



GOBIERNO
DE SONORA

BOLETÍN OFICIAL

ÓRGANO DE DIFUSIÓN DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE SONORA
SECRETARÍA DE GOBIERNO - BOLETÍN OFICIAL Y ARCHIVO DEL ESTADO

Hermosillo, Sonora

Tomo CCX

Número 36 Sec. III

Jueves 03 de Noviembre de 2022

CONTENIDO

ESTATAL ♦ SECRETARÍA DE TURISMO ♦ Programa Sectorial 2022-2027.

DIRECTORIO

GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL ESTADO DE SONORA
DR. FRANCISCO ALFONSO DURAZO MONTAÑO

SECRETARIO DE GOBIERNO
DR. ÁLVARO BRACAMONTE SIERRA

SUBSECRETARIO DE SERVICIOS DE GOBIERNO
ING. JOSÉ MARTÍN VÉLEZ DE LA ROCHA

DIRECTOR GENERAL DE BOLETÍN OFICIAL Y ARCHIVO DEL ESTADO
DR. JUAN CARLOS HOLGUÍN BALDERRAMA



GOBIERNO
DE **SONORA**

SECRETARÍA DE
TURISMO

Programa Sectorial

Secretaría de Turismo

**2022
2027**



SECRETARÍA DE **TURISMO**

GOBIERNO
DE **SONORA**



Gobierno
de SONORA
SECRETARÍA DE
TURISMO

PRESENTACIÓN

Estimadas amigas y amigos:

La nueva etapa que inauguró desde el inicio de su administración el Gobernador de Sonora, Dr. Francisco Alfonso Durazo Montañó, lleva como una de sus directrices generales que el turismo se convierta en un detonador de ingresos para la mayoría de los hogares sonorenses.

En ese sentido, debemos aprovechar todas las posibilidades de crecimiento para generar y garantizar oportunidades, sin limitarse a aquellas actividades que tradicionalmente han sido el sostén principal de la economía de Sonora, como la agricultura, ganadería o minería. Es por ello, que el turismo cobra una gran importancia, que se deriva de su capacidad de generar derrama económica y así mismo, mejorar de forma significativa la calidad de vida de las y los sonorenses.

Esto significa que no basta con hacer una labor intensa de promoción de inversiones o de construcción de infraestructura turística, sino también contemplar y desarrollar acciones que aseguren las mejores condiciones para todas y todos.

Lo anterior conlleva diversas situaciones, que pueden ir desde el propio lugar donde se establecen las inversiones o se dirijan los programas, hasta el impacto que pueden tener en el medio ambiente y en el ciudadano. Por ello, la pertinencia de fomentar el turismo en zonas que no han sido reconocidas para el desarrollo, a pesar de su gran potencial derivado de sus cualidades y condiciones naturales.

Esto nos exhorta a contemplar la importancia de ver la actividad turística con una perspectiva más amplia, no solo a los destinos consolidados como destinos de playa. La riqueza cultural de nuestros pueblos originarios, el patrimonio arquitectónico de nuestras comunidades rurales, o las bellezas naturales poco exploradas representan también nuevas áreas de oportunidad, con un potencial ilimitado como es la gastronomía, el bacanora y nuestra historia.

El Gobierno Federal en su enfoque de transformar la vida pública del país aborda el fondo y la importancia de la implementación de un plan de trabajo en el que se aborden todos los frentes, con especial atención en el sector más vulnerable. Las políticas públicas en materia de turismo han marcado la pauta y sin duda se convierten en apoyo primordial a este nuevo enfoque social y de inclusión que Sonora busca para el desarrollo turístico. Así, de manera coordinada, los tres ámbitos de gobierno, desarrollaremos e implementaremos programas y acciones que nos orientan a cumplir con las metas planteadas en este documento.

En este Programa Sectorial de Turismo 2022-2027, no solamente encontrarán el diagnóstico y la base de las visiones que han prevalecido en la materia sino, aún más

3



importante, las metas y objetivos que hemos establecido para lograr que el turismo en Sonora incremente su participación en la economía estatal, convirtiéndose en un factor determinante en la recomposición del tejido social y en la recuperación del bienestar de las familias sonorenses.

De nada sirve un programa diseñado en un despacho de gobierno, si no contiene la opinión, puntos de vista y expresiones de quienes, día a día, participan desde cualquier frente, en la atención y fomento al turismo. Mediante estas participaciones planteamos las rutas, acciones y objetivos para lograr que se fortalezca una visión de largo plazo, siempre de la mano, incluyendo a todos aquellos que hacen posible la experiencia turística en la entidad. La labor de fomento, promoción y desarrollo de nuevos productos turísticos no será suficiente sin la inclusión de micros, pequeños, medianos y grandes empresarios que, desde sus diferentes circunstancias, participen con su voz y su experiencia en la confección, diseño e implementación de este programa.

Si aspiramos a un desarrollo sostenible del sector turismo, hemos de procurar con esta guía que, una vez que la entidad rectora avance en su labor, las actividades turísticas sigan desarrollándose por sí solas.

Por lo anterior, la capacitación el desarrollo de productos y servicios, la vinculación del turismo a otras actividades sociales y/o productivas la promoción constante del estado y sus distintos destinos podrán generar condiciones de mayor competitividad y con el potencializar las bondades competitividad y con el tiempo, potencializar las enormes cualidades que Sonora posee por su ubicación geográfica, sus bellezas naturales, sus comunidades y cultura, en beneficio primordialmente de sus familias y el bienestar que merecen.

Respetuosamente.



Mtra. Célida Teresa López Cárdenas,
Secretaría de Turismo





GOBIERNO
DE SONORA
DE
TURISMO

MISIÓN

Fomentar inversiones e infraestructura, fortaleciendo la competitividad y sustentabilidad de los productos y servicios turísticos que contribuyan a la creación de empleos, captación de divisas e impulse el desarrollo regional, con el fin de incrementar el ingreso de la mayoría de las familias sonorenses a través de la actividad turística.

VISIÓN

Ser una entidad de vanguardia, capaz de posicionar a Sonora como un destino turístico a nivel mundial, incrementando la calidad, infraestructura y la afluencia turística en el Estado, a través del fomento de inversiones y la promoción de los atractivos y destinos turísticos que contribuyen a mejorar el ingreso de la mayoría de las familias sonorenses.

Publicación electrónica
sin validez oficial



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es un documento que contiene material fundamental para formular soluciones viables a la problemática de la baja participación del turismo en la economía estatal, ya que permite conocer la situación actual de las causas y efectos que inciden en la oferta y calidad de los servicios existentes. Con base en los resultados obtenidos del análisis interno, externo y de las fuerzas competitivas, se realizarán acciones estratégicas sostenibles con el fin de aportar al mejoramiento de los servicios que se ofrecen en Sonora y una nueva oferta turística en servicios y productos. Es necesario que una vez presentado el Programa Sectorial de Turismo, todos los involucrados en la toma de decisiones consideren este contenido, ya que representa la ruta crítica e incluye los elementos necesarios para que el turismo sea una actividad que genere aún más desarrollo en todo el estado.

A pesar de la crisis sanitaria, el turismo continúa íntimamente ligado al desarrollo; por eso, cada vez más se están promoviendo nuevos destinos. El turismo se ha convertido en eje central del progreso socioeconómico. Es evidente en la actualidad que la expansión del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa en términos económicos y laborales. Sin embargo, hay que recalcar que la contribución de la actividad turística al bienestar económico de las comunidades está íntimamente ligada y es directamente proporcional a la calidad y derrama económica que pueda generar.

La pandemia de COVID-19 es una crisis sanitaria sin precedentes en la historia reciente y ha venido generando severos impactos tanto en términos de vida social como de desarrollo económico. En particular, se pone a prueba el sistema sanitario mundial y de los sectores productivos, como el turismo, a nivel global. Además, ha generado gran incertidumbre sobre el futuro en la medida en que aún se desconoce su alcance y duración.

El turismo es un factor clave del progreso socioeconómico. Como se mencionó antes, en las últimas décadas este sector creció de manera constante y denota una profunda diversificación llegando a ser una de las actividades económicas con mayor crecimiento hasta antes de la pandemia. Según la Organización Mundial de Turismo, la industria turística aportó 9% del Producto Interno Bruto mundial y generó 1 de cada 11 empleos en todo el mundo.

Según la misma fuente, entre enero y marzo del 2022 hubo un aumento de 182% de turistas internacionales en el mundo, con 117 millones de llegadas frente a los 41 millones del primer trimestre del 2021. En todo el año fueron 415 millones de turistas internacionales, 4% más que en el 2020.

En términos de empleos en el Sector Turismo, se estima que derivado de la Pandemia del COVID-19. Tan sólo en los hoteles y restaurantes turísticos de América Latina, el 45% de



las personas perdió su empleo en el segundo trimestre de 2020. En México la mayor caída anual ocurrió en el primer trimestre del 2021, con casi 18% menos puestos de trabajo que en el mismo periodo de 2020, según datos de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (SECTUR).

En materia de turismo, México, por ejemplo, ascendió en la clasificación de llegadas de turistas internacionales del séptimo lugar en 2019 para posicionarse en el tercer lugar en el primer trimestre del 2022. Croacia, Turquía y Austria no figuraban en esta clasificación y ahora están entre los diez países más visitados del mundo.

De acuerdo con datos del INEGI (Instituto Nacional de Geografía y Estadística), la aportación del turismo al Producto Interno Bruto (PIB) de México para el mes de enero del 2022 fue de 7,1%, destacándose actividades como: alojamiento, transporte de pasajeros, restaurantes, bares y centros nocturnos, tiempo compartido, segundas residencias, bienes y artesanías, comercio, agencias de viajes y operadores de tours, servicios de alquiler y negocios, servicios de esparcimiento y otros servicios.

A continuación, se enlistan algunos de los principales indicadores que registró la actividad turística en el país durante el 2021.

Según cifras provenientes del Banco de México (Banxico), la llegada de turistas internacionales se ha incrementado de manera considerable desde el año 2007 al 2018, con una variación relativa de 31.27% durante ese periodo en el que se recibieron 31.8 millones de turistas internacionales. En el año 2021, se recibieron 31.9 millones de visitantes internacionales, y para el primer bimestre del 2022, el turismo internacional alcanzó 3 millones 63 mil turistas.

Igualmente, la entrada de divisas por visitantes internacionales en México se incrementó en 7.02% durante el 2021, alcanzando la cifra de 19.8 miles de millones de dólares con relación a los ingresos del 2019 que fueron de 18,5 miles de millones de dólares.

Por otro lado, el Programa de Monitoreo Hotelero DATATUR de la Secretaría de Turismo del Gobierno de México (SECTUR) reporta que el porcentaje de ocupación hotelera en los principales centros turísticos del país se ubicó en un promedio de 58% durante 2021, lo que representa un aumento del 43.9% de puntos porcentuales con respecto al año anterior.

En 2021, México se posicionó en el 7º lugar a nivel mundial en el ingreso de divisas por turismo, con 19.8 mil millones de dólares en el *Ranking Mundial OMT*. Además, la llegada de turistas domésticos a cuartos de hotel durante el primer bimestre del año 2022 fue de 7 millones 403 mil turistas.

En lo referente a la transportación aérea, el número de pasajeros por esta vía durante el primer bimestre del 2022 fue de 14 millones 640 mil pasajeros, una variación del 79.6% en relación al año anterior.

La llegada de pasajeros en vuelos nacionales en el primer bimestre del 2022 fue de 7 millones 364 mil pasajeros, lo que representa una variación del 49.5%. Asimismo, el número de pasajeros internacionales que arribaron en el mismo periodo del año al país fue de 7 millones 275 mil pasajeros lo que representa una variación del 125.6 % en relación al mismo periodo del año anterior.

En cuanto al movimiento de cruceros en nuestro país, durante enero – febrero del 2022, arribaron un total de 491 cruceros; es decir, hubo un aumento del 100% respecto al año anterior, así como más de 913 mil 413 pasajeros. Los puertos que recibieron el mayor número de pasajeros en dicho año fueron: Cozumel (319,425 pasajeros) y Majahual (189,358 pasajeros) en Quintana Roo, Cabo San Lucas en Baja California (69,081 pasajeros), Puerto Vallarta, Jalisco (56,007 pasajeros), Mazatlán, Sinaloa (47,325 pasajeros) y Puerto Progreso, Yucatán (24,354 pasajeros).

Por todas las consideraciones expuestas, se pone a disposición de las autoridades estatales, funcionarios, directivos, profesionales del sector, operadores turísticos y ciudadanía en general, el Programa Sectorial de Turismo 2021–2027, a fin de que puedan valorar su contenido y asimismo promover una acción conjunta para alcanzar los mejores resultados que contribuyan y coadyuven al desarrollo de nuestra entidad.

Publicación electrónica
sin validez oficial



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| PRESENTACIÓN | 3 |
| MISIÓN | 5 |
| VISIÓN | 5 |
| INTRODUCCIÓN | 6 |
| MARCO NORMATIVO | 10 |
| Capítulo I. Análisis Situacional. | 12 |
| Capítulo II. Alineación de la Estrategia PND – PED – PMP. | 23 |
| Capítulo III. Operación de la Estrategia (Objetivos, estrategias, y líneas de acción | 24 |
| Capítulo IV. Indicadores. | 32 |
| Capítulo V. Proyectos Estratégicos. | 39 |
| Capítulo VI. Instrumentos de coordinación y concertación interinstitucional e intergubernamental | 41 |
| Capítulo VII. Instrumentación, evaluación y seguimiento de los programas. | 45 |
| Glosario. | 46 |

Publicación electrónica
sin validez oficial



MARCO NORMATIVO

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Sonora.
- Ley número 26, Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Sonora y sus reformas.
- Ley número 40 de Planeación del Estado de Sonora, Boletín Oficial No. 10 Sección I, 12 de febrero de 1984.
- Ley Federal de Turismo y su Reglamento.
- Ley número 251 Estatal de Turismo de Sonora y su Reglamento.
- Ley de Regulación y Fomento de Tiempo Compartido para el Estado de Sonora.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.
- Decreto que crea un organismo público descentralizado denominado Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora, publicado en el Boletín Oficial No. 1 Secc. II con fecha jueves 1 de julio del año 2004.
- Decreto número 28, sección I, tomo CCIX, que abroga el organismo público descentralizado denominado Comisión de Fomento al Turismo del Estado de Sonora, publicado en el Boletín Oficial No. 1 Secc. II con fecha jueves 1 de julio del año 2004.
- Reglamento Interior de la Comisión de Fomento al Turismo, B.O. No. 42 Sección I del 22 de noviembre del año 2004 y su reforma del 20 de abril del año 2022, publicado en el boletín oficial en edición especial en el tomo CCIX.
- Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo SECTUR.
- Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo del Estado de Sonora, publicado en el boletín oficial en edición especial en el tomo CCIX, del 20 de abril del año 2022.
- Acuerdo de Coordinación que celebran el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Hacienda y Crédito Público, de Desarrollo Social, de la Contraloría General de la Federación y de Turismo, y el Ejecutivo del Estado de Sonora. (B.O. No. 48 del 13 de diciembre de 1993) (D.O. de la Federación del 01 de diciembre de 1993). Acuerdo por el que se determina el agrupamiento de las entidades de la Administración Pública Paraestatal en el sector administrativo y se establecen en cada caso la dependencia coordinadora del sector respectivo (B.O. No. 48 Sección IV del 14 de Junio del 2004 reformado por B.O. No. 17 del 26 de Agosto del 2004).

10



- Norma Oficial Mexicana NOM-01-TUR-2002 (Regulación sobre "formatos de quejas foliados y de porte pagado y sugerencias").
- Norma Oficial Mexicana NOM-05-TUR/1998 (Regulación sobre "actividades de buceo").
- Norma Oficial Mexicana NOM-06-TUR/2000 (Regulación sobre "campamentos y casas rodantes").
- Norma Oficial Mexicana NOM-07-TUR/2002 (Regulación sobre "seguro de responsabilidad civil").
- Norma Oficial Mexicana NOM-08 -TUR/2002 (Regulación sobre "guías generales y especializadas").
- Norma Oficial Mexicana NOM-09 -TUR/2002 (Regulación sobre "guías especializados").
- Norma Oficial Mexicana NOM-010 -TUR/2001 (Regulación sobre "contratos de usuarios de servicios turísticos").
- Norma oficial Mexicana NOM-011 - TUR/2001* (Regulación sobre "turismo de aventura").
- Programa de Desarrollo de la Industria Turística 2004-2009 (B.O No. 35 Sección XII 2 de mayo 2005).

Publicación electrónica
sin validez oficial

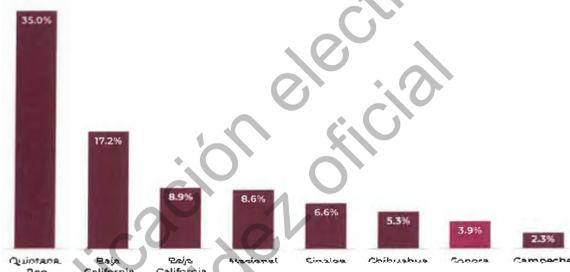


Capítulo I. Análisis Situacional.

Contexto Nacional:

En México, el sector turístico tuvo un valor en la economía nacional del 8.5% de participación directa al PIB total para el año 2019 según el INEGI. Durante 2020, el sector turístico presentó una caída de 25.4%, mientras que el total de la economía en términos del valor agregado disminuyó 7.9% para este año. Dicha disminución se originó principalmente por el cierre de actividades económicas consideradas como no esenciales a causa de la emergencia sanitaria por la enfermedad COVID-19, como fueron los servicios de alojamiento con una caída de 13.3%, o los restaurantes, bares y centros nocturnos con una variación negativa del 33.4%.

GRÁFICA 1. Participación del PIB turístico en entidades seleccionadas, 201



Fuente: El PIB Turístico Estatal y Municipal 2018-2019 en México, DATATUR.

Situación Actual del Estado

El estado de Sonora cuenta con una localización geográfica privilegiada ya que comparte 592 kilómetros de frontera con la mayor economía del mundo, cuenta con un largo litoral que constituye una ventana de oportunidad para la interacción con importantes mercados nacionales e internacionales.

Sonora es el segundo estado más grande de México, cuenta con casi 1,100 kilómetros de litoral en el Mar de Cortés, considerado como el acuario del mundo. Su vocación agropecuaria, minera, turística y manufacturera, lo convierten en una entidad con un gran potencial para su desarrollo (Plan Estatal de Desarrollo de Sonora 2021-2027, pág. 1)

El estado tiene un total de 72 municipios que conforman diez regiones establecidas en el PED (Región del Alto Golfo, Región del Gran Desierto, Región de la Frontera, Región de

las Cuatro Sierras, Región de los Tres Ríos, Región de la Sierra Alta, Región Capital, Región del Puerto, Región del Río Yaqui y Región del Río Mayo).

Al inicio de la presente administración, el Gobierno del Estado de Sonora estableció como una de sus prioridades, identificar los temas y las problemáticas más relevantes para cada una de las regiones del estado con la finalidad de generar las propuestas y objetivos que se integraron en el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 de Sonora (PED).

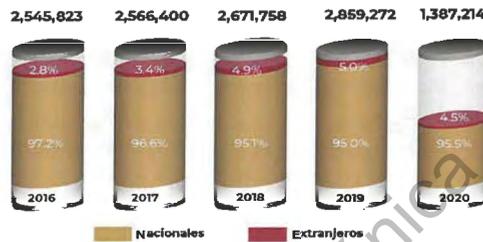
Del diálogo generado en los distintos foros de consulta, se identificaron contenidos de gran importancia para el desarrollo de las regiones de Sonora y de sus comunidades. La importancia del sector turístico se estableció dentro del PED en el objetivo número 9. "Reactivación del crecimiento económico con finanzas sanas", con el propósito de consolidar el liderazgo de Sonora como una potencia turística en el mercado local, regional, nacional e internacional como un motor para la reactivación económica inclusiva, equitativa y sostenible.

La economía del sector turístico en Sonora:

Lo anterior cobra relevancia cuando se analiza el comportamiento de la economía del estado, ya que esta se encuentra en un periodo de estancamiento. Durante 2016 a 2019, el crecimiento del PIB estatal fue prácticamente nulo, al reportar un 0.09% de incremento (Plan Estatal de Desarrollo de Sonora 2021-2027, pág. 123). Lo anterior, se debió a una caída en la producción del sector secundario, acompañado de un bajo desempeño del sector terciario. Únicamente el sector primario tuvo un crecimiento del 5%, desempeñándose históricamente como el motor productivo del estado.

Por otro lado, con relación a la atracción turística, la entidad ha tenido un comportamiento impredecible, como lo fue el 2020, que disminuyó un 51.5% como consecuencia del impacto negativo que ha tenido la COVID-19. Cabe mencionar que, durante todo el periodo de análisis, el turismo interno se mantuvo con más del 95%, mientras que el 5% fue registrado para el turismo extranjero.

GRÁFICA 2. Llegada de turistas a cuartos de hotel en el estado de Sonora



Fuente: Censo de Población y Vivienda del Estado de Sonora 2020 y derivaciones SECTUR.

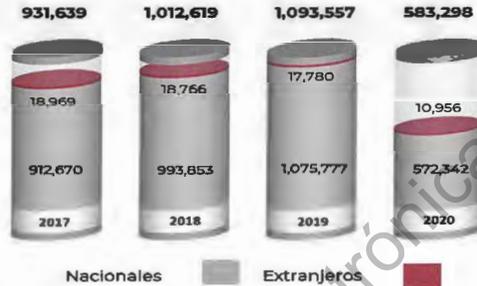
Con relación a la llegada de turistas vía aérea, la llegada de nacionales y extranjeros a Sonora fue de 1, 093,557 pasajeros en 2019, considerando que más del 98% representó turismo doméstico. Para el primer año de la pandemia, estas cifras disminuyeron considerablemente, recibiendo 572, 342 pasajeros nacionales y solo 10,956 con nacionalidad extranjera (Gráfica 4).

Publicación Electrónica
sin validez oficial



GRÁFICA 3.

Llegada de pasajeros vía aérea a los aeropuertos de Sonora



Fuente: Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC).

De la llegada de visitantes extranjeros vía aérea a Sonora, se observa que más del 90% está representado por turistas estadounidenses, seguido por visitantes de Canadá y la India (Tabla 1). De este análisis, se considera pertinente generar estrategias que impulsen la diversificación de los destinos turísticos de Sonora, con la finalidad de captar nuevos mercados internacionales, promoviendo y desarrollando nuevas rutas aéreas y productos turísticos en el estado, para no depender del turismo estadounidense, pero sin olvidar su gran importancia y la necesidad de fortalecer dicho mercado con productos de mayor calidad, donde la profesionalización y la capacitación de los prestadores de servicios turísticos tome relevancia.



TABLA 1.

Llegada de visitantes extranjeros vía aérea por nacionalidad a Sonora

| Lugar | Nacionalidad | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|--------------|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 1 | Estados Unidos | 21,319 | 18,129 | 17,815 | 17,292 | 9,854 |
| 2 | Canadá | 1,295 | 806 | 637 | 632 | 364 |
| 3 | India | 69 | 46 | 69 | 143 | 97 |
| 4 | Reino Unido | 161 | 123 | 83 | 90 | 30 |
| 5 | Australia | 140 | 74 | 59 | 81 | 27 |
| 6 | Alemania | 113 | 74 | 62 | 64 | 27 |
| 7 | Chile | 104 | 53 | 71 | 66 | 27 |
| 8 | Brasil | 49 | 23 | 61 | 52 | 22 |
| 9 | Japón | 211 | 69 | 55 | 86 | 20 |
| 10 | España | 90 | 61 | 65 | 53 | 20 |
| Resto | | 1,253 | 643 | 682 | 689 | 218 |
| Total | | 24,804 | 20,101 | 19,659 | 19,248 | 10,706 |

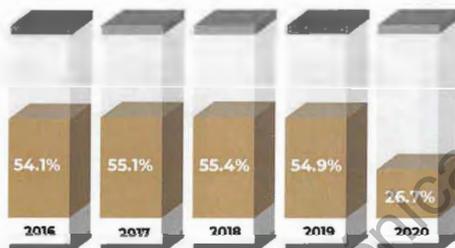
Fuente: Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de personas, SEGOB.

NOTA: Incluye las llegadas a los aeropuertos de Cd. Obregón, Guaymas, Hermosillo, Nogales y Puerto Peñasco.

De acuerdo con información de DATATUR, a pesar de que Sonora aumentó su oferta de cuartos de hotel, pasando de 22,847 registrados en 2016 a 23,647 en 2020, mantuvo un porcentaje de ocupación del 55% en promedio, antes del 2019, mientras que para 2020 dicho porcentaje cayó drásticamente a sólo el 26.7% de ocupación.

GRÁFICA 4.

Porcentaje de ocupación hotelera en el estado de Sonora



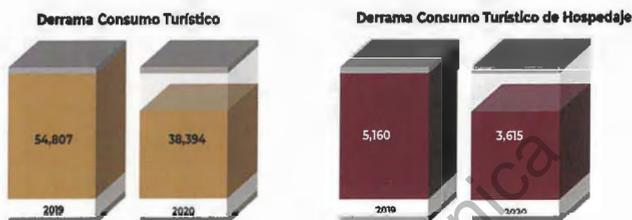
Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2020 y derivaciones SECTUR.

En este sentido, Sonora tiene una ocupación hotelera de sólo 2.8 millones de turistas en comparación con un promedio de 4 millones presente en los estados vecinos de Chihuahua, Sinaloa y Baja California. Con la finalidad de incrementar la ocupación hotelera, el turismo en Sonora deberá buscar mejorar su competitividad y calidad en el servicio ya que se ha detectado una falta de profesionalización y cultura turística que deberá fortalecerse de la mano con la coordinación de gobiernos de todos los niveles y con la iniciativa privada, con la finalidad de desarrollar productos "ancla" que contribuyan a la identificación de productos diferenciados ofreciendo un plus al turista.

Evidentemente la potencialidad turística no solo percibe la visita de turistas también se consideran de divisas recibidas y el gasto promedio generado, ya que consecuentemente conlleva una derrama económica directa en el ingreso de recursos. En este sentido, uno de los indicadores de gran importancia para el estado es el ingreso que genera el sector, que al cierre del año 2019 representó 54,807 millones de pesos y que en 2020 descendió a 3,615 millones de pesos. Mismo comportamiento, tuvo la derrama por consumo turístico de hospedaje, disminuyendo en un 29.9% en el año 2020.

GRÁFICA 5.

Consumo turístico y por hospedaje en el estado de Sonora (Millones de pesos)



Fuente: Cuenta Satélite de Turismo y derivaciones SECTUR.

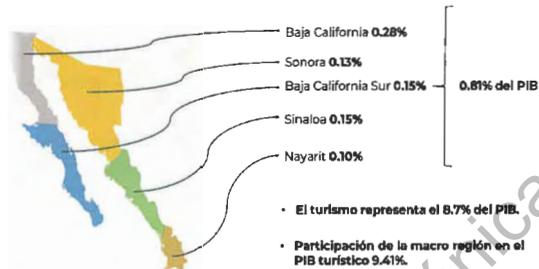
Recursos naturales de Sonora:

El potencial turístico de Sonora se encuentra en sus cálidas playas de arena blanca y aguas tranquilas, ubicadas en Puerto Peñasco, San Carlos, Bahía de Kino y Huatabampo. Asimismo, en el estado se localizan dos Pueblos Mágicos: Álamos, que se incorporó al Programa en 2005 y Magdalena de Kino reconocido como Pueblo Mágico en 2012.

Otro de los grandes atributos turísticos de Sonora es el Pinacate y Gran Desierto de Altar, con paisajes desolados y plantas endémicas, dunas tipo estrella, cráteres y conos cineríticos, picos volcánicos y un acervo de vestigios arqueológicos que datan de hace 20,000 años, es considerado como Área Natural Protegida y nombrado por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad y Maravilla Natural de México.

Es importante considerar los recursos naturales con los que cuenta el estado, por ejemplo, la Región del Mar de Cortés, que tiene gran potencial para desarrollar el turismo náutico debido a su elevada biodiversidad y condiciones favorables para la navegación, así como a la riqueza de la pesca deportiva y al valor escénico del litoral, que se extiende a lo largo del Golfo de California, desde la desembocadura del Río Colorado hasta el Cabo Corrientes y comprende los estados de Baja California, Baja California Sur, Nayarit, Sinaloa y Sonora. La importancia económica de la Región Mar de Cortés radica en su aportación del 10.3% al PIB Nacional. Asimismo, para el PIB turístico esta macro región tiene una aportación que representa el 9.41% del total nacional (Figura 1).

FIGURA 1. Importancia económica de la Macro Región Mar de Cortés



Fuente: El PIB Turístico Estatal y Municipal 2018-2019 en México, DATATUR.

Entre los principales destinos turísticos captadores de divisas destacan; Hermosillo, Ciudad Obregón, Puerto Peñasco y Guaymas. Asimismo, toma relevancia la actividad turística transfronteriza, donde se estima pertinente retomar y potenciar la relación con el estado vecino de Arizona en Estados Unidos a fin de consolidar una Mega Región que se erija como un polo atractivo para el establecimiento de negocios e inversiones de manera sostenible (Ibidem pág. 47).

Infraestructura turística:

Para lograr lo anterior, además de desarrollar la promoción de destinos fronterizos, se identificó que una de las problemáticas para el turismo en Sonora es la falta de infraestructura y conectividad moderna para atender a los turistas garantizando su libre tránsito, su seguridad y su comodidad.

Actualmente, los principales aeropuertos de Sonora se encuentran situados en Hermosillo, Ciudad Obregón, Guaymas, Nogales y Puerto Peñasco, dando servicio a vuelos nacionales e internacionales.

Es por ello que se requiere de la modernización de la infraestructura básica y turística para el estado, ejemplo de ello es el puerto de Guaymas que brindará mayor dinamismo, así como el desarrollo de conexiones intermodales con mayor capacidad instalada.

La seguridad pública en el sector turístico:

Una de las problemáticas detectadas en todo el estado y que impacta de manera considerable en el sector turístico, se relaciona con la inseguridad pública, donde las prácticas delictivas de mayor impacto (homicidio, secuestro y trata de personas) se concentró en nueve municipios; Agua Prieta, Caborca, Cajeme, Empalme, Guaymas, Hermosillo, Magdalena, Nogales y San Luis Río Colorado. Resultado ello, la violencia en



GOBIERNO
DE SONORA
SECRETARÍA DE
TURISMO

2019 tuvo un impacto económico negativo de 130, 600 millones de pesos, lo que representó 43 ,008 pesos por habitante. (Ibíd, pág. 135).

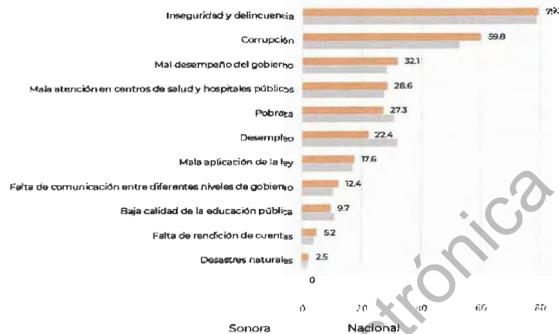
En el contexto anterior, la falta de políticas públicas de gobiernos pasados para atender la situación ha generado un incremento en la percepción de inseguridad entre habitantes y turistas, lo que reduce aún más las llegadas a los destinos del estado, e inhibe la inversión en el sector.

De acuerdo con la Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental de 2019 del INEGI, de acuerdo a la percepción de las y los sonorenses, el problema más importante que se desarrolla en la entidad es la inseguridad y delincuencia, seguido de la corrupción y el mal desempeño del gobierno (Gráfica 6).

Publicación electrónica
sin validez oficial



GRÁFICA 6. Percepción sobre los problemas más importantes en la entidad



Fuente: Encuesta Nacional de Calidad e Impacto Gubernamental (ENCIG) 2019, INEGI.

Derivado de que la violencia presente en el estado ha sido consecuencia de un fenómeno de corrupción, durante muchos años se ha inhibido la confianza de los inversionistas, generando limitada capacidad en inversión privada para el desarrollo de productos turísticos. Con el fin de recuperar dicha confianza, se deberán atender las causas de raíz que generan la inseguridad, en coordinación con las dependencias encargadas de la seguridad pública y del fomento a las inversiones.

Nuevo Modelo de Desarrollo Turístico:

Derivado del análisis situacional, es importante buscar una estrategia que garantice la generación de información de los destinos más importantes del estado, considerando las variables principales que permitan a los tomadores de decisiones lograr más y mejores resultados en el turismo en beneficio de las y los sonorenses. Por lo anterior, se requiere generar estrategias para compensar la falta de apoyo entre instancias gubernamentales de los tres ámbitos de gobierno, con el fin de impulsar políticas públicas donde todos los sectores involucrados del sector turístico intervengan en el mediano y largo plazo, como la aportación de este programa.

De esta manera, el nuevo modelo de desarrollo turístico se consolida mediante la propuesta de potenciar la competitividad de los destinos con la finalidad de aumentar su calidad y generar un beneficio económico que se traduzca en mayor desarrollo y bienestar para los mexicanos. El desarrollo turístico debe ser equitativo, incluyente, integral, sustentable y sostenible, con perspectiva de interculturalidad y enfoque de género, considerando que para su ejecución se deben tener en cuenta los impactos que la actividad genera en el medio ambiente, la importancia de la biodiversidad, los efectos del



cambio climático y las acciones de mitigación para reducir la huella de carbono del sector con el fin de mejorar su competitividad, su protección y sostenibilidad.

Durante el desarrollo de la actividad turística en la Dependencia se trabajará en alineación a los mandatos plasmados en el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 del estado de Sonora, documento que representa la guía del quehacer público del actual gobierno. Asimismo, se contribuirá en atender los principios rectores de la Cuarta Transformación de México, que establecen un modelo de desarrollo basado en el bienestar de las y los mexicanos.

Dichos principios rectores se establecieron en el Plan Nacional de Desarrollo 2019- 2024, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 12 de julio de 2019, orientando el actuar de los servidores de la sociedad y del gobierno, centrandó la visión del Presidente de la República en detonar la economía para el bienestar, en establecer paz con justicia social y sobre todo, en no dejar a nadie atrás, y no dejar a nadie fuera.

Por su parte, el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, instituyó la búsqueda de mayor bienestar para el país, mediante el fomento de un turismo más inclusivo y sostenible, abordando cuatro objetivos prioritarios: 1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país, 2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México, 3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional y 4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

Mediante dichos objetivos se fundamenta una nueva Política Turística Nacional, que considera en su implementación, contribuir a construir un país justo, democrático, solidario y próspero. Por ello, el presente Programa Estatal Turístico de Sonora plantea en su ejecución los objetivos prioritarios, contribuyendo al logro de las metas nacionales y al cumplimiento de sus objetivos fijados en el PND 2019-2024 y en el PROSECTUR 2020-2024.

Las estrategias, líneas de acción y objetivos que integran estos documentos de planeación democrática y desarrollo abonarán al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), específicamente al Objetivo 8, el que busca promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, el cual tiene como meta la 8.9 de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. Lo anterior podrá ser evaluado y medido a través de los indicadores: Número de empleos en el sector turístico como proporción del número de empleos totales del país y PIB directo turístico como proporción del PIB total y en tasas de crecimiento.

**Capítulo II. Alineación de la Estrategia PND – PED – PMP.
Matriz de alineación - A 2030 - PND-PROSECTUR – PED - PS.**

| AGENDA 20 -30 | PND | PROSECTUR | PED | PS TURISMO SON |
|--|--|--|--|--|
| OBJETIVOS | EJE/OBJETIVO | OBJETIVO ESTRATÉGICO | EJES / OBJETIVOS | OBJETIVOS |
| <p>Objetivo de Desarrollo Sostenible: 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p> <p>Meta: 8.9 de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p> <p>Indicador: 8.9.3 Número de empleos en el sector turístico como proporción del número de empleos totales del país.</p> <p>Indicador: 8.9.1 PIB directo turístico como proporción del PIB total y en tasas de crecimiento.</p> | <p>Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024 (PND)</p> <p>Eje 3. Economía Estratégica Nacional de Seguridad Público</p> <p>Objeto: detonar el crecimiento, alentar la inversión privada e impulsar el Marco Normativo reactivación económica, el mercado interno y el empleo en el país.</p> | <p>1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.</p> <p>2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.</p> <p>3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.</p> <p>4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.</p> <p>ESTRATEGIA PRIORITARIA 1.3 Impulsar el desarrollo turístico integral mediante esquemas de coordinación interinstitucional para favorecer la generación de bienestar en destinos turísticos.</p> <p>ESTRATEGIA PRIORITARIA 2.2 Fortalecer la integración de productos y servicios para consolidar la actividad turística.</p> <p>ESTRATEGIA PRIORITARIA 2.6 Fortalecer la política de servicios al turista para garantizar su seguridad y protección integral.</p> <p>ESTRATEGIA PRIORITARIA 3.2 Innovar en la promoción turística para impulsar el crecimiento del sector.</p> <p>ESTRATEGIA PRIORITARIA 4.2 Promover proyectos sostenibles para impulsar el desarrollo turístico.</p> | <p>Eje 4.- Una Coordinación Histórica entre Desarrollo y Seguridad Objetivos Estratégicos: 8. Seguridad y Desarrollo.</p> <p>9. Reactivación del crecimiento económico con finalidades sanas.</p> <p>10. Infraestructura para el desarrollo económico inclusivo.</p> | <p>Objetivo 1. Promocionar los destinos turísticos de Sonora</p> <p>Objetivo 2 Impulsar la vocación turística de los municipios a través de ferias y eventos regionales</p> <p>Objetivo 3 Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado.</p> <p>Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado</p> <p>Objetivo 5. Incrementar la profesionalización de los servicios turísticos, la calidad de estos y de la información proporcionada al sector turismo en el estado.</p> <p>Objetivo 6. Fortalecer la atención y seguridad de los visitantes</p> <p>Objetivo 7. Impulsar la recaudación del impuesto al hospedaje de hoteles y plataformas digitales</p> |

Capítulo III. Operación de la Estrategia (Objetivos, estrategias, y líneas de acción)

Objetivo 1. Promocionar los destinos turísticos de Sonora.

Estrategia 1.1. Estimular el crecimiento de los diversos segmentos del mercado turístico.

Líneas de Acción

1.1.1. Implementar acciones de promoción eficaz, dirigidas a los mercados objetivo.

1.1.2. Promover un turismo social, accesible e inclusivo, a través de esquemas de turismo sustentable y no discriminatorio para todos los visitantes.

1.1.3. Promocionar en coordinación con prestadores de servicios la infraestructura hospitalaria, los servicios médicos profesionales y toda la cadena de valor, para posicionar al estado como destino de turismo médico.

Estrategia 1.2. Implementar técnicas innovadoras de mercadotecnia dirigidas a la atracción de visitantes regionales, nacionales e internacionales.

Líneas de Acción

1.2.1. Elaborar y ejecutar un Programa de Promoción y Comercialización Turística para Sonora acorde a la situación del mercado turístico.

1.2.2. Integrar material gráfico-digital de vanguardia para apoyar el conocimiento y difusión de la oferta de rutas y circuitos turísticos entre los diferentes segmentos de mercado.

1.2.3. Desarrollar material digital que se encuentra estratégicamente dirigido a grupos de interés turísticos.

Estrategia 1.3. Implementar campañas de promoción turística dirigidas a incentivar el turismo de los segmentos especiales de mercado.

Líneas de Acción

1.3.1. Diseñar estrategias que garanticen la efectividad de las campañas de promoción turística del Estado en los mercados local, nacional e internacional.

1.3.2. Implementar una estrategia de publicidad innovadora, con elementos esenciales que aseguren incentivar al mercado.

1.3.3. Impulsar la generación de productos turísticos para los segmentos especiales de mercado, a través de la promoción del turismo de reuniones, médico, LGTB, Premium, romance, cultural, gastronómico, glamping y de segunda residencia.

Estrategia 1.4. Promover la imagen turística de Sonora en el mercado regional, nacional e internacional.

Líneas de Acción

1.4.1. Promocionar mediante las redes sociales de mayor concurrencia las actividades del turismo regional y en la cooperación vertida entre los estados que integran la Riviera del Mar de Cortés.

1.4.2. Impulsar la creación del Museo del Desierto como elemento estratégico de la oferta turística de Sonora.

1.4.3. Diseñar estrategias para informar acerca de los beneficios de visitar los mercados turísticos.

Estrategia 1.5. Promover a través de la comercialización electrónica los productos que ofertan los prestadores de servicios turísticos.

Líneas de Acción

1.5.1. Renovar el diseño del sitio web a cargo de la Dependencia para convertirlo en la principal plataforma de promoción digital del estado.

1.5.2. Implementar una estrategia permanente de promoción en redes sociales.

1.5.3. Impulsar la generación de mercado para productos turísticos locales que aprovechen el creciente consumo, especialmente a través de internet.

1.5.4. Destacar dentro de la promoción las acciones de sanidad e inocuidad que se realizan en los diferentes destinos.

1.5.5. Implementar un sistema digital que permita medir el impacto de las campañas en los diferentes medios donde se difundan.

Objetivo 2. Impulsar la vocación turística de los municipios a través de ferias y eventos regionales.

Estrategia 2.1. Organizar y realizar eventos en coordinación con autoridades municipales y prestadores de servicios turísticos

Líneas de Acción

2.1.1. Organizar y desarrollar la Ferias de la Talabartería en las regiones de Sonora

2.1.2. Implementar el Circuito de Rodeos en las localidades de la entidad.



2.1.3. Fomentar actividades de atracción turística permanentes que coadyuven a la promoción del destino, como Punto México, Tianguis de Pueblos Mágicos, Circuito de Rodeos, Feria de la Talabartería, Tianguis Turístico y Carrera del Desierto.

2.1.4. Difundir de manera masiva y estratégica los eventos culturales y artísticos de los municipios con esa vocación para ampliar la oferta turística existente.

2.1.5. Participar en eventos especializados y gestionar nuevas rutas ante las principales empresas navieras para mantener la difusión permanente

2.1.6. Implementar la Feria Turística de la "Riviera del Mar de Cortés" y el Festival Internacional de la Cultura Sonorense, La Feria de Turismo Rural, como eventos anuales que promocionen los atractivos de la región, con la participación de otros estados y países.

2.1.7. Realizar acciones de promoción y comercialización en coordinación con prestadores de servicios para participar en eventos especializados de turismo de romance, premium y turismo LGTB.

Objetivo 3. Fomentar actividades de turismo sustentable alternativo. Incrementar la oferta de espacios, productos y servicios turísticos sustentables en el estado.

Estrategia 3.1. Incrementar la oferta de espacios, productos y servicios turísticos sustentables en el estado.

Líneas de Acción

3.1.1. Impulsar la creación de infraestructura de servicios para el aprovechamiento sustentable de los recursos patrimoniales: histórico – culturales y naturales.

3.1.2. Impulsar la creación de productos de Turismo Rural Sustentable.

3.1.3. Implementar estándares en temas de sanidad e inocuidad entre los prestadores de servicios.

3.1.4. Incentivar el desarrollo sustentable de las actividades turísticas en la zona rural.

Estrategia 3.2. Consolidar las rutas y circuitos turísticos sustentables del estado.

Líneas de Acción

3.2.1. Promover las rutas y circuitos turísticos que operan en el estado, proponiendo el diseño de nuevos productos turísticos sustentables que complementen y/o integren las rutas turísticas ya existentes.

3.2.2. Elaborar una propuesta de mejoramiento de la señalización turística existente en las principales carreteras y circuitos turísticos del estado.

3.2.3. Registrar ante las diferentes Rutas Turísticas del Estado.

Estrategias 3.3. Incentivar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad turística en el estado.

Líneas de acción

3.3.1. Fomentar la participación del sector privado en los proyectos integrales de infraestructura turística sustentable, para generar empleos.

3.3.2. Vincular a los prestadores de servicios con organismos públicos federales, estatales y/o municipales; e instituciones privadas que proporcionan esquemas de financiamiento para el desarrollo de la industria turística.

3.3.3. Proporcionar a inversionistas nacionales y extranjeros la asesoría e información estadística para el desarrollo de estudios y proyectos del ramo turístico.

Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado.

Estrategia 4.1. Promover el arribo de cruceros y nuevas rutas aéreas al estado.

Líneas de acción

4.1.1. Aprovechar las instalaciones aeroportuarias para fomentar el turismo,

4.1.2. Utilizar de forma estratégica la infraestructura para mejorar e impulsar la conectividad aérea del estado.

4.1.3. Establecer vías de comunicación con el sector privado en beneficio de la conectividad del estado.

Estrategia 4.2. Impulsar la mejora de la infraestructura turística pública en el estado para aumentar la estadía del visitante.

Líneas de acción

4.2.1. Impulsar la modernización de las instalaciones y servicios disponibles en los municipios con vocación turística del estado.

4.2.2. Impulsar la mejora de la infraestructura pública de los municipios turísticos de la zona rural para aprovechar su potencial turístico.

4.2.3. Promover la inversión pública-privada para mejorar los servicios disponibles, y consolidar el desarrollo turístico de los "Pueblos Mágicos", así como los "Tesoros de Sonora".

4.2.4. Promover que en los proyectos propuestos se incluyan sistemas que permitan mejorar la sanidad e inocuidad, en beneficio de los usuarios de los servicios.

4.2.4.-Gestionar con las diferentes instancias gubernamentales la continuidad de obras, servicios y productos en beneficio del turismo en Sonora.

Estrategia 4.3. Impulsar el crecimiento del mercado de turismo de reuniones, así como incrementar la oferta disponible para este segmento en el estado.

Líneas de acción

4.3.1. Fortalecer la atracción de congresos y convenciones al estado en coordinación con las OCV'S.

4.3.2. Impulsar la construcción del Centro de Convenciones de Hermosillo, para elevar la competitividad del destino.

4.3.3. Desarrollar actividades permanentes de promoción en los mercados nacional e internacional, dirigidas al incremento de eventos de turismo de reuniones.

4.3.4. Impulsar las inversiones público – privadas, para el desarrollo de infraestructura que impulse el crecimiento del turismo de reuniones.

Estrategia 4.4. Impulsar la generación de nuevos productos sustentables para el aprovechamiento de la vocación turística, los recursos patrimoniales de naturaleza e histórico - culturales de los municipios del estado.

Líneas de Acción

4.4.1. Consolidar el programa "Tesoros de Sonora" como un producto turístico sustentable que promueve el aprovechamiento de los recursos naturales e histórico – culturales, de las localidades que cuentan con esa distinción.

4.4.2. Promover el aprovechamiento turístico y conservación del patrimonio histórico - cultural de los municipios del estado.

4.4.3. Invertir en la realización de anteproyectos que aprovechen la vocación turística de los municipios.

4.4.4. Impulsar el rescate de Centros Históricos de los principales municipios turísticos.

4.4.5. Propiciar el integrar sistemas de sanidad e inocuidad turística en las localidades integradas en el programa "Tesoros de Sonora".

4.4.6. Apoyar las diferentes iniciativas municipales para integrarse y/o permanecer en los programas de Pueblos Mágicos y Tesoros de Sonora.

Objetivo 5. Incrementar la profesionalización de los servicios turísticos y la calidad de los mismos, así como la información proporcionada al sector turismo en el estado.

Estrategia 5.1. Fortalecer la calidad de los servicios en el estado.

Líneas de Acción

5.1.1. Implementar una campaña de concientización (Cultura Turística) para que la población conozca los beneficios de la actividad turística en la entidad y contribuya a su desarrollo.

5.1.2. Desarrollar acciones de cultura turística en escuelas, centros de convivencia social, organismos estatales, municipales y otros espacios definidos para generar impacto en la población.

5.1.3. Fomentar una política de igualdad y equidad de género en el mercado laboral del sector turístico.

5.1.4. Desarrollar y aplicar un sistema único de reconocimiento a la calidad turística denominado "Calidad Sonora".

5.1.5. Difundir la promoción para la concientización de los sonorenses en la valoración del patrimonio y su importancia en la atracción de turistas, así como para tener una mejor actitud de servicio hacia los visitantes.

5.1.6. Promover la certificación "Bandera Azul" para las playas de Sonora.

Estrategia 5.2. Implementar acciones de Capacitación y Competitividad Turística en el estado.

Líneas de Acción

5.2.1. Desarrollar un programa de capacitación y certificación turística en el estado, a fin de extender la cobertura del mismo entre los prestadores de servicios turísticos.

5.2.2. Implementar acciones de capacitación en los principales municipios turísticos.

5.2.3. Mejorar, actualizar y adaptar a los requerimientos de la demanda turística los contenidos, métodos de enseñanza-aprendizaje y evaluación de resultados de los cursos de capacitación.

5.2.4. Apoyar la generación, articulación y fortalecimiento de cadenas de valor de los sectores turísticos, mediante asesoría, capacitación y servicios de información oportuna.

5.2.5. Implementar en coordinación con Dependencias y Entidades de Salud del Estado, programas de capacitación que permitan implantar medidas de sanidad e inocuidad en las empresas turísticas.



5.2.6. Implementar cursos de capacitación orientados a los prestadores de servicios turísticos, sobre nuevas tecnologías aplicables al turismo.

5.2.7. Implementar cursos de capacitación para el diseño y desarrollo de productos y experiencias turísticas sustentables, con la aplicación de nuevas tecnologías.

Estrategia 5.3. Establecer el Sistema Estatal de Información Turística, que permita generar y divulgar variables e indicadores para analizar y evaluar al sector turístico.

Líneas de Acción

5.3.1. Crear el Sistema Estatal de Información Turística para orientarlo a las necesidades de los turistas y prestadores de servicios turísticos.

5.3.2. Dotar al Sistema Estatal de Información Turística con información clara, confiable y oportuna para la toma de decisiones de los sectores público y privado.

5.3.3. Implementar análisis de mercado y estudios del perfil del visitante que permitan determinar las líneas a seguir en la toma de decisiones para el desarrollo de campañas de promoción.

5.3.4. Integrar la información generada por el Sistema Estatal de Información Turística a la página web, permitiendo con ello un acceso más fácil para los interesados en el tema.

5.3.5. Ampliar la cobertura y representatividad del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur, a fin de mejorar la calidad de la información que genera.

5.3.6. Crear y mantener la actualización permanente del Directorio de Servicios Turísticos (DISETUR), a fin de contar con información permanente sobre la oferta turística del estado.

Objetivo 6. Fortalecer la atención y seguridad de los visitantes

Estrategia 6.1. Formular un sistema transversal, coordinado entre Instituciones Públicas de Seguridad en el Estado, la iniciativa privada y gobiernos municipales, para la atención y seguridad del turismo de la entidad.

Líneas de Acción

6.1.1. Gestionar y promover una mayor vigilancia en los destinos y rutas turísticas haciendo énfasis en los corredores seguros.

6.1.2. Brindar información oportuna a residentes, visitantes y representantes de la industria, acerca de probables riesgos en salud y seguridad.

6.1.3. Aplicar en coordinación con Entidades de Salud del Estado programas que permitan brindar seguridad a los turistas que los servicios que reciben cumplen con estándares internacionales.

6.1.4. Establecer una coordinación con Entidades de Salud para el cumplimiento y aplicación de las normas establecidas en los sistemas de sanidad e inocuidad en los destinos turísticos.

6.1.5. Establecer coordinación con Ángeles Verdes para mejorar la seguridad y atención de los turistas.

Objetivo 7. Fortalecer las finanzas públicas del Gobierno Estatal mediante la captación y recaudación de impuestos correspondientes a los comerciantes de la zona turística.

Estrategia 7.1 Impulsar la sustentabilidad de los ingresos generados por el turismo para generar bienestar social.

Líneas de Acción

7.1.1. Coordinar acciones con la iniciativa privada del estado, para el uso transparente y responsable de los recursos generados por los impuestos.

7.1.2. Coordinar el Comité del Fideicomiso Estatal de Turismo.

7.1.3. Coordinación con la iniciativa privada y/o ONG's para el desarrollo de los programas de promoción anual.

7.1.4. Desarrollar nuevas propuestas de ley y sus normativas para mejorar la sustentabilidad del turismo, en beneficio de los turistas nacionales y extranjeros.

7.1.5. Establecer convenios de coordinación con la Hacienda Pública Estatal para la promoción de buenas prácticas en el sector turístico.

7.1.6. Coordinar acciones con la Secretaría de Hacienda Estatal, para promover la participación del sector turístico en las buenas prácticas para el cumplimiento de las obligaciones fiscales.

Capítulo IV. Indicadores.

| CÉDULA DE INDICADORES | |
|---|---|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. |
| UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 3. Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado. |
| CARACTERÍSTICAS | |
| INDICADOR: | Tasa de Habitaciones en el ramo turístico. |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Identificar las áreas de oportunidad para el crecimiento turístico. |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Incentivar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad turística en el estado. |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | $(\text{Número de habitaciones Año Actual} / \text{Número de habitaciones Año Anterior}) - 1 \times 100$ |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual |
| FUENTE: | |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI. | UNIDAD DE MEDIDA Tasa porcentual |
| REFERENCIA ADICIONAL. | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. |

32

| Línea base 2021 | Meta 2027 |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| 20,983 Habitaciones de hospedaje | 21, 550 Habitaciones de hospedaje |

| CÉDULA DE INDICADORES | |
|---|--|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. |
| UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado |
| CARACTERÍSTICAS | |
| INDICADOR: | Variación anual Ocupación Hotelera |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Identificar el porcentaje de ocupación hotelera en los establecimientos de hospedaje en la entidad. |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Se busca incrementar el porcentaje de ocupación hotelera en los establecimientos de hospedaje de la entidad. |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | ((utilicen gasto o número de gente u otra cosa) Ocupación hotelera Año Actual / de Ocupación hotelera Año Anterior)-1x100. |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual |
| FUENTE: | |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI. | Porcentaje (%) |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. |
| Línea base 2021 | Meta 2027 |
| 40.2.% | 51.0% |

| CEDULA DE INDICADORES | |
|---|--|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. |
| UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado |
| CARACTERÍSTICAS | |
| INDICADOR: | Variación Anual de Afluencia Turística |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Elevar la afluencia turística en la entidad |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Se busca incrementar la afluencia nacional y extranjera en la entidad. |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | $(\text{Porcentaje Afluencia Turística Año Actual} / \text{Porcentaje Afluencia Turística Año Anterior}) - 1 \times 100$ |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual |
| FUENTE: | UNIDAD DE MEDIDA |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI. | Número de Habitaciones de Turistas (porcentaje) |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca su Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. |
| Línea base 2021 | Meta 2027 |
| 13.6% | 26% |

| CÉDULA DE INDICADORES | | | |
|---|---|--------------------------|---|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. | UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado. | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| INDICADOR: | Variación anual de Derrama Turística. | | |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Elevar la derrama económica turística en la entidad. | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Se busca incrementar la derrama económica del turista nacional y extranjero en la entidad. | | |
| MÉTODO DE CÁLCULO | $(\text{Porcentaje de Derrama Total Turística Año Actual} / \text{Porcentaje de Derrama Total Turística Año Anterior}) - 1 \times 100$ | | |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. | | |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual | | |
| FUENTE: | | UNIDAD DE MEDIDA | |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI. | | Recursos Económicos | |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. | | |
| Línea base 2021 | | Meta 2027 | |
| 25.9% | | 83.4% | |

| CÉDULA DE INDICADORES | |
|--|--|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. |
| UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado |
| CARACTERÍSTICAS | |
| INDICADOR: | Variación anual de Gasto Promedio |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Medir el gasto promedio de los turistas que visitan nuestro estado |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Se busca aumentar el gasto promedio de los turistas que visitan nuestro estado |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | $(\text{porcentaje de gasto promedio de los turistas Año Actual} / \text{porcentaje de gasto promedio de los turistas Año Anterior}) - 1 \times 100$ |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual |
| FUENTE: | UNIDAD DE MEDIDA |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como OCY'S, INEGI. | Porcentaje de gasto promedio |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. |
| Línea base 2021 | Meta 2027 |
| 1.4% Nacional 1.1% Extranjero | 3% Nacional 2.5% Extranjero |

| CÉDULA DE INDICADORES | | | |
|---|--|--------------------------|--|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. | UNIDAD EJECUTORA: | Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL: | Objetivo 3. Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado. | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| INDICADOR: | Número de Empleo | | |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Eleva el número de empleos generados en el sector turístico | | |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Se busca incrementar el número de empleos que se generen en el sector turístico | | |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | $(\text{número de empleos del sector turístico Año Actual} / \text{número de empleos del sector turístico Año Anterior}) \times 100$ | | |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. | | |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual | | |
| FUENTE: | | UNIDAD DE MEDIDA | |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como IMSS, INEGI. | | Número de empleos | |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación. | | |
| Línea base 2021 | | Meta 2027 | |
| 119, 270 durante el 2020 | | 127,142 | |

| CÉDULA DE INDICADORES | |
|--|--|
| UNIDAD RESPONSABLE: | Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. |
| UNIDAD EJECUTORA: | Fideicomiso del Impuesto para la Prestación del Servicio al Hospedaje. |
| OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL TRANSVERSAL: | Objetivo 7. Impulsar la recaudación del impuesto al hospedaje de hoteles, moteles y plataformas. |
| CARACTERÍSTICAS | |
| INDICADOR: | Recursos del Impuesto del 2% |
| OBJETIVO DEL INDICADOR: | Impulsar la sustentabilidad de los ingresos generados por el turismo para que sean fuente de bienestar social |
| DESCRIPCIÓN GENERAL: | Coordinar acciones con la iniciativa privada del estado, para el uso sustentable y responsable de los recursos generados por el Impuesto al Hospedaje del 2 %. |
| MÉTODO DE CÁLCULO: | (proyectos realizados /proyectos programados)x100 |
| SENTIDO DEL INDICADOR: | Ascendente. |
| FRECUENCIA DE MEDICIÓN: | Anual |
| FUENTE: | |
| Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como el Fideicomiso del Impuesto para la Prestación del Servicio al Hospedaje. | UNIDAD DE MEDIDA Proyectos |
| REFERENCIA ADICIONAL: | La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de Integrar la información del sector. |
| Línea base 2021 | Meta 2027 |
| 49 | 400 |

Capítulo V. Proyectos Estratégicos.

El enfoque fundamental de la Secretaría de Turismo de Sonora está basado en la promoción estratégica de los destinos con mayor vocación turística en nuestra entidad, por lo que se trabajará de manera permanente para dirigir esa promoción hacia los mercados objetivos.

En tal virtud, se establece como la fuente principal de promoción turística para el Estado de Sonora la página web www.visitsonora.com la cual se estará actualizando constantemente en función de lo que se vaya integrando a la misma para su respectiva divulgación.

Además, y de manera paralela, se estará dando difusión masiva mediante las principales redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter a los destinos turísticos y experiencias que se enlistan a continuación:

1. Álamos (Pueblo Mágico)
2. Bahía de Kino (Nación Comcaác, Isla del Tiburón y Dunas San Nicolás)
3. Caborca y Tríncheras (Zona Arqueológica del desierto)
4. Cananea (Cuna de la Revolución Mexicana)
5. Ciudad Obregón (Granero de México)
6. Cócorit (Pueblos Yaquis)
7. El Novillo (Dos experiencias, Dos destinos)
8. Hermosillo (Capital del Noroeste y puerta al Mar de Cortés)
9. Huatabampo (Tour y sus playas)
10. Magdalena de Kino (Pueblo Mágico)
11. Navjoa (Río y Valle Mayo)
12. Reserva de la biosfera del Pinacate y el Gran Desierto de Altar (Patrimonio UNESCO)
13. Puerto Peñasco (Rocky Point)
14. Ruta de las Misiones
15. Ruta Río Sonora
16. Ruta Sierra Madre

17. San Carlos (Cerro Tetakawi y Puerto de Guaymas)
18. Sierra Alta
19. Sierra Baja
20. Sierra Ruta 17
21. Yecora (Bosques y Valle)

Bajo este esquema, se pretende promocionar todos y cada uno de los lugares antes referidos con la finalidad de que el mensaje de difusión llegue con éxito a los turistas nacionales e internacionales que forman parte del mercado turístico para Sonora y finalmente generar una derrama económica en constante crecimiento.

Publicación electrónica
sin validez oficial



Capítulo VI. Instrumentos de coordinación y concertación interinstitucional e intergubernamental

Matriz de Instrumento de Coordinación 2022-2025 de la Secretaría de Turismo

| ORGANISMO CON QUIEN SE SUSCRIBE EL CONVENIO | TIPO DE CONVENIO O CONTRATO | OBJETO DEL CONVENIO O CONTRATO | VIGENCIA |
|---|--|--|--|
| Aerocalafia | Convenio de Colaboración | Definir y delimitar la aportación y servicios que harán "Las Partes" que lo suscriben, en relación a los esfuerzos de conectividad áreas que realiza "La SECTUR" para lograr la conectividad aérea hacia Puerto Peñasco, Sonora. | 28 de abril del 2022 al 15 de septiembre de 2027 |
| Aeroméxico, Viva Aeróbús, Volaris | Convenio de Colaboración y Coordinación | Apertura de nuevas rutas aéreas, con o sin escala, apoyos al sector. | 2022-2027 |
| Universidad Estatal de Sonora (UES) Universidad de Sonora (UNISON), Instituto Tecnológico de Hermosillo (ITH), Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON). | Convenio de Colaboración y de Concertación | Estudios del turismo Estatal y Nacional (Estadísticas) | 2022-2027 |
| Nacional Financiera (NAFINSA) | Convenio de Colaboración y de Concertación | Apoyo de créditos a los micro y medianos empresarios que incursionan en el sector turístico | 2022-2027 |
| Secretaría de Hacienda, Secretaría de Economía, Secretaría de Infraestructura y Desarrollo Urbano, SEDESSON, Seguridad Pública, | Convenio de Colaboración y Coordinación | Aplicación de Programas relacionados con el turismo al sector gubernamental | 2022-2027 |
| Secretaría de Turismo Federal | Convenio de Colaboración y Coordinación | Apoyos a Pueblos Mágicos y a los Prestadores de Servicios Turísticos | 2022-2027 |

Matriz de Instrumentos de Coordinación de la Dirección General de Competitividad y Cultura Turística

| ORGANISMO CON QUIEN SE SUSCRIBE EL CONVENIO | TIPO DE CONVENIO O CONTRATO | OBJETO DEL CONVENIO O CONTRATO | VIGENCIA |
|---|--|--|---|
| UNISON | Contrato derivado de la ejecución del convenio marco | Diplomados de formación de guías de turistas | Agosto - diciembre 2022 - Posterior 2023-2025 |
| UES | Contrato derivado de la ejecución del convenio marco | Diplomados de formación de guías de turistas y cursos de actualización | Agosto - diciembre 2022 - Posterior 2023-2025 |
| ICATSON | Contrato de prestación de servicios profesionales en materia de capacitación | Cursos de profesionalización para el gremio turístico | 2022-2025 |
| COLSON | Contrato de prestación de servicios de capacitación | Cursos de actualización de guías | Agosto-diciembre 2022 |
| CONAMP | Contrato de colaboración intergubernamental entre CONAMP y UES | Diplomado de formación de guías oficiales de naturaleza | Agosto-diciembre 2022 |
| UNISIERRA | Contrato de prestación de servicios de capacitación | Diplomados de formación de guías de turistas y cursos de actualización | Agosto-diciembre 2022 Posterior 2023-2025 |
| Asociación Sonorense de Tour Operadores, desierto, mar y montaña A.C. | Contrato de prestación de servicios de capacitación | Cursos y talleres de profesionalización del sector turismo en Sonora | 2022-2025 |
| Tu Guía Asociación de Guías de Turistas de Sonora | Contrato de prestación de servicios de capacitación | Cursos de actualización de guías | 2022-2025 |
| Consultores Externos registrados en las Normas Oficiales de Turismo | Contrato de prestación de servicios de capacitación | Cursos de certificación en normas oficiales de turismo | 2022-2025 |

Matriz de Instrumentos de Coordinación de la Dirección General de Relaciones Públicas y Eventos

| ORGANISMO CON QUIEN SE SUSCRIBE EL CONVENIO | TIPO DE CONVENIO O CONTRATO | OBJETO DEL CONVENIO O CONTRATO | VIGENCIA |
|---|-----------------------------|---|------------------------------|
| Creatividad Y Espectáculos SA de CV | Contrato de Arrendamiento | Se otorga en arrendamiento al expositor, quien toma en dicha calidad, las Suites de negocios para su participación en el evento Tianguis Turístico Acapulco | Del 22 Al 25 de Mayo de 2022 |
| Kaza Productora Maya SA De CV | Contrato | La Secretaría contrata y el Prestador de Servicios se obliga a prestar los servicios en el diseño, montaje y logística de un STAND custom para el evento denominado Tianguis Turístico México en su edición 46 que se celebrará en Acapulco, Guerrero los días 22, 23, 24 y 25 de mayo del año 2022 | Mayo 2022 |

Publicación electrónica
sin validez jurídica



Matriz de Instrumentos de Coordinación de la Dirección General de Creatividad e Imagen Turística

| ORGANISMO CON QUIEN SE SUSCRIBE EL CONVENIO | TIPO DE CONVENIO O CONTRATO | OBJETO DEL CONVENIO O CONTRATO | VIGENCIA |
|--|--|--|---------------------------------------|
| Elite Servicios Digitales S.A. De C.V. | Contrato de Prestación de Servicios Profesionales en materia de Publicidad | Elaborar, colocar, monitorear, conservar y retirar la publicidad de internet que sea contratada en las siguientes plataformas digitales y otros: facebook, google, youtube, link building, estos incluirán la programación de anuncios en internet (pauta) de los contenidos que sean entregados a "LA SECRETARÍA" adicionalmente "EL PRESTADOR DE SERVICIOS" se compromete al desarrollo de Públicos. | 01 Junio al 31 de Diciembre del 2022. |
| Prestadora de Servicios de Programación y Diseño Web | Contrato de Prestación de Servicios Profesionales en materia de Publicidad | Rediseño de la página web www.visitsonora.mx para la promoción de destinos y productos turísticos del estado. | Por definir |

Publicado en el Oficio
sin validez jurídica



Capítulo VII. Instrumentación, evaluación y seguimiento de los programas.

Para la evaluación y seguimiento del presente Programa de Mediano Plazo se realizará lo siguiente:

1. El Programa se encuentra publicado en el Boletín Oficial del Gobierno del Estado, también en página de internet de la Entidad.
2. Para su seguimiento y evaluación, se publicará un Informe Anual de Actividades durante el primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, en conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas.
3. En este Informe se van a relacionar las acciones realizadas tanto con los objetivos del programa de mediano plazo como con las estrategias y objetivos del PED 2021-2027, al igual que con los indicadores en los que inciden, mostrando los avances respecto a la Línea base.

Asimismo, se van a identificar las acciones realizadas para atender los Objetivos del Desarrollo Sostenible, así como el avance de los proyectos estratégicos.

4. El Informe Anual de Actividades se enviará en versión digital a la Jefatura de la Oficina del Ejecutivo Estatal para su publicación en Plataforma para el Seguimiento y Evaluación de la Estrategia del Gobierno del Estado de Sonora (PIEEG).
5. Los indicadores del Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027, así como los indicadores de impacto derivado de los programas de mediano plazo, se incorporarán al Sistema de Indicadores del Gobierno de Sonora (SIGO Sonora) para su seguimiento y difusión pública.
6. Además, se dará seguimiento a través de la Cédula de Seguimiento y Evaluación.

Glosario.

A

| | |
|-----------------------------|---|
| ACTIVIDAD TURÍSTICA | Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. |
| AGENCIA DE VIAJES | Empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicio de viajes para el organizador o el cliente en los que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales. |
| ATRATIVOS TURÍSTICOS | Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. |
| ALOJAMIENTO | Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios. |
| ÁRBOL PROBLEMAS | DE Técnica que se emplea para identificar una situación problemática (un problema central), la cual se intenta solucionar mediante la intervención de un proyecto utilizando una relación de tipo causa-efecto. |
| ÁRBOL OBJETIVOS | DE El árbol de objetivos reúne los medios y alternativas para solucionar el problema principal. Gracias a ello, se logra una visión positiva de las situaciones negativas que aparecían en el árbol anterior (árbol de problemas), aunque utilice la misma estructura. Así, se busca ir resolviendo el problema paso a paso. |

ÁREA TURÍSTICA

Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.

Está constituida por un espacio geográfico determinado, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud, y además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.

B

**BALANZA
TURÍSTICA**

Es la parte de la balanza de pagos que contempla los ingresos de divisas por los visitantes internacionales (exportaciones) y el egreso de divisas por los nacionales que salen al exterior (importaciones). Se utiliza para registrar el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones, y el segundo cuando son mayores las exportaciones.

BUNGALOWS

Establecimientos conformados por varias unidades de hospedaje aisladas pero dentro de una misma área. Cada unidad de hospedaje cuenta con una o más habitaciones, baño, estancia, comedor y cocina con utensilios de cocina, se ofrece el servicio de cambio de blancos y limpieza de la unidad. Se ubican generalmente en zonas de temperaturas cálidas.

C

**CABAÑAS, VILLAS Y
SIMILARES**

Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de alojamiento temporal en cabañas, villas, bungalows y similares. Incluye también casas típicas que proporcionan servicios de alojamiento a viajeros por una temporada.

**CANTIDAD
HABITACIONES**

DE Total de habitaciones con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico.

CATEGORÍA

Es un número de la escala del 1 a 5 estrellas, gran turismo y clase especial con la finalidad de medir la calidad y cantidad de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes.

**CENTRO TURÍSTICO
SELECCIONADO**

Área geográfica que cumple con una o más de las siguientes condiciones:

- 1) Contar con más de 2000 cuartos de hotel
- 2) Ser la capital de una entidad federativa
- 3) Ser una localidad caracterizada por recibir en forma periódica o permanente flujos significativos de turistas y/o excursionistas por alguno de los siguientes motivos de visita: - Ocio, recreo y vacaciones: recorridos de interés, compras, asistencia a acontecimientos deportivos y culturales, actividades culturales y de ocio, deportes activos no profesionales, alpinismo, uso de playas, cruceros, juegos de azar, descanso y recreo de las fuerzas armadas, campamentos veraniegos, luna de miel. - Visitas a parientes y amigos - Negocios y motivos profesionales: asistencia a reuniones, conferencias o congresos, ferias comerciales y exposiciones; participación en actividades deportivas profesionales; estudio, investigación, cursos de idiomas, etc. - Tratamientos de salud: estaciones balnearias, termales y para otros tratamientos y curas. - Religión/peregrinación.
- 4) Ser una ciudad de la frontera norte que registra más de 3.5 millones de visitantes internacionales a México durante un año.
- 5) Participar en alguno de los siguientes programas de desarrollo de la secretaría de turismo: Mundo Maya, Barrancas del Cobre, Ciudades Coloniales, Frontera Norte y Centros de Playa.
- 6) Constituir un complejo turístico integralmente planeado por el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur).

CHARTER

Un vuelo chárter es aquél que no se comercializa por los canales habituales de venta.

Algunos tipos de vuelos chárter son aquellos en los que se alquila un avión a una aerolínea con el fin de no ceñirse a los horarios de las rutas comerciales, o el alquiler de un avión con el fin de llevar un grupo de personas en exclusiva, como por ejemplo los componentes de un equipo de fútbol. También puede ocurrir que un tren o un vuelo comercial puedan contener sólo algunas plazas en chárter, como un número de plazas vendidas a un operador turístico a un precio inferior con el fin de ser un componente de un paquete turístico, mientras que el resto de plazas se comercializan normalmente. Esto suele convenir mucho a las compañías, especialmente en destinos donde la estacionalidad es alta, de forma que se garantiza la utilización de plazas que, de otra forma, quedarían vacías. Así aumentan la rentabilidad de los recorridos. Las empresas chárter no son solo de trenes o aviones sino también de autobús o autocar.

COMPLEJO TURÍSTICO

La OMT lo define como un "destino turístico relativamente autosuficiente; ofrece una gama amplia de servicios e instalaciones, especialmente las dedicadas al descanso y esparcimiento, experiencias docentes y de salud". En general estos complejos se localizan en lugares de gran belleza paisajística localizados a orillas del mar o en la montaña pero próximos a ríos o lagos que permitan prácticas deportivas y/o recreativas acuáticas.

CONCIENCIA TURÍSTICA

Conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turistas a través de la hospitalidad y comprensión.

CONSUMO TURÍSTICO

Se entiende como todo gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de un visitante, para y durante su desplazamiento y su estancia en el lugar de destino, la presente definición está en función de las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo (OMT). El gasto de consumo turístico incluye todos los bienes y servicios consumidos y relacionados con el viaje, comprendiendo una amplia variedad de productos que van desde aquellos inherentes al viaje y la estadía hasta pequeñas compras de bienes durables para uso personal y regalos para familia y/o amigos.

Ahora bien, la OMT, formula el consumo turístico basado en tipo y categorías de turismo, y son los siguientes:

Por "Tipos" de Turismo:

- El consumo turístico interno: Es el consumo efectuado por los visitantes residentes como resultado directo de sus viajes dentro de su país de residencia.
- El consumo turístico receptor: Es el consumo efectuado por los visitantes no residentes, como resultado directo de sus viajes dentro de la economía.
- El consumo turístico emisor: Es el consumo efectuado por los residentes como resultados de sus viajes a países diferentes de aquél en el que residen.

Por "Categorías" de Turismo:

- El consumo turístico interior: Comprende todo el gasto efectuado por los visitantes, tanto residentes como no residentes, cuando visitan la economía de compilación. Equivale a la suma del consumo turístico interno y del consumo turístico receptor.
- El consumo turístico nacional: Comprende todo el consumo turístico por parte de visitantes residentes, sin tener en cuenta donde tiene lugar
- el consumo. Incluye el consumo turístico interior y el consumo turístico emisor.
- El consumo turístico internacional: Comprende el consumo turístico receptor y el consumo turístico emisor.
- El consumo interior turístico: Comprende todo el gasto de consumo turístico que tiene lugar dentro de la economía de compilación. Incluye el consumo turístico interno, el consumo turístico receptor y la parte del consumo turístico emisor que corresponde a bienes y servicios facilitados por residentes.

50



| | |
|--|--|
| CUARTOS DISPONIBLES | Es el número de cuartos o habitaciones que se encuentran en servicio. No contabiliza las habitaciones que por reparación o alguna otra causa estén fuera de servicio. |
| CUARTOS DISPONIBLES PROMEDIO | Se refiere al número total de cuartos disponibles durante el período entre el número de días. |
| CUARTOS OCUPADOS | Registra el total de cuartos que fueron ocupados durante el mes, incluyendo cortesías, tanto por turistas nacionales como por extranjeros. |
| CUARTOS REGISTRADOS FIN PERÍODO | Número de cuartos que registra el establecimiento ante la SECTUR, a la última fecha del corte reportado. |
| CUENTA SATÉLITE DE TURISMO | El término "satélite" se utiliza para identificar al conjunto de agregados sobre turismo que se encuentran articulados a las cuentas nacionales, y obedece a que toma como referencia al Sistema de Cuentas Nacionales de 1993, en el que se inscriben los lineamientos recomendados para la elaboración de las Cuentas Nacionales y Satélite. |
| CRUCERO | Viaje marítimo, fundamentalmente de placer, con diversiones a bordo y excursiones a diferentes costas de distintos países. |
| D | |
| DEMANDA TURÍSTICA | Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes. |

| | |
|---|---|
| DENSIDAD (CABAÑAS, VILLAS Y SIMILARES Y TIEMPO COMPARTIDO) | También llamado factor de ocupación por unidad, se obtiene dividiendo el número de turistas noche entre las unidades ocupadas. |
| DENSIDAD (HOTELES Y SIMILARES) | También llamado factor de ocupación por cuarto, se obtiene dividiendo el número de turistas noche entre los cuartos ocupados. |
| DESTINO | Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Un destino es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, el país puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local. |
| E | |
| ECO-TURISMO | El turista es testigo y protagonista de la conservación de un entorno natural, que se produce en áreas altamente protegidas como: parques nacionales, parques provisionales, reservas privadas, monumentos naturales, sitios protegidos y reservas de uso múltiple. O en áreas naturales que no han sufrido alteraciones por el hombre. |
| EMPRESA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA | Las personas jurídicas que se dediquen a la administración de cadenas hoteleras, consultoría, asesoría, publicidad, propaganda, protección, auxilio, higiene, seguridad y organización de eventos que van a ser demandados por el usuario y que forman parte o complementan la oferta turística. |
| ENTORNO HABITUAL | Corresponde a los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su vida cotidiana, excepto por ocio y recreo. |

| | |
|---|--|
| ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO | Se considera establecimiento de alojamiento turístico, aquel que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones. |
| ESTABLECIMIENTO DE HOSPEDAJE | El inmueble en el que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación (Fracción VII del Reglamento de la Ley Federal de Turismo) |
| ESTADÍA PERMANENCIA (CABAÑAS, VILLAS Y SIMILARES Y TIEMPO COMPARTIDO). | O Resulta de dividir el total de turistas noche entre el número de llegadas de turistas al mes. El resultado obtenido expresa el número de días de estancia del turista. |
| ESTADÍA PERMANENCIA (HOTELES Y SIMILARES). | O Resulta de dividir el total de turistas noche entre el número de llegadas de turistas al mes. El resultado obtenido expresa el número de días de estancia del turista. Y |
| ESTADÍSTICAS TURISMO | DE Es una herramienta que se utiliza para el estudio de los fenómenos relacionados con el sector turismo, mediante un conjunto de procedimientos de recolección, procesamiento, clasificación, análisis y difusión de información, para conocer el comportamiento de la actividad turística, describiéndolo cuantitativamente para la toma de decisiones en materia de políticas turísticas. |
| EXCURSIÓN | Viaje que se hace fuera del lugar de residencia por un periodo menor a 24 horas. |
| EXCURSIONISMO | Actividad deportiva o recreativa efectuada a pie, cuyo escenario, muy variado, es la naturaleza primitiva asociada normalmente con áreas montañosas, y que se realiza por medio de senderos expresamente habilitados, o rutas identificadas, sin precisar, por lo general, de equipos especiales, y con grado de dificultad variable |

| | |
|--|---|
| <p>EXCURSIONISTAS FRONTERIZOS. (Visitantes Internacionales de México al Exterior- Excursionistas Internacionales- Excursionistas fronterizos)</p> | <p>Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado fuera de México y permanecen en frontera.</p> |
| <p>EXCURSIONISTAS FRONTERIZOS. (Visitantes Internacionales a México- Excursionistas Internacionales- Excursionistas fronterizos)</p> | <p>Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado de México y permanecen en frontera.</p> |
| <p>EXCURSIONISTAS INTERNACIONALES. (Visitantes Internacionales de México al Exterior- Excursionistas Internacionales)</p> | <p>Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado fuera de México.</p> |
| <p>EXCURSIONISTAS INTERNACIONALES. (Visitantes Internacionales a México- Excursionistas Internacionales)</p> | <p>Visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado de México.</p> |

F

FOLLETO TURÍSTICO Publicación impresa de hasta cincuenta páginas que se distribuye, por lo general gratuitamente, con finalidad informativa o publicitaria de un destino, atractivo, monumento, hotel, etc.

G

GASTO TURÍSTICO Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

GASTO POR TURISMO INTERNO Gastos efectuados como resultado directo de viajes por parte de visitantes residentes dentro de su país de residencia. Incluye los gastos en ruta y en los lugares visitados, así como los pagos por adelantado necesarios para la preparación e inicio del viaje y los gastos relacionados con el viaje efectuado en el lugar de residencia a la vuelta del viaje.

GASTO POR TURISMO INTERNACIONAL Los gastos efectuados en el extranjero por visitantes con destino a otros países, incluido el pago de sus traslados internacionales a las compañías de transporte extranjeras. También se deben incluir todos los demás pagos por adelantado o posteriores al viaje por bienes y servicios recibidos en el país de destino.

GRUPO VIAJERO Es un grupo de personas conformadas por familiares y/o amigos que viajan juntos fuera de su entorno habitual con fines turísticos.

H

HÓSPEDAJE Servicio que ofrecen hoteles y establecimientos especializados para crear las condiciones adecuadas de estancia por una noche o más de los turistas o visitantes.



HOTEL

Establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, que ha experimentado con el tiempo diversas transformaciones hasta llegar a sus características específicas de servicio actual, mismas que lo hacen ser considerado como el establecimiento típicamente turístico. Dichas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propias en cuartos y suites, y en su caso, por la disponibilidad de servicios complementarios; por ejemplo los espacios sociales, restaurantes, piscinas, bares y centros nocturnos en los que algunos de ellos son concesionados a terceros (agencias de viajes, tiendas especializadas, estéticas, asesoría de deportes, etc.) El servicio tipo hotel está catalogado como aquél que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista.

Publicación electrónica
sin validez oficial

HOTELES (CLASIFICACIÓN)

Universo de establecimientos considerados como inventario de la medición de la ocupación hotelera:

1 Estrella: Establecimiento que provee al huésped de alojamiento únicamente, sus servicios se limitan a: cambio de blancos y limpieza de la habitación con regadera, lavabo y sanitario, sus muebles son sencillos, su personal de servicio se limita a la limpieza de cuartos.

2 Estrellas: Establecimiento que provee al huésped de alojamiento, cuenta con cafetería a horas determinadas, limpieza en la habitación, cambio de blancos y toallas diario, sus muebles son sencillos, su personal de servicio y atención al huésped se limita a la atención de limpieza en cuartos y recepción de huésped.

3 Estrellas: Establecimiento que provee al huésped de alojamiento, cuenta con servicio de restaurante-cafetería, generalmente de 7 a.m. a 11 p. m., sus muebles y decoración son de tipo comercial, su personal de servicio y atención al público es el necesario en algunos casos bilingües estos últimos.

4 Estrellas: Establecimiento que provee alimentación en restaurante-cafetería, cuenta con bar, servicio de alimentos a las habitaciones mínimo de 16 horas, facilidades de banquetes, personal directivo y supervisor bilingüe (Inglés-Español), personal de servicio uniformado, cambio diariamente de blancos y suministros de baño, su mobiliario y decoración es de calidad comercial.

5 Estrellas: Establecimiento que provee de alimentación uno o varios Restaurantes o Cafeterías, cuenta con Bar con música y entretenimiento, servicio de alimentos a las habitaciones durante 16 horas, locales comerciales, áreas recreativas salón de banquetes y convenciones, Personal Directivo, de supervisión y operativo bilingüe (Inglés-Español), personal de servicio y atención al huésped las 24 horas del día, perfectamente uniformado, su mobiliario, acabados e instalaciones son de calidad selecta.

Grañ Turismo: Establecimiento que provee de alimentación en uno o varios restaurantes o cafeterías, restaurante de especialidades, cuenta con uno o varios bares con música y entretenimiento, centro nocturno o similar, uno o varios salones de banquetes y convenciones, servicio de alimentos a la habitación las 24 hrs., áreas recreativas o centro ejecutivo dependiendo de su ubicación, varios tipos de locales comerciales, personal directivo, de supervisión y operativo bilingüe (Inglés-Español) personal de servicio y atención al huésped las 24 hrs., perfectamente uniformado, su mobiliario, decorado, instalaciones y suministros son de diseño exclusivo y de calidad selecta.

Clase Especial: Establecimiento que por su ubicación, arquitectura, tipo y número de servicios o valor histórico no pueden ser contemplados en las categorías anteriores, sin embargo por sus características especiales, representan un atractivo para el turista. Es así que se pueden encontrar establecimientos de clase especial que por su belleza arquitectónica o por su valor histórico se encuentran protegidos e inventariados. 57



HOTELES SIN OTROS SERVICIOS INTEGRADOS HUÉSPED Unidades económicas dedicadas principalmente a proporcionar servicios de alojamiento temporal en hoteles sin otros servicios integrados.
Persona que se aloja en un hotel.

I
INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

INSTALACIONES TURÍSTICAS Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

INVENTARIO CATASTRO ATRACTIVOS TURÍSTICOS **O DE** Es el catálogo ordenado de los lugares, objetos o acontecimientos de interés turístico de un área determinada. Su elaboración implica dos pasos: a) registro de información y, b) Evaluación de los atractivos turísticos.

J
JERARQUIZACIÓN TURÍSTICA Es el procedimiento por el cual se comparan los atractivos y equipamiento turístico pertenecientes a un universo en estudio, con las condicionantes establecidas en una lista de evaluación, a los efectos de establecer una escala de importancia relativa.

L
LLEGADA PASAJEROS EN AVIÓN CHARTER **DE EN** Pasajeros transportados en aeronaves comerciales con rutas no concesionadas y/o fuera de itinerario que operan esporádicamente.

LLEGADA PASAJEROS VUELOS REGULARES **DE EN** Pasajeros transportados en aeronaves de líneas aéreas con rutas e itinerarios establecidos.

LLEGADA TURISTAS **DE** Número de personas registradas en el mes, clasificadas según su lugar de residencia en nacionales o extranjeras (esta información se toma directamente de los registros, si la dirección ahí anotada pertenece al país, entonces se considera al turista como nacional, en caso contrario se le considera extranjero).

LLEGADA TURISTAS DE Corresponde al número de turistas registrados por el establecimiento durante el mes, clasificados según su lugar de procedencia, en residentes o no residentes en el país.

M
MOTEL

Establecimiento que a diferencia del hotel se ha edificado en forma extensiva, localizado generalmente a lo largo de las carreteras y en la entrada y/o entronque de las autopistas con las ciudades. En su estructura física, las unidades habitacionales son independientes y cuentan con estacionamiento propio. Las unidades se agrupan en torno a unas instalaciones principales que concentran las oficinas de recepción y áreas de esparcimiento y recreación (salas de estar, cafeterías, restaurantes, bares, centros nocturnos, piscinas, etc.). Su instauración data de los años cuarenta en los Estados Unidos y corresponde a la necesidad de alojamiento del turista que se desplaza en automóvil.

N
NACIONALIDAD UN VISITANTE DE La del país que le otorga el pasaporte u otro documento de identidad, aunque resida habitualmente en otro país.
NÚMERO PLAZAS CAMA DE Total de camas con que cuenta un establecimiento de alojamiento turístico.

O
OFERTA TURÍSTICA Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

- Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.
- Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) Organismo de las Naciones Unidas que se preocupa de las materias relacionadas con el sector turismo a nivel mundial. Su sede principal está en Madrid, España.

P

PASAJEROS CRUCERO EN Personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque éste permanezca en el puerto durante varios días.

PATRIMONIO CULTURAL El patrimonio cultural comprende tres elementos:
Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumental, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.
Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia.
Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL Constituye un atractivo que motiva el desarrollo de actividades turísticas determinadas por la apreciación del carácter urbano, arqueológico, artístico, arquitectónico o histórico de un lugar u obra humana.



**PATRIMONIO
NATURAL**

El patrimonio natural comprende tres tipos de formaciones de la naturaleza:

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animal y vegetal amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico.

Los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

**PATRIMONIO
TURÍSTICO**

Es el conjunto potencial conocido o desconocido de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas.

También se define el patrimonio como el conjunto integrado por los atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y la superestructura.

PERNOCTAS

Se refieren al número de días que permanecen los turistas en una localidad. El dato se registra en el lugar de alojamiento.

**PORCENTAJE DE
OCUPACIÓN
(CABAÑAS, VILLAS
Y SIMILARES Y
TIEMPO
COMPARTIDO)**

Indica la proporción de ocupación que registra el establecimiento, y se obtiene dividiendo el total de unidades ocupadas entre el total de unidades disponibles al período de interés. Al final se multiplica por 100 al fin de que éste quede expresado en porcentaje.

**PORCENTAJE DE
OCUPACIÓN
(HOTELES
Y SIMILARES)**

Indica la proporción de ocupación que registra el establecimiento, y se obtiene dividiendo el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al período de interés. Al final se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentaje.

PORCENTAJE DE OCUPACIÓN MENSUAL DE Resultado de dividir el total de cuartos ocupados entre el total de cuartos disponibles al mes. Al final se multiplica por 100 a fin de que éste quede expresado en porcentajes. %de ocupación = $[(\text{Cuartos ocupados nac.} + \text{Cuartos ocupados Ext.}) / (\text{Cuartos disponibles} \times \text{días del mes})] \times 100$.

PRODUCTO TURÍSTICO Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:
a.- Producción de bienes
b.- Las agencias de viajes y
c.- Los operadores turísticos

PROMOCIÓN TURÍSTICA Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita.

Q

QUINTA Casa de recreo en el campo cuyo arriendo solía ser la quinta parte de los frutos o cultivos.

R

RECREACIÓN Constituye un conjunto de actividades individuales o colectivas para la utilización positiva del tiempo libre y el turismo en particular, que contribuyan al desarrollo integral de la persona, mejorando su calidad de vida y la de su familia.

RECURSOS TURÍSTICOS Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.



| | |
|--|--|
| REGISTRO NACIONAL TURÍSTICO (RNT) | Consiste en un sistema que permite contar con una base de datos de todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen operaciones. Para prestar servicios turísticos de manera legal, los prestadores de servicios deben inscribirse en el mismo. |
| RESIDENCIA | Es el lugar/país en que el viajero ha permanecido durante la mayor parte del año anterior (12 meses), o ha permanecido por un período más breve y prevé regresar dentro de los 12 meses para vivir en ese país. |
| RESIDENCIAL | Aquel establecimiento con características de casa habitación, en que se preste el servicio de alojamiento turístico y alimentación, con el sistema de pensión completa o media pensión y cuya capacidad mínima sea de 4 personas. |
| S | |
| SERVICIOS TURÍSTICOS HOSPEDAJE | DE Son aquéllos que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas. |
| SUITES | Establecimientos que ofrecen la renta de unidades de hospedaje, conformadas por una o más habitaciones, baño, estancia con o sin comedor y cocina. Ofrecen generalmente los servicios otorgados en un hotel como: servicio de camaristas, alimentos y bebidas, recepción, etc. |
| T | |
| TASAS OCUPACIÓN | DE La tasa de ocupación de los alojamientos es un concepto basado en la oferta. Es un indicador importante a numerosos efectos. Facilita información sobre las diferencias de uso entre los diversos tipos de establecimientos de hospedaje y si se presenta en datos mensuales también indica la pauta estacional del uso de los alojamientos turísticos. Existen varios tipos de tasa de ocupación. Algunas se refieren a plazas-cama, mientras que otras a habitaciones, viviendas, espacios de acampada y atraques. El número de plazas-cama ofertadas es el número de camas dispuestas en las habitaciones ofertadas, contabilizando una cama doble como dos plazas-cama. |

| | |
|--------------------------------------|--|
| TEMPORADA ALTA | Corresponde al período en el que se concentran los turistas, su época de ocurrencia dependerá del tipo de atractivo turístico. |
| TEMPORADA BAJA | Corresponde al período en el que la afluencia de turistas disminuye significativamente. |
| TOUR | Es un recorrido o desplazamiento en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad. |
| TRANSPORTE | Cantidad de Unidades: Número de vehículos, nave o aeronaves que posee el prestador de servicios turísticos. |
| TRANSPORTE TURÍSTICO | Es todo aquel prestador de servicio turístico legalmente constituido que brinda a los turistas nacionales e internacionales, desplazamiento dentro o fuera del país, traslados, excursiones, circuitos turísticos o alquiler de vehículos con o sin chofer; por empresas de transporte turístico inscritas en el Registro Nacional Turístico, con unidades de transporte debidamente autorizadas, y en la cual le brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios. |
| TRANSPORTE TURÍSTICO ACUÁTICO | Son aquellas embarcaciones flotantes de propulsión a motor y/o de construcción artesanal, que tienen por objeto interconectar centros de interés turístico para posibilitar el disfrute de atractivos turísticos capaces de recorrer océanos, mares, lagos y ríos, inscritas en el Registro Nacional Turístico, aptas para transportar personas en embarcaciones debidamente autorizadas, y en la cual le brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios. |
| TRANSPORTE TURÍSTICO AÉREO | Son aquellas empresas dedicadas a interconectar centros de interés turístico para posibilitar el disfrute de atractivo turísticos utilizando aeronaves, entendiéndose por éstas, aquellas que puedan sustentarse en la atmósfera por reacción del aire y las cuales deben estar debidamente inscritas y autorizadas por el Registro Nacional Turístico y en las cuales brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios. |

| | | |
|--|-----------|--|
| TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE | | Son todas aquellas empresas dedicadas a interconectar centros de interés turístico y/o posibilitar el disfrute de atractivos turísticos utilizando vehículos terrestres de tracción a motor, de remolques diseñados, para ser utilizados con fines de servicios turísticos o transporte de turistas e identificados con placas diferentes al servicio público. |
| TURISMO | | Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado. |
| TURISMO EXTERIOR (Visitantes Internacionales de México al Exterior- Turista Internacional- Turismo al exterior) | AL | Un visitante que permanece fuera de México, una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado. |
| TURISMO INTERIOR (Visitantes Internacionales a México-Turista Internacional- Turismo al interior) | AL | Un visitante que permanece al interior de México una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado. |
| TURISMO EMISOR | | Visitantes residentes que viajan fuera del territorio económico del país de referencia. |
| TURISMO FRONTERIZO (Visitantes Internacionales a México-Turista Internacional- Turismo Fronterizo) | | Un visitante que permanece en la frontera de México una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado. |

| | |
|---|---|
| TURISMO FRONTERIZO (Visitantes Internacionales de México al Exterior-Turista Internacional-Turismo Fronterizo) | Un visitante que permanece en la frontera de otros países con México, una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado. |
| TURISMO INTERIOR | Incluye el turismo interno y el turismo receptor. |
| TURISMO INTERNACIONAL | Se compone de turismo receptor y turismo emisor. |
| TURISMO INTERNO | Visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia. |
| TURISMO NACIONAL | Incluye el turismo interno y el turismo emisor. |
| TURISTA INTERNACIONAL (Visitantes Internacionales a México-Turista Internacional) | Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en México. |
| TURISTA INTERNACIONAL (Visitantes Internacionales de México al Exterior-Turista Internacional) | Un visitante que permanece fuera de México, una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado. |
| TURISTAS | Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos. |
| TURISTAS INTERNACIONALES | Turistas que pernoctan cuando menos una noche en el país visitado. |

TURISTAS NO RESIDENTES EN EL PAÍS Visitantes no residentes en el país que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

TURISTAS NOCHE EN CUARTOS DE HOTEL Se obtiene del registro diario del número de turistas que ocupan los cuartos del establecimiento, por su tiempo de estancia, (número de noches que pernoctan en el establecimiento) y se clasifica según su lugar de procedencia, en residentes o no residentes.

TURISTAS NOCHE EN UNIDADES Se obtiene del registro diario del número de turistas que ocupan las unidades del establecimiento, por su estancia (número de noches que pernoctan en el establecimiento), clasificados también según su lugar de procedencia, residentes o no residentes en el país.

TURISTAS RESIDENTES EN EL PAÍS Visitantes residentes en el país que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

U

UNIDADES DISPONIBLES Es el número de unidades que se encuentran en servicio. No contabiliza las unidades que por reparación o alguna otra causa estén fuera de servicio.

UNIDADES OCUPADAS Registra el total de unidades que fueron ocupadas durante el mes, incluyendo cortesías, tanto por turistas nacionales como por extranjeros.

UNIDADES PROMEDIO Se refiere al número total de unidades disponibles durante el período entre el número de días.

UNIDADES REGISTRADAS Número de unidades que registra el establecimiento ante la SECTUR.

V

- VIAJE O VISITA** Todo desplazamiento fuera del entorno habitual, y se refiere a las actividades que el viajero realiza fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso (Naciones Unidas, 1994).
- VILLAS Y CABAÑAS** Establecimientos conformados por varias unidades de hospedaje aisladas pero dentro de una misma área. Cada unidad de hospedaje cuenta con una o más habitaciones, baño, estancia, comedor y cocineta con utensilios de cocina, se ofrece el servicio de cambio de blancos y limpieza de la unidad. Se ubican generalmente en zonas de temperaturas bajas.
- VISITANTE** Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional (Naciones Unidas, 1994).
- VISITANTE DEL DÍA (EXCURSIONISTA)** Todo visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del lugar o país visitado.
- VISITANTES INTERNACIONALES** Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.
- VISITANTES INTERNACIONALES A MÉXICO** Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses a México, teniendo su residencia habitual en otro país, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en México.
- VISITANTES INTERNACIONALES DE MÉXICO AL EXTERIOR** Toda persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses fuera de México, teniendo su residencia habitual en México, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el otro país.

Z

ZONA TURÍSTICA

Corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas y que cuenta con una unidad paisajística. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño; denominadas áreas turísticas. La Zona Turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran.

Publicación electrónica
sin validez oficial





SECRETARÍA DE **TURISMO**

GOBIERNO
DE **SONORA**



BOLETÍN OFICIAL Y
**ARCHIVO DEL
ESTADO**

GOBIERNO
DE **SONORA**

EL BOLETÍN OFICIAL SE PUBLICARÁ LOS LUNES Y JUEVES DE CADA SEMANA. EN CASO DE QUE EL DÍA EN QUE HA DE EFECTUARSE LA PUBLICACIÓN DEL BOLETÍN OFICIAL SEA INHÁBIL, SE PUBLICARÁ EL DÍA INMEDIATO ANTERIOR O POSTERIOR. (ARTÍCULO 6º DE LA LEY DEL BOLETÍN OFICIAL).

EL BOLETÍN OFICIAL SOLO PUBLICARÁ DOCUMENTOS CON FIRMAS AUTÓGRAFAS, PREVIO EL PAGO DE LA CUOTA CORRESPONDIENTE, SIN QUE SEA OBLIGATORIA LA PUBLICACIÓN DE LAS FIRMAS DEL DOCUMENTO (ARTÍCULO 9º DE LA LEY DEL BOLETÍN OFICIAL).

La autenticidad de éste documento se puede verificar en
[https://boletinoficial.sonora.gob.mx/boletin/publicaciones/
validacion.html](https://boletinoficial.sonora.gob.mx/boletin/publicaciones/validacion.html) CÓDIGO: 2022CCX36III-03112022-6840AEA0D

