipal, que atienda la problemática o bien gestione y coordine con los niveles estatal y federal, acciones de manera permanente, tanto para la innovación como para el desarrollo, fortalecimiento y consolidación de los destinos turísticos.

Si bien derivado de la publicación del nuevo Reglamento Interior de la SECTUR, existen hoy 5 Delegaciones Regionales, no obstante su cobertura es insuficiente,

debido a que no se cuenta con la plantilla suficiente para atender satisfactoriamente las 32 Entidades Federativas, así como los destinos turísticos identificados por SECTUR.

2.1.3 EFECTOS

a) Limitación para satisfacer la demanda turística

México enfrenta mayores niveles de competitividad mundial ante sus rivales en el negocio turístico, y se debe al deterioro en la infraestructura hotelera, de transporte y en la calidad de los servicios que se ofertan al turista.

Adicionalmente, en los principales destinos se requiere aumentar la oferta hotelera y de alojamiento, dado que la demanda turística llega a superar la oferta instalada (El Economista, 2014). Existen destinos con mayor afluencia turística potencial pero la falta de inversión en sus instalaciones provoca que pierdan mercado y no mejoren su competitividad.

b) Pérdida de valor del producto turístico

Los precios en la industria turística presentan continuo deterioro y propician pérdida de ingresos y por ende de rentabilidad. Eso se revela en el valor de los productos, servicios y artesanías, aunado a la falta de gestión comercial; siendo importante apoyar a los pequeños productores y prestadores de servicios para generar mayores beneficios.

c) Limitado desarrollo de productos nuevos para turistas

Se observa que los productos ofertados no son atractivos para el turista tanto internacional, como nacional, debido a que los mismos, no ofrecen actividades innovadas o reinventadas.

Al mismo tiempo se observa la existencia de productos de temporalidad, que se siguen ofertando de la misma manera, y que a lo largo del tiempo se encuentran en una etapa de declive por no renovarse.

d) Destinos turísticos poco competitivos y sustentables

La falta de mantenimiento, o bien la previsión de los prestadores de servicios y gobiernos municipales y estatales, hacia la calidad de la infraestructura turística de los destinos, se ha conjuntado para que se observen destinos avejentados o en mal estado.

La capacidad de carga de los destinos turísticos, originalmente planeadas sin considerar los crecimientos o demandas futuras, ha sido rebasada al grado de considerarse obsoleta, así como se distingue por su nula existencia. Para el tema del equipamiento turístico, el caso es replicable.

e) Baja afluencia de turistas en los destinos

La conjunción de factores como los son destinos maduros y en declive, la falta de productos innovadores o reinventados, la baja competitividad de las empresas y destinos turísticos, así como la falta de atractividad del mercado turístico nacional, conlleva que los flujos de visitantes observen un decremento gradual en diversos destinos turísticos del país, situación que se refleja en la cancelación de rutas aéreas en destinos turísticos, así como la cancelación de cruceros, entre otros.

Mientras que a nivel mundial el turismo va en aumento, en nuestro país se observa una disminución en el flujo de visitantes internacionales en un – 7.95%, con relación al periodo 2009-2014.

| VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO | | | | | | | |
|-------------------------------------|-------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| (RESUMEN) | | | | | | | |
| | Unidades | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 p/ |
| NÚMERO DE PERSONAS | | | | | | | |
| Visitantes Internacionales a México | Miles de personas | 88,044.0 | 81,953.3 | 75,731.8 | 76,748.7 | 78,100.2 | 81,042.1 |
| Turistas Internacionales | Miles de personas | 22,346.3 | 23,289.7 | 23,403.3 | 23,402.5 | 24,150.5 | 29,345.6 |
| Excursionistas Internacionales | Miles de personas | 65,697.8 | 58,663.5 | 52,328.5 | 53,346.1 | 53,949.7 | 51,696.5 |

Fuente: Compendio del Turismo en México. SECTUR.

La OMT señala que América del Norte registró un 4% de aumento, donde los Estados Unidos obtuvieron los mejores resultados con un 7% más de llegadas, mientras que Canadá (+2%) y México (0%).

2.1.4 EXPERIENCIAS DE ATENCIÓN

2.1.4.1 COMPLEMENTARIEDADES

El Programa Presupuestario F-005 “Desarrollo y Promoción de Proyectos Turísticos Sustentables, se complementa con el Programa Presupuestario G-001 “Regulación y Certificación de Estándares de Calidad Turística”, ya que éste Certifica procedimientos y procesos en las empresas, y conocimientos, habilidades, aptitudes y actitudes de las personas en la prestación de los servicios, mientras que el Programa F-005, con la estrategia de Profesionalización de los Actores de la Industria turística, contribuye a generar valor en los destinos y productos turísticos para hacerlos más competitivos, a través de la transferencia de conocimiento de vanguardia para la innovación y diversificación en las diferentes líneas de producto.

Por otra parte, se complementa a nivel federal con otras instancias y dependencias, tales como la banca de fomento y banca comercial, además del Instituto Nacional del Emprendedor de la Secretaría de Economía, BANCOMEXT, NAFINSA y Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero.

Dado a que las Mipymes turísticas presentan un complicado acceso al financiamiento por la baja calificación financiera que en términos de riesgo les otorga la banca comercial, la SECTUR se ha vinculado con la banca de fomento para ejercer acciones que faciliten el acceso al crédito a favor de las empresas turísticas.

Un ejemplo de complementariedad es el otorgamiento de garantías a la banca comercial para reducir su aversión al riesgo y percepción de volatilidad sobre el segmento de empresarios con giro turístico. Actualmente BANCOMEXT opera el programa de garantías en convenio con ocho (8) bancos comerciales.

Asimismo, Financiera Nacional de Desarrollo (Financiera Rural), está en capacidad para financiar a emprendedores y empresas establecidas en zonas rurales, facilitando el desarrollo de proyectos turísticos en comunidades y en especial del segmento de turismo de aventura y ecoturismo. No obstante se requiere mayor cantidad de recursos para operar créditos directos y vía intermediarios financieros.

Estas acciones deben ser impulsadas y replicadas en todas las entidades federativas para motivar nuevos productos que satisfagan las necesidades de financiamiento de ese conjunto de empresas turísticas, y a la vez propiciar el

crecimiento de aquellas exitosas para hacer el volumen de prestadores de servicios en cada destino turístico en el país.

2.1.4.2 EXPERIENCIAS INTERNACIONALES

La Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo, implementada por la Comisión de Comunidades Europeas en el 2007, estableció entre sus objetivos, la necesidad de adoptar un enfoque global e integrado para utilizar los mejores conocimientos disponibles en materia turística, y compartirlos en toda Europa.

Dicha agenda contempló la participación de las autoridades públicas a todos los niveles, las empresas, los centros de enseñanza e investigación, los sindicatos, las organizaciones no gubernamentales y las organizaciones internacionales, para que estos agentes compartieran sus conocimientos, buenas prácticas en materia de sostenibilidad y competitividad del turismo. Por ello, la Comisión de Comunidades Europeas ha apoyado las siguientes iniciativas:

- La organización de conferencias y estudios, y la publicación de un manual sobre el espacio de profesionalización del turismo;
- La cooperación entre universidades, institutos de investigación, observatorios públicos y privados, centros de enseñanza del turismo y de formación transnacional;
- La formación de alianzas entre distintos destinos, el refuerzo o la creación de plataformas;
- La organización del Foro europeo anual del turismo.
- Las prácticas adecuadas compartidas con las organizaciones internacionales.

La Comisión Europea del Turismo y las organizaciones nacionales de turismo de Europa, han implementado estas acciones en los destinos turísticos europeos, basado en la necesidad de promover destinos de excelencia que se ajusten a las demandas de un turismo más conocedor y ante la competencia de destinos de otras latitudes.

La OMT, se ha basado en el Manual de la Comisión Europea de Turismo, para integrar su Cartera de Productos Técnicos, en la cual desarrolla un programa de trabajo para brindar asistencia técnica para el desarrollo y promoción de la industria turística.

Con base en esta experiencia, el apoyo técnico que ofrece la OMT permite canalizar numerosos programas operacionales en el ámbito del desarrollo turístico sostenible; de estadísticas y cuentas satélite del turismo; de tendencias turísticas y estrategias de marketing; de gestión de destinos; de gestión de riesgos y de crisis; de mejores prácticas internacionales y regionales, y adaptar los conocimientos adquiridos a las necesidades únicas y particulares de cada Estado Miembro de la OMT.

Estos productos técnicos fueron diseñados, aprovechando los años de experiencia y conocimientos acumulados por la OMT, durante sus actividades relacionadas con desarrollo del turismo y promoción de proyectos en todos los lugares del mundo, integrado temas relativos a las necesidades y preocupaciones actuales de su Estados Miembros.

En el pasado, los requisitos de apoyo técnico de la mayoría de Estados Miembros se limitaban normalmente a la formulación de planes directores de desarrollo turístico. A medida que el turismo ha crecido y madurando por todo el mundo, han sido cada vez más frecuentes las solicitudes de una asistencia técnica más especializada en materias concretas como, entre otras, marketing turístico, cuentas satélites de turismo, legislación turística, normas de calidad y gestión de riesgos y de crisis.

Para el caso de México, se ha identificado la necesidad de buscar alternativas de solución a la problemática de carencia de estrategias en los destinos turísticos para el desarrollo y promoción de proyectos en sus líneas de producto, por lo que se considera oportuno creación de medidas similares a las adoptadas por la Unión Europea y la OMT.

Para el caso de temas de financiamiento e inversiones, las experiencias de otras naciones se orientan a los esfuerzos desarrollados por la banca de primer y segundo piso, caso similar al de nuestro país.

2.2 OBJETIVOS

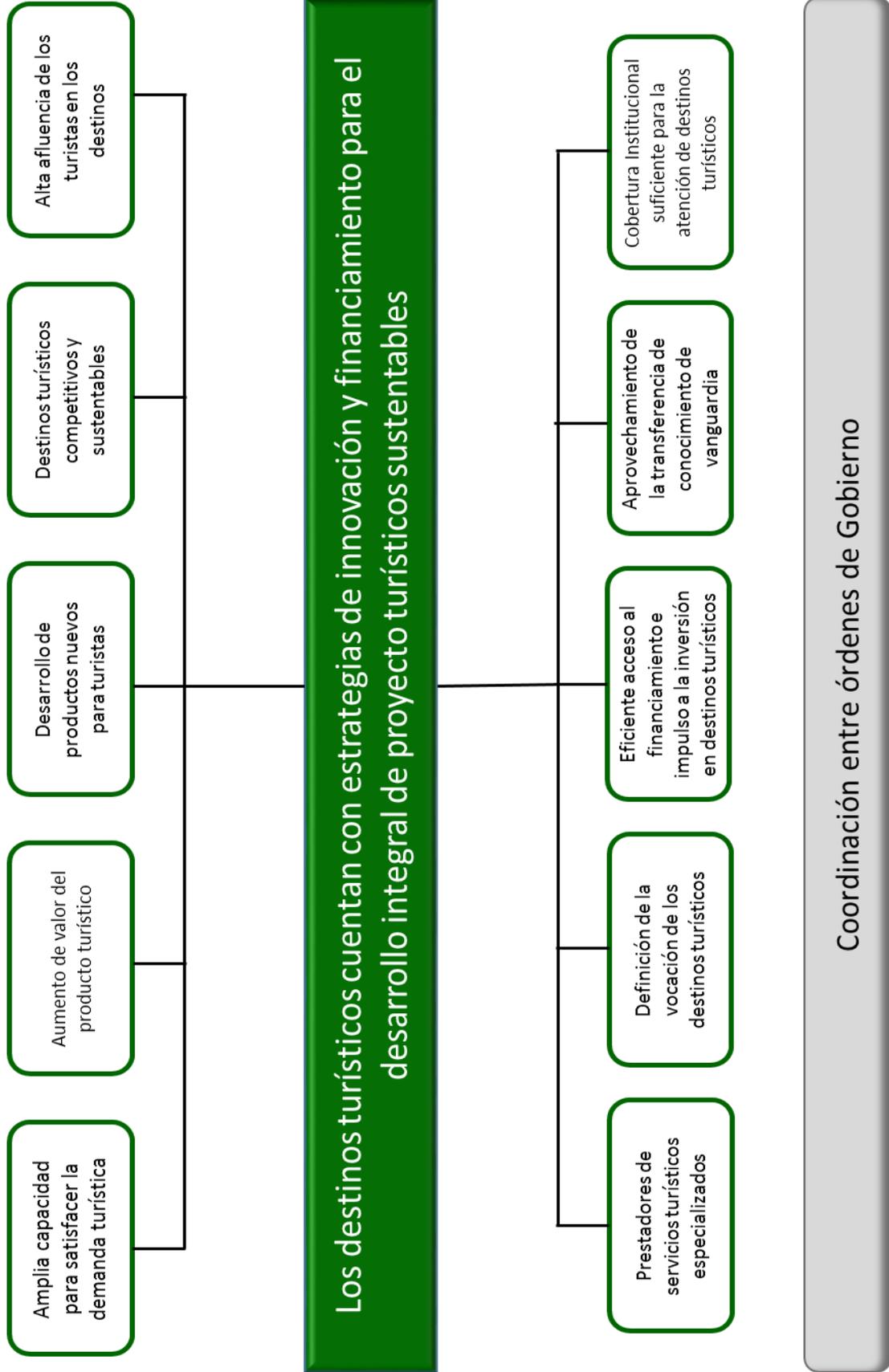
Objetivo General

Apoyar el desarrollo integral de proyectos turísticos sustentables a través de las siguientes vertientes

Objetivos específicos

- Fomentar procesos de asistencia técnica a destinos turísticos y actores de la industria.
- Actualizar y difundir diagnósticos situacionales y materiales técnicos especializados por línea de producto.
- Contribuir al desarrollo de los destinos turísticos mediante la generación de estrategias para lograr la especialización, innovación, desarrollo, consolidación y fomento de las líneas de producto.
- Contribuir al desarrollo de los destinos turísticos mediante la generación de esquemas de financiamiento

2.2.1 ÁRBOL DE OBJETIVOS



2.2.2 DETERMINACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN

La intervención de programa F005 contribuye a alcanzar los objetivos establecidos en el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, así como en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

| Documento | Objetivo | Estrategia |
|--------------------------|---|---|
| PND 2013-2018 | 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. | 4.11.2 Impulsar la Innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. 4.11.3 Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. |
| PST 2013-2018 | 2. Fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística. 3. Facilitar el financiamiento y la inversión público privada en proyectos con potencial turístico | 2.2 Impulsar la Innovación, Diversificación y Consolidación de la Oferta Turística por Región y Destinos. 2.4 Impulsar la Profesionalización de los Prestadores de Servicios Turísticos 3.1 Impulsar la ampliación del acceso a crédito e instrumentos financieros del sector turístico. 3.2 Fomentar mayores niveles de inversión para emprendedores y prestadores de servicios turísticos. 3.3 Brindar capacitación y asistencia técnica en cultura financiera para el desarrollo de productos turísticos |

Fuente: Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y Plan Sectorial de Turismo 2013-2018.

2.3 COBERTURA

El Programa F005 tiene una cobertura a nivel nacional.

2.3.1 POBLACIÓN POTENCIAL

Definición

Los Municipios y Jefaturas Delegacionales de la Ciudad de México.

Cuantificación

Los 2,440 Municipios que integran a los 31 Estados de la República Mexicana y las 16 Delegaciones del Distrito Federal.

2.3.2 POBLACIÓN OBJETIVO

Definición

Los 162 destinos turísticos incluidos por la SECTUR, ubicados en los 2,440 municipios.

Cuantificación

Se concentrará preferentemente en los 162 destinos turísticos incluidos por la SECTUR, en una o más de las siguientes Agendas, Planes y Programas:

- Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos de México.
- Programa de Monitoreo de Servicios de Alojamiento Turístico DATATUR.
- Localidades “Pueblos Mágicos”.
- Plan Integral de Acción para Destinos con Mayor Potencial Turístico Identificando Requerimientos de Necesidades para Trabajar con las Dependencias Responsables.
- Municipios integrados a la “Cruzada Nacional contra el Hambre”, con vocación turística.
- Programa para el Desarrollo Regional Turístico Sustentable.

Asimismo se atenderán otros destinos, que por su importancia se establezcan en la medida, del proceso del desarrollo turístico, y que documentalmente demuestren estar integrados a los programas o proyectos Estatales de Turismo, así como que se encuentren alineados a la Política Turística Nacional.

2.4 DISEÑO DE LA INTERVENCIÓN

2.4.1 TIPO DE INTERVENCIÓN

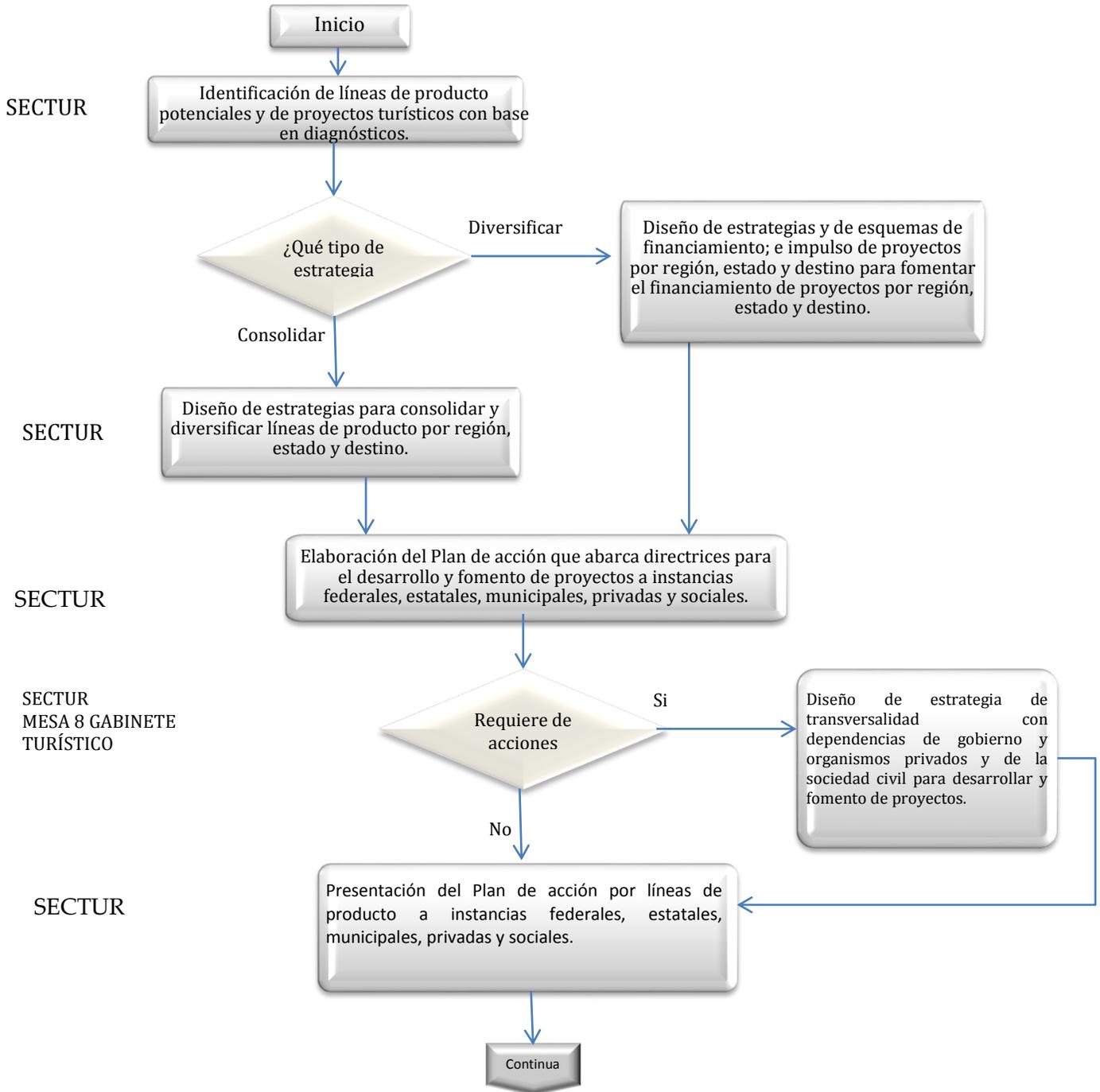
Se intervendrá mediante:

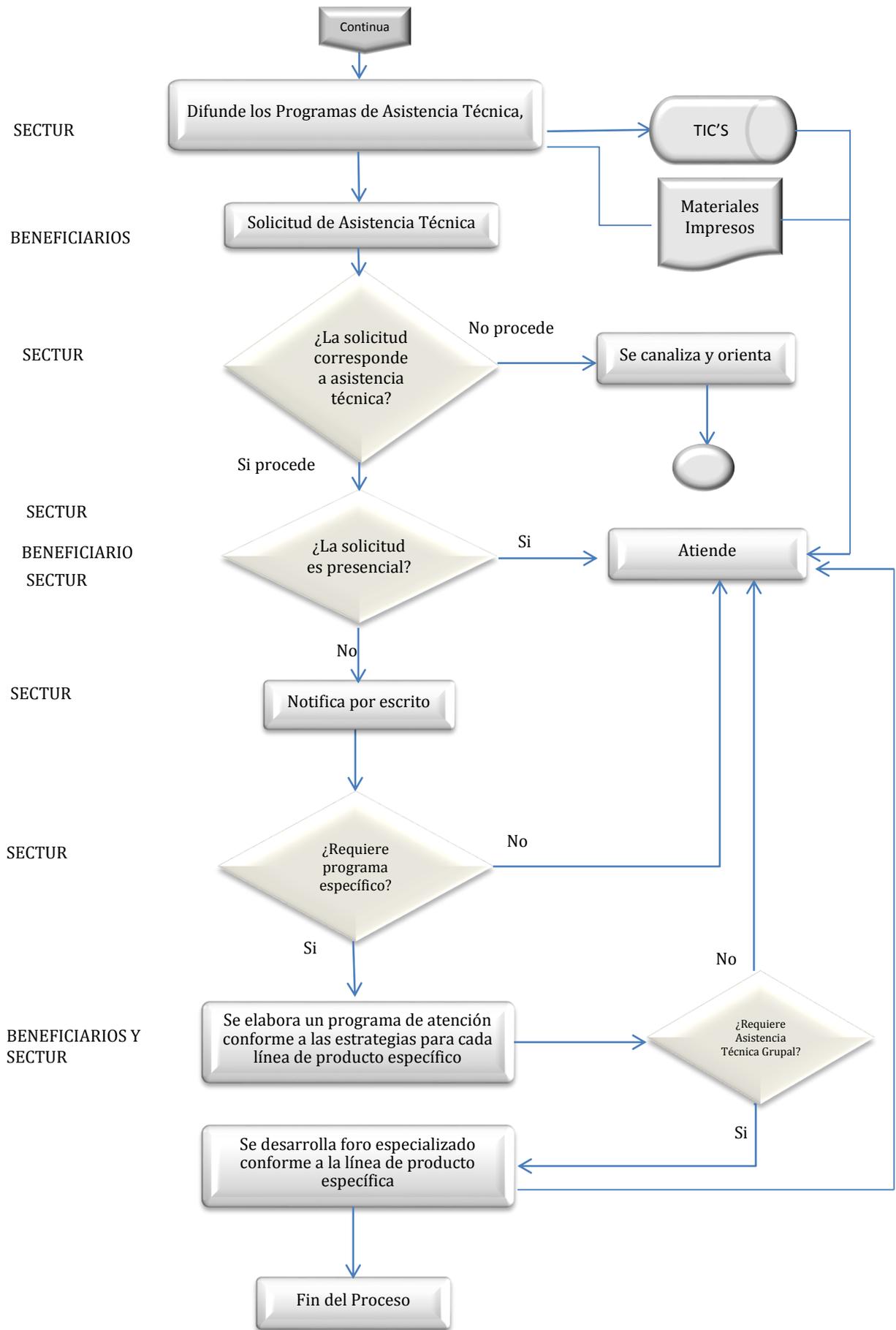
- Diseño de estrategias para consolidar y diversificar líneas de producto por región, estado y destino.
- Elaboración del Plan de acción que abarca directrices para el desarrollo del producto a instancias federales, estatales, municipales, privadas y sociales.
- Identificación de líneas de producto potenciales con base en diagnósticos.
- Presentación del Plan de acción por líneas de producto a instancias federales, estatales, municipales, privadas y sociales.
- Estrategia de transversalidad con dependencias de gobierno y organismos privados y de la sociedad civil para impulsar el desarrollo y fomento de proyectos por líneas de producto.
- Impulso a redes regionales de crédito con apoyo de los gobiernos estatales, la banca de fomento y comercial, a fin de generar nuevos esquemas y productos
- Foros de difusión sobre financiamiento a Mipymes y proyectos turísticos
- Conexión de empresas y emprendedores turísticos con el mercado de inversores
- Promoción y seguimiento a los proyectos de inversión

2.4.2 ETAPAS DE LA INTERVENCIÓN

Para la implementación de estrategias para el desarrollo y fomento de proyectos por línea de producto, se realizarán las siguientes actividades:

1. Estrategias de innovación y especialización por líneas de producto
 - a. Coordinación con los Actores del Sector Turístico Nacional. Se trabajará en el diseño de estrategias conjuntas con los tres niveles de gobierno, los prestadores de servicios turísticos y diversos organismos que inciden en la actividad turística, que se orienten a la especialización, innovación, desarrollo, consolidación y fomento de las líneas de producto.
 - b. Actualización y Difusión de Diagnósticos Situacionales y de Materiales Técnicos Especializados por Línea de Producto. Se realizarán acciones que permitan actualizar y difundir diagnósticos situacionales por líneas de producto, así como materiales técnicos especializados, que contribuyan a la innovación, desarrollo, consolidación y fomento de las líneas de producto.
 - c. Asistencia Técnica a Destinos Turísticos y Actores de la Industria. Se desarrollarán mecanismos e instrumentos de concurrencia con las Entidades Federativas, que a través de la asesoría y orientación contribuyan a la transferencia y el aprovechamiento del conocimiento turístico por línea de producto, en los destinos turísticos, así como con los actores de la industria turística, para la identificación, impulso, especialización, innovación, desarrollo, consolidación y financiamiento de proyectos turísticos.
2. Estrategias de financiamiento e impulso a la Inversión
 - Diálogo con la banca de fomento y comercial para generar nuevos esquemas y productos para el impulso a redes regionales de crédito con apoyo de los gobiernos estatales
 - Foros de difusión sobre financiamiento a Mipymes y proyectos turísticos
 - Conexión de empresas y emprendedores turísticos con el mercado de inversores





2.4.3 PREVISIONES PARA LA INTEGRACIÓN Y OPERACIÓN DEL PADRÓN DE BENEFICIARIOS

Se establecerán cinco criterios, para la integración y operación del Padrón de Beneficiarios.

- a) El primero se enfocara a la obtención de la información relativa a los 31 Gobiernos Estatales y del Distrito Federal, donde se ubican los 162 destinos turísticos identificados, bajo su calidad de personas morales.
- b) En segunda instancia se procurará, que este padrón derive información referente a los Municipios donde se ubican los 162 destinos turísticos identificados, clasificándolos por línea de producto especializada (Naturaleza, Cultura, Salud, Reuniones, etc.) bajo su calidad de personas morales.
- c) Asimismo se procurará, que este padrón integre información referente a los Municipios donde se ubican aquellos otros destinos que por su importancia, se establezcan en la medida del proceso del desarrollo turístico de nuestro país, clasificándolos por línea de producto especializada (Naturaleza, Cultura, Salud, Reuniones, etc.), bajo su calidad de personas morales.
- d) Por otra parte se realizarán acciones para integrar información referente a las empresas que operan en los 162 destinos turísticos identificados, que sean susceptibles de recibir apoyos en materia de asesoría para el desarrollo y fomento de proyectos turísticos, clasificándolas por línea de producto especializada (Naturaleza, Cultura, Salud, Reuniones, etc.), bajo su calidad de personas físicas o morales.
- e) Al mismo tiempo, se realizarán acciones para integrar información referente a las empresas que operan en aquellos otros destinos, que por su importancia se establezcan en la medida del proceso del desarrollo turístico de nuestro país, que sean susceptibles de recibir apoyos en materia de asesoría para el desarrollo y fomento de proyectos turísticos, clasificándolas por línea de producto especializada (Naturaleza, Cultura, Salud, Reuniones, etc.), bajo su calidad de personas físicas o morales.

2.4.4 MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

A continuación se presenta la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR) que ha sido elaborada para el monitoreo y seguimiento de las actividades del programa durante el ejercicio fiscal 2016. La MIR del Programa F005 cumple con los criterios de lógica vertical y horizontal, establecidos la Metodología de Marco Lógico³.

La versión completa de la MIR se puede consultar en el portal electrónico de Transparencia Presupuestaria⁴

| NIVEL | RESUMEN NARRATIVO | INDICADORES DE DESEMPEÑO | MEDIOS DE VERIFICACIÓN | SUPUESTOS |
|------------|--|--|------------------------|---|
| FIN | Contribuir a fortalecer las ventajas competitivas de la oferta turística mediante la generación de estrategias de Desarrollo y Promoción por líneas de producto. | Índice de Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos (ICPST) | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe estabilidad económica de las empresas del sector turístico nacional e internacional 2. Existen condiciones de seguridad pública en destinos turísticos 3. Existen condiciones de estabilidad social en las localidades turísticas |

³ <http://www.shcp.gob.mx/EGRESOS/PEF/sed/Guia%20MIR.pdf>

⁴ <http://www.transparenciapresupuestaria.gob.mx/ptp/index.jsp>

| | | | | |
|--------------------------|--|---|--|--|
| <p>PROPÓSITO</p> | <p>Los destinos turísticos cuentan con estrategias de innovación y financiamiento para el desarrollo en sus líneas de producto</p> | <p>Porcentaje de destinos turísticos que incorporan a su oferta estrategias de innovación y financiamiento para las líneas de producto.</p> | <p>Reporte Trimestral IPT de Atención a Destinos generado por la Dirección General de Innovación del Producto Turístico con base en información interna. Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable publicado en el Diario Oficial de la Federación http://www.dof.gob.mx/</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe un marco regulatorio adecuado en el país. 2. Existe inversión en infraestructura turística. 3. Hay una promoción de los productos y servicios turísticos adecuada. 4. Los servicios que ofrecen los prestadores de servicios turísticos son de calidad. |
| <p>COMPONENTE</p> | <p>Estrategias para diversificar e innovar líneas de producto por región, estado y destino diseñadas</p> | <p>Porcentaje de estrategias de diversificación e innovación por línea de producto.</p> | <p>Reporte Trimestral IPT de Atención a Destinos generado por la Dirección General de Innovación del Producto Turístico con base en información interna</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe una adecuada coordinación entre actores del sector público y privado para consolidar los destinos. |
| | <p>Esquemas de financiamiento diseñados</p> | <p>Porcentaje de esquemas de financiamiento a empresas</p> | <p>Porcentaje de esquemas de crédito a empresas</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Interés y certidumbre de los inversionistas |

| | | | | |
|--------------------|---|--|---|--|
| | | turísticas diseñados | turísticas diseñados: Bitácora operativa de la Dirección General de Impulso al financiamiento e inversiones Turísticas | as en el desarrollo del sector turístico en el país. |
| ACTIVIDADES | Generación de estudios, diagnósticos y / o documentos técnicos, para el desarrollo integral de proyectos turísticos dirigidos a instancias federales, estatales, municipales, sociales y demás actores de la industria turística. | Porcentaje de avance en la generación de estudios, diagnósticos y/ o documentos técnicos. | Estudios, diagnósticos y / o documentos técnicos, ubicados en los archivos de las Direcciones Generales de Innovación del Producto Turístico y de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | 1. Existe información suficiente para la elaboración de los estudios, diagnósticos y documentos técnicos |
| | Realización de acciones de Profesionalización para el desarrollo integral de proyectos turísticos por líneas de producto, dirigida a instancias federales, estatales, municipales, sociales y demás | Porcentaje de avance en las acciones de profesionalización de actores del sector turístico por líneas de producto. | Reporte Trimestral de Actividades de Difusión ubicado en los archivos de las Direcciones Generales de Innovación del Producto Turístico y de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | 1. Existe interés de los actores del sector turístico por obtener conocimiento para el desarrollo integral de proyectos turísticos por líneas de producto. |

| | | | | |
|--|---|---|--|--|
| | actores de la industria turística. | | | |
| | Realización de acciones de coordinación con dependencias de gobierno y organismos privados y de la sociedad civil para impulsar el desarrollo integral y promoción de proyectos turísticos por línea de producto. | Porcentaje de avance en la suscripción de instrumentos de colaboración con dependencias de gobierno, mipymes turísticas, organismos privados y de la sociedad civil, para el desarrollo y consolidación de la oferta turística en destinos. | Instrumentos de colaboración como minutas, acuerdos de colaboración, actas, convenios, entre otros, establecidos con las dependencias de gobierno, organismos privados y de la sociedad civil, bajo resguardo de las Direcciones Generales de Innovación del Producto Turístico y de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | 1. Colaboración de las autoridades federales, estatales, municipales, privadas y sociales en los destinos turísticos para la difusión. |
| | Realización de acciones de apoyo a la comercialización por líneas de producto para fomentar la oferta de los destinos turísticos | Porcentaje de avance en las acciones de comercialización de líneas de producto turístico, para fomentar la oferta turística nacional | Reporte Trimestral de Actividades de Difusión ubicado en los archivos de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico. | 1. Existe interés de los actores a nivel nacional e internacional por conocer la oferta turística por líneas de producto de los destinos nacionales. |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | Realización de acciones de asistencia técnica a entidades federativas, municipios y actores de la industria turística, para la innovación y/o diversificación por línea de producto. | Porcentaje de avance en las acciones de atención a estados, municipios y actores de la industria turística por líneas de producto | Reporte Trimestral de Actividades ubicado en los archivos de las Direcciones Generales de Innovación del Producto Turístico y de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | 1. Existe interés de colaboración de las autoridades federales, estatales, municipales y actores de la industria, para coordinar acciones para el desarrollo de sus destinos turísticos. |
| | Realización de actualización de datos y/o proyectos productivos dentro del portafolio de proyectos de inversión. | Porcentaje de actualizaciones del portafolio de proyectos de inversión turística realizadas | Actualización del portafolio de proyectos de inversión turística: Reporte de Gestión de la Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas en poder de la propia Dirección General. | 1. Las autoridades estatales envían proyectos orientados a captar inversiones. |
| | Realización de talleres de capacitación, ofrecimiento de financiamiento e inclusión financiera en las | Porcentaje de talleres de capacitación financiera | Porcentaje de Talleres de capacitación financiera: Talleres de capacitación financiera: Bitácora | 1. Existen interés de los empresarios y disponibilidad de recursos de las entidades federativas |

| | | | | |
|--|--|--|--|---|
| | entidades federativas | | Trimestral de Gestión en poder de la Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | para realizar los talleres |
| | Realización de foros de impulso y promoción de proyectos productivos turísticos, dirigidos a inversionistas. | Porcentaje de foros inversión turística. | Porcentaje de foros de inversión turística: Foros de información turística: Bitácora trimestral de Gestión en poder de la Dirección General de Impulso al Financiamiento e Inversiones Turísticas. | 1. Se crean espacios para apoyar la operación e inversión turísticas. |

2.5 FUENTE Y BIBLIOGRAFÍA

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018

Programa Sectorial de Turismo 2013-2018

Guía para la Construcción de la Matriz de Indicadores para Resultados

“Panorama OMT del Turismo Internacional”, elaborado por la Organización Mundial del Turismo 2013.

Compendio del Turismo en México. SECTUR

“Agenda para un turismo europeo sostenible y competitivo, implementada por la Comisión de Comunidades Europeas” 2007

Cartera de Productos Técnicos de la OMT 2013.