



Gobierno del Estado de Nuevo León



Programa Sectorial de Turismo 2004 – 2009

NUEVO LEÓN, ESTADO DE PROGRESO

Presentación:

Contar con un gobierno que ofrezca resultados representa una legítima demanda de la sociedad. Por ello, para el Gobierno del Estado de Nuevo León conformar una administración pública profesional, competitiva y eficaz constituye un reto prioritario.

Sin embargo, para superar este desafío la mera voluntad política no basta. Es necesario desarrollar un sistema integral que vincule las tareas de planeación, programación, elaboración de presupuestos, evaluación del desempeño y rendición de cuentas.

Con ese propósito, el pasado mes de mayo el Titular del Ejecutivo presentó el Plan Estatal de desarrollo 2004 – 2009, como primer paso en la conformación gradual de un sistema estatal de planeación y evaluación. Dicho documento traza las líneas generales de política en los distintos ámbitos del quehacer gubernamental, que sirven de referencia para la elaboración de programas y proyectos a cargo de las dependencias y entidades de la Administración Pública Estatal.

De la misma forma la integración de dicho Plan permitió construir la agenda estratégica del Gobierno del Estado, los programas sectoriales constituyen la agenda de trabajo de las dependencias y entidades siendo congruentes con el Plan Estatal pero ofreciendo mayor grado de detalle y haciendo explícitas las metas asociadas con cada objetivo, así como los indicadores que permitirán medir y evaluar el desempeño institucional.

En este contexto, se presenta el Programa Sectorial de Desarrollo Turístico 2004 – 2009. Con ello, se da continuidad, se enriquece y se desarrolla el capítulo social del Plan Estatal de Desarrollo 2004 – 2009 denominado “Por un Nuevo León próspero y de oportunidades”.

El presente programa es resultado de un amplio ejercicio de planeación participativa que incluyó las propuestas y demandas ciudadanas expresadas durante la Consulta Pública para la integración del Plan Estatal de Desarrollo 2004 – 2009 y que se enriqueció con las aportaciones del Consejo de turismo del Estado.

Uno de los atributos que distingue a este programa sectorial de los ejercicios tradicionales de planeación dentro del sector público en México, es la inclusión explícita de escenarios que permiten fijar metas realistas para cada objetivo con sus respectivos indicadores de desempeño, reconociendo la incidencia que factores externos al ámbito gubernamental de la Entidad pudieran influir en el desempeño público.

Legalmente atractiva y útil resulta la distinción ente indicadores de impacto e indicadores estratégicos, en virtud de que los primeros permiten conocer el efecto último de las políticas públicas en determinado sector y los segundos aportan información sobre los resultados del programa sectorial en un ámbito específico que se considera estratégico.

Este programa incluye una introducción y 5 capítulos. El capítulo I incluye el diagnóstico sectorial, en el cual se presentan los retos y oportunidades en materia turística; el capítulo II presenta la visión sectorial de mediano plazo, es decir, la situación ideal, pero alcanzable del sector en el año 2009; el capítulo III integra los objetivos, estrategias y líneas de acción; el capítulo IV se refiere a los indicadores de desempeño, metas y escenarios y, finalmente, el capítulo V presenta los factores críticos de éxito.

Atentamente,

Contenido

Presentación.....	1
Introducción.....	3
I. Diagnostico Sectorial.....	5
II. Visión sectorial.....	11
III. Objetivos, estrategias y líneas de acción.....	11
IV. Indicadores de desempeño, escenarios y metas.....	19
V. Factores críticos de éxito.....	24
Anexos.....	26

Introducción

El desarrollo del turismo en un entorno político, económico, social y ecológico cada vez más complejo y en mercados de alta competencia, demanda de instrumentos eficaces para apoyar el manejo de volúmenes considerables de información, sustentar procesos para la toma de decisiones, conducir la instrumentación de acciones y dar paso a la evaluación de resultados. La planeación es un instrumento que permite organizar y racionalizar eficientemente las intervenciones en escenarios complicados y cambiantes como se presentan en el turismo.

El Estado de Nuevo León cuenta con bellezas naturales, grandes obras de infraestructura y empresas exitosas de servicios turísticos, por lo que el turismo con sus principios de sustentabilidad representa una gran alternativa para incrementar el desarrollo económico y de progreso social y cultural a sus habitantes.

Ubicando el principal motivo de visita en el segmento turístico de negocios con un 80% de visitantes, la ciudad de Monterrey brinda así mismo una participación del 85% en la oferta de habitaciones del Estado, así como restaurantes y recintos para eventos de alta calidad y nivel turístico.

Nuevo León presenta innumerables retos para la conducción de un turismo sustentable, uno de ellos es el de continuar el desarrollo turístico de la ciudad de Monterrey debido a que el crecimiento de la oferta en los últimos años ha sido superior al crecimiento de la demanda, ocasionando con esto una disminución en el porcentaje de ocupación hotelera, factor importante para que los empresarios privados adquieran confianza en la Entidad recuperando sus inversiones en sus plazos fijados.

Otro desafío que enfrenta el Estado es el de impulsar el desarrollo del turismo sustentablemente en los Municipios fuera del área metropolitana de Monterrey, debido a la insuficiencia en la oferta de servicios turísticos y a la carencia de cultura turística de calidad entre sus habitantes.

También es necesario fortalecer la organización estatal de turismo para que ayude al establecimiento de acciones y estrategias tanto en los manejos de información como en la promoción y reglamentación turística, con el fin de que pueda convertir a Nuevo León en un destino turístico integral, que atienda los gustos y preferencias de los consumidores actuales y futuros no solo en el ámbito de negocios sino también con productos turísticos de otra índole tales como el ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, entre otros.

Para sustentar la nueva organización estatal de turismo, la ley federal de turismo en su artículo 17 establece principalmente que la Secretaría de Turismo promoverá acuerdos de coordinación para que los gobiernos de las entidades federativas y de los Municipios asuman en general funciones operativas para promover la planeación, programación, fomento y desarrollo del turismo en forma armónica.³

En relación con esta legislación, la ley orgánica de la administración pública para el Estado de Nuevo León establece en el artículo 1 párrafo 3 que la administración pública estatal esta conformada por organismos públicos descentralizados, empresas de participación estatal, fideicomisos públicos y demás entidades, cualquiera que sea su denominación. De igual forma esta misma ley señala en su artículo 46 que la Corporación para el Desarrollo turístico de Nuevo León (Turismo Nuevo León) es un organismo público descentralizado de participación ciudadana, que tiene como objeto:

- I. Diseñar y coordinar las políticas y estrategias en materia de promoción y desarrollo turístico a nivel regional, nacional e internacional, así como la planeación, desarrollo, comercialización y mantenimiento de nuevos polos de desarrollo turístico;
- II. Ejecutar planes, programas y acciones en materia de turismo como factor capaz de generar recursos que contribuyan al desarrollo social;
- III. Impulsar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia al turistas, y
- IV. Fomentar la protección y preservación del patrimonio natural, cultural e histórico, procurando la participación de los sectores públicos, social y privado, para coadyuvar en el desarrollo económico, social y cultural de Nuevo León. ⁴

En congruencia con los mandatos legales anteriormente referidos, el Plan Estatal de Desarrollo 2004-2009 en su capítulo por un Nuevo León próspero y de oportunidades, observa un sector estratégicamente incorporado al desarrollo económico de la Entidad que proyecta a Nuevo León como destino atractivo para visitantes regionales, nacionales e internacionales.

Para ello, el propio plan establece claramente las estrategias y líneas de acción que podrán cumplir con el objetivo general del aprovechamiento del turismo como riqueza del Estado. Entre estas destacan:

- Fomentar la protección y preservación del patrimonio natural, cultural e histórico, procurando la participación de los sectores público, social y privado, para coadyuvar en el desarrollo económico, social y cultural del Estado.
- Promover y coordinar las obras de infraestructura de servicios turísticos para la atención a turistas y visitantes del Estado.
- Brindar atención y apoyo a los prestadores de servicios turísticos.
- Diseñar y coordinar la planeación, desarrollo, comercialización y mantenimiento de nuevos polos y productos para el desarrollo turístico de la Entidad y de la Región.
- Diseñar y coordinar las políticas y estrategias en materia de promoción turística con el fin de consolidar a la Entidad como destino turístico demandado y altamente competitivo a nivel regional, nacional e internacional y al área metropolitana como destino turístico y de realización de convenciones de clase mundial.
- Atraer grandes eventos nacionales e internacionales de carácter comercial, industrial, cultural, deportivo, artístico y de enseñanza.
- Impulsar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia a los turistas.

I. Diagnóstico Sectorial

I.1 Concepto

El turismo se define como un conjunto de servicios que ofrecen los destinos turísticos que pretenden satisfacer las necesidades de las personas durante su viaje a lugares distintos a los de su entorno habitual, convirtiéndose en sustentable cuando se diseña para el desarrollo económico y de progreso social y cultural de la población ajustándose al entorno natural y a las necesidades presentes sin comprometer la capacidad a las generaciones futuras.

Un turismo bien planeado, desarrollado y gestionado ofrece importantes oportunidades a los Municipios del Estado permitiendo entre muchos temas:

- Mejorar el ingreso tributario para incrementar la infraestructura, equipamiento y desarrollo de obras sociales, sin desvirtuar el patrimonio cultural de la zona.
- Estimular el crecimiento de negocios de los empresarios locales y expandirse en otras actividades como agricultura, pesca, artesanías, manufacturas, etc.
- Mejorar el nivel de vida de sus residentes sin que haya pérdidas de la identidad cultural o problemáticas ambientales y degradación de la naturaleza.
- Fomentar el desarrollo de nuevas y mejores instalaciones comerciales y culturales que podrán ser usadas por la comunidad y sus visitantes.
- Justificar y contribuir al financiamiento de conservación de zonas arqueológicas, etc.³

I.2 Tendencias a nivel mundial

El turismo en el mundo es probablemente la actividad económica más importante en siglo XXI y su expansión y crecimiento esta fuera de toda discusión. Muchos países, entre ellos México han reconocido los beneficios que puede aportar en su economía y desarrollo.

De acuerdo con el informe "Turismo: Panorama 2020" de la Organización Mundial de Turismo (OMT), las perspectivas para esta actividad son muy favorables, ya que observan un crecimiento anual del 4.1% en llegadas de turistas en tanto que los ingresos se incrementarán en un 6.7% anualmente y que el 7% de la población estará en posibilidad de viajar.

Diversos factores concurren a sostener el crecimiento a largo plazo como son entre tantos la creación de bloques comerciales y la creciente integración de economías, más aún si van acompañadas de la eliminación de barreras y desregulación del transporte.

Por otro lado, los adelantos en las nuevas tecnologías de información permitirán conocer a fondo los mercados y facilitarán el diseño para captar segmentos, impulsar productos personalizados y monitorear su comportamiento para elaborar ajustes en las estrategias y acciones efectuadas.

Referencias bibliográficas:

3 Plan y Gestión del desarrollo del turismo Municipal (Sector)
5 Panorama 2020 Organización Mundial del Turismo (OMT)

4 Plan Nacional de Turismo 2000-2006 (Sector)

El turismo se dirige hacia una economía de la experiencia que sustituirá paulatinamente a la economía de servicios por lo que el empeño del sector estará orientado a favorecer experiencias únicas⁵

I.3 La actividad turística de México

México, en afluencia de turistas extranjeros ocupa el 8vo lugar a nivel mundial y el 1er lugar a nivel América latina, sin embargo en lo respectivo a la captación de ingresos se posiciona en el lugar número 15.

El turismo en nuestro país representa la 3ra fuente de captación de divisas, después del petróleo y de las actividades manufactureras, generando así un 8.9% del PIB nacional en el año 2000, siendo el comportamiento del PIB Turístico muy semejante al crecimiento del PIB Nacional (Ver Anexo 1).

Basada en el Plan Nacional de Turismo 2001– 2006 y para dar mejores resultados, la Secretaria de Turismo y los gobiernos de los Estados, junto con el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR) y el Consejo de Promoción Turística. (CPTM) gobiernan y coordinan esta actividad con cuatro ejes rectores.

1. Hacer del turismo una prioridad nacional, debido a que existe una percepción distorsionada de la importancia de esta actividad.
2. Tener turistas totalmente satisfechos, identificando los distintos mercados emisores y privilegiando aquellos que generen una mayor rentabilidad para las empresas y los destinos.
3. Mantener destinos sustentables para que sean altamente competitivos a niveles internacionales y logren potenciar la actividad turística nacional, contribuyendo así con la satisfacción del turista.
4. Contar con empresas competitivas que tengan la capacidad para obtener beneficios por encima de las empresas del mismo sector de manera sostenida a lo largo del tiempo.⁴

I.4 La actividad turística en Nuevo León

Tradicionalmente, Nuevo León destaca como un destino para negocios, convenciones y exposiciones debido a su notable posicionamiento en el ámbito económico. De hecho, el 80% de los visitantes llegan al Estado por esta razón. Sin embargo, Nuevo León también ofrece oportunidades para desarrollar, fomentar y promover nuevas atracciones turísticas en el área metropolitana, así como oportunidades para crecer y desarrollar nuevos centros turísticos en torno a la actividad cinegética y por sus bellezas naturales en las actividades del turismo alternativo tales como el ecoturismo, turismo aventura y turismo rural.

A finales del 2003 el Estado de Nuevo León presentó una oferta de hospedaje a sus visitantes de 11,000 habitaciones, de las cuales el 87% se ofrecen con altos niveles de calidad (5 estrellas a 3 estrellas) y el 88% se encuentran ubicadas dentro del área metropolitana de Monterrey como se podrá notar en el siguiente cuadro:

Referencias bibliográficas:

3 Plan y Gestión del desarrollo del turismo Municipal (Sector)
5 Panorama 2020 Organización Mundial del Turismo (OMT)

4 Plan Nacional de Turismo 2000-2006 (Sector)

Oferta de habitaciones al cierre del 2003

Zona / Habitaciones	Total	%	Categoría en Estrellas				
			5	4	3	2	1
Área Metropolitana de Monterrey	9,687	88	3,611	3,815	1,516	568	177
Zona Periférica	458	4	227		128	69	34
Región Norte	365	3		80	41	154	90
Región Citrícola	314	3		117	39	158	0
Región Sur	176	2				86	90
En el Estado	11,000	100	3,838	4,012	1,724	1,035	391
Porcentaje			35%	36%	16%	9%	4%

Fuente: Codetur

Es importante resaltar que el 84% de los turistas que visitan Nuevo León son de origen nacional mientras que el promedio equivalente para el resto del país es de un 66%.

Tradicionalmente la actividad turística de una Región o Estado se evalúa principalmente por la oferta de habitaciones en hoteles, moteles, cabañas, etc. (Ver anexo 3 y 4), así como la demanda de noches que los turistas utilizan para dormir (ver anexos 5, 6, 7, 8, 9 y 10).

El siguiente cuadro muestra el resumen de las tendencias de los indicadores referidos por el crecimiento promedio de la oferta y demanda de los últimos 9 y 4 años, así como el crecimiento del último año para Nuevo León y el resto del país.

Crecimiento Promedio

Oferta (Habitaciones):		Ultimos		2003
		9 años	4 años	
Resto País		3.6%	4.5%	5.2%
Nuevo León		6.6%	8.3%	8.7%

Demanda (Turistas noche):		Ultimos		2003
		9 años	4 años	
Procedencia	Estado			
Nacionales	Resto País	5.2%	2.1%	1.6%
	Nuevo León	5.8%	3.6%	8.6%
Extranjeros	Resto País	7.4%	6.6%	10.5%
	Nuevo León	7.0%	2.3%	-8.2%
Total	Resto País	5.8%	3.5%	4.5%
	Nuevo León	5.8%	3.3%	5.5%

Fuente: Sectur

Conclusiones de la oferta de Nuevo León:

- El crecimiento de habitaciones en el Estado de Nuevo León ha sido superior al resto del país.
- En los últimos 4 años el crecimiento de habitaciones en el Estado ha sido más intensa.

Conclusiones de la demanda de Nuevo León:

- El crecimiento promedio de turistas nacionales en el Estado de Nuevo León, ha sido superior al resto del país.
- El crecimiento promedio de Nuevo León en turistas nacionales de los últimos 4 años es menor al del total del período analizado, sin embargo el último año registró un repunte importante en este indicador
- El crecimiento de turistas extranjeros en Nuevo León es menor al del resto del país, esta tendencia se ha acentuado en los últimos 4 años especialmente en el 2003.
- Tomando en cuenta que el 84% del turismo del Estado es de origen nacional vs. 66.5% para el resto del país, se tiene como resultado que el crecimiento de Nuevo León ha sido equivalente al del resto del país.

Conclusiones de la oferta y demanda:

Considerando que la estadía promedio (ver anexo 11) se ha mantenido sin cambios en forma importante en los períodos analizados, se concluye que el crecimiento en la oferta de habitaciones en Nuevo León ha sido muy superior al crecimiento de la demanda en turistas noche, registrando un decremento importante en los índices de ocupación en los servicios de hospedaje como lo demuestra la siguiente estadística:

% de ocupación en Estado de Nuevo León

1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
63.92	50.02	60.17	63.47	60.60	62.41	63.78	58.09	57.87	53.70

Fuente: Sectur

I.5 Fortalezas y Debilidades

Recursos turísticos:

Agraciado con el comienzo de la Sierra Madre Oriental, Nuevo León cuenta con una región montañosa imponente, gran cantidad de cuevas y cavernas, ecosistemas que van desde desiertos a regiones con vegetación fabulosa, grandes presas y una fauna variada proponiendo a los turistas el espacio perfecto para disfrutar las diferentes actividades que ofrece el Ecoturismo y el turismo aventura.

Además el Estado de Nuevo León cuenta con su historia, puesto que grandes movimientos tanto en la época de las guerras de reforma y de la revolución tuvieron parte en sus tierras. Son precisamente los edificios y monumentos de las distintas regiones o Municipios del Estado los que podrían transportar al turista a aquellos grandes momentos que hicieron al Estado y a México lo que son hoy.

Sin embargo presenta debilidad por su ubicación geográfica, ya que carece de la oferta del icono del turismo, el segmento de Sol y Playa que actualmente ocupa el primer lugar de preferencia a nivel nacional entre los destinos turísticos.

Servicios turísticos:

Monterrey al ser una de las ciudades más grandes e importantes en el desarrollo económico de México, cuenta con lugares de esparcimiento para todos los gustos, posee una amplia gama de museos, centros nocturnos y centros comerciales que cuentan con reconocidas tiendas departamentales, así como salas, auditorios y plazas que permiten realizar eventos culturales, festivales y conciertos masivos que se complementan con una extensa variedad de restaurantes y hoteles para satisfacer los gustos de turistas y promotores de eventos.

Sin embargo, Nuevo León presenta una baja oferta de Tour Operadores en el Estado y de prestadores de servicios fuera del área metropolitana de Monterrey, por lo que tendrá que afrontar el desarrollo de éstos para conformarse como una Entidad con vocación turística.

Infraestructura:

Una extensa red nacional carretera comunica al Estado de Nuevo León con el resto del país así como con el estado de Texas, además de contar con un aeropuerto internacional que comunica a esta Entidad con los destinos más importantes del mundo.

Los dos aspectos anteriores se complementan para servir como medio para aquellas personas que buscan los beneficios que ofrecen con altos niveles de calidad los Hospitales y las Universidades, y sobretodo para impulsar el desarrollo de las importantes industrias y comercios con las que cuenta el Estado.

Otro factor no menos importante que ayuda al desarrollo del Estado es su sistema de comunicación tecnológica y Nuevo León cuenta actualmente con una de las redes telefónicas y de comunicación más vanguardistas alcanzando niveles de las grandes potencias económicas.

Es de reconocerse la importancia de la señalización urbana y carretera, ya que es un elemento indispensable con la que cuentan los grandes puntos o destinos de atracción turística alrededor del mundo, lamentablemente en Nuevo León se presenta un sistema de señalización obsoleta y nula en algunas regiones fuera del área metropolitana de Monterrey y aunado a la inseguridad de las carreteras estatales estrechas y sin vigilancia ocasiona una descalificación turística del Estado.

Demanda:

Monterrey, esta posicionado como un destino de turistas atraídos por el segmento de negocios durante la días de actividad laboral (lunes a jueves) presentando estos, un perfil de ejecutivos de nivel socio económico medio y alto, el resto de los Municipios se presentan como destinos de fines de semana y temporadas vacacionales (Puentes, Semana Santa y Navidad) principalmente para los visitantes regiomontanos.

Desafortunadamente no se ha podido tener éxito en campañas de promoción y productos que impacten y hagan cambiar de opinión a los turistas y sobretodo que fortalezcan el establecimiento de temporalidad constante de los destinos turísticos del Estado.

Otros aspectos:

Gracias a los múltiples eventos de talla internacional, al empuje de sus empresarios y a la dedicación de sus trabajadores Nuevo León presenta una excelente imagen a nivel nacional e internacional, sin embargo al llegar a los destinos se percibe una ausencia de cultura turística que empaña dicha imagen y aleja los esfuerzos realizados.

I.6 Oportunidades y Amenazas

Las tendencias del turismo a nivel mundial se han ido modificando, actualmente existe un segmento importante de turistas buscan estar en contacto con la naturaleza y que buscan disfrutar de experiencias diferentes. Las tarifas del transporte han ido disminuyendo, la población está envejeciendo sanamente, existe cercanía con principal país emisor de turistas lo que permite al Estado de Nuevo León ofrecer una gran diversidad de atracciones para esta potencial demanda sobretodo en las actividades del turismo ecológico, de aventura, cultural, etc.

Desafortunadamente, en muchas ocasiones la percepción sobre los niveles de inseguridad que afectan al país son sobredimensionados, lo que impacta desfavorablemente la actividad turística. En ese marco, Nuevo León podría ver reducido su nivel de ingresos, no obstante que los índices de inseguridad y delincuencia en la entidad están bajo atención.

Actualmente las relaciones interpersonales también han cambiado, los adelantos tecnológicos evitan que las personas se tengan que trasladar de un lugar a otro con fines lucrativos o de negocios. El internet y los sistemas de video conferencias afectan el turismo de negocios y a la ciudad de Monterrey ya que permiten evitar gastos que anteriormente tenían que ser erogados.

En estos últimos años, el Gobierno Federal se ha dado cuenta de la importancia que tiene esta actividad y por ello que se ha comenzado a dar un impulso generalizado a las distintas oficinas de este sector en toda la república principalmente en los destinos de sol y playa.

Sin lugar a duda el Estado de Nuevo León debe de tomar en cuenta que existe una desmedida competencia en la actividad turística, aunque participa con la ciudad de Monterrey la cual está posicionada en la vanguardia tecnológica tanto en su infraestructura como en su equipamiento, los Estados vecinos también cuentan con grandes extensiones de montañas, flora, fauna, presas, cultura, etc., y complementan su oferta con otras ventajas como son los ríos y la de sol y playa, pero la amenaza principal es que iniciaron y priorizaron esta importante actividad desde hace años.

II. Visión

La visión sectorial representa la situación ideal, pero alcanzable del sector Turismo en el futuro. Para efectos del presente programa se ha establecido un horizonte a mediano plazo; esto es, el año 2009, último año de gestión de la presente administración estatal.

Sobre estas bases, la visión del turismo se ha definido en los siguientes términos:

Un sector estratégicamente incorporado al desarrollo económico de la Entidad, que proyecta a Nuevo León como destino atractivo para visitantes regionales, nacionales e internacionales.

III. Objetivos, estrategias y líneas de acción

Objetivo General

Aprovechamiento del turismo como riqueza del Estado.

Objetivo Estratégico 1:

Fomentar la protección y preservación del patrimonio natural, cultural e histórico, procurando la participación de los sectores público, social y privado, para coadyuvar en el desarrollo económico, social y cultural del Estado.

Estrategias y líneas de acción

Participar en la actualización y modernización del marco regulatorio para fortalecer y conservar el patrimonio natural, cultural e histórico.

- Revisar experiencias sobre los marcos legales nacionales e internacionales que rigen el sector turismo.
- Participar permanente en los grupos intersectoriales de trabajo para consensar la vinculación de políticas, reglamentos y leyes que definan y articulen acciones concretas en apoyo a las políticas culturales, ecológicas, hacendarias, de transporte, mineras, uso de suelo, etc. que favorezcan y desarrollan el sector en el Estado.
- Realizar reuniones con Sectur, CPTM y con las comisiones de turismo y desarrollo económico del congreso de la unión y del Estado con el fin de promocionar las leyes y reglamentos que sustenten el desarrollo del sector en la Entidad.
- Fomentar la participación de los representantes de Sectur, CPTM y con las comisiones de turismo y desarrollo económico del congreso de la unión y del Estado en las reuniones del consejo ciudadano que dirige el sector a nivel estatal.

Promover el desarrollo de la cultura turística a la ciudadanía de los Municipios.

- Elaborar convenios de participación municipal con le fin de colaborar en la reglamentación municipal de la cultura de turística.

- Promover y difundir leyes y/o reglamentos a través de los diferentes medios de comunicación con el fin de asegurar el conocimiento de la cultura turística en la población.
- Conformar y participar en los consejos municipales y/o regionales de promoción y desarrollo turístico en los Municipios que ostenten vocación turística.
- Coordinar y operar un sistema de evaluación integral de la cultura turística municipal o regional que permita calificar y asegurar el cumplimiento de las políticas públicas del sector.
- Participar en los consejos municipales del desarrollo rural sustentable para coadyuvar en la obtención de recursos de los organismos federales y estatales.

Objetivo Estratégico 2:

Promover y coordinar las obras de infraestructura de servicios turísticos para la atención a turistas y visitantes del Estado.

Estrategias y líneas de acción

Promover el desarrollo de infraestructura turística en el Estado y Municipios.

- Desarrollar estudios técnicos y arquitectónicos de infraestructura turística para el desarrollo sustentable de los Municipios y parques estatales.
- Mantener una cartera de proyectos con expedientes arquitectónicos y técnicos de proyectos preliminares para inversión turística de manera actualizada y sustentable.
- Promover el desarrollo de infraestructura necesaria ante otros organismos públicos federales, estatales y municipales con el fin de facilitar y apoyar las actividades del turismo del Estado.

Coordinar proyectos de obras turísticas financiadas por el Estado y/o la federación en los Municipios y parques del Estado.

- Elaborar en su oportunidad licitaciones y concursos para asignar óptimamente y con transparencia a particulares especialistas los proyectos ejecutivos y obras de construcción.
- Supervisar y administrar los avances de los proyectos ejecutivos y obras de construcción asignados a particulares certificando en todo momento su desempeño en la calidad, tiempo de ejecución tiempos y costos incurridos.

Monitorear y favorecer el adecuado mantenimiento de la infraestructura de los prestadores de servicios turísticos del Estado.

- Promover el adecuado mantenimiento de la infraestructura turística federal, estatal, municipal y privada.
- Revisar, asesorar y promover la infraestructura turística de los prestadores de servicios turísticos del Estado.

Brindar asesorías para el desarrollo de infraestructura turística a prestadores de servicios de alojamiento y de oferta complementaria.

- Brindar asesoría a desarrolladores y promotores para proyectos de infraestructura turística públicos y privados.

Objetivo Estratégico 3:

Brindar atención y apoyo a los prestadores de servicios turísticos.

Estrategias y líneas de acción

Impulsar la mejora regulatoria continua que beneficie a los prestadores de servicios turísticos.

- Analizar y proponer adecuaciones al marco legislativo con el fin de gestionarlas ante organismos federales y municipales.
- Publicar y exponer el nuevo reglamento con el fin de proponer herramientas para evaluar su cumplimiento y evolucionar su diseño.
- Establecer mecanismos de coordinación con el gobierno federal y municipal a efectos de garantizar el cumplimiento de la normatividad aplicable a los prestadores de servicios.
- Suscribir acuerdos de cooperación con los gobiernos municipales a fin de fortalecer las acciones de regulación a prestadores de servicios turísticos.

Coordinar y facilitar la información necesaria para el desarrollo y profesionalización de la cultura turística

- Promover el desarrollo de un sistema de información para mantener actualizados los inventarios, la actividad turística del Estado y los cursos de capacitación impartidos con los principales actores de servicios turísticos en el Estado
- Consolidar un banco de datos con la información necesaria para mantener actualizado los principales datos de los prestadores de servicios turísticos del Estado.
- Promover la cooperación y trabajo en conjunto entre los prestadores de servicios y el gobierno con el fin de mantener actualizada toda la información necesaria para monitorear el comportamiento diario del sector en el Estado.
- Promover y elaborar cursos de capacitación para el personal de los prestadores de servicios con el fin de mejorar o incorporar altos niveles de calidad en los servicios prestados.
- Organizar misiones de intercambio entre los prestadores de servicios turísticos con el fin de incorporar mejoras en la práctica de la materia.
- Realizar acciones para fortalecer la difusión de la cultura turística tanto a los prestadores de servicios turísticos como en los centros educativos estatales y particulares.
- Desarrollar e implementar programas y procedimientos para inspeccionar la calidad de los servicios turísticos suministrados por los prestadores de servicios turísticos privados y por las dependencias municipales, estatales y federales relacionadas con la atención a turistas.

Fomentar las inversiones para la acrecentar la oferta del Estado en los servicios turísticos.

- Mantener permanentemente una comunicación efectiva con los prestadores de servicios a fin de facilitarles información estadística del sector y ayudarles en la gestión en trámites gubernamentales.
- Impulsar el crecimiento y desarrollo económico del sector con proyectos de inversión sustentable para inversionistas públicos y privados interesados en invertir en el sector.
- Participar en los tianguis turísticos para promover las inversiones del Estado.
- Impulsar el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas turísticas mediante programas de financiamiento y capacitación ofrecidos por el Estado y la federación.
- Desarrollar e implementar el proyecto Casatur con el fin de acrecentar la oferta de hospedaje en los Municipios fuera del área metropolitana de Monterrey.
- Impulsar modalidades novedosas de alojamiento como albergues, casas rurales, granjas, etc.

Objetivo Estratégico 4:

Diseñar y coordinar la planeación, desarrollo, comercialización y mantenimiento de nuevos polos y productos para el desarrollo turístico de la Entidad y de la Región.

Estrategias y líneas de acción

Implementar un programa de actualización permanentemente de la oferta turística derivada de los recursos y productos turísticos del Estado de Nuevo León.

- Definir y clasificar los productos y actividades del turismo de acuerdo a estándares internacionales y nacionales con el fin de catalogar los inventarios turísticos de la Entidad.
- Promover el desarrollo de un sistema de información para mantener actualizados y relacionados los inventarios de los recursos y productos con el sistema que controla los inventarios de los prestadores de servicios turísticos.
- Desarrollar e implementar un programa de comunicación con los gobiernos municipales para construir y mantener el inventario de los principales recursos naturales, culturales, históricos y monumentales de los Municipios.

Mejorar la oferta turística a través del desarrollo de nuevas actividades y productos turísticos con el fin de incrementar la afluencia de turistas en Nuevo León.

- Investigar tendencias del turismo en los mercados emisores internacionales, nacionales, regionales y locales para encaminar nuevas ofertas de productos en el Estado.
- Promover el desarrollo o mejoras a la infraestructura para facilitar el acceso a los productos turísticos originados por el Estado.
- Crear, fomentar y facilitar los insumos necesarios para la formación de productos que incrementen los atractivos turísticos del Estado.

- Elaborar convenios con las principales industrias de Monterrey con el fin de adicionar recorridos industriales a la oferta turística de la ciudad.
- Participar en la elaboración de materiales informativos sobre destinos y productos turísticos de la Entidad o Región (mapas, guías y folletos) con el fin de facilitar la afluencia a los destinos y productos turísticos ofertados por el Estado.

Introducir al mercado y monitorear la comercialización de los productos turísticos desarrollados y ofrecidos por el Estado.

- Fomentar convenios entre líneas de transporte, prestadores de servicios, redes de autopistas, etc. para incrementar la afluencia de turistas a los productos turísticos desarrollados por el Estado.
- Participar en estrategia de comunicación y distribución de mapas, guías y folletos para promocionar los productos turísticos desarrollados por el Estado.
- Desarrollar e impulsar la interacción entre los prestadores de servicios del Estado con empresas dedicadas a la comercialización e intermediación del producto turístico.
- Diseñar e implementar mecanismos para evaluar la actividad de los nuevos productos turísticos desarrollados.
- Elaborar programas con la secretaría de desarrollo económico para vincular, definir y evaluar las estrategias del programa del un corredor turístico internacional entre Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila y Texas, para crear sinergias en beneficio de la Entidad y la Región, aprovechando el TLC de América del Norte.

Objetivo Estratégico 5:

Fortalecer la promoción turística consolidando a la Entidad como destino turístico demandado y altamente competitivo a nivel regional, nacional e internacional y al área metropolitana como destino turístico y de realización de convenciones de clase mundial.

Estrategias y líneas de acción

Ejecutar acciones de planeación estratégica de mercadotecnia.

- Analizar y seleccionar mercados emisores de mayor potencial para establecer estrategias de comunicación que promuevan el turismo de la Entidad.
- Realizar estudios de mercado para conocer los perfiles, gustos, preferencias y grado de satisfacción de los turistas que visitan nuestro Estado.
- Investigar perfiles, localización, gustos y preferencias de los consumidores potenciales a los atractivos turísticos del Estado para desarrollar estrategias publicitarias y de promoción turística.
- Elaborar planes de publicidad diferenciada que sinteticen objetivos, estrategias y tácticas de promoción y comunicación hacia los mercados emisores.
- Establecer presupuestos financieros que garanticen la continuidad y consistencia de las acciones publicitarias y mercadológicas.

Promocionar a Nuevo León con sus productos y destinos en los mercados regionales, nacionales e internacionales.

- Generar campañas de relaciones públicas con los mercados emisores para comunicar una imagen positiva y multipliquen la cobertura favorable sobre la oferta turística del Estado.
- Instrumentar campañas de publicidad turística con ejecuciones creativas y lemas de experiencias para comunicar las características y beneficios de la oferta turística del Estado.
- Generar listas de datos de intermediarios de los mercados objetivos con el fin de instrumentar campañas de mercadeo directo a través de sus canales de comunicación.
- Impulsar acciones de promoción turística para que los nuevoleonenses conozcan y disfruten de las bellezas de su Entidad.

Crear sinergias con Sectur y CPTM como complemento de promoción turística

- Participar en las campañas y esfuerzos de Sectur para establecer los lemas y experiencias que comuniquen la oferta del Estado.
- Impulsar acciones de cooperación en las campañas de atención verbal o telefónica realizada por Sectur en los mercados emisores para que atiendan la oferta del Estado de acuerdo a las especificaciones de nuestros productos o para transferir las llamadas telefónicas a nuestros centros de atención a los turistas o al área de promoción turística.

Objetivo Estratégico 6:

Atraer grandes eventos nacionales e internacionales de carácter comercial, industrial, cultural, deportivo, artístico y de enseñanza.

Estrategias y líneas de acción

Promover el desarrollo de más espacios turísticos para la realización de eventos y convenciones en la ciudad.

- Obtener y mantener un inventario con capacidades de lugares, recintos y organizadores propicios para realizar eventos y convenciones.
- Elaborar campañas de publicidad diferenciada que sintetizen objetivos, estrategias y tácticas de promoción y comunicación hacia los mercados emisores en el segmento de turismo de negocios.

Prospectar y promocionar a la ciudad de Monterrey como destino para eventos locales, nacionales e internacionales.

- Contratar agencias de investigación para adquirir listas de clientes potenciales con interés en realización de eventos.
- Contactar por los diferentes medios de comunicación directa con el fin de establecer oportunidades en la producción de eventos en la ciudad de Monterrey.

- Participar en eventos de promoción impulsados por el CPTM y terceros para posicionar a la ciudad de Monterrey como destino de eventos nacionales e internacionales.
- Participar como socio activo en las principales asociaciones nacionales e internacionales de turismo de negocios: ANDOC, AMEREF, AMPROFEC, ICA, MPA, ASAE, etc.
- Desarrollar y realizar el evento “Destino Monterrey” en los principales mercados emisores para potenciar el destino como un lugar de eventos de clase mundial.
- Publicitar la ciudad de Monterrey en revistas especializadas para estimular nuevos clientes a la realización de eventos en la ciudad.
- Asegurar un rol protagónico de nuestro Estado en los diferentes organismos de participación de eventos para impulsar la imagen de nuestra ciudad y del Estado en el sector turístico.
- Impulsar foros en la materia Turística para ayudar al alcance de los objetivos turísticos de la Entidad.

Asesorar a clientes potenciales para asegurar el cierre de eventos en la ciudad de Monterrey.

- Atender a los clientes en las visitas de inspección y familiarización para que conozcan las oportunidades y beneficios de efectuar sus eventos en la ciudad de Monterrey.
- Desarrollar estrategias con los clientes potenciales para propiciar la confirmación de eventos en la ciudad.
- Asistir a los clientes para persuadir a sus consejos o asociados en la decisión de realizar sus eventos en la ciudad de monterrey.

Asesorar a clientes en las facilidades que ofrece la oferta de los prestadores de servicios para la realización de eventos en la ciudad.

- Elaborar alternativas en reuniones de trabajo con los clientes para determinar el programa maestro preliminar de sus eventos.
- Negociar con clientes apoyos económicos y de participación en imagen para coadyuvar en el éxito de sus eventos.
- Agendar reuniones de trabajo con clientes, organizadores profesionales de eventos y prestadores de servicios turísticos para que los clientes puedan seleccionar a sus proveedores en base a sus necesidades, gustos y preferencias.
- Asesorar y apoyar a los clientes en necesidades de información y seguimiento del programa para asegurar el éxito de sus eventos.
- Realizar estudios de satisfacción con los participantes (clientes, organizadores y asistentes) de los eventos con el fin de conocer la calidad de los servicios prestados.

Objetivo Estratégico 7:

Impulsar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia a los turistas.

Estrategias y líneas de acción

Gestionar dispositivos de seguridad y asistencia en las carreteras.

- Impulsar el desarrollo de kioscos carreteros para atender a los turistas nacionales e internacionales.
- Fortalecer a los Municipios mediante programas de capacitación para la asistencia y auxilio turístico.
- Ampliar la coordinación con los Municipios, Estado y la federación para fomentar la atención y optimización de los recursos utilizados en esta actividad.
- Conjuntar esfuerzos con Sectur para establecer mecanismos de operación y vigilancia con los ángeles verdes.

Impulsar la seguridad y asistencia en los destinos turísticos.

- Participar en acción coordinada con los Municipios, organizaciones, instituciones, etc. con el fin de reforzar vigilancia en la seguridad y en los servicios turísticos en los diferentes destinos turísticos.
- Promover la creación y participación en las agencias del ministerio público con personal especializado en atención a delitos contra turistas.
- Impulsar ante instancias competentes la facilitación de denuncias de los turistas contra la delincuencia y su atención en contra de quienes afecten su seguridad, integridad y propiedad.
- Promover ante las autoridades y organizaciones correspondientes una mayor vigilancia y supervisión a los prestadores de servicios en relación a las prácticas y normatividad en materia de seguridad, protección, respeto al medio ambiente y control sanitario que deben guardar.

Proporcionar campañas y servicios de información para la orientación a los turistas y visitantes del Estado.

- Promover y consolidar la integración y operación de un sistema para la orientación e información turística del Estado, regional y nacional.
- Consolidar la red de módulos de información turística tanto provisionales como permanentes incorporados a la infraestructura carretera y a los módulos oficiales para ubicar y promover los productos y destinos turísticos de la Entidad y Región a los turistas y visitantes que así lo requieran.
- Generar y hacer acopio de materiales y guías impresas para fortalecer a los viajeros de un mayor conocimiento de los destinos y servicios turísticos de Estado y de la Región.
- Mantener capacitado y actualizado al personal de atención e información turística para informar e impulsar adecuadamente los servicios turísticos del Estado, Región y país.

- Impulsar vínculos con otros estados para proporcionar y realizar intercambios de información.

IV. Indicadores de desempeño

La presente administración estatal se ha comprometido a formar un gobierno que ofrezca resultados concretos para la sociedad. Por ello, en los diversos campos de acción y en especial en materia de promoción turística, el Gobierno del Estado ha identificado los indicadores de desempeño que permitirán medir el grado en que se cumple cada uno de los objetivos trazados, constituyéndose estos en una herramienta indispensable para el seguimiento de avances y la evaluación de la gestión pública.

En forma contraria a los sistemas tradicionales de evaluación del desempeño gubernamental, los cuales se concentran en medir actividades, esfuerzos e insumos y no logros. El Gobierno del Estado de Nuevo León ha adoptado un sistema de planeación y evaluación orientado a la medición de resultados de las políticas, programas y proyectos de la Administración Pública estatal; el propósito es medir y evaluar los beneficios concretos y el impacto que la acción de gobierno estatal genera en la sociedad.

Para tal efecto, se han identificado dos tipos de indicadores de desempeño: 1) Indicadores de impacto y 2) Indicadores estratégicos.

Los primeros miden el efecto último que la políticas públicas tienen en la sociedad. Por ello, en el caso del presente programa estatal de promoción del turismo se ha establecido como indicador de impacto el crecimiento de turistas noche en los hoteles del Estado, toda vez que dicho indicador refleja un logro concreto derivado de la razón de ser de la Corporación para el desarrollo turístico de Nuevo León.

Las metas constituyen el valor numérico que se espera obtener en relación de cada uno de los indicadores de impacto o estratégicos adoptados. Así mismo ofrecen la oportunidad de cuantificar los objetivos, a efecto de hacer posible una medición imparcial que no esté sujeta a criterios subjetivos. Por ello, en la determinación de metas, se ha cuidado que sean realistas en función de los recursos humanos, financieros y materiales de que dispone la Corporación para el desarrollo turístico de Nuevo León.

La retirada del Estado de algunas de las funciones que antes desempeñaban, han creado importantes vacíos institucionales que no han sido llenados por el sector privado, situación que ha debilitado los mercados de crédito.

No obstante lo anterior y reconociendo el entorno cambiante y los factores externos que influyen en el comportamiento de los indicadores del turismo y su administración pública fijados, se han diseñado tres escenarios que permiten proyectar el comportamiento y el alcance de las metas fijadas para el año 2009, en función de los factores internos y externos que pueden limitar o potenciar el cumplimiento de las mismas. En función de lo anterior, se construyeron tres escenarios con las variables relevantes y los supuestos adoptados en cada caso son los siguientes:

Escenario I:

Alcanzar las metas planteadas bajo este escenario, plantea los supuestos de un crecimiento de la economía considerablemente acelerado, igual o superior al 4 por ciento anual, acompañados de políticas y apoyos dirigidos y con beneficios con mayor impacto al turismo. Un depurado y continuo proceso de planeación y seguimiento de los programas y presupuestos, para hacerle frente a los efectos de la globalización, con el propósito de que el turismo se torne más competitivo principalmente con los mercados emisores.

Además, se tiene que considerar que las condiciones de los indicadores macroeconómicos como la inflación, se mantengan estables y sin presiones por el tipo de cambio, se generen las políticas estructurales necesarias, dando una certidumbre para acelerar la inversión en el sector. Y con la premisa de que no se presenten eventos extraordinarios por atentados a líneas aéreas y otros fenómenos políticos y de seguridad nacional e internacional.

Escenario II

Este escenario opera bajo la consideración de un presupuesto con un aumento arriba del promedio de los últimos años en términos reales hacia el turismo, tanto federal como estatal, suficiente para establecer logros en la publicidad y promoción y mejoras en infraestructuras y contar con la participación y voluntad decisiva de las autoridades federales correspondientes involucradas en la toma de decisiones.

En lo que respecta a la inflación, existen algunos riesgos moderados de un retroceso en su control debido a las presiones del tipo de cambio. Todo lo anterior apunta hacia un crecimiento de la economía moderado en el corto y mediano plazo entre el 1.5 y 2.5 por ciento.

Escenario III

Este escenario considera la posibilidad de que los alcances de las políticas turísticas se vean limitadas por un crecimiento económico menor y un presupuesto hacia el turismo austero y sin crecimiento. Además de unas condiciones macroeconómicas no deseables, en donde la inversión y el empleo presenten retrocesos considerables y la inflación sea mayor, provocando que el sector no llegara a ser más competitivo y productivo.

Otro factor independiente y decisivo para la conformación de este escenario sería la presencia de eventos extraordinarios por atentados a líneas aéreas y otros fenómenos políticos y de seguridad nacional.

Con base en las definiciones sobre los indicadores de desempeño y en el diseño de los tres escenarios, a continuación se presentan los indicadores de dicho desempeño, metas y escenarios que permitirán una evaluación y seguimiento del programa sectorial del turismo.

Indicadores de Impacto:

Objetivo General: Aprovechamiento del turismo como riqueza del Estado

Crecimiento en turistas noche en el Estado		% promedio anual de crecimiento	Escenario I 4.3%
			Escenario II 3.4%
			Escenario III 2.3%

Indicadores estratégicos

Objetivo estratégico 1: Fomentar la protección y preservación del patrimonio natural, cultural e histórico, procurando la participación de los sectores público, social y privado, para coadyuvar en el desarrollo económico, social y cultural del Estado

Grado de consenso y vinculación con grupos intersectoriales de trabajo	Total de iniciativas aceptadas en los sectores que se vinculan con turismo	% de iniciativas propuestas aceptadas intersectorial	Escenario I 100%
	Total de iniciativas propuestas a los sectores* que se vinculan con turismo		Escenario II 100%
			Escenario III 100%

* Conarte, Medio Ambiente, Consejo Municipal, Secretaría de Desarrollo Económico, etc.

Iniciativas aceptadas en consejos regionales	Total de iniciativas aceptadas en los las 5 consejos Regionales	% de iniciativas propuestas aceptadas Regionales	Escenario I 100%
	Total de iniciativas propuestas a los 5 consejos Regionales		Escenario II 90%
			Escenario III 80%

* Áreas: Metropolitana, Periférica, Norte, Sur y Citrícola

Objetivo Estratégico 2: Promover y coordinar las obras de infraestructura de servicios turísticos para la atención a turistas y visitantes del Estado

Cobertura de estudios técnicos y arquitectónicos de infraestructura turística	Total de estudios técnicos básicos preliminares	% de realización de estudios básicos	Escenario I 100%
	150 estudios técnico básicos		Escenario II 95%
			Escenario III 90%

Revisión de infraestructura turística Federal	Cantidad de solicitudes atendidas por instancias Federales	% de cumplimiento por mejoras en infraestructura solicitadas a instancias Federales	Escenario I 100%
	Cantidad de solicitudes promovidas para mejoras en infraestructura Federal		Escenario II 90%
			Escenario III 80%

Revisión de infraestructura turística Estatal	Cantidad de solicitudes atendidas por instancias Estatales	% de cumplimiento por mejoras en infraestructura solicitadas a instancias Estatales	Escenario I 100%
	Cantidad de solicitudes promovidas para mejoras en infraestructura Estatal		Escenario II 90%
			Escenario III 80%

Revisión de infraestructura turística Municipal	Cantidad de solicitudes atendidas por instancias Municipales	% de cumplimiento por mejoras en infraestructura solicitadas a instancias Municipales	Escenario I 100%
	Cantidad de solicitudes promovidas para mejoras en infraestructuras Municipales		Escenario II 90%
			Escenario III 80%

Objetivo Estratégico 3: Brindar atención y apoyo a los prestadores de servicios turísticos

Grado de Certificación turística Hotelera	Cantidad de hoteles certificados que participan en programas de capacitación	% de certificación hotelera	Escenario I 85%
	Cantidad de hoteles que participan en programas de capacitación		Escenario II 80%
			Escenario III 75%

Grado de Certificación turística Restaurantera	Cantidad de restaurantes certificados que participan en programas de capacitación	% de certificación Restaurantera	Escenario I 85%
	Cantidad de restaurantes que participan en programas de capacitación		Escenario II 80%
			Escenario III 75%

Objetivo Estratégico 4: Diseñar y coordinar la planeación, desarrollo, comercialización y mantenimiento de nuevos polos y productos para el desarrollo turístico de la Entidad y de la Región

Grado de éxito de nuevos productos turísticos	Cantidad de productos turísticos que cumplen al 100% con el plan oficial	% de productos turísticos exitosos	Escenario I 90%
	Cantidad de productos turísticos implementados		Escenario II 85%
			Escenario III 80%

Objetivo Estratégico 5: Fortalecer la promoción turística consolidando a la Entidad como destino turístico demandado y altamente competitivo a nivel regional, nacional e internacional y al área metropolitana como destino turístico y de realización de convenciones de clase mundial

Grado de impacto en la publicidad	Cantidad de proyectos publicitarios calificados con Gran Impacto *		Escenario I 80%
	Cantidad de proyectos publicitarios		Escenario II 75%
			Escenario III 60%

* **Gran Impacto:** Cumplimiento de objetivos fijados en las campañas realizadas contra estudio de evaluación de campañas.

Objetivo Estratégico 6: Atraer grandes eventos nacionales e internacionales de carácter comercial, industrial, cultural, deportivo, artístico y de enseñanza.

Asignaciones de sede para eventos en Nuevo León	Cantidad de solicitudes de sede aceptadas	% de sedes aceptadas	Escenario I 75%
	Cantidad de solicitudes de sede presentadas		Escenario II 60%
			Escenario III 50%

Objetivo Estratégico 7: Impulsar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia a los turistas

Grado de calidad en servicios de atención a turistas	Cantidad de auditorías aprobadas por evaluaciones de calidad en atención turística	% de calidad en atención a turistas	Escenario I 90%
	Cantidad de auditorías para evaluaciones de calidad en atención turística		Escenario II 85%
			Escenario III 75%

V.- Factores Críticos de Éxito

En este punto es pertinente el conocimiento e implementación de varios factores que deberían garantizar que los programas de apoyo e impulso al sector turismo se conviertan en prácticas exitosas y que contribuyan a la afluencia de turistas y visitantes en los Municipios fuera del área metropolitana del Monterrey y en el área metropolitana. El desafío más claro lo presenta el hacer que la acción estatal, mediante sus políticas hacia el sector, alcance su máxima efectividad tomando en cuenta las siguientes medidas.

V.1 Focalización

La selección de los favorecidos debe ser la identificación con precisión de los beneficiarios potenciales como son las Empresas turísticas y los Municipios y su población con vocación turística, considerando en todo momento sus necesidades debido a que estas son las que atienden principalmente el sector. Por lo que hay que priorizar los programas que cubran sus demandas e impulsen el desarrollo del turismo de una manera dirigida, sustentable y exitosa, como es la búsqueda de mejorar la afluencia de turistas y visitantes en los destinos turísticos.

V.2 Planeación participativa y corresponsabilidad

La planeación de los programas y acciones hacia el turismo debe ser participativa, con los principales actores sociales involucrados para que las decisiones en la asignación de recursos vaya acorde con las necesidades y prioridades de la población, un ejemplo de la instrumentación de ello son los Consejos Municipales para el Desarrollo Rural Sustentable que conciben el diagnóstico de las necesidades de su población y analizan y plantean los proyectos a ejecutar, aprobándolos en su caso. Principalmente la realización o enriquecimiento de un Plan Municipal de Desarrollo Turístico, que contemple las etapas de programación, evaluación y seguimiento, así como los capítulos de metas, objetivos y estrategias.

V.3 Desarrollo de un sistema de información Turística

La necesidad de contar con un sistema de información estadístico y de inventarios para el sector Turístico es indispensable para la dirección del sector. Debe permitir actualizar y mejorar la información estadística disponible, monitorear el comportamiento de los prestadores de servicios, la calidad de sus servicios y los programas de capacitación que se les imparten, entre tantos. Con relación a las normas oficiales en la geografía, conceptos, recursos, servicios, infraestructura y equipamiento. Utilizando las funciones de diagnóstico, planeación, diseño, programación y soporte, que incluya los indicadores claves de desempeño del sector para que ayude a los responsables a monitorear el comportamiento del Turismo y de los proyectos implementados.

V.4 Complementariedad

Los mecanismos de coordinación y cooperación entre los distintos programas de la política turística ya sean federales, estatales y/o municipales deben sustentarse con definiciones, reglas, apoyos y/o obras que se complementen para beneficiar a la población y obtener mejores resultados en el desarrollo turístico sustentable del Estado.

V.5 Transparencia

Aplicar mecanismos de transparencia para la asignación de los recursos descentralizados hacia los Estados y Municipios, de acuerdo a la normatividad federal, estatal y municipal correspondiente.

V.6 Vinculación

Por ley estatal asignada al sector para que fomente la protección y preservación del patrimonio natural, cultural e histórico del Estado, se requiere de participación con los consejos de cultura, medio ambiente, etc. para asegurar y monitorear recursos de los programas y proyectos promovidos por el consejo ciudadano del turismo del Estado.

Anexo 1

PIB Turístico Nacional

Año	P.I.B. Nacional	P.I.B. Turístico	Participación del PIB Turístico en el PIB Nacional
	Precios corrientes (Millones de pesos)		Porcentaje
1994	1,306,302	106,996	8.2
1995	1,678,835	141,015	8.4
1996	2,296,675	188,604	8.2
1997	2,873,273	236,608	8.2
1998	3,517,782	291,594	8.3
1999	4,205,704	355,144	8.4
2000	4,982,567	419,207	8.4
2001	5,271,311	444,903	8.4
2002	5,727,942	460.746.17	8.0
2003 ^{p/}	n.d.	n.d.	n.d.

Fuente: Secretaría de Turismo

Anexo 2

Oferta de Habitaciones al cierre del 2003

Región	Total	%	Categoría en Estrellas				
			5 ^{1/}	4	3	2	1
Hoteles							
Área Metropolitana de Monterrey ^{a/}	91	69	20	29	24	13	5
Zona Periférica ^{b/}	6	5	2		2	1	1
Región Norte ^{c/}	16	12		2	2	7	5
Región Citrícola ^{d/}	10	8		3	2	5	0
Región Sur ^{e/}	8	6				3	5
Total en el Estado	131	100	22	34	30	29	16
Porcentaje			17%	26%	23%	22%	12%
Cuartos							
Área Metropolitana de Monterrey ^{a/}	9,687	88	3,611	3,815	1,516	568	177
Zona Periférica ^{b/}	458	4	227		128	69	34
Región Norte ^{c/}	365	3		80	41	154	90
Región Citrícola ^{d/}	314	3		117	39	158	0
Región Sur ^{e/}	176	2				86	90
En el Estado	11,000	100	3,838	4,012	1,724	1,035	391
Porcentaje			35%	36%	16%	9%	4%



a/ Apodaca, García, San Pedro Garza García, General Escobedo, Guadalupe, Monterrey, San Nicolás de los Garza y Santa Catarina

b/ Cadereyta Jiménez, Pesquería y Santiago

c/ Anahuac, Bustamante, Lampazos, Sabinas Hidalgo, Vallecillo, Villaldama, Cerralvo, China y General Bravo

d/ Linares, Montemorelos y Rayones

e/ Aramberri, Doctor Arroyo, Galeana, General Zaragoza e Iturbide

1/ Incluye la categoría de Gran Turismo

Fuente: Codetur

Anexo 3

Oferta de Habitaciones

Estado	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL sin NL	354,912	365,790	374,174	377,231	390,066	407,185	421,647	448,698	461,862	485,699
Aguascalientes	2,982	2,982	2,969	2,969	2,969	3,240	3,339	3,712	3,712	3,724
Baja California	15,800	15,997	16,428	16,624	16,815	16,815	16,815	17,879	17,879	22,746
Baja California Sur	6,537	6,898	7,098	7,195	7,879	8,273	9,020	9,799	11,435	14,017
Campeche	3,111	3,184	3,184	3,256	3,245	3,567	3,655	4,079	4,091	4,393
Coahuila	6,295	6,588	6,644	6,559	7,000	7,103	7,083	7,799	7,799	8,378
Colima	5,609	5,609	5,812	5,812	5,812	5,812	5,812	5,814	5,784	5,804
Chiapas	8,566	8,566	9,540	9,564	10,699	11,248	11,547	11,824	12,054	12,497
Chihuahua	9,836	10,124	10,338	10,334	10,960	11,135	12,110	12,315	12,278	12,442
Distrito Federal	42,939	45,166	44,938	44,092	44,092	44,127	44,021	46,978	45,473	46,310
Durango	3,199	3,284	3,246	3,174	3,174	3,174	3,494	3,494	3,494	3,494
Guanajuato	12,943	12,943	12,943	12,943	12,943	13,339	13,975	14,619	15,840	16,835
Guerrero	25,364	25,364	25,449	25,811	26,330	26,330	26,330	29,465	27,026	28,050
Hidalgo	4,406	4,445	4,450	4,556	4,592	4,666	5,543	5,766	7,187	8,827
Jalisco	32,156	32,855	33,112	33,815	37,626	39,422	40,481	41,815	45,310	46,119
Estado de México	10,411	11,973	14,582	14,582	14,582	14,582	16,790	15,744	15,872	16,917
Michoacán	12,414	12,518	12,722	12,958	13,229	13,405	14,082	14,057	13,940	13,751
Morelos	6,586	6,602	6,602	6,644	6,833	7,002	6,834	7,475	7,506	7,506
Nayarit	7,840	7,809	7,809	7,809	7,809	8,347	7,626	9,267	11,515	14,730
Nuevo León	6,207	6,853	7,332	7,955	7,955	7,993	8,924	9,556	10,116	11,000
Oaxaca	12,322	12,519	12,677	13,168	13,709	14,849	14,771	15,351	17,402	17,963
Puebla	8,705	8,705	9,068	9,215	9,264	9,953	10,458	10,850	11,042	11,525
Querétaro	4,985	5,258	5,359	5,367	5,634	5,868	6,088	6,599	6,811	7,318
Quintana Roo	28,165	31,481	33,305	33,305	35,497	41,675	45,675	52,680	54,948	55,814
San Luis Potosí	5,816	5,972	5,981	5,981	5,981	6,329	6,466	7,081	7,552	7,802
Sinaloa	12,399	12,494	12,671	12,947	13,041	13,041	13,041	14,517	14,517	14,853
Sonora	9,526	9,526	9,716	9,987	10,440	10,752	12,270	12,324	12,557	13,196
Tabasco	4,548	4,548	4,511	4,837	4,837	5,498	5,667	5,667	5,667	6,493
Tamaulipas	11,881	12,756	12,857	13,063	13,063	13,990	14,338	15,068	15,828	15,865
Tlaxcala	1,705	1,741	1,844	1,896	1,941	1,933	2,151	2,439	2,537	2,920
Veracruz	27,920	27,920	27,876	28,525	29,750	30,489	30,671	31,381	31,433	31,880
Yucatán	5,849	5,849	6,298	5,841	5,841	6,700	6,700	7,909	7,864	8,028
Zacatecas	4,097	4,114	4,145	4,402	4,479	4,521	4,794	4,931	5,509	5,502

Fuente: Sector

Ajustado por Codetur

Anexo 4

Crecimiento en oferta de habitaciones

Estados	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Promedio crecimiento	
										9 años	4 años
NACIONAL sin NL	3.1%	2.3%	0.8%	3.4%	4.4%	3.6%	6.4%	2.9%	5.2%	3.6%	4.5%
Aguascalientes	0.0%	-0.4%	0.0%	0.0%	9.1%	3.1%	11.2%	0.0%	0.3%	2.6%	3.6%
Baja California	1.2%	2.7%	1.2%	1.1%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%	27.2%	4.4%	8.4%
Baja California Sur	5.5%	2.9%	1.4%	9.5%	5.0%	9.0%	8.6%	16.7%	22.6%	9.0%	14.2%
Campeche	2.3%	0.0%	2.3%	-0.3%	9.9%	2.5%	11.6%	0.3%	7.4%	4.0%	5.4%
Coahuila	4.7%	0.9%	-1.3%	6.7%	1.5%	-0.3%	10.1%	0.0%	7.4%	3.3%	4.3%
Colima	0.0%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	-0.5%	0.3%	0.4%	0.0%
Chiapas	0.0%	11.4%	0.3%	11.9%	5.1%	2.7%	2.4%	1.9%	3.7%	4.4%	2.7%
Chihuahua	2.9%	2.1%	0.0%	6.1%	1.6%	8.8%	1.7%	-0.3%	1.3%	2.7%	2.9%
Distrito Federal	5.2%	-0.5%	-1.9%	0.0%	0.1%	-0.2%	6.7%	-3.2%	1.8%	0.9%	1.3%
Durango	2.7%	-1.2%	-2.2%	0.0%	0.0%	10.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	2.5%
Guanajuato	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.1%	4.8%	4.6%	8.4%	6.3%	3.0%	6.0%
Guerrero	0.0%	0.3%	1.4%	2.0%	0.0%	0.0%	11.9%	-8.3%	3.8%	1.2%	1.9%
Hidalgo	0.9%	0.1%	2.4%	0.8%	1.6%	18.8%	4.0%	24.6%	22.8%	8.5%	17.6%
Jalisco	2.2%	0.8%	2.1%	11.3%	4.8%	2.7%	3.3%	8.4%	1.8%	4.1%	4.0%
Estado de México	15.0%	21.8%	0.0%	0.0%	0.0%	15.1%	-6.2%	0.8%	6.6%	5.9%	4.1%
Michoacán	0.8%	1.6%	1.9%	2.1%	1.3%	5.1%	-0.2%	-0.8%	-1.4%	1.2%	0.7%
Morelos	0.2%	0.0%	0.6%	2.8%	2.5%	-2.4%	9.4%	0.4%	0.0%	1.5%	1.8%
Nayarit	-0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	6.9%	-8.6%	21.5%	24.3%	27.9%	8.0%	16.3%
Nuevo León	10.4%	7.0%	8.5%	0.0%	0.5%	11.6%	7.1%	5.9%	8.7%	6.6%	8.3%
Oaxaca	1.6%	1.3%	3.9%	4.1%	8.3%	-0.5%	3.9%	13.4%	3.2%	4.3%	5.0%
Puebla	0.0%	4.2%	1.6%	0.5%	7.4%	5.1%	3.7%	1.8%	4.4%	3.2%	3.7%
Querétaro	5.5%	1.9%	0.1%	5.0%	4.2%	3.7%	8.4%	3.2%	7.4%	4.4%	5.7%
Quintana Roo	11.8%	5.8%	0.0%	6.6%	17.4%	9.6%	15.3%	4.3%	1.6%	8.0%	7.7%
San Luis Potosí	2.7%	0.2%	0.0%	0.0%	5.8%	2.2%	9.5%	6.7%	3.3%	3.4%	5.4%
Sinaloa	0.8%	1.4%	2.2%	0.7%	0.0%	0.0%	11.3%	0.0%	2.3%	2.1%	3.4%
Sonora	0.0%	2.0%	2.8%	4.5%	3.0%	14.1%	0.4%	1.9%	5.1%	3.8%	5.4%
Tabasco	0.0%	-0.8%	7.2%	0.0%	13.7%	3.1%	0.0%	0.0%	14.6%	4.2%	4.4%
Tamaulipas	7.4%	0.8%	1.6%	0.0%	7.1%	2.5%	5.1%	5.0%	0.2%	3.3%	3.2%
Tlaxcala	2.1%	5.9%	2.8%	2.4%	-0.4%	11.3%	13.4%	4.0%	15.1%	6.3%	10.9%
Veracruz	0.0%	-0.2%	2.3%	4.3%	2.5%	0.6%	2.3%	0.2%	1.4%	1.5%	1.1%
Yucatán	0.0%	7.7%	-7.3%	0.0%	14.7%	0.0%	18.0%	-0.6%	2.1%	3.9%	4.9%
Zacatecas	0.4%	0.8%	6.2%	1.7%	0.9%	6.0%	2.9%	11.7%	-0.1%	3.4%	5.1%

Anexo 5

Turistas Noche / Nacionales

Millones de turistas

Estados	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL sin NL	61.890	60.937	64.161	69.700	79.107	88.791	87.002	93.576	94.890	96.450
Aguascalientes	0.575	0.473	0.523	0.648	0.648	0.691	0.784	0.890	0.865	0.806
Baja California	2.092	1.592	1.707	1.794	2.324	2.551	2.439	2.377	2.249	2.460
Baja California Sur	0.590	0.585	0.743	0.768	0.825	2.551	0.415	1.887	2.133	2.375
Campeche	0.547	0.462	0.591	0.678	0.873	0.920	0.900	1.111	1.128	1.067
Coahuila	1.091	1.198	1.306	1.403	1.953	1.573	1.730	1.903	2.093	1.258
Colima	1.065	1.168	1.217	1.208	1.748	2.023	2.200	2.137	2.020	2.087
Chiapas	0.919	1.086	1.181	1.222	1.211	2.032	2.261	2.197	2.552	2.695
Chihuahua	2.221	2.256	2.740	2.653	2.996	3.268	3.686	3.937	3.339	3.362
Distrito Federal	7.594	11.585	11.296	11.072	11.960	12.337	11.888	14.181	13.138	14.267
Durango	1.103	0.933	1.019	0.969	0.761	0.837	0.576	0.576	0.515	0.468
Guanajuato	1.912	1.871	2.183	2.353	2.881	3.204	3.410	3.465	3.532	3.339
Guerrero	5.460	4.703	5.060	4.789	6.473	7.120	6.065	6.417	6.432	5.469
Hidalgo	0.963	0.904	0.889	1.125	1.273	1.474	2.095	1.721	1.708	1.669
Jalisco	6.501	5.193	5.608	6.685	6.983	7.464	7.616	7.947	7.567	7.469
Estado de México	1.684	1.603	1.647	1.935	2.028	2.734	2.388	2.387	2.101	2.078
Michoacán	2.698	2.461	2.392	2.824	3.100	3.875	3.077	3.007	2.663	2.726
Morelos	1.495	1.437	1.300	1.823	2.190	2.195	1.872	1.836	1.919	1.935
Nayarit	0.878	0.562	0.650	0.642	0.706	0.777	1.061	1.438	1.764	1.937
Nuevo León	1.723	1.521	1.848	2.246	2.248	2.386	2.459	2.445	2.525	2.742
Oaxaca	1.578	2.154	1.817	2.001	0.609	2.148	2.296	2.368	2.709	2.977
Puebla	1.364	1.446	1.689	1.781	2.053	2.135	2.940	2.967	3.244	3.390
Querétaro	0.843	0.976	1.083	1.294	1.604	1.565	1.674	1.628	1.711	1.621
Quintana Roo	2.689	2.563	2.447	2.678	3.824	4.490	3.874	5.146	6.456	6.214
San Luis Potosí	1.075	0.874	0.941	0.954	1.016	1.118	1.299	1.302	1.520	1.432
Sinaloa	2.820	2.306	2.337	2.539	2.381	3.058	2.517	2.508	2.690	2.723
Sonora	1.827	1.534	1.844	1.921	3.279	2.825	3.541	2.843	2.530	2.483
Tabasco	0.778	0.696	0.848	1.007	0.950	0.952	1.193	1.199	1.268	1.369
Tamaulipas	2.168	2.449	2.879	3.145	3.371	3.612	3.974	4.371	4.808	5.289
Tlaxcala	0.325	0.257	0.228	0.320	0.397	0.370	0.449	0.431	0.462	0.648
Veracruz	5.501	4.130	4.269	5.281	6.285	6.440	6.022	6.468	7.055	7.762
Yucatán	0.799	0.732	0.857	1.180	1.298	1.428	1.570	1.727	1.900	2.090
Zacatecas	0.735	0.748	0.868	1.009	1.106	1.025	1.189	1.204	0.819	0.983

Fuente: Sector

Ajustado por Codetur

Anexo 6

Crecimiento en Turistas Noche Nacionales

Estados	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Promedio crecimiento	
										9 años	4 años
NACIONAL sin NL	-1.5%	5.3%	8.6%	13.5%	12.2%	-2.0%	7.6%	1.4%	1.6%	5.2%	2.1%
Aguascalientes	-17.7%	10.5%	24.0%	0.1%	6.5%	13.6%	13.5%	-2.9%	-6.7%	4.5%	4.4%
Baja California	-23.9%	7.2%	5.1%	29.6%	9.8%	-4.4%	-2.5%	-5.4%	9.4%	2.8%	-0.7%
Baja California Sur	-0.9%	27.0%	3.3%	7.5%	209.0%	-83.7%	354.4%	13.1%	11.3%	60.1%	73.8%
Campeche	-15.5%	28.1%	14.7%	28.8%	5.3%	-2.1%	23.4%	1.6%	-5.4%	8.7%	4.3%
Coahuila	9.8%	9.0%	7.5%	39.1%	-19.5%	10.0%	10.0%	10.0%	-39.9%	4.0%	-2.5%
Colima	9.7%	4.2%	-0.7%	44.7%	15.7%	8.8%	-2.9%	-5.4%	3.3%	8.6%	0.9%
Chiapas	18.2%	8.8%	3.5%	-0.9%	67.7%	11.2%	-2.8%	16.2%	5.6%	14.2%	7.6%
Chihuahua	1.6%	21.5%	-3.2%	13.0%	9.1%	12.8%	6.8%	-15.2%	0.7%	5.2%	1.3%
Distrito Federal	52.6%	-2.5%	-2.0%	8.0%	3.2%	-3.6%	19.3%	-7.4%	8.6%	8.5%	4.2%
Durango	-15.4%	9.2%	-4.8%	-21.5%	10.0%	-31.1%	-0.1%	-10.5%	-9.1%	-8.2%	-12.7%
Guanajuato	-2.1%	16.7%	7.8%	22.4%	11.2%	6.4%	1.6%	1.9%	-5.5%	6.7%	1.1%
Guerrero	-13.9%	7.6%	-5.4%	35.2%	10.0%	-14.8%	5.8%	0.2%	-15.0%	1.1%	-5.9%
Hidalgo	-6.1%	-1.7%	26.6%	13.1%	15.8%	42.1%	-17.9%	-0.7%	-2.3%	7.7%	5.3%
Jalisco	-20.1%	8.0%	19.2%	4.5%	6.9%	2.0%	4.3%	-4.8%	-1.3%	2.1%	0.1%
Estado de México	-4.8%	2.7%	17.5%	4.8%	34.8%	-12.6%	0.0%	-12.0%	-1.1%	3.3%	-6.4%
Michoacán	-8.8%	-2.8%	18.0%	9.8%	25.0%	-20.6%	-2.3%	-11.4%	2.4%	1.0%	-8.0%
Morelos	-3.9%	-9.5%	40.2%	20.1%	0.2%	-14.7%	-2.0%	4.5%	0.8%	4.0%	-2.8%
Nayarit	-35.9%	15.6%	-1.3%	10.0%	10.0%	36.6%	35.6%	22.6%	9.8%	11.4%	26.1%
Nuevo León	-11.7%	21.4%	21.6%	0.1%	6.2%	3.0%	-0.6%	3.3%	8.6%	5.8%	3.6%
Oaxaca	36.5%	-15.6%	10.1%	-69.6%	252.9%	6.9%	3.2%	14.4%	9.9%	27.6%	8.6%
Puebla	6.0%	16.8%	5.4%	15.3%	4.0%	37.7%	0.9%	9.3%	4.5%	11.1%	13.1%
Querétaro	15.7%	11.0%	19.5%	24.0%	-2.5%	7.0%	-2.8%	5.1%	-5.3%	8.0%	1.0%
Quintana Roo	-4.7%	-4.5%	9.4%	42.8%	17.4%	-13.7%	32.9%	25.4%	-3.7%	11.3%	10.2%
San Luis Potosí	-18.7%	7.7%	1.4%	6.5%	10.0%	16.2%	0.2%	16.7%	-5.8%	3.8%	6.8%
Sinaloa	-18.2%	1.3%	8.6%	-6.2%	28.4%	-17.7%	-0.4%	7.3%	1.2%	0.5%	-2.4%
Sonora	-16.0%	20.2%	4.1%	70.7%	-13.8%	25.3%	-19.7%	-11.0%	-1.9%	6.4%	-1.8%
Tabasco	-10.6%	21.9%	18.7%	-5.7%	0.2%	25.4%	0.5%	5.8%	7.9%	7.1%	9.9%
Tamaulipas	13.0%	17.5%	9.2%	7.2%	7.2%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.5%	10.0%
Tlaxcala	-21.1%	-11.1%	40.1%	24.2%	-6.8%	21.2%	-4.0%	7.1%	40.4%	10.0%	16.2%
Veracruz	-24.9%	3.4%	23.7%	19.0%	2.5%	-6.5%	7.4%	9.1%	10.0%	4.8%	5.0%
Yucatán	-8.5%	17.2%	37.6%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	11.8%	10.0%
Zacatecas	1.8%	16.0%	16.3%	9.6%	-7.3%	16.0%	1.3%	-32.0%	20.0%	4.6%	1.3%

Anexo 7

Turistas Noche / Extranjeros

Millones de turistas

Estados	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL sin NL	26.022	30.149	34.833	37.972	38.769	37.808	42.846	45.512	43.870	48.498
Aguascalientes	0.036	0.025	0.037	0.026	0.037	0.039	0.040	0.059	0.062	0.068
Baja California	1.132	1.159	1.299	1.235	1.575	1.883	1.563	1.377	1.336	1.616
Baja California Sur	1.521	1.759	2.360	2.621	1.919	1.883	1.879	0.722	0.459	0.628
Campeche	0.079	0.086	0.095	0.122	0.182	0.156	0.372	0.454	0.491	0.443
Coahuila	0.116	0.160	0.274	0.337	0.354	0.243	0.243	0.243	0.243	0.230
Colima	0.183	0.232	0.280	0.265	1.002	0.322	0.387	0.414	0.348	0.189
Chiapas	0.212	0.382	0.474	0.563	0.538	0.810	0.630	0.713	0.635	0.739
Chihuahua	0.328	0.322	0.332	0.379	0.359	0.443	0.690	0.629	0.608	0.707
Distrito Federal	3.120	4.066	4.140	4.313	4.888	4.914	4.673	6.315	5.527	5.617
Durango	0.026	0.017	0.020	0.008	0.005	0.006	0.023	0.023	0.037	0.019
Guanajuato	0.187	0.231	0.309	0.257	0.319	0.395	0.322	0.298	0.278	0.240
Guerrero	2.203	2.419	2.648	2.833	2.790	2.790	2.931	2.779	1.850	1.741
Hidalgo	0.007	0.007	0.007	0.016	0.007	0.010	0.012	0.015	0.024	0.023
Jalisco	2.662	2.647	3.888	4.117	4.027	4.387	5.295	4.741	4.177	3.851
Estado de México	0.244	0.137	0.157	0.209	0.245	0.210	0.359	0.303	0.287	0.325
Michoacán	0.141	0.119	0.126	0.132	0.173	0.163	0.143	0.147	0.124	0.132
Morelos	0.094	0.109	0.175	0.249	0.173	0.134	0.096	0.079	0.078	0.069
Nayarit	0.719	0.672	0.722	0.881	0.969	1.065	1.172	1.706	2.249	2.628
Nuevo León	0.309	0.296	0.362	0.326	0.342	0.481	0.519	0.522	0.570	0.523
Oaxaca	0.678	1.028	0.984	1.017	0.472	0.739	0.647	0.728	0.492	0.469
Puebla	0.105	0.147	0.173	0.197	0.264	0.321	0.471	0.596	0.604	0.655
Querétaro	0.024	0.046	0.050	0.036	0.076	0.078	0.075	0.073	0.075	0.107
Quintana Roo	9.614	11.657	12.885	14.531	15.121	13.419	16.853	18.995	19.908	23.715
San Luis Potosí	0.077	0.080	0.069	0.065	0.017	0.045	0.062	0.075	0.071	0.080
Sinaloa	1.028	0.990	1.261	1.317	1.334	1.387	1.394	1.318	0.938	0.833
Sonora	0.310	0.448	0.598	0.573	0.155	0.291	0.539	0.522	0.730	0.815
Tabasco	0.053	0.052	0.075	0.062	0.062	0.044	0.069	0.072	0.074	0.083
Tamaulipas	0.176	0.256	0.295	0.298	0.280	0.305	0.336	0.369	0.406	0.447
Tlaxcala	0.011	0.011	0.010	0.026	0.029	0.022	0.043	0.074	0.033	0.041
Veracruz	0.432	0.234	0.253	0.330	0.359	0.183	0.249	0.262	0.250	0.327
Yucatán	0.467	0.615	0.794	0.903	0.993	1.092	1.201	1.322	1.454	1.599
Zacatecas	0.036	0.036	0.042	0.054	0.046	0.029	0.077	0.090	0.023	0.063

Fuente: Sectur

Anexo 8

Crecimiento en Turistas Noche Extranjeros

Estados	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Promedio crecimiento	
										9 años	4 años
NACIONAL sin NL	15.9%	15.5%	9.0%	2.1%	-2.5%	13.3%	6.2%	-3.6%	10.5%	7.4%	6.6%
Aguascalientes	-32.4%	49.7%	-30.4%	44.8%	5.4%	2.2%	47.7%	5.5%	8.6%	11.2%	16.0%
Baja California	2.4%	12.0%	-4.9%	27.5%	19.6%	-17.0%	-11.9%	-3.0%	20.9%	5.1%	-2.7%
Baja California Sur	15.6%	34.2%	11.1%	-26.8%	-1.9%	-0.2%	-61.6%	-36.4%	36.8%	-3.2%	-15.3%
Campeche	7.8%	11.2%	28.3%	49.1%	-14.5%	139.0%	22.1%	8.2%	-9.7%	26.8%	39.9%
Coahuila	38.7%	70.7%	23.0%	5.2%	-31.5%	0.0%	0.0%	0.0%	-5.2%	11.2%	-1.3%
Colima	27.1%	20.5%	-5.5%	278.5%	-67.9%	20.4%	6.9%	-15.9%	-45.8%	24.3%	-8.6%
Chiapas	80.2%	24.1%	18.8%	-4.5%	50.6%	-22.2%	13.1%	-11.0%	16.3%	18.4%	-0.9%
Chihuahua	-1.9%	3.1%	14.4%	-5.3%	23.4%	55.7%	-8.8%	-3.4%	16.4%	10.4%	15.0%
Distrito Federal	30.3%	1.8%	4.2%	13.3%	0.5%	-4.9%	35.1%	-12.5%	1.6%	7.7%	4.8%
Durango	-32.2%	16.8%	-60.5%	-36.4%	10.0%	316.0%	-0.6%	57.9%	-48.5%	24.7%	81.2%
Guanajuato	23.8%	33.6%	-16.8%	24.0%	23.7%	-18.5%	-7.5%	-6.6%	-13.8%	4.7%	-11.6%
Guerrero	9.8%	9.4%	7.0%	-1.5%	0.0%	5.0%	-5.2%	-33.4%	-5.9%	-1.6%	-9.9%
Hidalgo	0.0%	0.0%	123.4%	-56.4%	34.3%	25.7%	22.8%	62.6%	-3.4%	23.2%	26.9%
Jalisco	-0.6%	46.9%	5.9%	-2.2%	8.9%	20.7%	-10.5%	-11.9%	-7.8%	5.5%	-2.4%
Estado de México	-43.8%	14.6%	32.8%	17.5%	-14.3%	71.0%	-15.8%	-5.2%	13.3%	7.8%	15.8%
Michoacán	-15.7%	6.0%	4.9%	30.9%	-5.9%	-12.1%	3.1%	-16.1%	7.1%	0.3%	-4.5%
Morelos	16.6%	60.0%	42.5%	-30.7%	-22.1%	-28.7%	-17.6%	-1.0%	-12.1%	0.8%	-14.8%
Nayarit	-6.5%	7.5%	22.0%	10.0%	10.0%	10.0%	45.5%	31.9%	16.9%	16.4%	26.1%
Nuevo León	-4.0%	22.1%	-9.9%	4.7%	41.0%	7.8%	0.6%	9.2%	-8.2%	7.0%	2.3%
Oaxaca	51.5%	-4.3%	3.4%	-53.6%	56.6%	-12.4%	12.5%	-32.5%	-4.7%	1.8%	-9.3%
Puebla	39.5%	17.4%	13.8%	34.4%	21.7%	46.5%	26.5%	1.5%	8.4%	23.3%	20.7%
Querétaro	89.6%	9.1%	-27.1%	107.3%	3.0%	-4.0%	-1.7%	1.5%	43.0%	24.5%	9.7%
Quintana Roo	21.3%	10.5%	12.8%	4.1%	-11.3%	25.6%	12.7%	4.8%	19.1%	11.1%	15.6%
San Luis Potosí	4.0%	-12.8%	-6.2%	-73.9%	165.7%	37.7%	20.5%	-5.6%	13.0%	15.8%	16.4%
Sinaloa	-3.7%	27.4%	4.4%	1.3%	4.0%	0.6%	-5.5%	-28.8%	-11.2%	-1.3%	-11.2%
Sonora	44.4%	33.4%	-4.2%	-73.0%	88.5%	84.8%	-3.1%	39.9%	11.7%	24.7%	33.3%
Tabasco	-1.6%	42.7%	-16.9%	-0.7%	-28.6%	57.4%	4.1%	2.2%	12.9%	7.9%	19.2%
Tamaulipas	45.9%	15.0%	0.9%	-6.1%	9.1%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	11.7%	10.0%
Tlaxcala	-4.0%	-11.2%	170.1%	13.3%	-23.5%	92.2%	71.5%	-54.9%	24.0%	30.8%	33.2%
Veracruz	-46.0%	8.5%	30.4%	8.7%	-49.0%	35.8%	5.5%	-4.7%	30.9%	2.2%	16.9%
Yucatán	31.8%	29.1%	13.7%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	15.0%	10.0%
Zacatecas	0.8%	17.1%	27.0%	-15.2%	-36.0%	165.1%	16.3%	-74.2%	171.3%	30.2%	69.6%

Anexo 9

Turistas Noche / Totales

Millones de turistas

Estados	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL sin NL	87.911	91.086	98.994	107.672	117.876	126.598	129.848	139.088	138.760	144.948
Aguascalientes	0.611	0.497	0.559	0.674	0.685	0.730	0.824	0.949	0.927	0.874
Baja California	3.224	2.752	3.006	3.029	3.899	4.434	4.002	3.754	3.585	4.076
Baja California Sur	2.112	2.344	3.104	3.389	2.745	4.434	2.294	2.609	2.592	3.003
Campeche	0.626	0.547	0.686	0.800	1.055	1.075	1.272	1.564	1.619	1.510
Coahuila	1.207	1.359	1.579	1.740	2.307	1.815	1.973	2.146	2.336	1.488
Colima	1.247	1.400	1.497	1.473	2.750	2.345	2.588	2.551	2.369	2.276
Chiapas	1.131	1.468	1.655	1.785	1.749	2.842	2.891	2.910	3.187	3.434
Chihuahua	2.550	2.578	3.072	3.032	3.355	3.711	4.376	4.566	3.947	4.070
Distrito Federal	10.714	15.651	15.436	15.385	16.848	17.251	16.561	20.496	18.666	19.884
Durango	1.128	0.951	1.039	0.977	0.766	0.843	0.600	0.599	0.552	0.487
Guanajuato	2.099	2.103	2.493	2.611	3.200	3.599	3.732	3.763	3.811	3.579
Guerrero	7.663	7.122	7.708	7.622	9.263	9.910	8.995	9.196	8.283	7.209
Hidalgo	0.970	0.912	0.896	1.142	1.280	1.484	2.107	1.735	1.732	1.692
Jalisco	9.163	7.840	9.497	10.802	11.010	11.851	12.911	12.688	11.743	11.320
Estado de México	1.928	1.741	1.805	2.144	2.274	2.944	2.748	2.690	2.387	2.403
Michoacán	2.838	2.580	2.518	2.955	3.272	4.037	3.220	3.154	2.786	2.858
Morelos	1.589	1.546	1.475	2.072	2.363	2.330	1.968	1.915	1.997	2.004
Nayarit	1.597	1.234	1.372	1.522	1.675	1.842	2.233	3.144	4.013	4.565
Nuevo León	2.032	1.818	2.209	2.572	2.589	2.867	2.978	2.967	3.095	3.265
Oaxaca	2.257	3.182	2.801	3.018	1.080	2.887	2.943	3.096	3.200	3.446
Puebla	1.470	1.593	1.861	1.977	2.317	2.456	3.411	3.563	3.848	4.045
Querétaro	0.867	1.022	1.133	1.330	1.680	1.642	1.749	1.702	1.786	1.728
Quintana Roo	12.303	14.219	15.332	17.209	18.946	17.909	20.727	24.142	26.364	29.929
San Luis Potosí	1.152	0.954	1.011	1.019	1.033	1.163	1.361	1.377	1.591	1.512
Sinaloa	3.847	3.296	3.598	3.856	3.715	4.445	3.911	3.826	3.628	3.556
Sonora	2.137	1.983	2.442	2.494	3.433	3.116	4.079	3.365	3.260	3.298
Tabasco	0.832	0.748	0.923	1.069	1.012	0.996	1.263	1.271	1.342	1.452
Tamaulipas	2.344	2.706	3.174	3.443	3.650	3.918	4.309	4.740	5.214	5.736
Tlaxcala	0.337	0.267	0.238	0.346	0.426	0.392	0.492	0.505	0.495	0.689
Veracruz	5.933	4.363	4.522	5.611	6.645	6.623	6.270	6.731	7.305	8.089
Yucatán	1.266	1.347	1.651	2.083	2.291	2.520	2.772	3.049	3.354	3.689
Zacatecas	0.771	0.784	0.910	1.063	1.152	1.054	1.266	1.294	0.842	1.046

Fuente: Sector

Anexo 10

Crecimiento en Turistas Noche Totales

Estados	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Promedio crecimiento	
										9 años	4 años
NACIONAL sin NL	3.6%	8.7%	8.8%	9.5%	7.4%	2.6%	7.1%	-0.2%	4.5%	5.8%	3.5%
Aguascalientes	-18.6%	12.5%	20.4%	1.8%	6.4%	13.0%	15.1%	-2.4%	-5.7%	4.7%	5.0%
Baja California	-14.6%	9.2%	0.7%	28.7%	13.7%	-9.7%	-6.2%	-4.5%	13.7%	3.5%	-1.7%
Baja California Sur	11.0%	32.4%	9.2%	-19.0%	61.5%	-48.3%	13.7%	-0.6%	15.9%	8.4%	-4.8%
Campeche	-12.6%	25.4%	16.6%	31.9%	1.9%	18.3%	23.0%	3.5%	-6.7%	11.2%	9.5%
Coahuila	12.6%	16.2%	10.2%	32.6%	-21.3%	8.7%	8.8%	8.9%	-36.3%	4.5%	-2.5%
Colima	12.3%	6.9%	-1.6%	86.7%	-14.7%	10.4%	-1.4%	-7.1%	-3.9%	9.7%	-0.5%
Chiapas	29.8%	12.8%	7.9%	-2.0%	62.5%	1.7%	0.6%	9.5%	7.8%	14.5%	4.9%
Chihuahua	1.1%	19.2%	-1.3%	10.7%	10.6%	17.9%	4.3%	-13.6%	3.1%	5.8%	3.0%
Distrito Federal	46.1%	-1.4%	-0.3%	9.5%	2.4%	-4.0%	23.8%	-8.9%	6.5%	8.2%	4.3%
Durango	-15.8%	9.3%	-5.9%	-21.6%	10.0%	-28.8%	-0.2%	-7.9%	-11.7%	-8.1%	-12.1%
Guanajuato	0.2%	18.6%	4.7%	22.6%	12.5%	3.7%	0.8%	1.3%	-6.1%	6.5%	-0.1%
Guerrero	-7.1%	8.2%	-1.1%	21.5%	7.0%	-9.2%	2.2%	-9.9%	-13.0%	-0.1%	-7.5%
Hidalgo	-6.0%	-1.7%	27.4%	12.1%	15.9%	42.0%	-17.6%	-0.2%	-2.3%	7.7%	5.5%
Jalisco	-14.4%	21.1%	13.7%	1.9%	7.6%	8.9%	-1.7%	-7.4%	-3.6%	2.9%	-1.0%
Estado de México	-9.7%	3.7%	18.8%	6.0%	29.5%	-6.7%	-2.1%	-11.2%	0.7%	3.2%	-4.8%
Michoacán	-9.1%	-2.4%	17.4%	10.7%	23.4%	-20.2%	-2.0%	-11.7%	2.6%	1.0%	-7.8%
Morelos	-2.7%	-4.6%	40.5%	14.0%	-1.4%	-15.5%	-2.7%	4.3%	0.3%	3.6%	-3.4%
Nayarit	-22.7%	11.2%	11.0%	10.0%	10.0%	21.2%	40.8%	27.6%	13.8%	13.6%	25.9%
Nuevo León	-10.5%	21.5%	16.4%	0.7%	10.8%	3.8%	-0.4%	4.3%	5.5%	5.8%	3.3%
Oaxaca	41.0%	-12.0%	7.8%	-64.2%	167.2%	1.9%	5.2%	3.4%	7.7%	17.6%	4.5%
Puebla	8.4%	16.9%	6.2%	17.2%	6.0%	38.9%	4.5%	8.0%	5.1%	12.3%	14.1%
Querétaro	17.8%	10.9%	17.4%	26.3%	-2.2%	6.5%	-2.7%	5.0%	-3.2%	8.4%	1.4%
Quintana Roo	15.6%	7.8%	12.2%	10.1%	-5.5%	15.7%	16.5%	9.2%	13.5%	10.6%	13.7%
San Luis Potosí	-17.2%	6.0%	0.9%	1.4%	12.5%	17.0%	1.2%	15.5%	-5.0%	3.6%	7.2%
Sinaloa	-14.3%	9.2%	7.2%	-3.7%	19.7%	-12.0%	-2.2%	-5.2%	-2.0%	-0.4%	-5.3%
Sonora	-7.2%	23.2%	2.1%	37.7%	-9.2%	30.9%	-17.5%	-3.1%	1.2%	6.4%	2.9%
Tabasco	-10.0%	23.4%	15.8%	-5.4%	-1.6%	26.8%	0.7%	5.5%	8.2%	7.1%	10.3%
Tamaulipas	15.5%	17.3%	8.5%	6.0%	7.3%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.5%	10.0%
Tlaxcala	-20.6%	-11.1%	45.4%	23.4%	-7.9%	25.3%	2.7%	-2.0%	39.3%	10.5%	16.3%
Veracruz	-26.5%	3.6%	24.1%	18.4%	-0.3%	-5.3%	7.3%	8.5%	10.7%	4.5%	5.3%
Yucatán	6.4%	22.6%	26.1%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	12.8%	10.0%
Zacatecas	1.7%	16.0%	16.8%	8.3%	-8.5%	20.2%	2.2%	-34.9%	24.2%	5.1%	2.9%

Anexo 11

Estadía Promedio

Estado	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
NACIONAL	2.18	2.15	2.16	2.18	2.03	1.95	2.10	2.16	2.17	2.15
Aguascalientes	1.90	1.93	2.04	2.08	1.97	1.71	1.65	1.61	1.76	1.57
Baja California	1.45	1.53	1.55	1.55	1.49	1.56	1.51	1.46	1.48	1.45
Baja California Sur	3.22	3.01	3.42	3.13	3.08	1.56	2.63	1.74	1.91	2.01
Campeche	1.48	1.62	1.40	1.64	1.90	1.85	1.61	1.56	1.68	1.54
Coahuila	1.73	1.76	1.71	2.08	1.72	1.83	1.73	1.63	1.43	1.30
Colima	2.50	2.93	2.61	2.91	3.79	2.61	2.95	2.58	2.67	2.20
Chiapas	1.55	1.51	1.59	1.55	2.39	1.56	1.54	1.52	1.42	1.43
Chihuahua	1.63	1.55	1.57	1.53	1.53	1.65	1.72	1.60	1.57	1.60
Distrito Federal	2.11	2.02	2.09	2.09	2.14	1.94	2.02	2.27	2.19	2.10
Durango	1.74	1.63	1.53	1.63	1.72	1.40	1.28	1.33	1.31	1.29
Guanajuato	1.78	1.64	1.69	1.64	1.58	1.51	1.30	1.37	1.41	1.53
Guerrero	3.06	2.94	2.83	2.98	2.95	3.00	3.24	2.47	2.76	2.63
Hidalgo	1.32	1.23	1.21	1.39	1.60	1.58	1.12	1.36	1.46	1.41
Jalisco	2.36	2.42	2.52	2.47	2.79	2.72	2.61	2.76	2.68	2.62
Estado de México	1.74	1.51	1.60	1.58	2.14	2.02	2.72	2.57	2.20	1.92
Michoacán	1.51	1.28	1.28	1.27	1.30	1.04	1.32	1.28	1.30	1.25
Morelos	1.72	1.65	1.61	1.99	1.37	1.62	1.42	1.45	1.45	1.34
Nayarit	3.46	3.33	3.25	3.59	3.80	3.84	4.30	4.93	4.60	3.81
Nuevo León	1.85	1.86	1.89	1.80	1.80	1.89	1.83	1.75	1.87	1.94
Oaxaca	2.50	2.65	2.28	2.25	2.35	2.05	2.02	2.02	1.84	1.82
Puebla	1.59	1.36	1.38	1.58	1.55	1.52	1.71	1.66	1.62	1.61
Querétaro	1.63	1.68	1.72	1.76	1.59	1.76	1.76	1.73	1.70	1.74
Quintana Roo	5.03	5.20	5.23	5.10	4.81	5.04	5.08	4.86	4.70	4.91
San Luis Potosí	1.84	1.91	1.78	1.74	1.55	1.32	1.25	1.38	1.27	1.30
Sinaloa	2.59	2.59	2.75	2.53	2.55	2.61	2.82	2.87	2.79	2.80
Sonora	1.92	1.95	1.77	1.94	1.34	1.68	1.72	1.58	1.76	1.78
Tabasco	1.79	1.85	1.69	1.65	1.71	1.42	1.44	1.55	1.44	1.39
Tamaulipas	2.00	1.82	1.80	1.92	2.04	1.90	1.90	1.90	1.90	1.90
Tlaxcala	1.53	1.35	1.33	1.28	1.19	1.13	1.13	1.06	1.09	1.04
Veracruz	1.68	1.55	1.55	1.57	1.40	1.29	1.38	1.46	1.54	1.65
Yucatán	1.88	1.80	1.83	2.01	2.01	2.01	2.01	2.01	2.01	2.01
Zacatecas	1.47	1.44	1.32	1.31	1.25	1.28	1.42	1.50	1.17	1.29

Fuente: Sector
Ajustados por Codetur