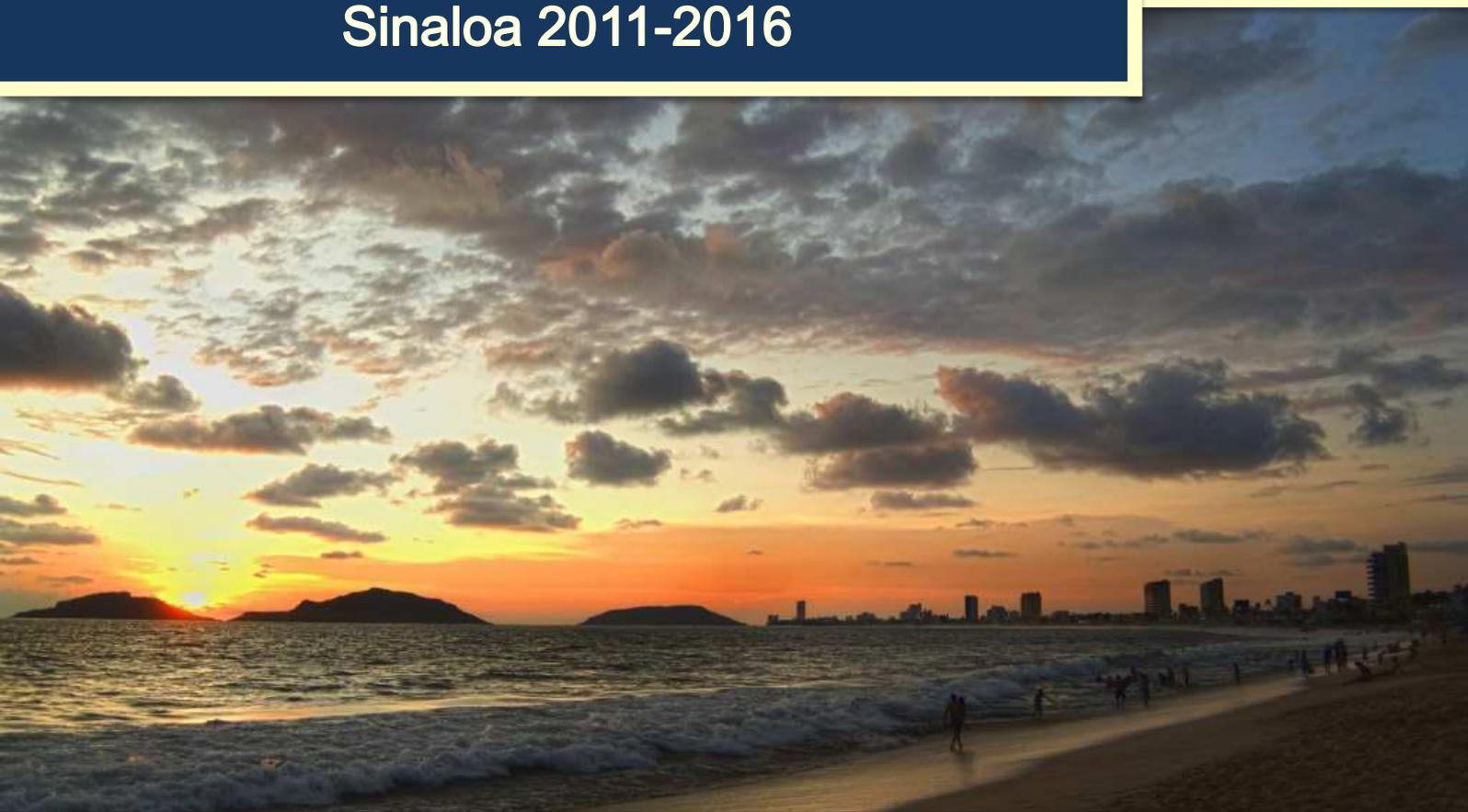


Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa 2011-2016



FOA Consultores®

**Programa Sectorial de Turismo del Estado de
Sinaloa 2011-2016**

Gobierno del Estado de Sinaloa

Directorio

Mario López Valdez
Gobernador Constitucional del Estado de Sinaloa

Oralia Rice Rodríguez
Secretaria de Turismo del Estado de Sinaloa

Salvador Lopez Toledo
Subsecretario de Promoción y Operación Turística

Jorge Alejandro González Olivieri
Subsecretario de Planeación, Inversión y Desarrollo Turístico

Miguel Ángel Lugo Hubp
Director de la Unidad de Proyectos Especiales

Adelaida León Sevey
Directora Adjunta

CAPÍTULO I	METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA 2011-2016	
1.1	METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA 2011-2016	1
CAPÍTULO II	EL MERCADO TURÍSTICO	
2.1	LA IMPORTANCIA DEL TURISMO EN MÉXICO	5
2.1.1	REPERCUSIONES ECONÓMICAS DEL TURISMO EN MÉXICO	5
2.1.2	TURISMO INTERNACIONAL A MÉXICO	6
2.1.3	COMPORTAMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN MÉXICO	7
2.2	SINALOA EN EL CONTEXTO NACIONAL	11
2.2.1	PARTICIPACIÓN DEL TURISMO EN EL PIB ESTATAL	11
2.2.2	PARTICIPACIÓN DE SINALOA EN LA OFERTA HOTELERA	12
2.2.3	PARTICIPACIÓN DE SINALOA EN LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL	13
CAPÍTULO III	DIAGNÓSTICO INTEGRAL DEL TURISMO EN SINALOA	
3.1	SITUACIÓN ACTUAL	13
3.1.1	TURISMO MUNDIAL	18
3.1.2	TURISMO EN MÉXICO	
3.2	DIAGNÓSTICO SECTORIAL – ANÁLISIS FODA	26
3.2.1	FORTALEZAS	27
3.2.2	OPORTUNIDADES	58
3.2.3	DEBILIDADES	66
3.2.4	AMENAZAS	69
CAPÍTULO IV	VINCULACIÓN DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA CON PLANES Y PROGRAMAS FEDERALES Y ESTATALES	
4.1	CONTEXTO INTERNACIONAL	73
4.1.1	REPERCUSIONES ECONÓMICAS DEL TURISMO	73
4.2	EL MERCADO TURÍSTICO MUNDIAL	75
4.2.1	LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES	75
4.2.2	INGRESOS POR TURISMO INTERNACIONAL	76

4.2.3 PARTICIPACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LA GENERACIÓN DEL PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB TURÍSTICO)	78
4.2.4 ACTIVIDAD TURÍSTICA POR PAÍSES	79
4.2.5 PERSPECTIVA DE LAS TENDENCIAS MUNDIALES, PANORAMA 2020	82
4.2.6 TENDENCIAS DEL TURISMO	83
4.3 VINCULACIÓN CON PROGRAMAS FEDERALES	91
4.3.1 PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2012	91
4.3.2 PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2007 – 2012	93
4.4 VINCULACIÓN CON PROGRAMAS ESTATALES	97
4.4.1 PLAN ESTATAL DE DESARROLLO SINALOA 2011 – 2016	97
4.5 MARCO JURÍDICO	99
4.5.1 CONTEXTO JURÍDICO A NIVEL FEDERAL	99
4.5.2 CONTEXTO JURÍDICO A NIVEL ESTATAL	100
CAPÍTULO V MATRIZ ESTRATÉGICA	
5.1 PRINCIPIOS Y VALORES FUNDAMENTALES	103
5.1.1 PRINCIPIOS Y VALORES FUNDAMENTALES	103
5.1.2 MISIÓN Y VISIÓN	105
5.2 ESTRUCTURA ESTRATÉGICA	106
CAPÍTULO VI PROGRAMAS ESTRATÉGICOS TRANSVERSALES	
6.1 AGROTURISMO Y TURISMO RURAL	199
6.2 PLAYA MODELO SUSTENTABLE	203
6.3 CRUCEROS	208
6.4 PROYECTOS TURÍSTICOS DETONADORES	210
6.5 TURISMO ELECTRÓNICO	218
6.6 DESARROLLO DE PROGRAMAS REGIONALES INTERESTATALES	220
CAPÍTULO VII MECANISMOS DE EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO, TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	
7.1 EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROGRAMA SECTORIAL	223
7.2 TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS	225
ANEXOS I-II	

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA

2011-2016

MENSAJE DEL GOBERNADOR



Sinaloa vive entre la costa y la montaña, la tradición, la cultura, la música, la buena comida y la calidez de los sinaloenses; fortalezas inigualables de nuestra tierra para enamorar al visitante; quien siempre quiere regresar.

Al asumir la responsabilidad como Gobernador del Estado, me comprometí a escuchar la voluntad de los sinaloenses por lo que decidí convertir al sector turístico como prioridad de mi gobierno; prueba de ello fue la declaratoria Sexenio del

Turismo, sumando a Sinaloa dentro del Acuerdo Nacional por el Turismo. El turismo es el motor de nuestra economía, ya que genera sentimiento de bienestar en la sociedad, derrama hacia todos los sectores económicos y 24 de cada 100 empleos en Sinaloa son turísticos.

Sinaloa será líder en la generación de ingresos y llegadas por turismo a nivel nacional, con destinos turísticos seguros y exitosos, que sobresalen por los servicios, equipamiento e infraestructura de calidad, con amplia y diversa oferta de productos turísticos, desarrollados en el marco de sustentabilidad (ambiental, económica y social), y fomentando la conservación de la identidad e imagen tradicional, que le ha otorgado posicionamiento a nivel internacional.

Este programa contiene las directrices y metas a alcanzar en el ámbito turístico, para lograr la gran alianza entre los sectores público, privado y social que consoliden nuestros objetivos: colocar a Sinaloa como el principal destino turístico de México, con crecimiento económico sostenido, desarrollo sustentable y vida digna para los sinaloenses.

MARIO LÓPEZ VALDEZ

MENSAJE SECRETARIA DE TURISMO

La Ley de Planeación del Estado de Sinaloa dispone que las dependencias de la administración pública estatal deberán elaborar el programa sectorial respectivo. La Secretaría de Turismo del Estado desarrolló el proceso de planeación estratégica para la construcción del Programa Sectorial de Turismo 2011-2016.

El turismo es la actividad de mayor crecimiento a nivel mundial. Alcanzó 982 millones de turistas haciendo viajes internacionales en el mundo y 1 billón 30 mil millones de dólares de ingresos por turismo en el 2011. Según datos de la OMT, el turismo tendrá tasas anuales de 3.5% de incremento, lo que muestra cada vez más la solidez ante la serie de sucesos económicos, geopolíticos, naturales y sanitarios, que no parecen afectar las decisiones de viajar de los turistas, pero sí a la elección del destino final. Así, la percepción de seguridad se erige como factor clave en la capacidad de atracción de turistas a nuestro Estado.

Sinaloa tiene que transformar la oferta y sistemas de gestión de experiencias para lograr poner en valor turístico la riqueza cultural y natural de nuestro Estado ante los profundos cambios que se están produciendo en la demanda de todo el mundo y que afectan a las preferencias y pautas de comportamiento de los turistas, dentro del escenario de competencia creciente por parte de otros países y destinos.

Sinaloa no podrá afrontar este reto con garantías de éxito si no se crean sistemas estables y efectivos de estrecha colaboración entre el sector público, privado y social, para lo cual este Programa Sectorial de Turismo 2011-2016 presenta los contenidos que ahora ponemos a disposición, mismos que surgen del amplio proceso de planeación participativa realizada a través de foros y talleres a lo largo y ancho del estado de Sinaloa con los líderes del sector y la ciudadanía en general que permitirán definir el rumbo de la actividad turística a través de acciones concretas y del compromiso de los sectores público, privado y

social, quienes aportaron el conocimiento, experiencias y propuestas para crear este Programa, mismo que regirá las bases de la planeación y la política turística de la presente administración estatal.

El trabajo de consulta y análisis integral de la situación actual del estado se enriqueció con la realización de estudios puntuales en materia de competitividad, desarrollo y evaluación de las políticas públicas, lo que permitió establecer las ventajas, las debilidades y los factores exógenos que podrían limitar el desarrollo turístico de la entidad, con el fin de potencializar las ventajas y oportunidades detectadas y mitigar los factores de riesgo, que permitan generar el desarrollo turístico sustentable en el Estado.

Desde el Programa Sectorial de Turismo 2011-2016, debemos enfrentar el reto de hacer de Sinaloa el estado líder en la actividad turística a través de la diversificación de mercados y diferenciación de productos, así como del fomento a la competitividad en el marco de las nuevas tendencias internacionales del turismo orientada a los principios expresados en el Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016.

La integración de esta política turística contiene siete apartados estratégicos con metas que permiten evaluar nuestro desempeño permanentemente. El contenido del documento se sintetiza en: Mejorar la posición competitiva del turismo, Perspectivas de las Tendencias Mundiales, Panorama 2020, Tendencias del Mercado Turístico, Participación del Turismo en el PIB Estatal, Llegadas de turistas Internacionales, Oferta Hotelera, Agro Turismo y Turismo Rural, Playa Modelo Sustentable, Cruceros, Proyectos Turísticos Detonadores, Turismo Electrónico, Desarrollo de Programas Regionales Interestatales.

La ordenación y gestión del territorio turístico dirigido a la preservación de los recursos naturales, la identidad del paisaje y la calidad de la experiencia turística se torna en prioridad para muchas zonas costeras de nuestro país, mismas que están sometidas a la presión urbanística generadora de problemas de masificación y desnaturalización de los

espacios turísticos, con incidencia negativa sobre la contribución socioeconómica del turismo a mediano y largo plazos.

La legislación mexicana debe garantizar el marco de igualdad en las reglas de competencia en el mercado entre la oferta turística reglamentada y la oferta residencial no regulada, seguridad en la tenencia de la tierra, que requieren reforma urgente y profunda en el Congreso.

La dificultad de seguir compitiendo por precio obliga al sector turístico mexicano a invertir y trabajar en el desarrollo de productos y experiencias diferenciadas.

Los recursos humanos son el principal activo estratégico a formar y potenciar para continuar ofreciendo la hospitalidad característica de los mexicanos junto a la mejor calidad del servicio, de tal forma que aporte valor agregado a la experiencia del turista que visita Sinaloa.

Sinaloa debe seguir trabajando en transformar la infraestructura de transporte en mejoras de conectividad para el viajero, a través de la intermodalidad entre los diferentes sistemas de transporte y, en especial, entre el transporte aéreo, marítimo y carretero.

Debe reconocerse, tanto en el sector público a los tres niveles de gobierno, como entre las propias empresas privadas, el papel creciente de la demanda del mercado interno para dinamizar las ventas en los destinos turísticos nacionales, actuando en consecuencia y reforzando campañas de sensibilización, promoción y comercialización de los destinos nacionales ante los propios consumidores mexicanos.

Es cada vez más importante desarrollar sistemas de información avanzados con base en la inteligencia y el conocimiento del mercado, más prospectivos y con capacidad de analizar tendencias del futuro.

La atención y análisis de estos temas hará posible que el turismo sea, efectivamente, la actividad estratégica en la vida económica, social y cultural del Estado que permita mejorar la calidad de vida de los

sinaloenses a partir de las estrategias y acciones concretas de las oportunidades y ventajas que presenta Sinaloa, a partir del aprovechamiento racional de los recursos turísticos, tanto naturales como culturales.

En suma, la política turística de la administración del Gobernador Mario López Valdez, se resume en El Sexenio del Turismo, en el que se trabaja para crear condiciones adecuadas para el desarrollo del sector, la generación de empleos con equidad de género, fortaleciendo la promoción y comercialización de la Marca Sinaloa para lograr crecimiento sostenido en cada segmento y nicho de los mercados nacionales e internacionales.

ORALIA RICE RODRÍGUEZ

Capítulo I

METODOLOGÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA 2011-2016



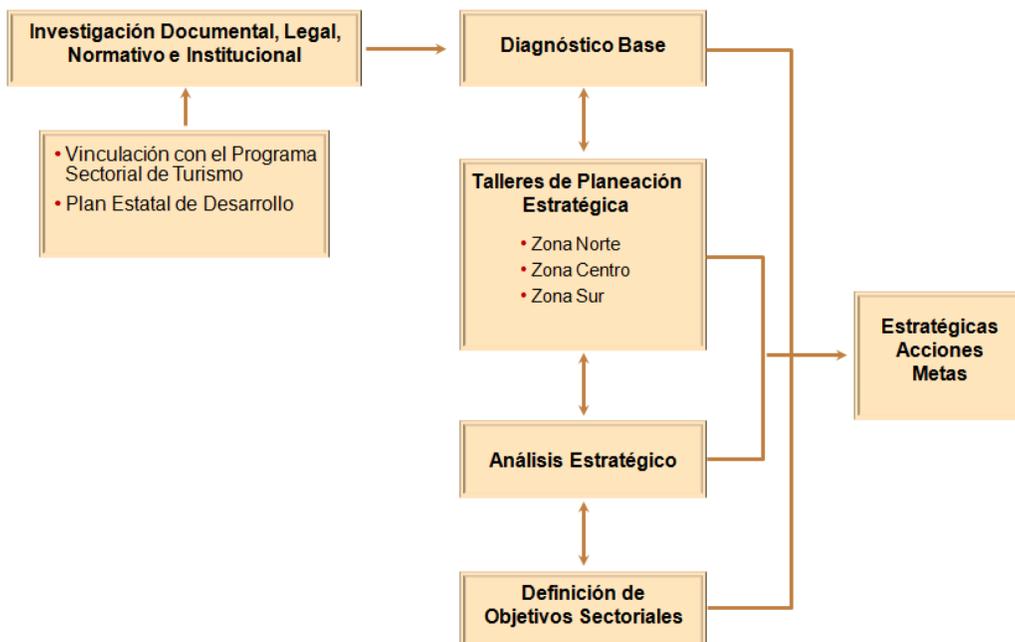
I. Metodología para la Elaboración del Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa 2011-2016

El Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa 2011-2016 es el instrumento que regirá las bases de la planeación y la política turística de la presente administración estatal. Para la elaboración, se realizó el análisis integral de la situación actual del Estado, que permitió establecer las ventajas competitivas y las debilidades y factores exógenos que podrían limitar el desarrollo turístico de la entidad, con el fin de potencializar las ventajas y oportunidades detectadas y mitigar los factores de riesgo, que permitan generar desarrollo turístico sustentable en el Estado. A través de este diagnóstico, se determinaron los ejes rectores, objetivos sectoriales, las líneas estratégicas, acciones y metas a seguir, para consolidar el desarrollo del sector turístico en la entidad, con beneficios directos para la población, bajo criterios de respeto y conservación al medio ambiente, y de respeto y fomento de la identidad socio-cultural de ser sinaloenses.

Parte fundamental en la elaboración del diagnóstico e integración de las estrategias y acciones a seguir, fue la participación activa de todos los sectores involucrados en la actividad turística de Sinaloa. Los talleres de planeación estratégica elaborados para las tres regiones turísticas del Estado, dentro de los cuales los principales actores del sector turístico estatal detallaron la problemática presente en cada región y desarrollaron propuestas concretas para mejorar y dinamizar el turismo en el estado, promoviendo mayores beneficios para las comunidades locales.

Todas estas propuestas están integradas a lo largo del presente documento, y como parte de los anexos se detallan los resultados obtenidos en cada una de las regiones. Estos procesos de planeación estratégica participativa se llevaron a cabo en las ciudades de Los Mochis con la participación de 61 asistentes durante el 25 y 26 de agosto, en Culiacán con la asistencia de 33 personas los días 29 y 30 de agosto y en Mazatlán del 1 al 2 de septiembre con 87 asistentes.

Fig 1. 1 Metodología para la Elaboración del Programa Sectorial de Turismo 2011-2016



Todos estos procesos, acompañados del análisis detallado de la situación actual en el sector turístico estatal, y el posicionamiento dentro del contexto nacional e internacional, permiten establecer de manera clara y acertada la política turística que permita el impulso de la actividad turística en el Estado, posicionando a esta actividad como el principal motor del desarrollo de la economía estatal.

Capítulo II

EL MERCADO TURÍSTICO



El Yarellado
Steak and Burgers

MENU

Menu board listing various food items and prices.

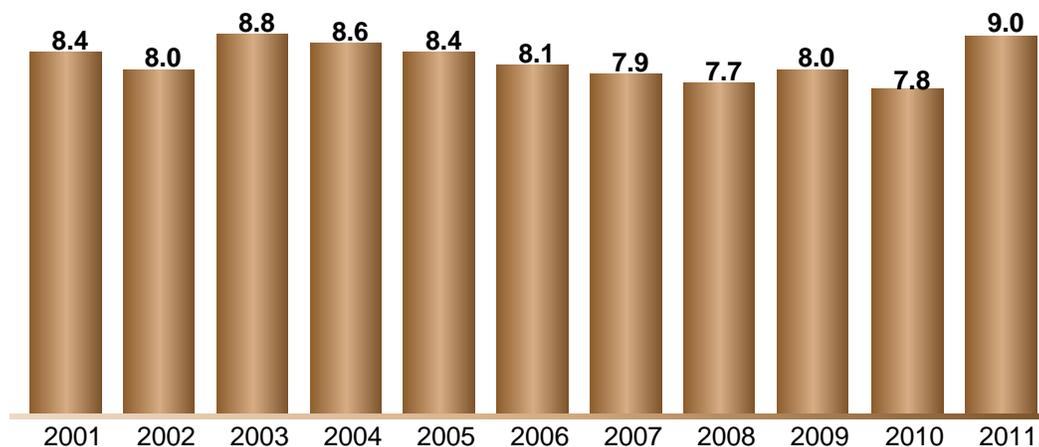
II. El Mercado Turístico

2.1 La Importancia del Turismo en México

2.1.1 Repercusiones Económicas del Turismo en México

El turismo se ha convertido en una importante actividad económica para México. En 2011 participó con el 9% del Producto Interno Bruto brindando empleo a 3.3 millones de personas; en el 2010 se presenta una ligera caída en el PIB turístico, que puede explicarse por factores como la desaceleración de la economía de Estados Unidos, la alerta sanitaria por el virus AH1N1, y la inseguridad que enfrenta actualmente el país. Sin embargo muestra una rápida recuperación, alcanzando en el 2011 la mayor participación alcanzada durante los últimos 10 años, del orden del 9%.

Fig. 2.1 Evolución del PIB Turístico de México 2001-2011



Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México 2006-2010. INEGI.

Cuaderno de Información Oportuna Regional. Núm. 110. Cuarto Trimestre 2011. INEGI

Ocupa el tercer lugar en captación de divisas, después de las exportaciones petroleras, y de las remesas enviadas por mexicanos que trabajan en el extranjero.

Tabla 2.1 Ingresos por Divisas
(Millones de dólares)

Sectores de Actividad	Año								
	2001	2002	2003	2004	2005	2008	2009	2010	2011
Exportaciones petroleras	12,799	14,476	18,602	23,667	31,895	50,655	30,882.9	41,682.3	56,426.1
Remesas	8,895	9,815	13,396	16,613	20,035	25,137	21,181.1	21,271	22,730.9
Ingresos por turismo	8,401	8,858	9,362	10,753	11,795	13,289	11,275.2	11,871	11,662.8

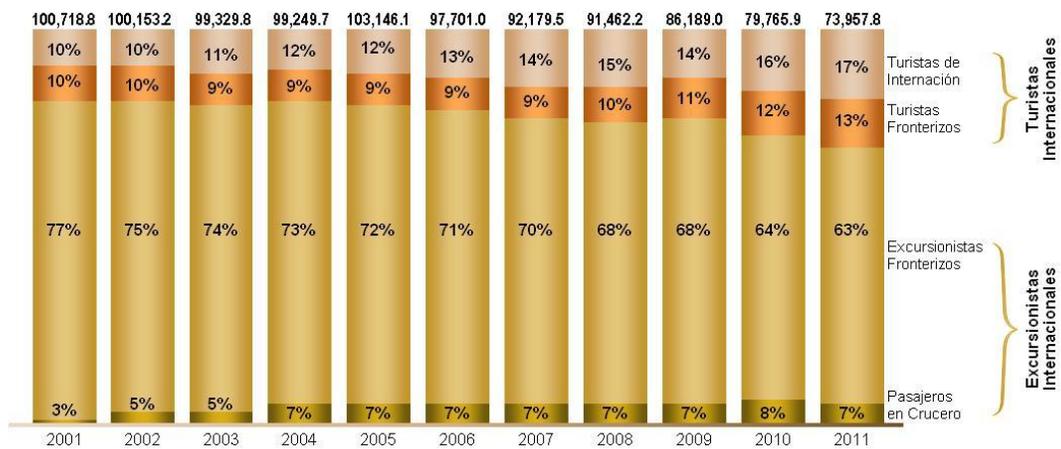
Fuente: Balanza Comercial, Informe Anual 2011. Banco de México.

2.1.2 Turismo Internacional a México

Durante la última década, los turistas de internación (los que pernoctan por más de 24 horas en el país), han incrementado de 5.9 a 9.4 millones, con TMAC de 4.7% promedio anual, situación que ha permitido incrementar los ingresos por turismo de 10.5 a 13.2 millones de USD, aunado a que el gasto promedio se incrementó de \$585.3 a \$713.8 USD.

La disminución en el flujo de visitantes internacionales a México se presenta sólo en excursionistas fronterizos, en tanto el mayor crecimiento se observa en pasajeros en crucero, que a pesar de los recientes problemas que ha tenido esta industria en el país, registra tendencia creciente con tasa media de crecimiento del orden del 3.5% promedio anual para el periodo 2001-2011.

Fig. 2.2 Visitantes Internacionales a México
(Miles de turistas)



TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual.

Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2011. SECTUR

2.1.3 Comportamiento de la Actividad Turística en México

En el 2011, México recibió 86.1 millones de llegadas de turistas hospedados en hoteles, de los cuales el 83% son nacionales y el 17% extranjeros.

En el periodo 2001-2011 los turistas nacionales crecieron en promedio anual 4.1%, contra sólo el 0.8% (promedio anual) del mercado internacional para el mismo periodo.

Tabla 2.2 Principales Indicadores de la Ocupación Hotelera a Nivel Nacional 2001-2011

Indicadores	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	TMCA 01-11
Cuartos Promedio (miles)	353.6	414.5	429.3	435.8	477.1	491.3	505.7	520.7	3.9%
Llegadas de Turistas (millones)	61.2	72.4	74.8	80.7	87.7	80.2	83.6	86.1	3.5%
Nacionales	47.6	56.0	58.1	63.9	69.7	65.6	68.6	71.3	4.1%
Extranjeros	13.6	16.4	16.7	16.8	18.0	14.6	15.0	14.8	0.9%
Participación Nacional (%)	77.8%	77.3%	77.6%	79.2%	79.5%	81.8%	82.0%	82.8%	
Participación Extranjeros (%)	22.2%	22.7%	22.4%	20.8%	20.5%	18.2%	18.0%	17.2%	
Porcentaje de Ocupación	51.89	51.88	52.98	52.10	51.36	44.54	46.94	47.31	
Estadía promedio	2.16	2.12	2.12	2.05	2.00	1.95	2.02	2.04	

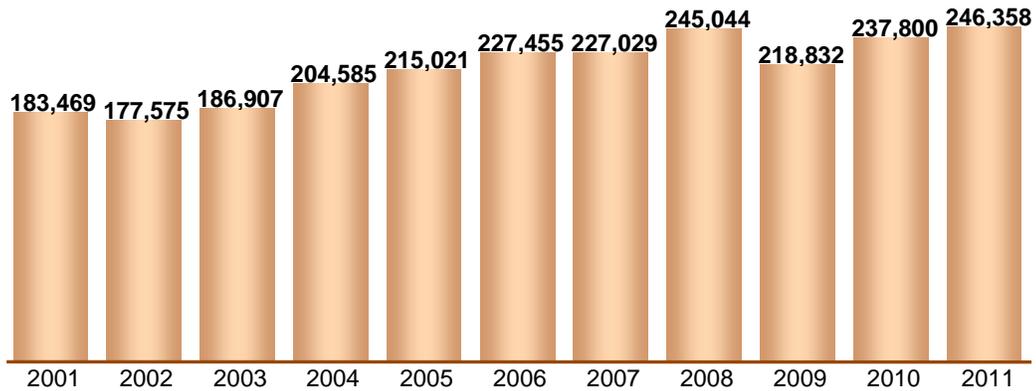
Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2011 SECTUR.

La infraestructura hotelera nacional ha crecido en 3.9% promedio anual, lo que equivale a la construcción de alrededor de 17 mil cuartos por año, llegando al total de 520 mil cuartos a nivel nacional para el 2011.

Esta oferta no incluye otras modalidades de alojamiento temporal como la vivienda turística, que durante la última década ha tenido comportamiento destacado en México, si bien no se lleva inventario preciso, se estima que entre el 2005 y el 2010 se han adquirido alrededor de 53 mil unidades en los principales destinos turísticos mexicanos.

Del total de la oferta hotelera nacional, el 57.1% es de alta categoría turística (4 estrellas y más), lo que indica que parte importante de la nueva oferta hotelera que se construye es de alto nivel, ya que en 2001 esta categoría participaba con el 52.2%. La ley de la oferta y la demanda hotelera ha repercutido de tal forma que, al incrementarse en 60% el número de habitaciones en México durante la última década, el nivel de ocupación promedio ha bajado en casi 5 puntos porcentuales.

Figura 2.3 Evolución del Número de Cuartos Ocupados a Nivel Nacional 2001-2011 (Miles de Cuartos)

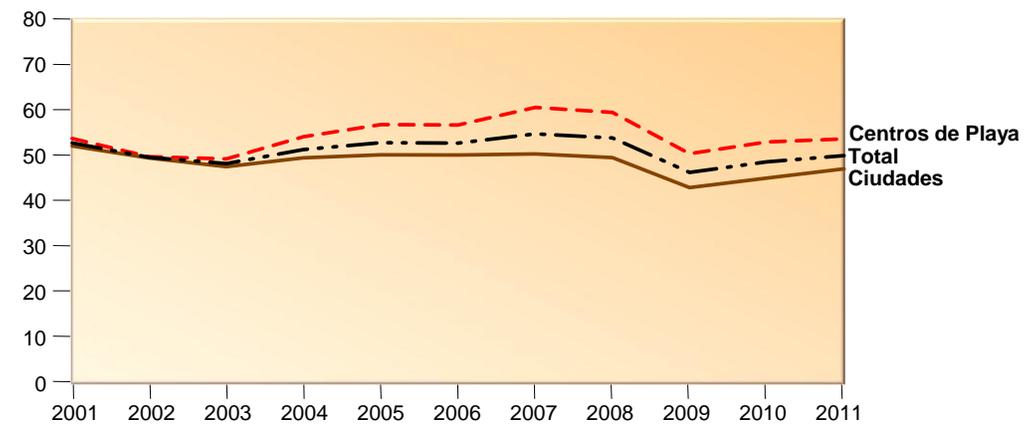


Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

Sin embargo, al multiplicar el número de cuartos por la ocupación, se observa el crecimiento de 34% en la demanda de cuartos a nivel nacional.

Los centros de playa son los que han obtenido mejor nivel de ocupación.

Figura 2.4 Porcentaje de Ocupación (%) por Tipo de Centro 2000-2011



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

Tarifas Promedio

Los Cabos es el destino de playa mexicano que registra las tarifas hoteleras más altas para hoteles categoría 5 estrellas, con diferencia considerable respecto al resto de los destinos de playa.

Tabla 2.3 Comparativo de Tarifas Promedio en Destinos de Playa en México (pesos)

Destino	5 Estrellas	4 Estrellas
Los Cabos	2,266	1,160
Nuevo Vallarta	1,696	1,300
Cancún	1,540	920
Ixtapa	1,510	1,335
Mazatlán	1,420	1,210
Acapulco	1,300	1,015
Puerto Vallarta	1,210	1,013

Incluye hospedaje en plan europeo en base a ocupación doble

Fuente: Investigación referida en [www. http://reforma.hotelesmexico.com](http://reforma.hotelesmexico.com)



2.2 Sinaloa en el Contexto Nacional

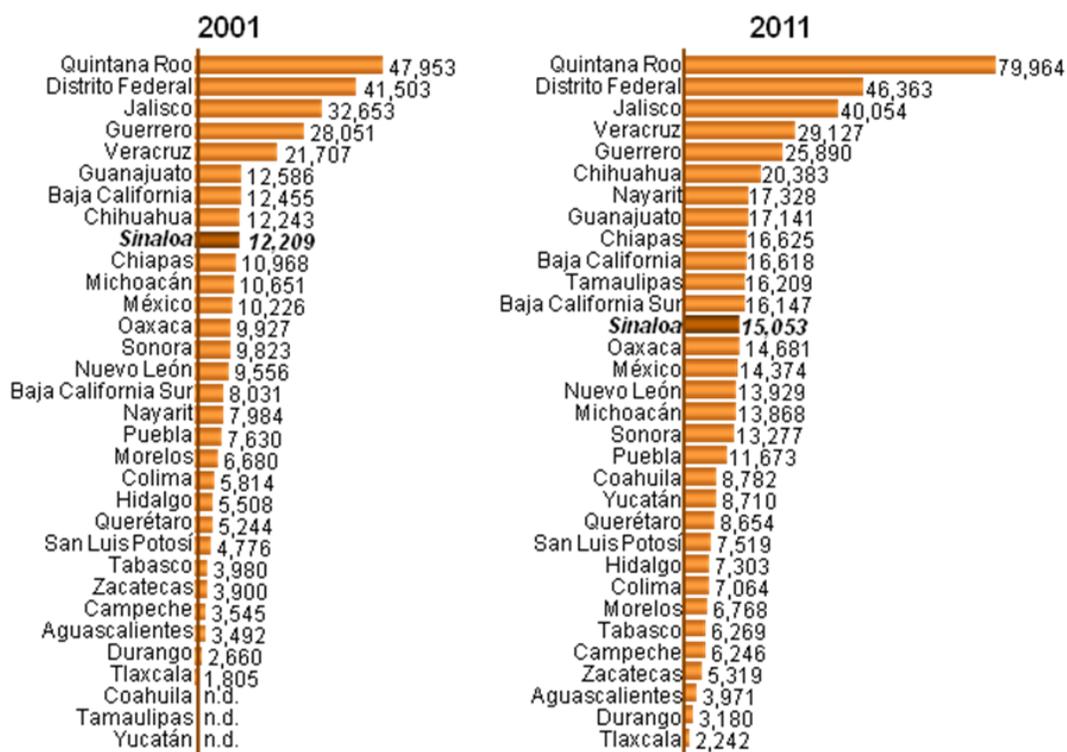
2.2.1 Participación de Sinaloa en la Oferta Hotelera

La oferta hotelera actual del país asciende a 520.7 mil cuartos, de los cuales el 2.9% se concentran en el estado de Sinaloa. En los últimos 10 años se registra crecimiento en la construcción de nueva oferta hotelera equivalente a 284 cuartos nuevos en promedio por año.

El crecimiento en la oferta hotelera tendrá mayor dinámica a partir de la construcción del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable Playa Espíritu, en Teacapan, municipio de Escuinapa, localizado a 1.5 horas de Mazatlán, vía carretera.

En esta década, la oferta hotelera de Sinaloa ha crecido en un 23%; sin embargo ha perdido participación en la disponibilidad de oferta hotelera a nivel nacional, al pasar de la posición 9 en 2001 al lugar 13 en 2011.

Figura 2.5 Evolución de la Posición de la Oferta Hotelera en México



Fuente: Compendio estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.



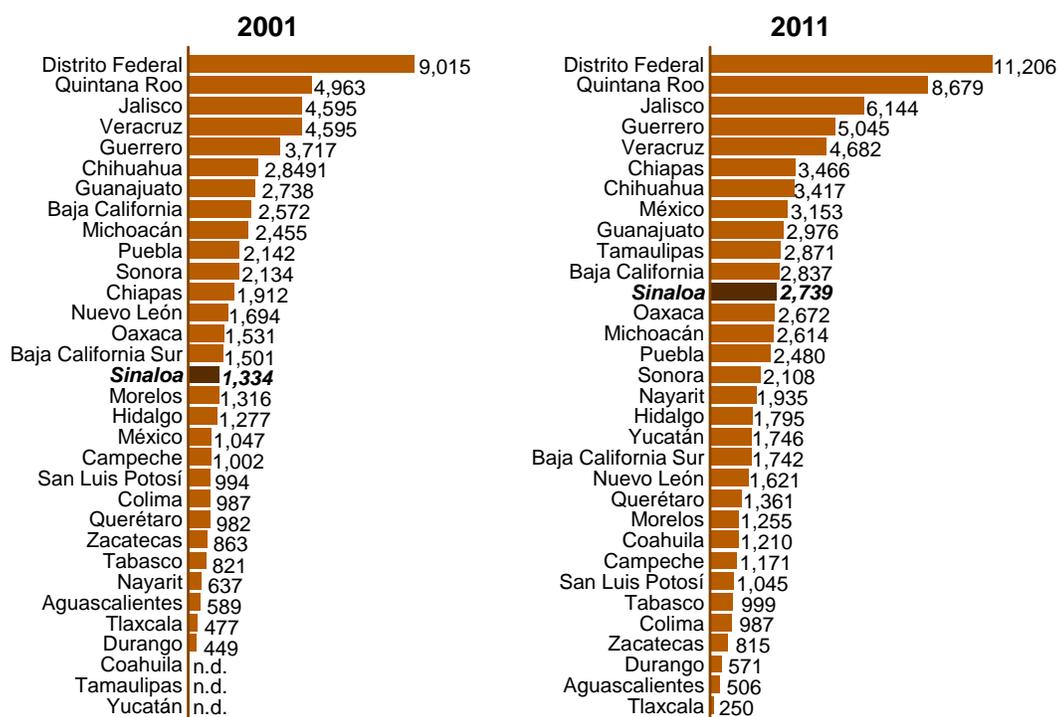
Tomando en cuenta que el nuevo CIPS Playa Espíritu planea la construcción de 44,000 cuartos en los próximos 15 años (el doble de los que se habían planeado originalmente para Cancún). Se estima que Sinaloa se ubicará en los primeros 5 lugares de mayor oferta hotelera dentro de la próxima década.

2.2.2 Participación de Sinaloa en la Demanda Turística Nacional

Sinaloa registró 2.7 millones de turistas hospedados al cierre del 2011, que implica que en los últimos 10 años prácticamente duplicó la cantidad de estos turistas; esto representa una alta tasa de crecimiento promedio anual del orden de 7.5% para el periodo 2001-2011.

Esta situación lo coloca en una mejor posición a nivel nacional, ocupando el lugar número 12 en afluencia turística, ganando cuatro posiciones con respecto al 2001.

Figura 2.6 Evolución de la Posición de Sinaloa en la Afluencia Turística en México 2001-2011 (miles)



Fuente: Compendio estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

El principal mercado que atienden los destinos turísticos del estado es el doméstico, del total de los turistas hospedados el 84% es nacional.

Capítulo III

DIAGNÓSTICO INTEGRAL DEL TURISMO EN SINALOA



III. Diagnóstico Integral del Turismo en Sinaloa

3.1 Situación Actual

3.1.1 Turismo Mundial

El turismo representa un importante fenómeno con repercusiones multidisciplinares, que ha consolidado su relevancia como un factor económico de primer orden a nivel mundial.

La importancia económica de esta actividad a nivel mundial se observa en las siguientes cifras¹:

- La industria de los viajes y el turismo contribuyó en 2011 con el 2.8% del PIB mundial, cifra que asciende a 9.1% si se consideran los beneficios indirectos de la industria (todos los insumos consumidos para el sector, que involucra la demanda de bienes y servicios producidos por otros sectores como el agropecuario, transportes, construcción, etc.); además:

Para el mismo año, el 5% de la inversión mundial se concentró en el sector turístico, aunque ha registrado un mejor desempeño en años anteriores a la crisis, por ejemplo durante el 2009, la inversión en el sector turístico concentró el 9.2% de la inversión mundial.

- El turismo tiene una alta capacidad de generación de empleos, uno de cada doce empleos a nivel mundial se debe al turismo, lo que representa el 8.6% del empleo mundial (254 millones de personas trabajan en actividades relacionadas directa e indirectamente en el sector turístico). En este punto cabe aclarar que la industria turística no solo genera empleos directamente

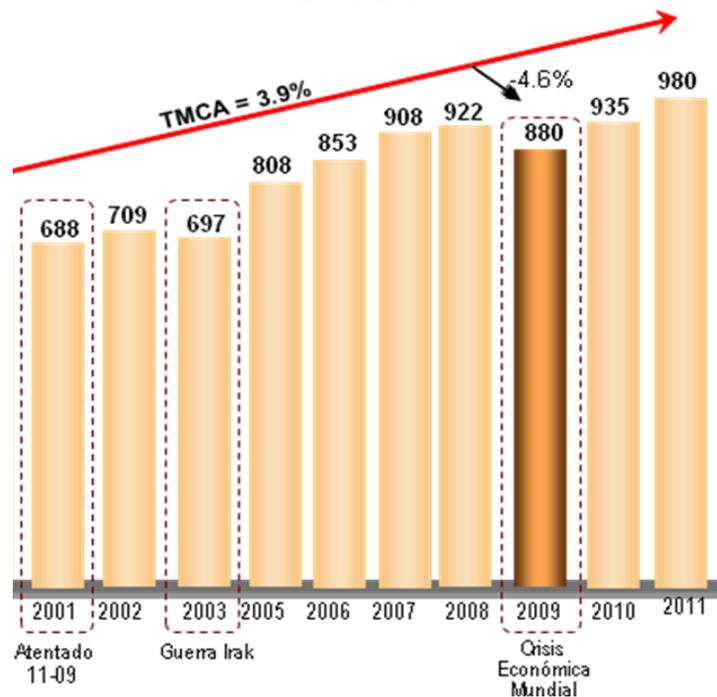
¹ Fuente: Economic Impact Research, 2012. World Travel and Tourism Council.

relacionados con el sector, sino con otros sectores complementarios (transportes, comercio, construcción, etc.)

- Es uno de los sectores más representativos en exportaciones a nivel mundial, concentrando el 5% de las exportaciones mundiales, es el sexto exportador en el mundo y el primer lugar en el sector servicios.

El turismo a nivel mundial registró 980 millones de llegadas internacionales durante el 2011, superando la caída de 2009, con crecimiento sostenido de 3.6% promedio anual para el periodo 2001-2011.

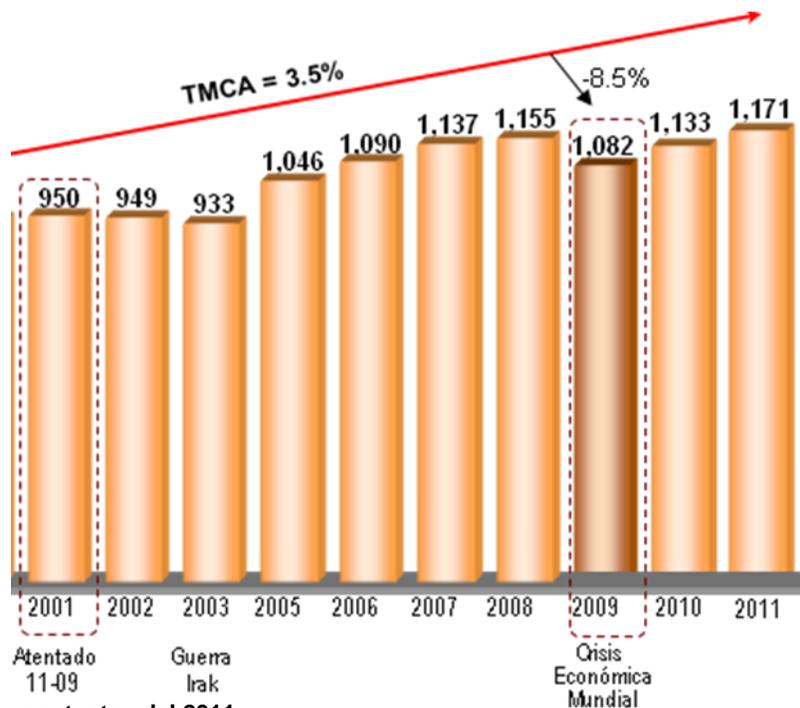
Figura 3.1 Evolución de Llegadas de Turistas Internacionales a nivel Mundial 2001-2011



TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual.
Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2012.

Para el 2011, la actividad turística generó más de 1,171 billones de dólares. Si bien es un indicador altamente vulnerable, también muestra una rápida recuperación, aún con los efectos de la recesión mundial los flujos turísticos internacionales han continuado e incluso registrado crecimientos, pero modificando algunos de los comportamientos como menor estadía y menor gasto; es decir, continúan viajando pero gastan menos y sus estancias en los destinos visitados son menores.

Figura 3.2 Evolución de Ingresos por Turismo Internacional 2001-2011 (Billones de dólares)



* Precios constantes del 2011.

TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual.

Fuente: Barómetro OMT del Turismo Mundial. Vol. 10. Marzo 2012.
World Travel and Tourism Council, 2012

Las potencias turísticas internacionales que se han consolidado son: Francia, Estados Unidos y España manteniendo su posición en los primeros lugares en llegadas de visitantes internacionales, destacando el caso de China, que ha registrado un crecimiento muy acelerado en la última década.

**Tabla 3.1 Principales Destinos a Nivel Mundial
Llegada de Visitantes internacionales (Millones)**

Pos.	2010		2011	
	País	Turistas Int.	País	Billones de US\$
1	Francia	76.8	Francia	79
2	Estados Unidos	59.7	Estados Unidos	63
3	China	55.7	China	58
4	España	52.7	España	57
5	Italia	43.6	Italia	49
6	Reino Unido	28.1	Reino Unido	30
7	Turquía	27	Turquía	30
8	Alemania	26.9	Alemania	28
9	Malasia	24.6	Malasia	25
10	México	22.4	México	23
11	Austria	22	Austria	23
12	Ucrania	21.2	Ucrania	22
13	Hong Kong	20.1	Rusia	22
14	Rusia	19.4	Hong Kong	22
15	Canadá	16.1	Canadá	16

Fuente: Tourism Highlights, 2011, World Tourism Organization.

México se encuentra dentro de los 10 principales destinos del turismo internacional, pero ha perdido posiciones ya que en 2005 se encontraba en el lugar número 7.

Con respecto a los ingresos generados por el turismo internacional, Estados Unidos es el país con mayor ingreso por este concepto, en 2011 recibió 155.1 miles de millones dólares y China por su parte alcanza ya el cuarto lugar, por debajo de España y Francia.

México se encuentra actualmente en el lugar número 23 a nivel mundial en la captación de ingresos por turismo internacional.

Tabla 3.2 Principales Destinos en el Mundo por sus Ingresos por Visitantes Internacionales

Pos.	2010		2011	
	País	Turistas Int.	País	Billones de US\$
1	EUA	144.6	EUA	155.1
2	España	61.4	España	65.7
3	Francia	54.6	Francia	55.5
4	China	54.3	China	50.9
5	Italia	40.9	Italia	42.5
6	Alemania	47.1	Alemania	48.4
7	Reino Unido	37.3	Reino Unido	39.7
8	Australia	22.6	Australia	19.5
9	Hong Kong	22.9	Hong Kong	26.9
10	Turquía	23.9	Turquía	27.6
11	Tailandia	25.2	Tailandia	31.2
12	Austria	22.5	Austria	22.6
13	Malasia	21.1	Malasia	19.1
14	Canadá	16.0	Canadá	15.8
15	Suiza	20.9	Suiza	20.7
16	India	15.6	India	17.2
17	Singapur	15.8	Singapur	17.9
23	México	13.2	México	11.8

Fuente: Tourism Highlights, 2011, World Tourism Organization.

3.1.2 Turismo en México

El turismo internacional en México tiene dos grandes componentes, los excursionistas internacionales, que incluyen excursionistas fronterizos y pasajeros en crucero; y los turistas internacionales, tanto fronterizos como receptivos.

En cuestión de volumen, el segmento más representativo son los excursionistas fronterizos, ya que genera aproximadamente el 63% de las llegadas de visitantes internacionales a México; pero representa solo el 20.5% de los ingresos generados por turismo.

El turismo de internación genera la mayor parte del ingreso turístico, representando el 79.5% del total. El turismo de cruceros por su parte, aporta solo un 4.1% del ingreso turístico total a nivel nacional.

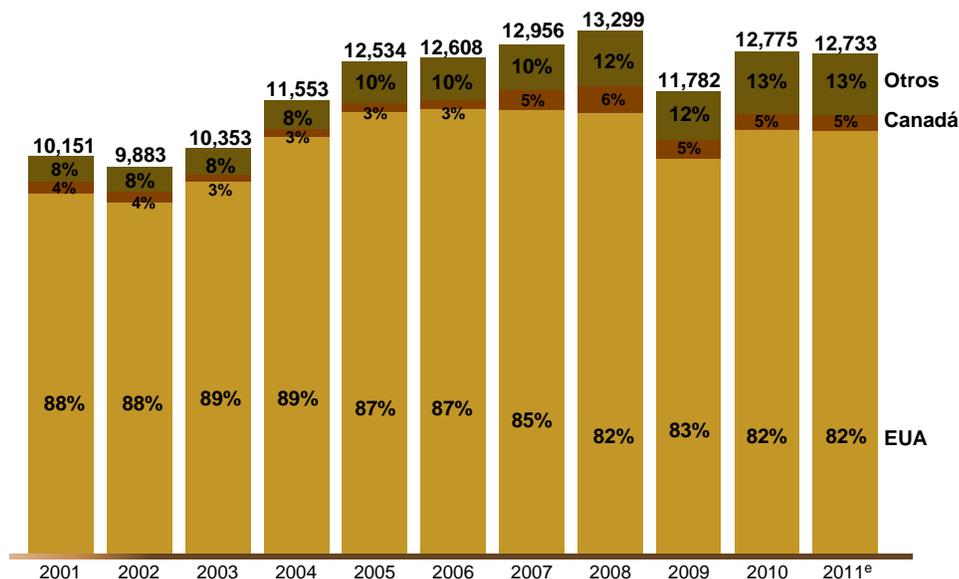
**Figura 3.3 Gasto Turístico Total a México, 2011.
11,662.9 Millones de Dólares.**



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

El principal mercado geográfico para México es Estados Unidos de Norteamérica, para el 2010 el 83% de los turistas internacionales provenían de este país. Por su parte, Canadá está incrementando su participación en los últimos años.

Fig. 3.4 Turismo Receptivo a México 2001-2010
Cifras en Miles de Visitantes

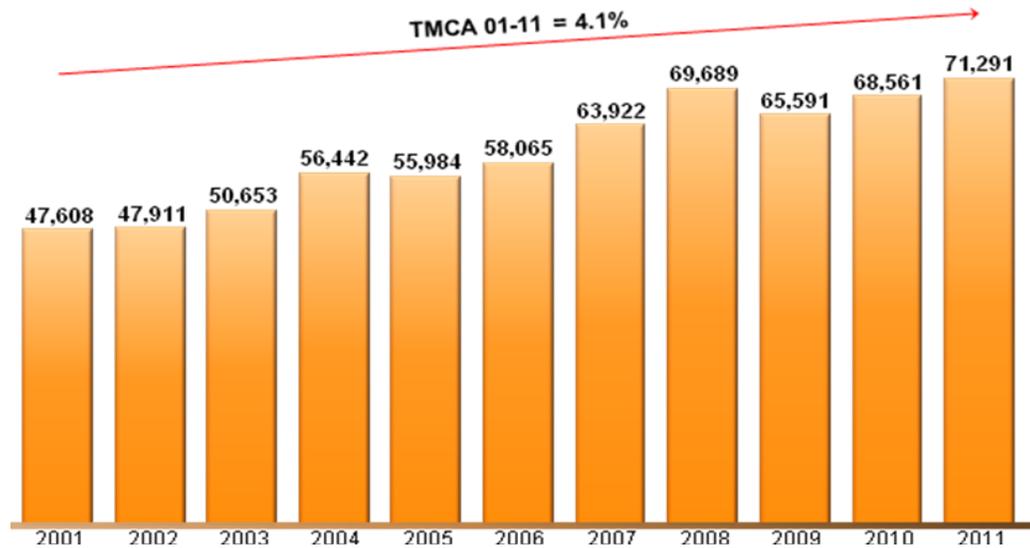


Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

El turismo doméstico constituye el elemento principal de la actividad turística en nuestro país, representa aproximadamente el 83% del total de turistas hospedados en hoteles.

Registra una tasa media de crecimiento del 4.1% en promedio anual para el periodo 2001-2011, y particularmente a partir del 2004 registra importantes crecimientos anuales; aunque para el 2009 también presentó caída, que puede explicarse como efecto de la emergencia sanitaria del virus AH1N1, y en menor medida, por la crisis económica.

**Fig. 3.5 Evolución del Turismo Doméstico en México 2001-2011
(Miles de Visitantes)**



Fuente: Compendio Estadístico de Turismo en México, 2011. SECTUR.

3.1.3 Marco de Referencia del Estado de Sinaloa

Ubicación Geográfica

El Estado de Sinaloa se encuentra ubicado en la Región Noroeste de la República Mexicana, tiene extensión territorial de 58,328 Km²; colinda al oeste con el Océano Pacífico y Sonora; al norte, con Sonora y Chihuahua; al este, con Durango y Nayarit; y al sur, con Nayarit y el Océano Pacífico. Cuenta con 650 Km. de costa y temperatura promedio anual de 25°C.

Fig. 3.6 Ubicación Geográfica



Actividad Turística en el Estado de Sinaloa

División Geográfica del Estado de Sinaloa

El Estado de Sinaloa cuenta con gran diversidad de recursos turísticos naturales y culturales, con amplio potencial para ser aprovechados desde el punto de vista turístico, muchos de ellos aún no tienen la infraestructura turística necesaria para captar flujos importantes; por el contrario, existen destinos ya posicionados a nivel nacional e internacional, tal es el caso de Mazatlán.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo de Sinaloa, el Estado se divide en tres regiones turísticas: Zona Norte, Zona Centro y Zona Sur, las que presentan niveles de desarrollo turístico y productos turísticos diferenciados, que incluyen los municipios que se describen a continuación.

Fig. 3.7 Zonas Turísticas del Estado de Sinaloa

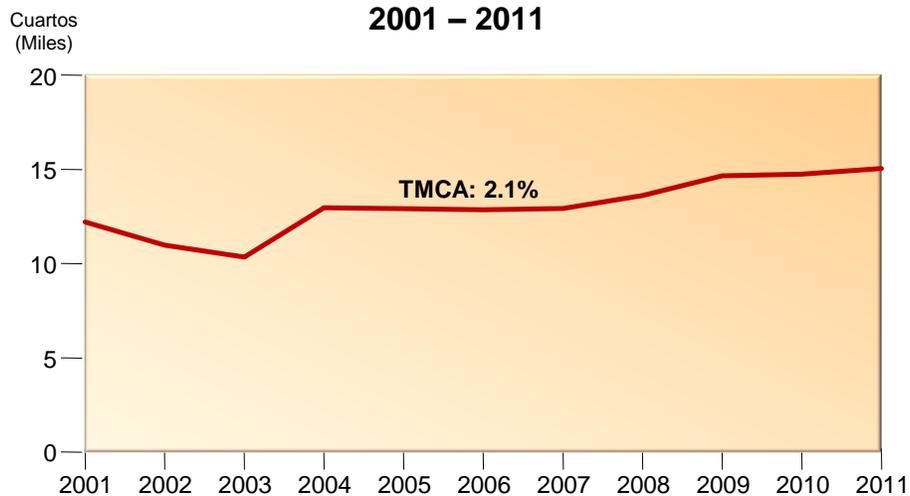


Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa

Oferta Hotelera

La oferta hotelera de Sinaloa asciende a 15,053 cuartos (incluye sólo categorías de 1 a 5 estrellas) con tendencia de crecimiento del 2.1% promedio anual en el periodo 2001-2011.

Fig. 3.8 Evolución de la Oferta Turística Hotelera en Sinaloa, 2001 – 2011

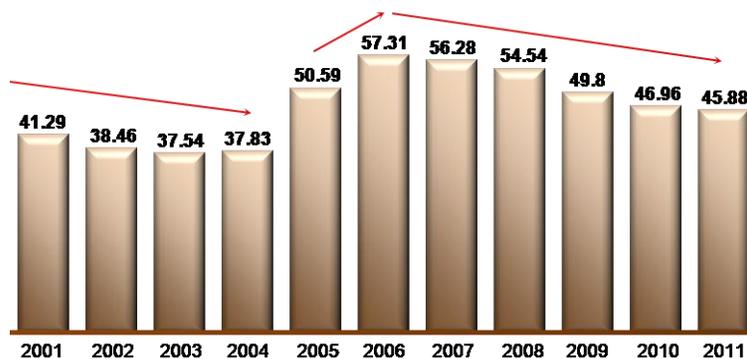


Nota: Incluye solo categorías de 1 a 5 estrellas
 Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Factor de Ocupación Hotelera

Debido al incremento en la oferta de cuartos de 2.1% promedio anual del Estado, se refleja en la baja evolución del factor de ocupación

Fig. 3.9 Evolución del Factor de Ocupación en Sinaloa



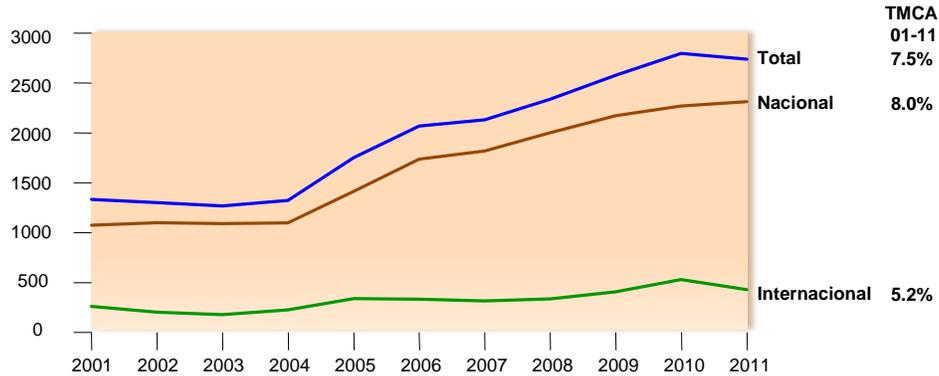
Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Análisis de la Demanda Turística

En 2011, el Estado de Sinaloa recibió cerca de 2.7 millones de turistas hospedados, con 84% participación del turismo nacional.

El mercado doméstico, creció al 8% promedio anual durante la última década; el turismo extranjero también se ha ido incrementando 5.2% promedio en el mismo periodo.

Fig. 3.10 Evolución de la Afluencia Turística de Sinaloa, 2001 - 2011

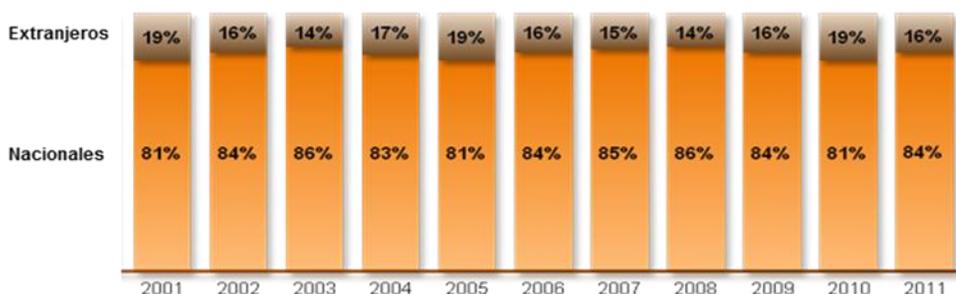


TMCA: Tasa de Crecimiento Anual.

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

La composición de la mezcla de visitantes prácticamente se ha mantenido durante el periodo 2001 – 2011, siendo el mercado nacional el que ganó 3 puntos más de participación en este lapso.

Fig. 3.11 Mezcla de Visitantes 2001 - 2011

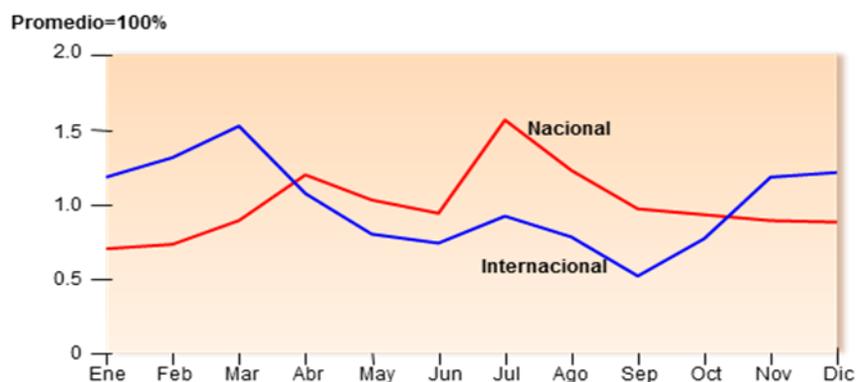


Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Estacionalidad de la Afluencia Turística

Debido a que la mayoría de visitantes hospedados en Sinaloa son nacionales, se observa mayor afluencia durante los periodos vacacionales de verano (julio y agosto) y Semana Santa (abril y mayo). Por otra parte, la estacionalidad del turismo extranjero es mayor durante los meses de noviembre a marzo.

Fig. 3.12 Estacionalidad de la Afluencia Turística en el Estado, 2011



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

3.2 Diagnóstico Sectorial – Análisis FODA

Del análisis estratégico FODA para el sector turístico del estado de Sinaloa se destacan los siguientes elementos:

Tabla 3.3 Análisis FODA del Sector Turístico Estatal

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Ubicación geográfica privilegiada 	<ul style="list-style-type: none"> Amplio potencial para la diversificación de productos turísticos que atiendan de igual manera a diversos segmentos de mercado
<ul style="list-style-type: none"> Nuevos proyectos de infraestructura regional que impactarán de manera positiva el desarrollo del Estado 	<ul style="list-style-type: none"> Construcción de proyectos de infraestructura regional que impactarán de manera positiva el desarrollo del Estado, como el fortalecimiento de la infraestructura portuaria en Mazatlán y Topolobampo.
<ul style="list-style-type: none"> Gran inventario de atractivos turísticos naturales y culturales 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor integración interestatal para conjunción de esfuerzos y recursos en el diseño y promoción de nuevos productos y/o rutas turísticas.
<ul style="list-style-type: none"> Infraestructura de acceso aéreo, ferroviario, marítimo y terrestre 	<ul style="list-style-type: none"> Promover mayor conectividad aérea
<ul style="list-style-type: none"> Cuenta con un polo de desarrollo turístico con reconocimiento nacional e internacional (Mazatlán) 	
<ul style="list-style-type: none"> Importante infraestructura de apoyo a la actividad turística 	
<ul style="list-style-type: none"> Primeros lugares en producción y abasto de alimentos a nivel nacional. 	
<ul style="list-style-type: none"> Interés y apoyo de los tres órdenes de gobierno para impulsar el desarrollo de la actividad turística del estado. 	
<ul style="list-style-type: none"> El sector turístico en Sinaloa se consolida como uno de los pilares de la economía estatal. 	

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Generación de nueva inversión turística con la construcción y puesta en operación del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable “Playa Espíritu” de FONATUR 	
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> Concentración de la oferta turística en pocos destinos y falta de desarrollo y experiencias turísticas de calidad internacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Alta percepción de violencia e inseguridad.
<ul style="list-style-type: none"> Limitada presencia de cadenas hoteleras 	<ul style="list-style-type: none"> Presencia de fenómenos naturales.
<ul style="list-style-type: none"> Insuficiente cobertura de equipamiento y servicios urbanos en algunas localidades 	<ul style="list-style-type: none"> Competencia de destinos turísticos nacionales e internacionales.
<ul style="list-style-type: none"> Falta de capacitación y cultura turística, lo que redundará en bajos niveles de calidad en los servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Cancelación de líneas navieras
<ul style="list-style-type: none"> Falta de continuidad de programas y políticas públicas ante cambios de administración 	
<ul style="list-style-type: none"> Pérdida progresiva de la identidad cultural de las poblaciones locales. 	

3.2.1 Fortalezas

1. *El Estado de Sinaloa cuenta con ubicación geográfica privilegiada.*

La posición geográfica que tiene Sinaloa, la zona de influencia del mercado potencial es mayor a nivel nacional ya que tiene fácil acceso, tanto por vía marítima, terrestre o aérea. Las Zonas Metropolitanas del Valle de México, Guadalajara, y Monterrey, que en conjunto suman 32.5 millones de habitantes, representan, aproximadamente, mercado potencial de 10 millones de viajeros con pernocta al año. Adicionalmente se encuentran las zonas metropolitanas de Durango, La Laguna, Saltillo y Matamoros, que a partir de la apertura de la carretera Mazatlán – Durango – Matamoros serán mercados de fácil acceso carretero.

Tabla 3.4 Mercado Potencial en Principales Zonas Metropolitanas

ZONAS METROPOLITANAS	Población 2010	Hogares 2010	Hogares que Viajan	Viajes con pernocta	Viajeros con pernocta
Zona Metropolitana del Valle de México	24,026,942	6,077,587	3,822,802	2,484,821	7,479,313
Zona Metropolitana de Guadalajara	4,434,878	1,075,531	676,509	439,731	1,323,590
Zona Metropolitana de Monterrey	4,089,962	1,038,006	652,906	424,389	1,277,410
Durango (Municipio)	582267	142017	89,329	58,064	174,772
Zona Metropolitana de Saltillo	823,128	210,242	132,242	85,957	258,732
Zona Metropolitana de la Laguna	1,215,817	310,390	195,235	126,903	381,978
Zona Metropolitana de Matamoros	489,193	130,226	81,912	53,243	160,261
SUMA PRINCIPALES ZM	35,662,187	8,983,999	5,650,935	3,673,108	11,056,055

Fuente: Censo General de Población y Vivienda 2010. INEGI.
Estimaciones de viajes y viajeros con base en cifras de la Encuesta Urbana del Turismo Doméstico en Hogares, 2008. SECTUR

En el contexto internacional, existe conexión aérea y cercanía con uno de los principales mercados internacionales: Estados Unidos de América. Para el 2010, alrededor del 7% de la población total de Estados Unidos de América visitó algún destino turístico de la República Mexicana, cifra que equivale a 20 millones de turistas anuales.

La región suroeste de la Unión Americana es la más cercana al estado de Sinaloa, está sola región para el 2010 sumaba una población de 85 millones de habitantes en 33.4 millones de hogares.

Tabla 3.5 Mercado Potencial de la Región Suroeste de Estados Unidos de América

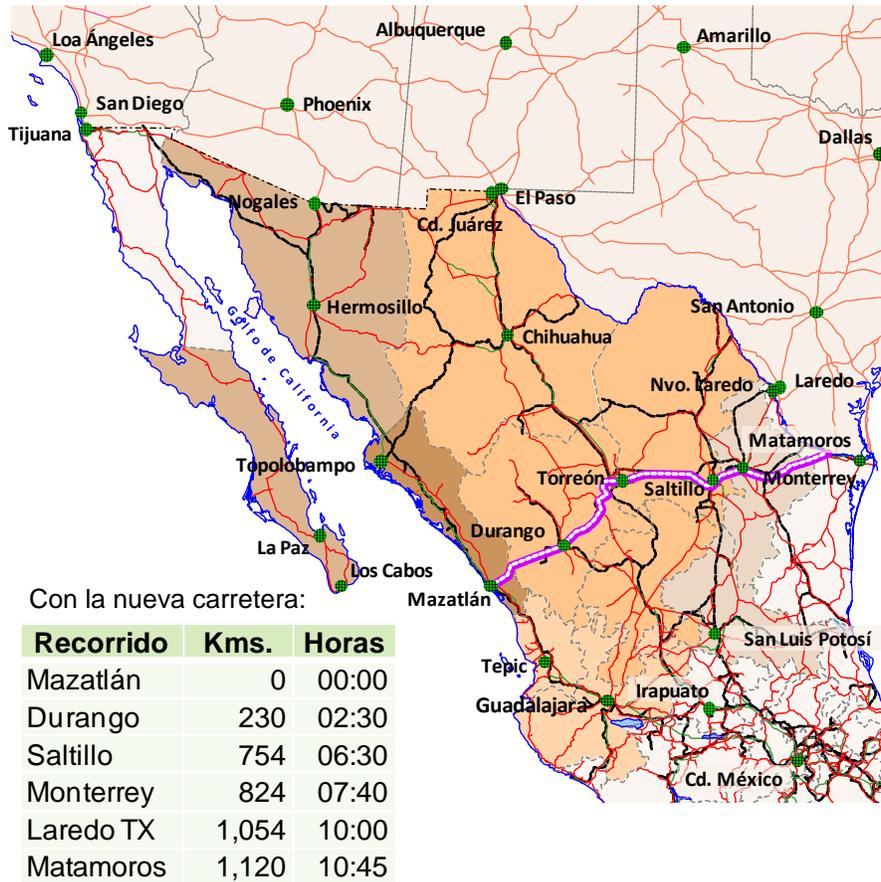
Estado	Población	Hogares
Arizona	6,392,017	2,844,526
Texas	25,145,561	9,977,436
California	37,253,956	13,680,081
Utah	2,763,885	979,709
Colorado	5,029,196	2,212,898
Nevada	2,700,551	1,173,814
Nuevo México	2,059,179	901,388
Oklahoma	3,751,351	1,664,378
Región Suroeste	85,095,696	33,434,230

Fuente: US Census Bureau, 2012.

2. Construcción de proyectos de infraestructura regional que impactarán de manera positiva el desarrollo del Estado.

Entre estos proyectos destaca la nueva autopista Matamoros – Mazatlán (Corredor Económico del Norte), con el que se facilitará el acceso de nuevos mercados regionales, principalmente los estados de zona centro-norte y norte del país.

Fig. 3.13 Mercado Geográfico Potencial en la Región Norte de México



Con esta nueva vía de acceso, el mercado geográfico potencial sería de 11.1 millones de viajes al año, sin incluir la Zona Metropolitana del Valle de México, con la que llegaría a 18.7 millones de viajes anuales como el total potencial para los destinos turísticos del Estado.

Tabla 3.6 Mercado Potencial por Región

REGIONES	Población 2010	Hogares 2010	Hogares que Viajan	Viajes con pernocta	Viajeros con pernocta
<i>Centro- Norte</i>	11,863,976	3,028,525	1,904,942	1,238,212	3,727,019
Durango	1,632,934	398,471	250,638	162,915	490,374
Chihuahua	3,406,465	910,647	572,797	372,318	1,120,677
Coahuila	2,748,391	715,158	449,834	292,392	880,101
San Luis Potosí	2,585,518	631,587	397,268	258,224	777,255
Zacatecas	1,490,668	372,662	234,404	152,363	458,612
<i>Noroeste</i>	6,067,267	1,590,674	1,000,534	650,347	1,957,545
Sonora	2,662,480	705,668	443,865	288,512	868,422
Sinaloa	2,767,761	709,960	446,565	290,267	873,704
Baja California Sur	637,026	175,046	110,104	71,568	215,418
<i>Occidente</i>	9,620,657	2,380,679	1,497,447	973,341	2,929,755
Jalisco	7,350,682	1,802,424	1,133,725	736,921	2,218,132
Nayarit	1,084,979	288,680	181,580	118,027	355,261
Aguascalientes	1,184,996	289,575	182,143	118,393	356,362
<i>Noreste</i>	7,922,012	2,059,358	1,295,336	841,969	2,534,325
Nuevo León	4,653,458	1,191,114	749,211	486,987	1,465,831
Tamaulipas	3,268,554	868,244	546,125	354,982	1,068,494
SUMA ESTADOS REGIONES POTENCIALES	35,473,912	9,059,236	5,698,259	3,703,869	11,148,645

3. El Estado de Sinaloa cuenta con gran inventario de atractivos turísticos naturales y culturales

Sinaloa cuenta con potencial importante para la integración de productos turísticos que permitan aprovechar de manera sustentable la gran riqueza ecológica, histórica y cultural del territorio, destacando la presencia de importantes zonas de interés ecológico y la diversidad de especies de flora y fauna, además de las presas, cuerpos de agua, que hacen de Sinaloa el lugar idóneo para las actividades de caza y pesca deportiva, entre otras experiencias turísticas.

Región Norte

Esta región se integra por cinco municipios: Ahome, El Fuerte, Choix, Guasave y Sinaloa de Leyva.

Entre el mar y la montaña, la zona norte ofrece impactantes espectáculos naturales. Además, esta región cuenta con herencia del periodo colonial, lo que brinda a varios de los municipios un patrimonio arquitectónico único. Este territorio supo conservar el aspecto auténtico a través de las tradiciones de algunos de sus pueblos y la presencia de habitantes que son indígenas que han permanecido en la región.

Es la puerta de entrada a la zona de Barrancas del Cobre.

Fig. 3.14 Principales Atractivos Turísticos en la Región Norte



Ahome

En el municipio de Ahome se encuentran dos de las zonas agrícolas más fértiles del país: El Valle del Fuerte y El Carrizo.

La Bahía de Topolobampo, es la franja costera cuyos atractivos principales son el mar y playas, entre las que destaca El Maviri.

El Puerto de Topolobampo ofrece los servicios del transbordador a La Paz, y de forma parte de las escalas náuticas del Mar de Cortés (FONATUR).

La Ciudad de Los Mochis es la cabecera municipal. Entre los principales atractivos que ofrece se encuentran: el Jardín Botánico, Parque Sinaloa y Museo Regional del Valle del Fuerte.

Choix

Las aguas termales de Chuchaca, Apache y Aguacaliente de Baca forman parte de los atractivos naturales del sitio. Complementando la oferta de pesca deportiva del Estado en la Presa Luis Donaldo Colosio.

Los artesanos, de origen Mayo, producen alfarería, cestería y productos diversos en piel.

Este municipio es parte del recorrido del tren Chepe, con rumbo hacia las Barrancas de Cobre, experiencia única en el mundo.

Sinaloa de Leyva

La Presa de Bacurato es sitio ideal para la pesca deportiva. Agua caliente de Cota, Cebada y las Pilas son sitios con aguas termales con virtudes terapéuticas.

Originalmente fundado por los jesuitas, esta corriente espiritual dejó la herencia monumental que caracteriza a la ciudad de Sinaloa de Leyva y sus alrededores.

Además de las ruinas de la misión del Pueblo Viejo o del Nio, esta misma comunidad jesuita transmitió importante influencia en la religión, las tradiciones y costumbres de los sinaloenses, siendo lo más notable la arquitectura religiosa.

Existen en los entornos de Sinaloa sitios misteriosos de rocas enormes con petroglifos: Mapiri, el camino a Bacubirito, los Buchinari y el arroyo de los Plátanos.

El Fuerte

El rico pasado histórico le ha dejado gran patrimonio cultural que hace de El Fuerte la ciudad considerada como la más hermosa de Sinaloa, recientemente declarada como “Pueblo Mágico”.

Las valerosas tribus indígenas, a las cuales se enfrentaron los españoles durante años, han dejado marcas de la civilización a través de petroglifos, el arte rupestre que se encuentra en cientos de piedras de la zona.

Dentro de las principales joyas arquitectónicas coloniales de El Fuerte destacan: el Palacio Municipal, la Plaza de Armas o el Kiosco de hierro forjado

Guasave

El municipio de Guasave cuenta con gran variedad de lagunas, bahías e islas, como: Laguna de Navachiste, Bahía de Macapule, Isla de Macapule, Isla Vino rama, Isla Sierra del Negro, Isla Del Indio, Isla de San Ignacio, Isla De Los Cerros de Huituviana, Lucas y Guasave. También Guasave es famosa por la cría de caballos "Pura Sangre", lugar tranquilo con calidad de vida tradicional.

La Bahía de Navachiste es ideal para deportes acuáticos y en las aguas costeras, la pesca es abundante. Esta bahía es considerada dentro de las más grandes de México,

A sólo 36 km de Guasave, se encuentra dentro de los atractivos principales de esta bella ciudad, la Playa Las Glorias ofrece al visitante infraestructura de servicios turísticos, entre ellos: hoteles y restaurantes que ofrecen variados y deliciosos platillos. Las Glorias es el lugar de mayor afluencia de visitantes de toda la región centro - norte de Sinaloa y cuenta con atractivos culturales como el santuario de Nuestra Señora del Rosario.

Región Centro

A la región centro pertenecen los municipios de Angostura, Salvador Alvarado, Mocořito, Badiraguato Navolato y Culiacán, capital del Estado.

Fig. 3.15 Principales Atractivos Turísticos en la Región Centro



Culiacán

El municipio de Culiacán es el segundo destino turístico más importante del Estado, sólo superado por Mazatlán.

El mayor atractivo del municipio lo presentan los recursos naturales existentes entre los que sobresalen playas vírgenes, el Centro Histórico, la Catedral, el Jardín Botánico, museos y, por supuesto, la gastronomía del mar. Dentro de las principales playas se encuentran: de Ponce, El Robalar, El Conchal y las Arenitas; además, las de Médano Blanco, Vigía, Barra de la Tonina y Casino del Mar, mismas que satisfacen la exigencia de cualquier turista que requiere de tranquilidad e inspiración a la orilla del mar.

El territorio del municipio cuenta con lagunas, esteros, diques y espejos de aguas en las presas, que son sitios ideales para practicar principalmente la cacería de patos y gansos, ya que cerca de 20 millones de aves viajan desde el norte de Estados Unidos, Alaska y Canadá, en busca de alimento cuando en los lugares de origen las aguas se cubren de hielo. La temporada de caza dura 120 días y comprende de octubre a fines de febrero.

A tan sólo 28 Km. de la ciudad de Culiacán se encuentra el pueblo de Imala, famoso por los balnearios de aguas azufradas y termales a las que se les atribuyen propiedades curativas. Sus instalaciones incluyen: la alberca de agua termal, tres albercas y dos chapoteaderos, áreas de asaderos, palapas y pequeñas cabañas.

Como alternativa, en el Dique Los Cascabeles y en la jurisdicción de la sindicatura de Costa Rica, funcionan cabañas dentro del lugar recreativo al que se le ha dado ambiente de diversión familiar, para quienes quieran pernotar y disfrutar del dique.

Dentro de la ciudad, se tiene el parque de diversiones Culiacán 87, cuyas instalaciones se puede disfrutar de canchas deportivas, albercas, juegos mecánicos, tobogán de 140 metros, lago artificial, paseos en lanchas de pedal, lanchas de remos, paseos a caballo, kayaks, clases de natación, clavados y buceo; otra alternativa es el Centro Cívico Constitución, ahí se cuenta con canchas deportivas, zoológico, teatro al aire libre, alberca y un museo de historia regional.

Resultan atractivas las instalaciones deportivas y culturales de la Isla de Orabá, misma que se formó en el cauce del río Tamazula, a poca distancia del sitio en donde se une al río Humaya para dar vida al río Culiacán. El acceso es fácil pues la comunican a tierra firme cuatro puentes. Dentro de los atractivos destacan los paseos en un mini yate por la rivera del río Tamazula.

Badiraguato

Badiraguato se caracteriza por los típicos paisajes que componen la vegetación de flores multicolores y bosques. Se puede practicar la caza o visitar el volcán de Batamanea. Las misiones jesuitas dejaron valioso patrimonio cultural en este municipio y en Morirato.

Salvador Alvarado

Este municipio y los alrededores, ofrecen al turista actividades deportivas en la naturaleza que mezclan tradición y modernidad. En la presa Eustaquio Buelna se puede practicar la pesca y la caza. Para actividades más pasivas se encuentran las aguas termales de Aguacaliente de Abajo, con propiedades curativas.

Los descendientes directos de civilizaciones indígenas mayos, supieron conservar tradiciones y costumbres como el juego de pelota prehispánico que todavía se sigue practicando.

Como complemento a la oferta de construcciones coloniales y artesanías se encuentran áreas de interés arqueológico cerca del cerro de Mochomos y Terreros.

Navolato

Navolato es considerada zona eminentemente agrícola, pero también cuenta con vocación turística. El museo comunitario de San Pedro, el ingenio de La Primavera, la Iglesia de San Francisco de Asís y la Plaza central son testigos del periodo colonial.

Cerca de Navolato se localiza la Bahía de Altata, en donde se desarrollan la pesca y varias actividades de deportes acuáticos y gastronomía del mar.

Mocorito

Famoso por el mejor chilorio y los quesos frescos, Mocorito es destino de interés para el segmento cinegético, por la cantidad de paloma blanca. Existen aguas termales en La Huerta, Palmerito y San Benito.

En el pintoresco pueblo de Capirato se aprecia interesante arquitectura en la iglesia y el kiosco, murales, la casa de la cultura y artesanos.

Angostura

La bahía de Santa María es la más grande del estado, que ofrece al visitante hermosos paisajes de esteros y lagunas. Alberga gran variedad de aves, lo que atrae a los amantes de la caza deportiva. El rancho de Patolandia ofrece servicios de cacería completos. En la bahía, además de poder pasear entre las islas de Tachichilte, Saliciaca, La Coyotita, El Mero y las Tunas, se puede pescar Marlín y pez vela.

Región Sur

La región sur se integra por los municipios de Elota, Cosalá, San Ignacio, Mazatlán, Concordia, El Rosario y Escuinapa.

Figura 3.16 Principales Atractivos Región Sur



Mazatlán es el principal destino turístico del Estado, y es considerado dentro de los centros de playa más importantes a nivel nacional. Dentro de la región sur se encuentra el municipio de Cosalá, denominado “Pueblo Mágico” desde el año 2005.

Mazatlán

El puerto está clasificado como Centro Tradicional de Playa, siendo el principal atractivo la combinación del Centro Histórico y las playas, con malecón de 7.5 km sin construcción alguna que permite disfrutar de las puestas de sol más bellas del mundo.

El carnaval de Mazatlán está considerado como el tercer mejor del mundo después del de Brasil y Nuevo Orleans, según la revista “Forbes”

Dentro de las experiencias turísticas que mejor diferencian a este destino de playa, es la gran variedad de oferta cultural que se realiza a lo largo del año, misma que incluye funciones de opera sinfónica, danza clásica y contemporánea, entre muchas más dentro del maravilloso teatro Ángela Peralta

Adicionalmente la gastronomía mazatleca incluye los mejores mariscos del mundo.

Cosalá

Los cuerpos de agua en los alrededores de Cosalá son la fuente de varias actividades relacionadas con la naturaleza. El balneario de Vado Hondo y las presas “el Comedor” son espacios de pesca y de paseos.

Cosalá es considerado como el pueblo colonial con más encanto del Estado. Esta característica se encuentra en la arquitectura del municipio que ofrece en la atmósfera particular de calles y edificios. Los artesanos locales trabajan la piel de manera tradicional.

Concordia

La cabecera municipal fue fundada el 20 de Enero de 1565 por el capitán español, Don Francisco Ibarra. La hermosa construcción que adorna el centro de la ciudad es la iglesia de San Sebastián, edificada durante el s. XVIII, con la portada (barroca) de cantera roja que está profusamente labrada. Posee también gran atractivo el edificio del Palacio Municipal, construido entre 1905 y 1910, al estallar la Revolución Mexicana; de elegante estilo francés, conserva en la parte superior de la fachada principal, el fino reloj de campanas traído de Italia. Concordia ha cobrado fama por los elegantes muebles que aquí se construyen, arte que inició desde la época colonial. A 20 km de Concordia, por la carretera Federal no. 40, se encuentra el seductor poblado de Copala; antiguamente este lugar fue importante por la producción mineral de oro y plata. El kiosco, con hermoso trabajo de herrería, así como las calles empedradas son la invitación indeclinable a pasear tranquilamente por este añejo pueblo. Pánuco, junto con Copala conforman esta rica región minera, se ubica a 29 kilómetros, y alrededor con la presa de Los Herreros, importante obra de irrigación que data del siglo pasado.

Elota

El municipio de Elota con cabecera municipal denominada “La Cruz de Elota”, se ubica a 130 kilómetros, tanto desde la ciudad de Culiacán como desde Mazatlán. La presa El Salto es considerada dentro de las presas más famosas del noreste mexicano, a 20 kilómetros de La Cruz Angle’s Inn, empresa especializada en pesca deportiva, la cual ha establecido todas las facilidades necesarias para brindar servicios profesionales en esta localidad.

Las principales playas son la de Ceuta y Bahía de Tempehuaya. En playa Ceuta existe un campamento para la protección de la tortuga marina, el cual fue fundado en 1979 para la preservación de esta especie en peligro de extinción.

Escuinapa

Escuinapa es famoso por ser importante productor y exportador de camarón y mango, ambos de excelente calidad.

Teacapan, paradisíaca isla de pescadores, ubicada a 38 kilómetros de la cabecera municipal ha sido privilegiada por el gobierno federal, al ser elegida como sede del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable “Playa Espíritu” por FONATUR. Sembrada de miles de palmeras y con gran importancia en la ganadería. La fauna es abundante, aquí habitan diversos tipos de aves: garzas blancas y rosas, patos canadienses y pichihuilas entre otras; hay una gran cantidad de animales silvestres: venado, gato montés, tigrillo, jabalí, etc. La variedad de las especies marinas incluye: róbalo, pargos, sierras, curvinas, lisas, pez vela y delfines abundan en las aguas de Teacapan. En el trayecto de Escuinapa a Teacapan se aprecian unos paisajes inigualables, cocoteros y esteros poblados de aves, con acceso a playas privilegiadas, como La Tambora, Las Cabras, Las Lupitas, Los Ángeles. Además La Boca de Teacapan, entrada de mar abierto entre dos puntillas forman una marina natural que va entre manglares a más de 80 km hacia el sur.

El Rosario

Rosario se levantó el 3 de agosto de 1655 sobre cimientos de oro y plata. Se cavaron más de 70 km de arterias subterráneas a lo largo de 290 años; por lo que se dice, hay más túneles que calles en la superficie. El gobierno virreinal hizo de El Rosario, una auténtica ciudad colonial.

En 1945, cesó la actividad minera, dejando como testigo de tres siglos de riqueza, uno de los retablos más hermosos del mundo.

La antigua Iglesia de la Misión de “Nuestra Señora del Rosario” es única en su tipo, de fimo estilo barroco y guarda en el interior el impresionante retablo bañado en oro. Se consagró en 1731 y fue terminada alrededor de 1759; posteriormente, debido a los hundimientos del piso ocasionados por los túneles de las minas, fue trasladada por los fieles, piedra por piedra, a la plazuela en la que se encuentra actualmente. En los alrededores se puede disfrutar de gran cantidad de atractivos, entre ellos, los balnearios naturales de las playas de Caimanero, así como la laguna del mismo nombre, considerada como el criadero natural de camarón más grande del mundo, producto que se exporta a varios países. También el pueblo de Chametla, el cual cuenta con museo de sitio donde se pueden apreciar vestigios de la cultura Totorame.

4. Infraestructura de acceso aéreo, ferroviario, marítimo y terrestre.

Dentro de las principales ventajas competitivas, el Estado cuenta con infraestructura de acceso por vía terrestre, aérea y marítima desde importantes mercados nacionales, regionales e internacionales.

Fig. 3.17 Infraestructura de Acceso



Acceso Aéreo

- ❖ 3 Aeropuertos Internacionales:
 - Mazatlán recibe más de 357 mil llegadas de pasajeros
 - Los Mochis
 - Culiacán

Acceso Terrestre

- ❖ Eje Carretero – Comercial CANAMEX (carretera No. 200) que vincula el Occidente y Centro del País con el Mercado Oeste y Montaña de EUA y Canadá.
- ❖ Carretera Federal No. 15, que conecta a Mazatlán con la Capital y Topolobampo.
- ❖ Ferrocarril Chihuahua Pacífico (CHEPE)
- ❖ Autopista Durango-Mazatlán (Proyectada a entrar en operación a finales de 2012)
- ❖ Autopista Tepic- Villa Unión

Acceso Marítimo

- ❖ Cuenta con dos puertos
 - Topolobampo
 - Mazatlán: Puerto turístico y comercial es el quinto puerto más importante del país, recibe más de 526 mil cruceristas al año, en 192 cruceros al año.
- ❖ Cuenta con transbordador desde Topolobampo y Mazatlán hacia la ciudad de la Paz.

5. Cuenta con polo de desarrollo turístico con reconocimiento nacional e internacional.

Mazatlán es uno de los destinos turístico con mayor tradición en el país, ocupa el tercer lugar en afluencia total de visitantes dentro de los destinos de playa tradicionales, y en 2008 fue considerado entre los 25 mejores lugares para viajar, aunque no sostuvo esta posición, presenta condiciones favorables para el reposicionamiento internacional, considerando por ejemplo que durante el 2010 ocupó el cuarto lugar como destino con mayor inversión turística del país.

Fig. 3.18 Afluencia Turística en Centros de Playa Tradicionales, 2011



Nota: Sólo incluye visitantes hospedados en hoteles registrados

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Participando con el 15% de la oferta hotelera registrada en Centros de Playa Tradicionales en el 2011.

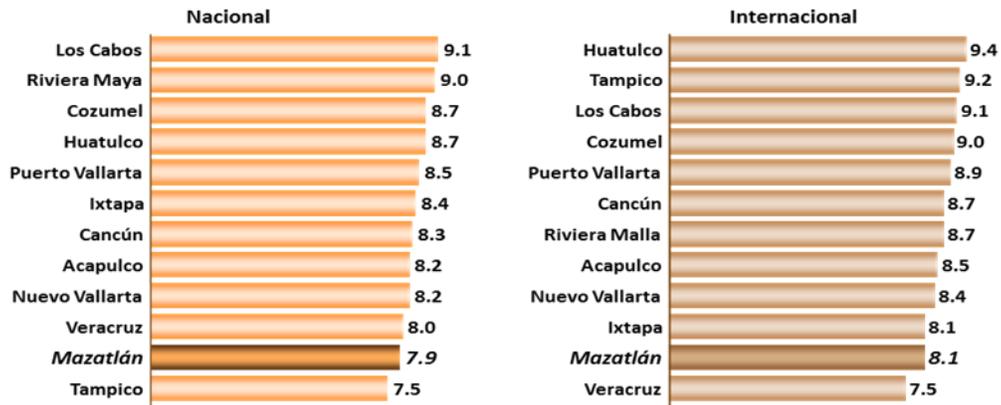
Tabla 3.7 Participación de Mazatlán en la Oferta de Cuartos de Hoteles Vs Centros de Playa Tradicional, 2000 – 2011

Destinos	2000	Part.	2005	Part.	2010	Part.	2011	Part.
Acapulco	17,440	34%	16,518	32%	18,513	31%	18,345	30%
Puerto Vallarta	9,896	19%	10,784	21%	10,128	17%	11,286	19%
Mazatlán	7,601	15%	8,149	16%	9,111	15%	9,143	15%
Veracruz	6,851	13%	8,669	17%	8,828	15%	8,844	15%
Cozumel	3,084	6%	704	1%	4,469	8%	4,474	7%
Manzanillo	3,564	7%	3,534	7%	3,516	6%	3,542	6%
Puerto Escondido	1,227	2%	1,733	3%	2,030	3%	2,061	3%
La Paz	1,684	3%	1,710	3%	1,552	3%	1,553	3%
Guaymas	0	0%	0	0%	1,316	2%	1,331	2%

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

De acuerdo con el estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista realizado por SECTUR en 2010, Mazatlán alcanza la calificación general de 8.1 entre los visitantes internacionales y de 7.9 entre turistas nacionales, destacando como la principal fuerza la hospitalidad de la gente y como principales retos para los turistas la apariencia general del destino (limpieza) y la seguridad pública.

Fig. 3.19 Grado de Satisfacción del Turista en Mazatlán, 2011



El Grado de satisfacción incluye: Hospitalidad, limpieza, hospedaje, restaurantes, seguridad, aduanas, comodidad en el aeropuerto, guías e información disponible.

Fuente: Perfil y Grado de Satisfacción del Turista, Playas 2011. SECTUR

6. Cuenta con importante infraestructura de apoyo a la actividad turística

Además de la oferta hotelera, se cuenta con oferta de vivienda vacacional y tiempo compartido. Esta oferta es generalmente de alta categoría turística, lo que implica el perfil de turista de alto ingreso.

Al Igual que la oferta hotelera, la mayor concentración de vivienda vacacional y tiempos compartidos se encuentran en Mazatlán.

Equipamiento Turístico

Entre los servicios turísticos disponibles en el Estado existen cerca de 1,000 establecimientos de alimentos y bebidas, 140 agencias de viajes, 28 agencias arrendadoras de autos. El equipamiento turístico se compone de 6 campos de golf, 6 marinas turísticas y 30 auditorios, 84 balnearios, entre otros.

Tabla 3.8 Servicios de Apoyo al Turismo en el Estado de Sinaloa, 2011

Servicio	Estado Sinaloa
Agencias de Viajes	212
Albercas públicas	26
Arrendadoras de autos	30
Artesanías	62
Auditorios	34
Balnearios1/	90
Bibliotecas	32
Campos de Golf	8
Centros deportivos	94
Centros nocturnos y bares	177
Cines	23
Organizadores cinegéticos	41
Flotas para pesca deportiva	45
Galerías y museos	74
Restaurantes	1042
Teatros	12

1/ Incluye presas, ríos, diques y playas.

Fuente: Establecimientos de servicios de apoyo al turismo según tipo, 2011. Primer Informe de Gobierno del Estado de Sinaloa 2011.

7. A nivel estatal ocupa uno de los primeros lugares en producción y abasto de alimentos a nivel nacional.

Sinaloa tiene importantes recursos naturales y tecnológicos que lo posicionan dentro de los primeros lugares a nivel nacional en el abasto de alimentos en el país

Cuenta con 8 distritos de riego con una superficie total de 752 mil ha, esto representa el 22% del total nacional.

Por lo que respecta a la producción agrícola Sinaloa se posiciona como el primer productor de garbanzo, tomate, papa, mango, berenjena y maíz a nivel nacional, entre otros productos agrícolas.

Sinaloa ocupa el primer lugar en la producción de especies marinas y es considerado como el ícono de la industria procesadora de alimentos acuícola y pesquera de América del Norte. Cuenta con la flota atunera y camaronera más importante del Pacífico, con 762 embarcaciones de pesca de altura y 12 mil embarcaciones menores y se posiciona como el segundo estado productor de Acuacultura en México, sólo después de Sonora.

8. Existe el interés y apoyo de los tres órdenes de gobierno para impulsar el desarrollo de la actividad turística del estado.

El turismo se ha convertido en un sector prioritario para el gobierno federal, por ello en febrero del 2011 se firmó el Acuerdo Nacional de Turismo y se decretó ese mismo año como año del turismo en México.

El Acuerdo Nacional de turismo representa un instrumento de política pública, y de colaboración con el sector empresarial, las organizaciones sindicales, los prestadores de servicios, y representantes de los tres órdenes de gobierno, el Poder Legislativo, universidades, organizaciones de la sociedad civil y organismos internacionales. Como agenda global por el turismo cuenta con el reconocimiento de la Organización Mundial de Turismo y el Consejo Mundial de Viajes de Turismo.

Este Acuerdo se integra por 101 acciones, agrupadas en 10 ejes estratégicos.

El Gobierno del Estado de Sinaloa ha declarado el presente como el “Sexenio de Turismo”, y ha firmado la réplica del Acuerdo Nacional de Turismo, que incluye 10 ejes y 81 acciones entre los sectores público, privado, académico y social del sector turístico estatal

Eje	Dependencias responsables
I. Incrementar la conectividad y facilitar el tránsito, para generar un aumento en el número de asientos por cielo, mar y tierra dentro y hacia Sinaloa, así como para agilizar la llegada, el tránsito y la salida de los turistas.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Gobernación</i> • <i>Líneas Aéreas Nacionales e Internacionales</i> • <i>Secretaría de Gobernación</i> • <i>Ayuntamientos Municipales (18)</i> • <i>Secretaría de Desarrollo Económico</i>
II. Construir, mantener y mejorar la infraestructura turística y fomentar el ordenamiento urbano, que mejore las condiciones de los destinos turísticos y favorezca su competitividad en beneficio de los visitantes y de las comunidades vinculadas a estos lugares.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Desarrollo Social y Humano</i> • <i>Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas</i> • <i>Coordinación General de Proyectos Estratégicos</i> • <i>Secretaría de Comunicaciones y Transportes</i> • <i>Secretaría de Turismo del Estado</i>
III. Fortalecer la promoción turística en el Estado, en el país y en el extranjero, para mejorar significativamente la imagen de Sinaloa como destino competitivo y para difundir su amplia y diversa oferta turística.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Turismo Estatal y Federal</i> • <i>Secretaría de Innovación Gubernamental</i> • <i>Secretaría de Relaciones Exteriores</i> • <i>Instituto Sinaloense del Deporte y la Cultura Física</i> • <i>Instituto de Administración y Finanzas</i> • <i>Cámaras y Asociaciones</i>
IV. Fomentar la inversión pública y privada y facilitar el financiamiento al sector turístico, con medidas que incentiven el flujo de recursos para el desarrollo de los	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Turismo del Estado</i> • <i>Secretaría de Desarrollo Económico</i> • <i>Ayuntamientos Municipales (18)</i>

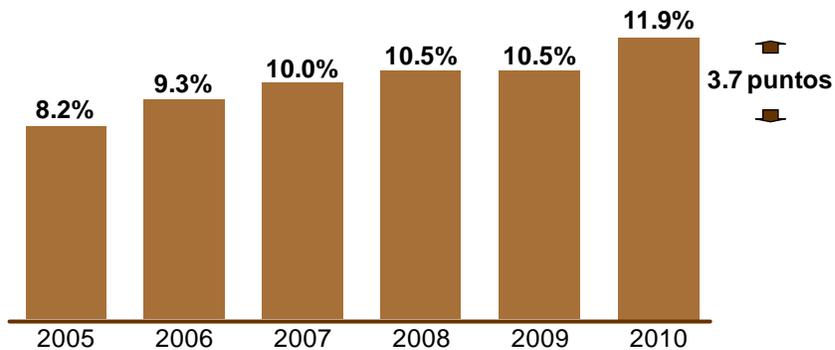
Eje	Dependencias responsables
destinos turísticos y estimulen el crecimiento y la participación de las pequeñas y medianas empresas en el sector.	
V. Elevar la competitividad de los destinos y empresas turísticas para garantizar la experiencia del turista, a través del desarrollo de programas de mejora continua, capacitación de personal, certificación de procesos de instalaciones turísticas y otras medidas que incidan favorablemente en la satisfacción de las expectativas del viajero.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Comunicaciones y Transportes</i> • <i>Coordinación General de Puertos y Marina Mercante</i> • <i>Secretaría de Seguridad Pública</i> • <i>Secretaría de Turismo Estatal y Federal</i> • <i>Cámaras y Asociaciones</i> • <i>Secretaría de Salud</i> • <i>Investigadores y Académicos</i>
VI. Diversificar y enriquecer la oferta turística, con destinos, productos y servicios de mayor calidad, modernos y diferenciados a fin de incrementar la estadia y el gasto del turista en nuestro país.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Salud</i> • <i>Secretaría de Turismo Estatal</i> • <i>Instituto Sinaloense del Deporte y la Cultura Física</i> • <i>Instituto Sinaloense de la Cultura</i>
VII. Fomentar la integración de cadenas productivas estatales, para incrementar por parte de las empresas del sector turístico, el consumo de productos y servicios de las diferentes regiones del estado.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Turismo Estatal</i>
VIII. Ofrecer el mejor servicio y promover una cultura turística que desarrolle una conciencia sobre la importancia del turismo y la conservación del patrimonio cultural y natural, a través de acciones educativas, de difusión, de capacitación y de formación de recursos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Turismo Estatal</i> • <i>Secretaría de Educación Pública y Cultura</i> • <i>Secretaría del Trabajo y Previsión Social</i> • <i>Procuraduría General de Justicia</i> • <i>Cámara Nacional de la Industria restaurantera, A. C.</i> • <i>Asociación Nacional de Hoteles y Moteles</i> • <i>Secretaría de Desarrollo Urbano y Obras Públicas</i> • <i>Ayuntamientos Municipales (18)</i> • <i>Secretaría de educación Pública y Cultura</i> • <i>Secretaría de Turismo Estatal</i>
IX. Impulsar cambios regulatorios a favor del sector turismo, para crear las condiciones que faciliten y fortalezcan el desarrollo del sector.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Comunicaciones y Transportes</i> • <i>Ayuntamientos Municipales</i> • <i>Unidad de Transparencia y Rendición de Cuentas</i> • <i>Comisión de Turismo de la Cámara de Diputados y Senadores</i>
X. Promover el desarrollo equilibrado sustentable, para que los prestadores de servicios turísticos actúen con conciencia y criterios de conservación del medio.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Secretaría de Turismo Estatal</i> • <i>Secretaría de Medio ambiente y Recursos Naturales</i> • <i>Secretaría de Energía</i> • <i>Comisión Nacional del Agua</i>

9. *El sector turístico en Sinaloa se consolida como uno de los pilares de la economía estatal.*

A partir del 2005 la actividad turística en el Estado ha tomado una nueva dinámica de crecimiento, con el reposicionamiento de Mazatlán y el crecimiento de la oferta hotelera en otros destinos como Culiacán.

Como consecuencia, la importancia de la actividad turística en la economía estatal está repuntando, y en 2010 se estima que contribuyo con el 11.9% del PIB de la entidad, manteniendo un crecimiento sostenido durante los últimos 5 años

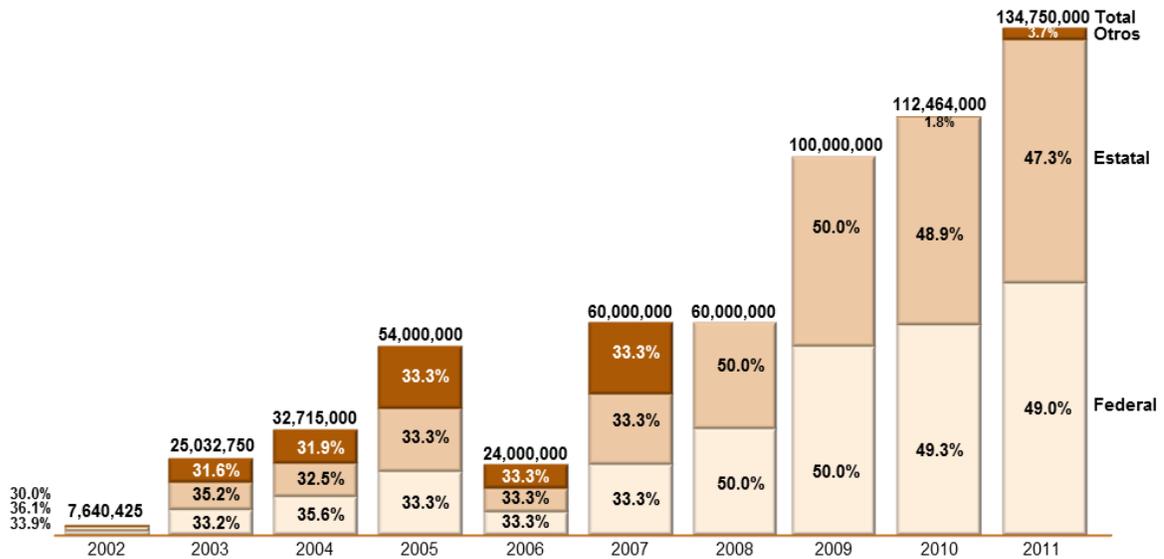
Fig. 3.20 Participación del Turismo en el PIB Estatal



Fuente: Censo Económico del Sector Turístico. INEGI.

A lo largo de 9 años los recursos asignados por parte de la Federación, así como del Gobierno Estatal y Municipal a través de los Convenios de Reasignación de recursos a tenido una Tasa Media de Crecimiento Anual del 37.6%.

Fig. 3.21 Asignación de Recursos 2002 - 2011



Fuente: Cuentas Públicas del Estado de Sinaloa 2002-2011. Secretaria de Administración y Finanzas del Estado de Sinaloa

10. Generación de nueva inversión turística con la construcción y puesta en operación del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable “Playa Espíritu” de FONATUR

El municipio de Escuinapa, en el Estado de Sinaloa, fue elegido para desarrollar el nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable de FONATUR, después de 25 años sin que se planeara otro desarrollo de este tipo.

El Plan Maestro de desarrollo del CIP incluye la construcción de 44 mil cuartos, y en una primera etapa se consideran la comercialización y desarrollo de lotes hoteleros, residenciales, para equipamiento turístico, zonas comerciales y campo de golf, y en el mediano plazo se estará construyendo la oferta de 10 mil cuartos, que implica una importante captación de inversión privada para el estado.

Fig. 3.22 Centro Integralmente Planeado Sustentable



El Centro Integralmente Planeado Sustentable Costa Pacífico es el primer CIP totalmente sustentable, planeado con un diseño enfocado al nuevo urbanismo, donde la conservación de la naturaleza, escala peatonal, conectividad, mejoramiento de marismas, usos mixtos y hoteleros, zona náutica, arquitectura y diseño urbano de calidad, incremento de densidad, transferencia de valor, transporte limpio, estrategias de sostenibilidad, calidad de vida urbana brindarán un destino único en el país.

Se estima una inversión pública total de 12,016.9 millones de pesos, y una inversión privada de 171,550.7 millones de pesos para el periodo 2009-2033, y la generación de 67,120 empleos directos y 154,046 empleos indirectos

Los usos de suelo autorizados para este nuevo desarrollo son: Turístico residencial baja, media y alta densidad; Mixto comercial y Turístico hotelero.

Tabla 3.9 Características del Centro Integralmente Planeado Costa Pacífico

Características Físicas	
Superficie Total	2,381 Ha
Superficie Vendible	951 Ha
Superficie Desarrollable	1,821.3 Ha
Frente de playa	12 Kilómetros
Ancho de playa	100 m aprox.
Superficie de Conservación	559.9 Ha
Características de Construcción	
Unidades de Alojamiento (Cuartos)	44,013
Cuartos Hoteleros	12,591
Viviendas Residenciales	15,695

Desde la adquisición del predio en 2008 a la fecha, FONATUR ha invertido más de 900 millones de pesos. Se han llevado a cabo diversas acciones y proyectos tomando en cuenta consideraciones técnicas modernas y ambientales necesarias para garantizar la sustentabilidad del CIP.

Además de la oferta de hospedaje, se tienen contemplados otros equipamientos, como:

- 2 marinas.
- 2 campos de golf.
- Área comercial y de restaurantes.
- Spa´s y club de playa.
- Centro interpretativo.
- Parque: Acuático, temático y ecológico.
- Áreas verdes y plazas públicas.
- Área comercial.
- Centro de salud.
- Centro ecuestre.
- Granja orgánica.
- Laboratorio y viveros de marismas y manglar.
- 2 universidades.

3.2.2 Oportunidades

1. Existe amplio potencial para la diversificación de productos turísticos que atiendan de igual manera a diversos segmentos de mercado.

Actualmente se están presentando un cambio en las tendencias del turismo a nivel mundial. Ahora los turistas buscan más que sólo destinos tradicionales de sol y playa. Las tendencias apuntan hacia una especialización del mercado donde segmentos como el turismo alternativo, náutico, golf, cultural y cinegético están tomando fuerza en el mercado. Esto representa la oportunidad para desarrollar experiencias turísticas diseñadas para satisfacer a los segmentos con mayor demanda a nivel nacional e internacional.

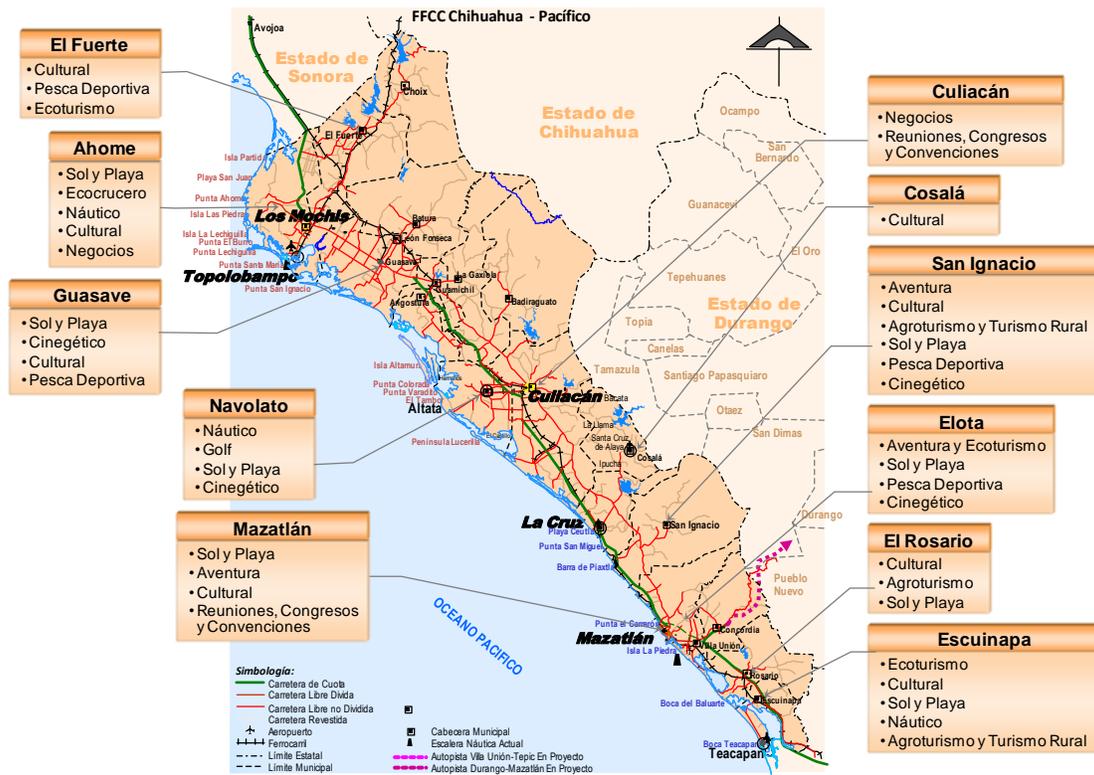
El segmento tradicional de sol y playa, junto con el náutico forma parte del principal mercado turístico del Estado. Este último segmento cobra especial interés considerando las dos escalas náuticas dentro del Proyecto Mar de Cortés en el territorio estatal: Topolobampo y Mazatlán.

Tabla 3.10 Segmentos Turísticos Actuales y Potenciales en el Estado de Sinaloa

	Sol y Playa	Congresos Convenciones				Cultura					Naturaleza			Premium				Especiales
		Congresos	Convenciones	Incentivo	Ferias y Exposiciones	Ciudad Patrimonio	Pueblos Mágicos	Zonas Arqueológicas	Religioso	Evento Gastronómico	Ecoturismo	Aventura	Agroturismo	Golf	Spas	Náutico	Retirados	
Actual	√	√	√	√		√			√	√	√	√		√		√		√
Potencial					√		√	√					√		√		√	

Existen varios destinos en Sinaloa que cuentan con infraestructura y equipamiento de calidad. Actualmente Culiacán y Los Mochis basan la actividad turística en el segmento de negocios. El desarrollo del mercado aéreo en México y el mantenimiento de la calidad del equipamiento pueden representar buenas oportunidades para reforzar este segmento en esos destinos.

Fig. 3.23 Vocación Turística por Zonas del Estado



Fuente: Propuesta FOA Consultores

La mayoría de los destinos turísticos ofrecen o tienen potencial para desarrollar amplia gama de productos, sin embargo, ofrecer “de todo para todos” no es la mejor y se corre el riesgo de no contar con una identidad propia.

Por eso, decidir qué productos desarrollar y para qué mercados, tiene un gran valor estratégico porque condicionará el tipo de infraestructura y servicios que se requieren, el grado de impacto sobre el medio natural y la población del destino, el tipo y volumen de clientes, el nivel de ingreso, etc.

Con el propósito de tener éxito en el desarrollo del turismo del Estado, es necesario definir los mercados y segmentos hacia los que deban orientarse los esfuerzos y lograr desarrollar productos competitivos tanto a nivel nacional como internacional. La decisión de qué productos desarrollar y para qué mercados condicionará el tipo de infraestructura y servicios que se requieren, el impacto que se tendrá en el medio natural y en la población del destino, el volumen y tipo de cliente, nivel de gasto, entre otras

2. Construcción de proyectos de infraestructura regional que impactarán de manera positiva el desarrollo del Estado, como el fortalecimiento de la infraestructura portuaria en Mazatlán y Topolobampo

Existen algunos proyectos promovidos por el gobierno federal para la construcción de infraestructura que impulsarán el desarrollo integral del estado. Entre estos proyectos se pueden mencionar las inversiones para el mejoramiento de las API's (Administración Portuaria Integral) en Mazatlán y Topolobampo. Y la posibilidad de promover la constitución del Puerto de Mazatlán como Home Port.

3. Mayor integración interestatal para conjunción de esfuerzos y recursos en el diseño y promoción de nuevos productos y/o rutas turísticas.

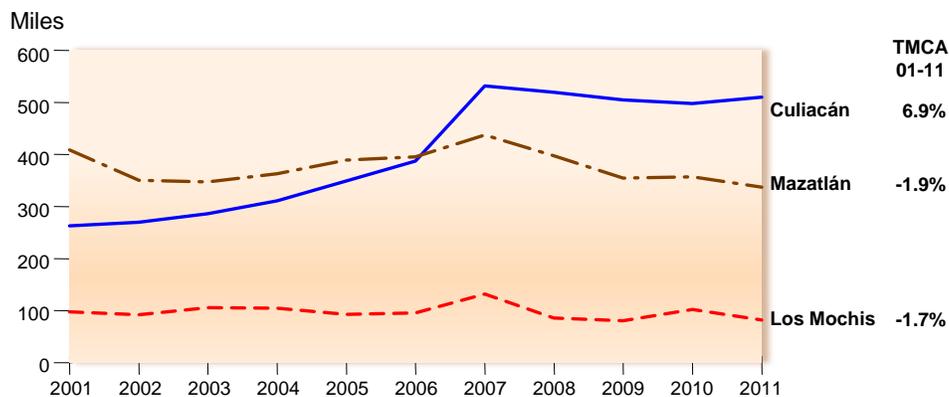
Es posible hacer aún más eficiente los recursos disponibles si se conjuntan esfuerzos en temas de interés común a dos o más estados. Un claro ejemplo es la ruta Los Mochis – El Fuerte – Barrancas del Cobre, en el que se puede trabajar en coordinación con el Gobierno del Estado de Chihuahua para potenciar al máximo las oportunidades de desarrollo turístico en estos sitios de interés turístico.

Otras oportunidades detectadas en este tema son: la integración ecoturística en la zona de las Marismas Nacionales con el Estado de Nayarit, para el aprovechamiento sustentable de la zona, y para acciones de protección y conservación; la integración del puerto de Topolobampo y Mazatlán como parte de las escalas del Mar de Cortés para el segmento náutico; y el nuevo Corredor Económico del Norte, que abrirá la posibilidad de mayores mercados de turismo carretero.

4. Promover mayor conectividad aérea

La afluencia de pasajeros vía aérea en Sinaloa ha ido fluctuando durante el periodo 2001 - 2011, observándose bajas considerables en 2002 y 2008 relacionadas con eventos externos (como el 11 de septiembre y actualmente la crisis mundial) e internos (como la inseguridad y la influenza H1N1) que han afectado la actividad turística y en consecuencia el arribo de pasajeros vía aérea.

Fig. 3.24 Evolución de Llegadas de Pasajeros en los Aeropuertos de Sinaloa 2001 - 2011



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR.

En el Estado operan 15 aerolíneas regionales, nacionales e internacionales, conectando a Sinaloa con 4 destinos directos desde Estados Unidos, 4 en Canadá y 15 destinos nacionales.

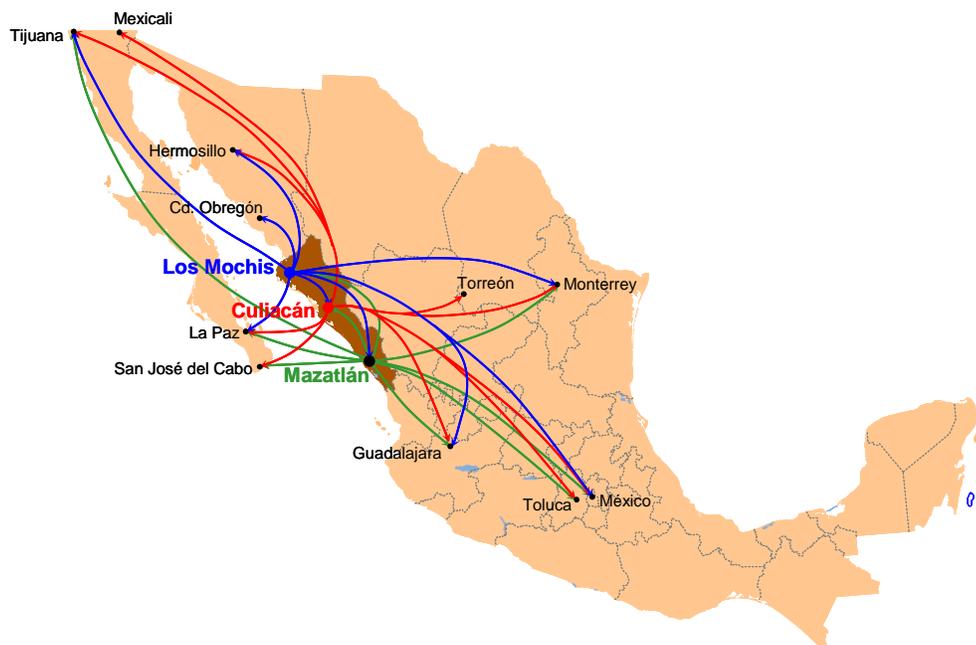
Fig. 3.25 Principales Orígenes-Destino

Destino	Línea Aérea	Aeroméxico Connect	Interjet	Aeropacífico	Viva Aerobus	Volaris	Alaska Airlines	United Airlines	Mesa Airlines	USAirways	West Jet	Aerocalafia	Aeroguerrero	Magnicharter
Culiacán	●	●	●	●	●									
Mazatlán	●			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Los Mochis	●		●	●								●		

Fuente: Medios electrónicos. Grupo Aeroportuario Centro Norte, www.oma.aero y Grupo Aeroportuario del Pacífico, www.aeropuertosgap.com.mx

Las rutas comerciales de los aeropuertos del Estado con mayor flujo de pasajeros son hacia las ciudades de México, Tijuana, Guadalajara, Monterrey, Hermosillo y La Paz.

**Fig. 3.26 Acceso Aéreo Nacional a Sinaloa, 2011
(Vuelos Directos)**



ORIGEN – DESTINO	PASAJEROS
LOS MOCHIS	
MÉXICO	47,466
TIJUANA	14,990
HERMOSILLO	14,406
MAZATLÁN	13,593
GUADALAJARA	10,906
MONTERREY	7,171
LA PAZ	1,106
CULIACÁN	361
CIUDAD OBREGÓN	60

ORIGEN-DESTINO	PASAJEROS
CULIACÁN	
MÉXICO	147,720
TIJUANA	134,099
GUADALAJARA	72,010
MONTERREY	63,863
LA PAZ	37,035
HERMOSILLO	28,843
TOLUCA	27,415
SAN JOSE DEL CABO	13,034
MEXICALI	6,746
LOS MOCHIS	201
TORREÓN	12

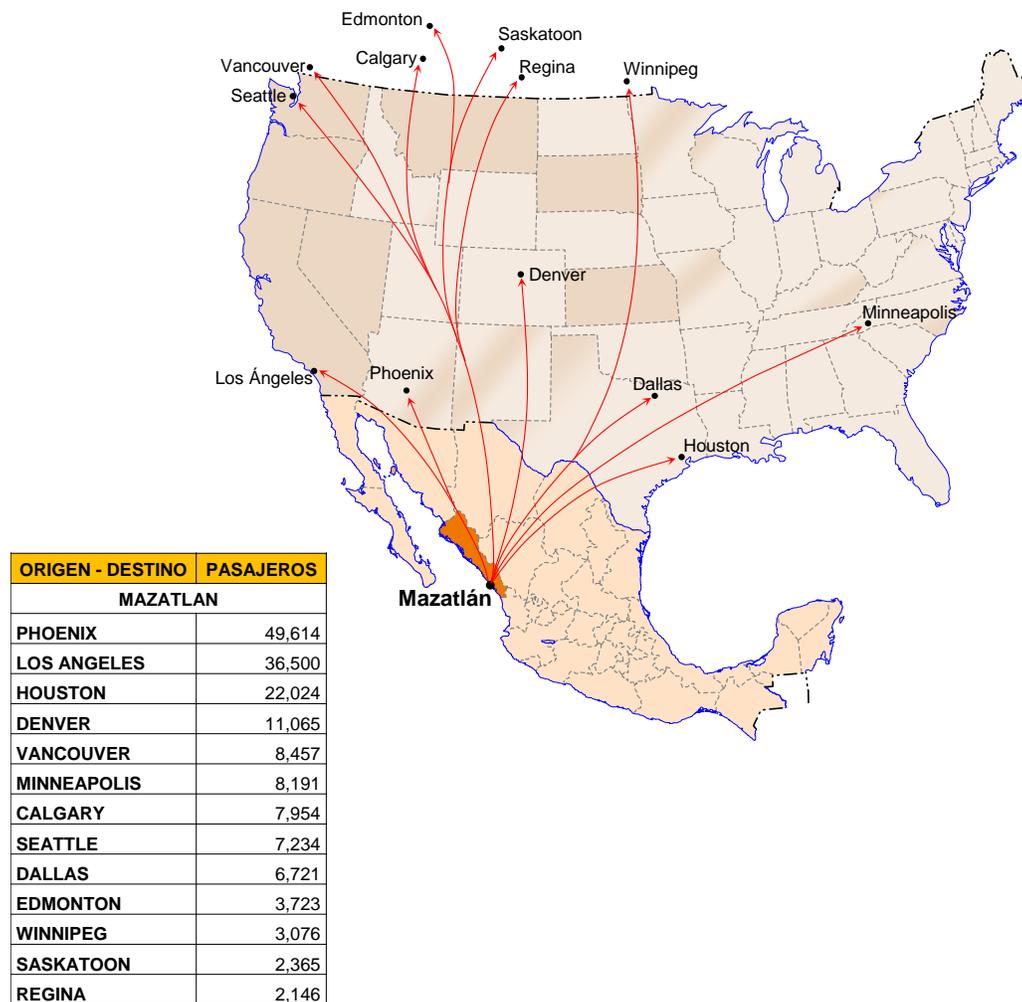
ORIGEN – DESTINO	PASAJEROS
MAZATLÁN	
MÉXICO	89,477
MONTERREY	26,724
TIJUANA	22,215
GUADALAJARA	18,249
LOS MOCHIS	13,452
LA PAZ	11,182
SAN JOSE DEL CABO	2,661
TOLUCA	1,726
CULIACÁN	137

Nota: Los datos son solo llegadas de pasajeros.

Fuente: Estadísticas Origen-Destino 2011. Aeronáutica Civil, SCT.

En el mercado internacional, el aeropuerto de Mazatlán es el que registra mayor actividad con vuelos directos a diversas ciudades de Estados Unidos, siendo los principales mercados Phoenix, Los Ángeles, Houston y Denver, así como Vancouver en Canadá.

**Fig. 3.27 Acceso Aéreo Internacional a Sinaloa, 2011
(Vuelos Directos)**



Nota: Principales Orígenes con mayor afluencia de pasajeros a Mazatlán.

Fuente: Estadísticas Origen-Destino 2011. Aeronáutica Civil, SCT.

3.2.3 Debilidades

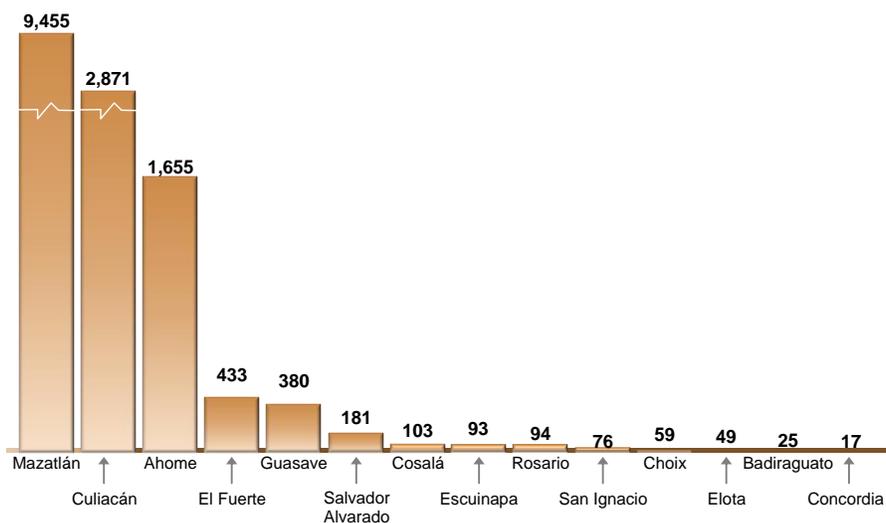
1. *Concentración de la oferta turística en pocos destinos y falta de desarrollo de experiencias turísticas de calidad internacional.*

El potencial turístico del estado no se ha desarrollado en totalidad, la oferta de hospedaje y servicios turísticos se concentra en Mazatlán, y en menor medida en las ciudades de Culiacán y Los Mochis. El resto de los municipios cuentan con oferta de servicios y productos turísticos muy limitada.

El 61% del total de la oferta hotelera se concentra en Mazatlán, el resto se distribuye en otros destinos como Culiacán (19%), Los Mochis (11%) y El Fuerte (3%), principalmente.

A pesar de que todos los municipios cuentan con oferta primaria de relevancia regional, nacional e internacional, el resto no cuenta con la oferta e infraestructura turística que les permita generar mayor actividad turística.

Fig. 3.28 Oferta Hotelera por Municipio, 2011



Incluye sólo oferta hotelera de 1 a 5 estrellas

Fuente: Anuario Estadístico del Estado de Sinaloa, 2012. INEGI

Aunada a la concentración de productos y servicios turísticos en sólo algunos municipios, existe una limitada oferta de productos y experiencias turísticas, la mayoría de ellas dirigidas para el segmento de sol y playa, desaprovechando hasta ahora el potencial que existe en toda la entidad para la generación de nuevas experiencias turística para turismo cultural, rural, de naturaleza, náutico, entre otros.

2. Limitada presencia de cadenas hoteleras

En el estado existe poca presencia de cadenas hoteleras, del total de hoteles registrados de 1 a 5 estrellas, sólo el 7% opera bajo alguna marca reconocida. Si bien la operación independiente de hoteles no implica necesariamente que tengan bajos niveles de servicio, esta baja penetración de cadenas hoteleras puede limitar atraktividad del destino por parte de inversionistas.

El número de cadenas interesadas en invertir en los destinos turísticos del estado se han incrementado recientemente, principalmente en Mazatlán, y en menor medida en las ciudades de Culiacán y Los Mochis, en donde solo se ubican dos establecimientos de cadena en cada una de ellas.

City Express, la cual ya tiene un hotel operando exitosamente en Mazatlán, identificó la oportunidad de negocio en los principales destinos turísticos del Estado, abriendo establecimiento en las tres ciudades citadas: Mazatlán, Culiacán y Los Mochis.

El mayor número de establecimientos de cadena operan en Mazatlán, de marcas internacionales tan reconocidas como Crowne Plaza, Holiday Inn, Ramada, Wyndham, Best Western, Ibis y Riú; además de otras marcas de capital nacional como Pueblo Bonito, Mayan, Fiesta Inn, City Express y Emporio.

3. Insuficiente cobertura de equipamiento y servicios urbanos en algunas localidades

En la mayoría de las localidades del estado existen altas coberturas de los servicios urbanos básicos como energía eléctrica y agua potable; sin embargo, aún se requiere de inversión para ampliar las coberturas de servicios como drenaje sanitario y pavimentación. Sólo las principales ciudades cuentan con altas coberturas de estos servicios.

4. Falta de capacitación y cultura turística, lo que redundará en bajos niveles de calidad en los servicios turísticos.

A pesar de registrar un alto índice en el grado de satisfacción de los turistas en Mazatlán, en los talleres de planeación estratégica realizados en las tres regiones turísticas del Estado, se reconoció que existen bajos niveles de calidad en la prestación de los servicios turísticos.

Por tanto, se requiere de políticas concretamente dirigidas a la población acerca de la vocación turística del estado, que permitan el involucramiento de todos los sectores en la atención y seguridad del turista.

5. Falta de continuidad de programas y políticas públicas ante cambios de administración

Los esfuerzos en materia de planeación turística son recientes, en la historia del desarrollo turístico del estado no se registra planeación turística integral. Por ello, existen algunos recursos turísticos fuertemente impactados, particularmente en Mazatlán, en donde se ha concentrado la actividad turística.

Esta falta de planeación no se presenta sólo en la actividad turística, no existe planeación territorial integral, que permita definir los usos del suelo, con base en la vocación. Se requiere de instrumentos de planeación desde el punto de vista turístico, ecológico y urbano.

6. Pérdida progresiva de la identidad cultural de las poblaciones locales.

Como efecto de diversos fenómenos poblacionales y socioculturales existe riesgo de la pérdida de la identidad cultural (folklore, costumbres y tradiciones) en las localidades del estado. El mismo fenómeno turístico, si no lo prevé, puede tener cierto efecto y contribuir en esta pérdida de identidad,

Por lo contrario, esta riqueza cultural que presenta el estado es parte de los activos que tienen que ser fomentados y aprovechados de forma sustentable por la actividad turística.

3.2.4 Amenazas

1. Alta percepción de violencia e inseguridad.

A nivel nacional e internacional existe una percepción de inseguridad en el Estado, ligado principalmente al narcotráfico. Esta situación no es exclusiva de Sinaloa, en muchas regiones del país se está presentando este fenómeno. Para solucionarlo se requiere del trabajo conjunto de los tres órdenes de gobierno para garantizar la seguridad de la población y de los visitantes.

2. Presencia de fenómenos naturales.

Al igual que todas las zonas costeras, Sinaloa se encuentra en riesgo constante por la presencia de fenómenos naturales como huracanes, ciclones e inundaciones, principalmente.

En los últimos años estos fenómenos se han sentido con mayor intensidad debido a los cambios climatológicos ocasionados por el impacto al medio ambiente a nivel mundial.

Recientemente el estado ha sufrido los impactos del huracán Lane y de la Tormenta tropical Paul.

3. Competencia de destinos turísticos nacionales e internacionales.

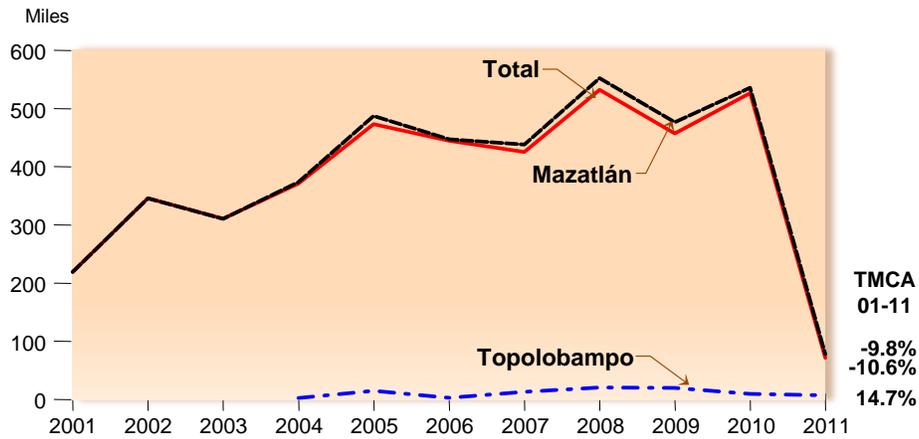
Todos los destinos turísticos a nivel nacional e internacional se encuentran en constante competencia por los flujos turísticos nacionales e internacionales. Así, la mayoría de los destinos turísticos se están preocupando por el mejoramiento constante e innovación en los productos y servicios turísticos que ofertan.

4. Cancelación de líneas navieras

Históricamente, el turismo de cruceros había sido ícono de la actividad turística en el puerto de Mazatlán y, eventualmente, llegaban barcos a Topolobampo a vivir la experiencia de las Barrancas del Cobre. Sin embargo, las líneas navieras habían advertido al Gobierno Estatal, que si no se contrarrestaba la violencia se irían. Debido a esto, a partir del mes de marzo del 2011 dejaron de arribar, causando pérdidas por más de 20 millones de dólares anuales

En este contexto, durante el 2011 Sinaloa participó aproximadamente con el 1.4% del movimiento de pasajeros en cruceros. En conjunto los puertos de Mazatlán y Topolobampo tuvieron una afluencia de 77.9 mil pasajeros, que representó una pérdida en su dinámica de crecimiento del -9.8% promedio anual en el período 2001 - 2011.

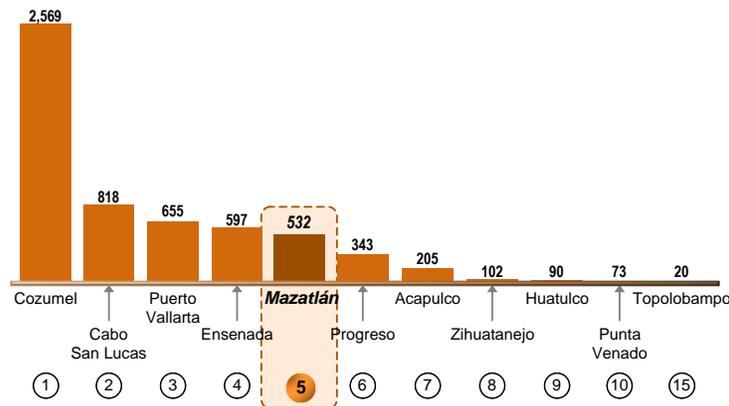
Fig. 3.29 Evolución de Pasajeros en Cruceros en Puertos de Sinaloa, 2000 - 2011



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

El mejor año para este segmento en el puerto de Mazatlán fue 2008, con el arribo de 244 embarcaciones con 532 mil pasajeros, que en ese momento posicionaba al puerto como el tercero en importancia de los puertos turísticos mexicanos.

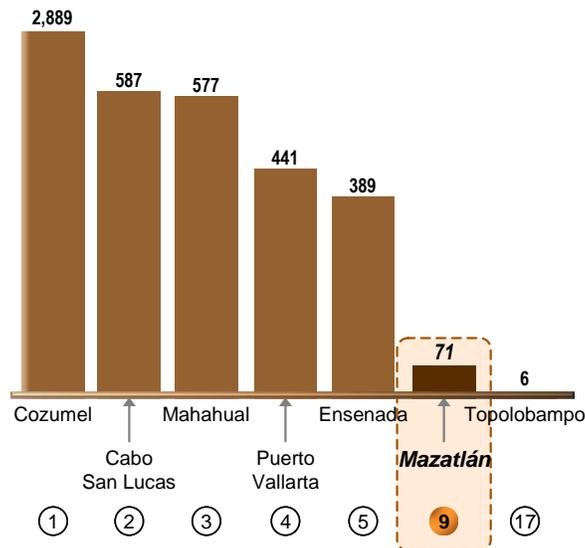
Fig. 3.30 Posición de los Puertos de México de Pasajeros en Cruceros, 2011 (Miles)



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Durante el 2011 el puerto de Mazatlán registró únicamente 40 embarcaciones, ocupando el noveno lugar a nivel nacional, presentando tendencia de -10.6% promedio anual en el período 2001 - 2011.

Fig. 3.31 Posición de los Puertos de México de Pasajeros en Cruceros, 2011 (Miles)



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México, 2011. SECTUR

Adicionalmente a la percepción de inseguridad, la crisis económica mundial, en especial en los Estados Unidos, país desde donde zarpan el 80% de los cruceros en el mundo, ha impactado la demanda de cruceristas. Aún Cozumel, quien es el destino de cruceros más importante del mundo, sufrió caída del 30% el primer semestre del 2012.

Capítulo IV

VINCULACIÓN DEL PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO DEL ESTADO DE SINALOA CON PLANES Y PROGRAMAS FEDERALES Y ESTATALES



IV. Vinculación del Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa con Planes y Programas

4.1 Contexto Internacional

El turismo es el sector más importante del planeta con efecto multiplicador y repercusiones multidisciplinarias que genera beneficios para las macroeconomías nacionales y economías locales. Representa una de las principales fuentes de divisas para muchos países, tiene efecto de distribución del ingreso además de la creación de empleos en el corto tiempo y bienestar social.

4.1.1 Repercusiones Económicas del Turismo

La importancia económica de esta actividad a nivel mundial se observa en las siguientes cifras¹:

- La industria de los viajes y el turismo contribuyó en 2011 con el 2.8% del PIB mundial, cifra que asciende a 9.1% si se consideran los beneficios indirectos de la industria (todos los insumos consumidos para el sector, que involucra la demanda de bienes y servicios producidos por otros sectores como el agropecuario, transportes, construcción, etc.); además;

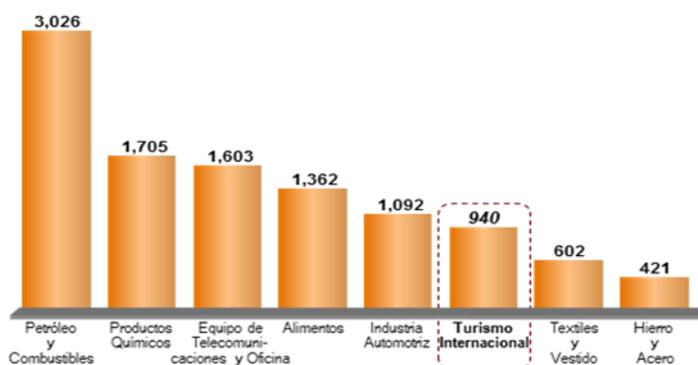
Para el mismo año, el 5% de la inversión mundial se concentró en el sector turístico, aunque ha registrado mejores desempeños en años anteriores a la crisis, por ejemplo durante el 2009, la inversión en el sector turístico concentro el 9.2% de la inversión mundial.

¹ Fuente: Economic Impact Research, 2012. World Travel and Tourism Council.

- El turismo tiene alta capacidad de generación de empleos, uno de cada doce empleos a nivel mundial se debe al turismo, lo que representa el 8.6% del empleo mundial (254 millones de personas trabajan en actividades relacionadas directa e indirectamente en el sector turístico). En este punto cabe aclarar que la industria turística no solo genera empleos directamente relacionados con el sector, sino con otros sectores complementarios (transportes, comercio, construcción, etc.)
- Es uno de los sectores más representativos en exportaciones a nivel mundial, concentrando el 5% de las exportaciones mundiales, es el sexto exportador en el mundo y el primer lugar en el sector servicios.

En el 2011 se registraron ingresos mundiales por exportaciones de 11,710 billones de dólares, cifra que muestra una recuperación después de la caída que tuvo durante el 2009, donde se obtuvieron 10,082 billones de dólares, que representaron una disminución del orden del 8.5% con respecto al año anterior.

**Figura 4.1 Ingresos Mundiales por Exportaciones, 2010
(Billones de Dólares)**



Fuente: International Trade Statistics, 2011. World Trade Organization.
*Precios corrientes.

4.2 El Mercado Turístico Mundial

El turismo es una de las actividades más dinámicas en la economía mundial, si bien altamente susceptible a eventos externos, también ha demostrado una rápida recuperación en el corto tiempo.

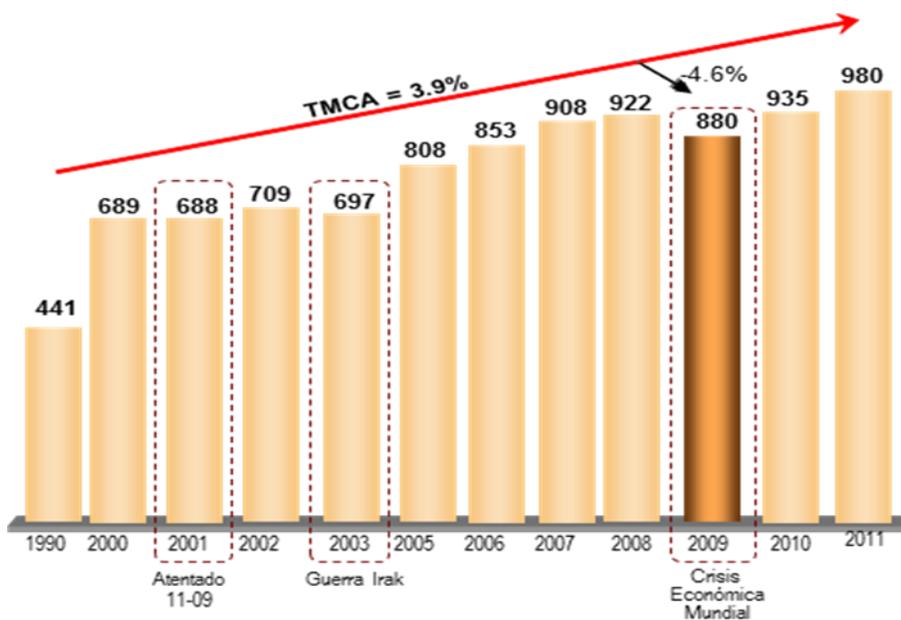
Los efectos negativos ligados a la crisis económica mundial de 2009 empiezan ya a revertirse, presentando muestras de recuperación en los principales indicadores turísticos como son la llegada de visitantes internacionales y los ingresos generados por visitantes internacionales.

Durante el año 2011 el turismo internacional registró 980 millones de llegadas internacionales, recuperando su tendencia creciente, superando la caída de 2009, y que implica un crecimiento sostenido en el largo plazo del orden de 3.5% promedio anual para el periodo 1990-2011.

4.2.1 Llegadas de Turistas Internacionales

Para el año 2011 se registraron 980 millones de llegadas de turistas internacionales a nivel mundial, con una tasa media de crecimiento anual del orden de 3.9% para el periodo 1990-2011 y de 2.8% para los últimos cinco años.

Figura 4.2 Evolución de Llegadas de Turistas Internacionales a nivel Mundial 1990-2011



TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual.
Fuente: Organización Mundial de Turismo, 2012.

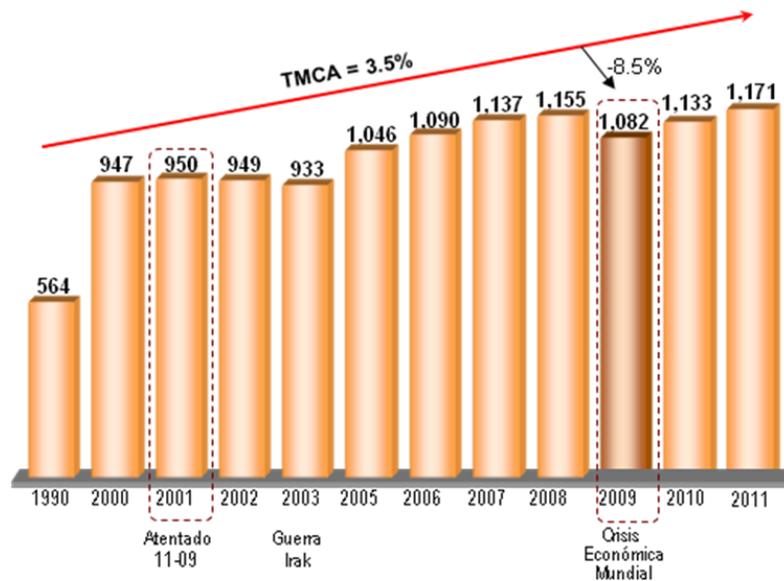
4.2.2 Ingresos por Turismo Internacional

Con respecto a los ingresos generados por turismo internacional, también se presenta una tendencia general positiva en el largo plazo, aún con la caída registrada durante el 2009 (equivalente al 8.5% con respecto al año anterior).

Para el 2011, la actividad turística generó más de 1,171 billones de dólares. Si bien es un indicador altamente vulnerable, también muestra una rápida recuperación, aunque en menor medida que el número de llegadas de visitantes internacionales, lo que indica que aún con los efectos de la recesión mundial los flujos turísticos internacionales han continuado e incluso registrado crecimientos, pero modificados algunos de los comportamientos como menor estadía y menor gasto; es decir, continúan viajando pero gastan menos y sus estancias en los destinos visitados son menores.

Por ello, aún cuando los ingresos por turismo internacional siguen con su tendencia de crecimiento sostenido, su recuperación es más lenta que en número de llegadas

Figura 4.3 Evolución de Ingresos por Turismo Internacional 1990-2011 (Billones de dólares)



* Precios constantes del 2011.

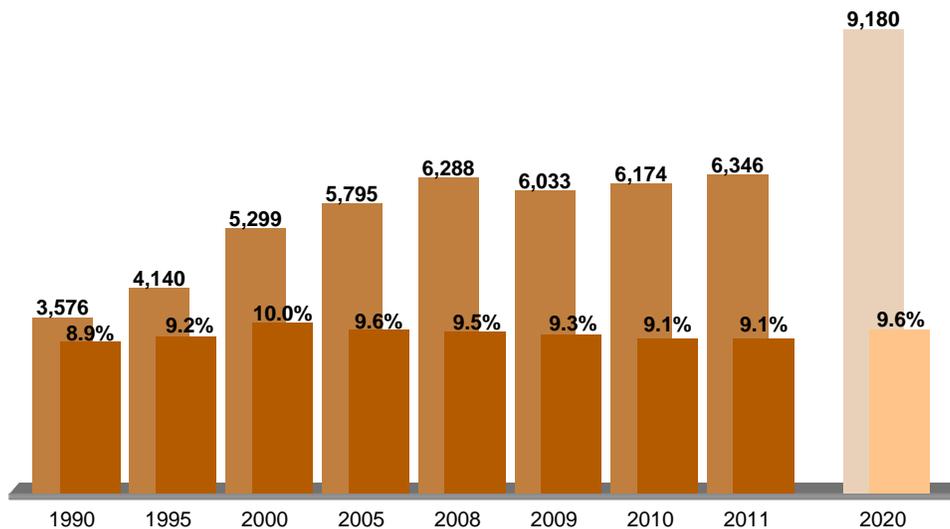
TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual.

Fuente: Barómetro OMT del Turismo Mundial. Vol. 10. Marzo 2012.
World Travel and Tourism Council, 2012

4.2.3 Participación de la Actividad Turística en la Generación del Producto Interno Bruto (PIB Turístico)

El turismo como actividad económica tiene una importante participación en la generación del Producto Interno Bruto a nivel mundial, para el 2011 se estima que contribuyó con el 9.1%, y se prevé que su participación continúe en aumento, aunque lentamente, hasta llegar al 9.6% para el 2020.

Figura 4.4 Evolución del PIB Turístico Total y su contribución al PIB Mundial 1990-2011 (Miles de Millones de Dólares)



Cifras en precios constantes USD 2011.

Fuente: Economic Data Search Tool, 2012. World Travel and Tourism Council.

4.2.4 Actividad Turística por Países

Tradicionalmente, los desplazamientos por motivos turísticos que se realizan alrededor del mundo se habían concentrado en dos regiones: Europa y Norteamérica. Sin embargo, esta tendencia se está transformando. Los destinos turísticos se han diversificado surgiendo nuevos destinos en países donde anteriormente la actividad turística internacional era limitada.

El panorama actual está definiendo nuevos actores dentro de los principales países receptores de turismo internacional a nivel mundial, destacando el caso de China. Si bien algunos países mantienen su posición, se incorporan nuevos destinos en Europa central y oriental, y el sureste Asiático.

Aun con estas tendencias, las potencias turísticas internacionales que se han consolidado son: Francia, Estados Unidos y España manteniendo su posición en los primeros lugares en el ámbito mundial, en la última década, aunque España ha cedido la tercer posición que ocupó durante mucho tiempo a China, que ha registrado un crecimiento muy acelerado en la última década.

Tabla 4.1 Principales Destinos a Nivel Mundial 1990-2011
Llegada de turistas internacionales

Pos.	1990		2010		2011	
	País	Turistas Int.	País	Turistas Int.	País	Turistas Int.
1	Francia	52.5	Francia	76.8	Francia	79
2	Estados Unidos	39.4	Estados Unidos	59.7	Estados Unidos	63
3	España	34.1	China	55.7	China	58
4	Italia	26.7	España	52.7	España	57
5	Austria	19	Italia	43.6	Italia	49

Pos.	1990		2010		2011	
	País	Turistas Int.	País	Turistas Int.	País	Turistas Int.
6	Reino Unido	18	Reino Unido	28.1	Reino Unido	30
7	México	17.2	Turquía	27	Turquía	30
8	Alemania	17	Alemania	26.9	Alemania	28
9	Canadá	15.2	Malasia	24.6	Malasia	25
10	China	10.5	México	22.4	México	23
11	Grecia	8.9	Austria	22	Austria	23
12	Malasia	7.4	Ucrania	21.2	Ucrania	22
13	Tailandia	5.3	Hong Kong	20.1	Rusia	22
14	Turquía	4.8	Rusia	19.4	Hong Kong	22
15	Rusia	ND	Canadá	16.1	Canadá	16

Fuente: Tourism Highlights, 2011, World Tourism Organization.

México, por su parte, se encuentra dentro de los 10 principales destinos del turismo internacional, posicionándose en el lugar número 10 durante el 2010 y 2011, pero ha perdido posicionamiento ya que en 2005 se encontraba en el lugar número 7.

Con respecto a los ingresos generados por el turismo internacional, Estados Unidos es el país que percibe el mayor ingreso por turismo a nivel mundial, en 2011 recibió 155.1 miles de millones dólares y China por su parte alcanza ya el cuarto lugar, por debajo solo de España y Francia.

Tabla 4.2 Principales Destinos en el Mundo por sus Ingresos por Visitantes Internacionales 1990-2011

Pos	1990		2010		2011	
	País	Billones de US\$	País	Billones de US\$	País	Billones de US\$
1	EUA	82.4	EUA	144.6	EUA	155.1
2	Francia	30.8	España	61.4	España	65.7
3	España	42.5	Francia	54.6	Francia	55.5

Pos	1990		2010		2011	
	País	Billones de US\$	País	Billones de US\$	País	Billones de US\$
4	Italia	39.3	China	54.3	China	50.9
5	Reino Unido	29.3	Italia	40.9	Italia	42.5
6	Alemania	21.0	Alemania	47.1	Alemania	48.4
7	Austria	20.5	Reino Unido	37.3	Reino Unido	39.7
8	Suiza	16.6	Australia	22.6	Australia	19.5
9	Canadá	10.8	Hong Kong	22.9	Hong Kong	26.9
10	México	13.5	Turquía	23.9	Turquía	27.6
11	Hong Kong	6.9	Tailandia	25.2	Tailandia	31.2
12	Australia	11.0	Austria	22.5	Austria	22.6
13	Holanda	8.5	Malasia	21.1	Malasia	19.1
14	Japón	7.1	Canadá	16.0	Canadá	15.8
15	Turquía	5.7	Suiza	20.9	Suiza	20.7
16	Grecia	9.6	India	15.6	India	17.2
17	China	6.1	Singapur	15.8	Singapur	17.9
23			México	13.2	México	11.8

Fuente: Tourism Highlights, 2011, World Tourism Organization.

México se encuentra actualmente en el lugar número 23 a nivel mundial en la captación de ingresos por turismo internacional; a pesar de que muestra una dinámica de crecimiento constante en el número de llegadas internacionales, registra una pérdida de posicionamiento en el tema de ingresos por turismo internacional durante la última década.

Algunos puntos a destacar acerca del comportamiento por países son:

- Rápido posicionamiento de China, que pasó del octavo lugar en 1995 al tercer lugar para el 2011 en la llegada de visitantes internacionales.
- Canadá y Austria abandonan el top ten de los países con mayor captación de turismo internacional, apareciendo nuevos actores como Turquía y Malasia.
- México, por su parte, se encuentra dentro de los 10 principales destinos del turismo internacional, aunque en los últimos años ha

perdido participación pasando del lugar número 7 en el año 2005 a la posición número 10 en el 2011.

- Con respecto a los ingresos generados por el turismo internacional, Estados Unidos se posiciona como líder en la recepción de ingresos por turismo a nivel mundial. En el 2011 recibió 155.1 miles de millones dólares.
- China, Turquía y Malasia son los países con un destacado incremento en ingresos por turismo internacional; siendo México el país que más posiciones ha descendido en este indicador.

4.2.5 Perspectiva de las Tendencias Mundiales, Panorama 2020

De acuerdo con estimaciones de la OMT para el año 2020, se tiene proyectado alcanzar 1,560 millones de llegadas de turistas internacionales, con un crecimiento promedio anual del 4.1%; generando 2 billones de dólares por concepto de turismo y un incremento anual del gasto turístico de 6.7%.

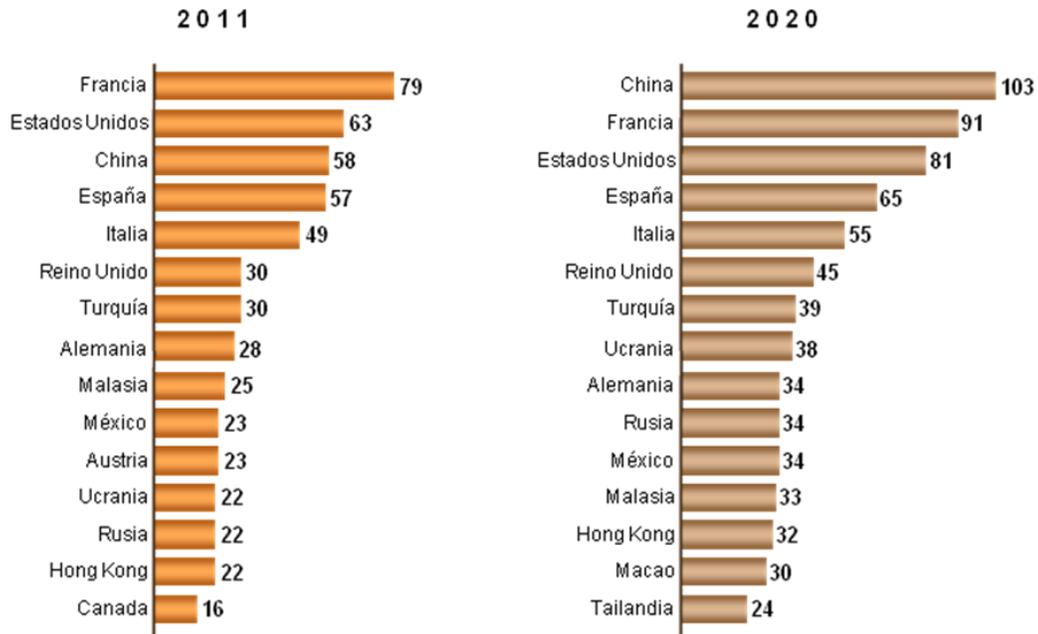
Además, se estima que el 7% de la población mundial estará en condiciones de viajar, y de estos viajes, el 24% serán viajes de larga distancia, fuera de su país de residencia.

Se esperan crecimientos importantes para la región Asia y Pacífico y la región de las Américas, incrementando su participación en el mercado internacional, pero Europa seguiría concentrando la mayor parte de los flujos turísticos internacionales.

Para el 2020 habrá una nueva distribución con la consolidación de nuevas potencias turísticas lo que ahora se denominan destinos “emergentes”, destacando el caso de China que para el 2020 será el país número uno en llegadas de turistas internacionales.

Por su parte, México perderá una posición pasando al lugar número 11, misma posición que se mantendrá para el 2020.

**Fig. 4.5 Proyección de Llegadas Internacionales al 2020.
(Millones de Visitantes Internacionales)**



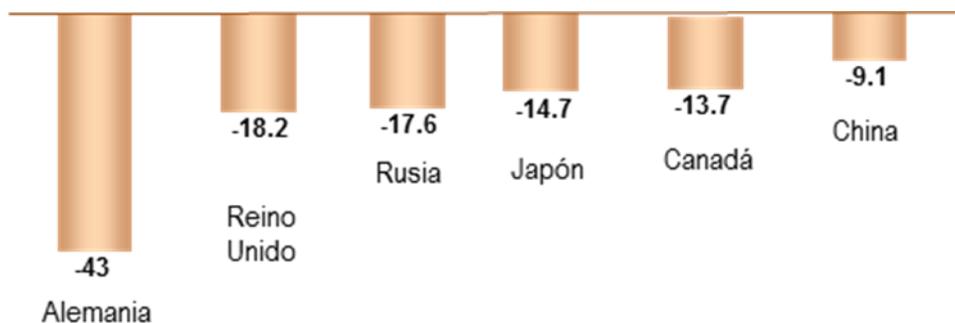
Fuente: Economic Data Search Tool, 2010. World Travel and Tourism Council.

4.2.6 Tendencias del Turismo

Las tendencias del turismo mundial apuntan hacia un crecimiento sostenido de los principales mercados emisores como EUA y Europa, donde se espera continúe aumentando el ingreso disponible. Estos dos mercados representan más del 60% de los viajes internacionales mundiales. A su vez, representan los mercados potenciales para destinos turísticos como México.

A nivel país, Alemania, Reino Unido y Rusia, son los que presentan mayor déficit en su balanza turística, lo que indica que son de los principales mercados emisores de turismo a nivel mundial.

**Figura 4.6 Saldo de la Balanza Turística, 2011
(Millones de Dólares)**



Fuente: Estimaciones FOA consultores con base en información del Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 10. Marzo 2012. Organización Mundial de Turismo.

Es de interés particular para México la posición que ocupa Canadá, como el quinto país en importancia desde el punto de vista de mercados emisores, representando el segundo mercado potencial internacional para México, después de los EUA.

Tendencias Actuales del Turismo desde el Punto de Vista del Mercado

Como efecto de los recientes acontecimientos que han afectado el desarrollo turístico a nivel mundial, como la crisis económica mundial, epidemias y otros hechos, el mercado desde el punto de vista del “consumidor”, está adoptando nuevos patrones de comportamiento y de consumo, que tiene que ver con nuevas formas de pensar y de actuar.

Si bien estos patrones pueden diferenciarse geográficamente, hay algunas tendencias de comportamiento generales, tales como:

Nivel Global

- La recuperación económica después de la crisis ha sido lenta, pero persistente, lo que afecta directamente a la recuperación de la industria turística, en términos de consumo. Sin embargo, todo apunta a la recuperación.
- La recuperación de la industria turística no ha sido homogénea. La región europea no ha podido recuperarse del todo, mientras que las regiones de Asia y Latinoamérica muestran un crecimiento e interés a nivel mundial más dinámico.²
- La dinámica de los viajes ha cambiado, actualmente se realizan viajes cortos (en tiempo y distancia), y se prefiere la misma región de origen.
- El turismo interno es muy importante, se estima supera cuatro veces a las llegadas internacionales.³
- Los viajes realizados por la llamada generación de oro (55 años y más), está creciendo superando inclusive al segmento de jóvenes.⁴ Se prevé que continúe la tendencia hacia el crecimiento de mercados de mayor edad.
- Los avances tecnológicos cobran cada vez mayor importancia en la etapa de planeación del viaje, con el incremento de las reservas de último momento y del uso de internet para información y reservas.⁵
- Existe una mayor exigencia en relación calidad-precio.

² The Travel Gold Rush 2020. *Oxford Economics, 2010.*

³ Tourism Trends & Outlook , Theme: Domestic and Regional Tourism: Issues, Opportunities, and Prospects

⁴ Itb World Travel Trends Report 2010.

⁵ http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=6241

-
- Actualmente el uso de la tecnología, como los sistemas de búsquedas de viajes, son más simples y más utilizados por los viajeros. (Ej. Amadeus)
 - Se han planteado diversas acciones y estrategias para captar al turismo principalmente después de la crisis, entre ellas la promoción de festivales, eventos deportivos, ferias internacionales; impulso de ciertos segmentos y productos turísticos (turismo médico, wellness, entre otros)
 - Los productos turísticos tienden a especializarse cada vez más para satisfacer a un nicho en particular, lo que permite una amplia gama de opciones y de caracterizaciones para los destinos turísticos. Esta “especialización” de la demanda ha permitido el seguimiento de segmentos claramente definidos, como ejemplo el golf y la pesca deportiva como segmentos de mercado de alto gasto, que buscan destinos turísticos que ofrezcan las mejores condiciones y el equipamiento necesario para realizar estas actividades.
 - Actualmente el cambio climático es uno de los temas de mayor relevancia a nivel mundial, lo que contribuirá a crear y utilizar métodos que permitan contrarrestarlo. Entre estos los aviones utilizarán combustibles biodegradables o renovables, el uso de productos ambientalmente amigables dentro de la industria turística, y los segmentos como ecoturismo y turismo de naturaleza tomarán mayor fuerza.
 - En materia de viajes existe una nueva tendencia en proporcionar servicios adicionales tanto en los servicios aéreos (ej.: reservaciones de auto y hotel) como de agencias de viajes (ej.: ser un consultor de viajes, ofreciéndole servicios desde el inicio hasta el final del viaje), los cuales dejan una mayor ganancia y proporcionan valor agregado a los productos, haciéndolos más competitivos.⁶

⁶ The Travel Gold Rush 2020. *Oxford Economics, 2010.*

-
- La tendencia de descuentos, tanto en hoteles como en contrataciones de viajes al menudeo, permanecerán en el corto y mediano plazo debido a la debilidad de la demanda, así como la búsqueda de mejores ofertas en relación calidad-precio por parte de los turistas.

Tomando en cuenta los efectos de la crisis mundial que han impactado considerablemente a la industria turística, se ha publicado un reporte sobre el mercado mundial “*The 2010 World Travel Market Global Trends*”, en el cual se identifican nuevos segmentos o tendencias de mercado por regiones, y que a continuación se describen con mayor detalle.

Tendencias Actuales del Turismo por Región- Norte América

- La recuperación en Estados Unidos ha sido muy lenta, el consumo de los estadounidenses en comparación con años anteriores a la crisis es muy bajo, afectando los viajes a otros países.
- La tendencia se ha centrado en viajes domésticos y el crecimiento de nuevos productos de mercado (Ej.: vacaciones austeras, campamentos para bajar de peso, entre otros).
- Vacaciones austeras o de privación (Deprivation holidays) es la nueva tendencia para los turistas de negocios en Norteamérica, son spa-resorts y campamentos (estilo boot camp) en donde se realizan actividades extremas, con fuertes regímenes con el fin de mejorar la salud y ponerse en forma.
- La tendencia marca una reducción de distancia, estadía y/o categoría⁷
- Ganan popularidad “All Inclusive” y viajes en cruceros

⁷Resultado del Online Bulletin Board

- Incremento del turismo carretero

Latinoamérica

- Aunado a la crisis económica, la Región de las Américas se vio afectada por fenómenos como la influenza A H1N1.⁸
- Latinoamérica se ha ido recuperando rápidamente de la recesión, se han incrementado las inversiones en materia de infraestructura turística y el gasto de los consumidores. De igual forma se ha visto una importante recuperación en las llegadas de turistas en la mayor parte de los países que integran la Región.⁹
- Las líneas aéreas TAM (brasileña) y LAN (chilena), se fusionaron creándose la compañía LATAM Airlines Group, que actualmente es la línea aérea más grande de la Región Latinoamericana. Las alianzas estratégicas serán una tendencia en la forma de operación de diversos negocios relacionados con el turismo.
- Se han realizado acciones encaminadas a la promoción del turismo interior, es decir, otros destinos más allá de los tradicionales de sol y playa.
- Los países están implementando diversas acciones para incrementar el turismo y promocionar otros destinos que permiten realizar diversas actividades diferentes a los destinos de sol y playa, como por ejemplo:
 1. Brasil está organizando viajes de familiarización con tour operadores internacionales para introducir el Pantanal.
 2. México está impulsando el programa de pueblos mágicos tanto a nivel nacional como internacional.

⁸ Turismo en Iberoamérica. Panorama Actual, 2010. OMT

⁹ Global Trends Report -2010 by Euromonitor International

3. De igual manera se están impulsando otros destinos como el Desierto de Sal de Salar de Uyuni, en Bolivia (Turismo de naturaleza-ecoturismo y cultural-arqueológico); el Valle de la Luna en San Pedro de Atacama, Chile (Turismo de naturaleza-ecoturismo y aventura); y la Ciudad Perdida, en Colombia (turismo de naturaleza-aventura).

- Se ha incrementado el uso de redes sociales como Twitter, Facebook, MySpace entre otras, como medio de promoción, en destinos emergentes, debido principalmente a los bajos costos que estos representan así como al fácil acceso para los consumidores. (Ej. La línea aérea brasileña Trip utiliza Twitter como medio para anunciar nuevas rutas a destinos que antes no contaban con accesos).

Región - Europa

- La recuperación tanto económica como turística en Europa ha sido lenta más que en otras regiones, debido principalmente a los mercados financieros que se encuentran en la zona, así como al impacto de las actividades volcánicas que afectaron las operaciones aéreas. Asimismo, esta no ha sido homogénea en todos los países de la Región.¹⁰
- Los mercados emergentes han tenido mejor desempeño en la recuperación del número de llegadas, y son quienes ocupan los principales puestos en el proceso de recuperación económica, como por ejemplo Rusia, Turquía y Croacia.

¹⁰ Turismo en Iberoamérica, 2010. OM-, OMT- Comunicados de prensa 2010. *Las llegadas de turistas internacionales aumentan ... Asia liderea el crecimiento*

-
- El sector de alojamiento se ha ido desarrollando positivamente en la mayoría de los países Europeos, debido al incremento en las tarifas, presentando incrementos en los factores de ocupación, y en consecuencia tasas positivas en cuanto a ingresos.
 - Los medios de transporte se han visto seriamente afectados, principalmente las líneas de aéreas tradicionales, mientras que las aerolíneas de bajo costo han incrementado ligeramente su participación. Sin embargo el uso del automóvil se ha incrementado.
 - Se espera un periodo de estancamiento en los sectores de viajes minoristas y transportación aérea.
 - El uso de nuevas tecnologías que les permitan innovar a los operadores de viajes será un factor clave para la industria turística a futuro.¹¹
 - El uso de sistemas tecnológicos como geolocalización y smartphones en la industria turística ha ido en aumento. Actualmente existen diversas aplicaciones que ofrecen servicios de reserva de vuelos e información turística.

En resumen, las actuales tendencias del sector apuntan a la segmentación de mercados, desarrollándose nuevas formas de practicar el turismo, que se basan principalmente en el disfrute y conservación de los recursos naturales, y en el interés de los turistas en experiencias **únicas** con actividades que permitan un mayor acercamiento con el entorno y con la comunidad receptora.

¹¹ Global Trends Report -2010by Euromonitor International

4.3 Vinculación con Programas Federales

Para la elaboración del presente *Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa 2011-2017* se consideró la vinculación con los siguientes instrumentos de planeación a nivel federal:

- Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2012
- Programa Sectorial de Turismo 2007 – 2012

4.3.1 Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012

El PND expresa la Visión México 2030: *“Hacia el 2030, los mexicanos vemos a México como un país de leyes, donde nuestras familias y nuestro patrimonio están seguros, y podemos ejercer sin restricciones nuestras libertades y derechos; un país con una economía altamente competitiva que crece de manera dinámica y sostenida, generando empleos suficientes y bien remunerados; un país con igualdad de oportunidades para todos, donde los mexicanos ejercen plenamente sus derechos sociales y la pobreza se ha erradicado; un país con un desarrollo sustentable en el que existe una cultura de respeto y conservación del medio ambiente; una nación plenamente democrática en donde los gobernantes rinden cuentas claras a los ciudadanos, en el que los actores políticos trabajan de forma corresponsable y construyen acuerdos para impulsar el desarrollo permanente del país; una nación que ha consolidado una relación madura y equitativa con América del Norte, y que ejerce un liderazgo en América Latina”*.

Entre los objetivos nacionales, que inciden en materia del turismo, destacan los siguientes:

- Alcanzar un crecimiento económico sostenido más acelerado y generar los empleos formales que permitan a todos los mexicanos, especialmente a aquellos que viven en pobreza, tener un ingreso digno y mejorar su calidad de vida.

-
- Tener una economía competitiva que ofrezca bienes y servicios de calidad a precios accesibles, mediante el aumento de la productividad, la competencia económica, la inversión en infraestructura, el fortalecimiento del mercado interno y la creación de condiciones favorables para el desarrollo de las empresas, especialmente las micro, pequeñas y medianas.
 - Asegurar la sustentabilidad ambiental mediante la participación responsable de los mexicanos en el cuidado, la protección, la preservación y el aprovechamiento racional de la riqueza natural del país, logrando así afianzar el desarrollo económico y social sin comprometer el patrimonio natural y la calidad de vida de las generaciones futuras.
 - Aprovechar los beneficios de un mundo globalizado para impulsar el desarrollo nacional y proyectar los intereses de México en el exterior, con base en la fuerza de su identidad nacional y su cultura; y asumiendo su responsabilidad como promotor del progreso y de la convivencia pacífica entre las naciones.

En cuanto a los aspectos específicos relacionados con el Turismo, estos se localizan dentro del Plan Nacional de Desarrollo en el ***Eje 2. Economía Competitiva y Generadora de Empleos***; y en el ***Objetivo 12. Hacer de México un país líder en la actividad turística a través de la diversificación de sus mercados, productos y destinos, así como del fomento a la competitividad de las empresas del sector de forma que brinden un servicio de calidad internacional.***

Dentro de este objetivo se plantean las siguientes estrategias:

1. Hacer del turismo una prioridad nacional para generar inversiones, empleos y combatir la pobreza, en las zonas con atractivos turísticos competitivos.

2. Mejorar sustancialmente la competitividad y diversificación de la oferta turística nacional, garantizando un desarrollo turístico sustentable y el ordenamiento territorial integral.
3. Desarrollar programas para promover la calidad de los servicios turísticos y la satisfacción y seguridad del turista.
4. Actualizar y fortalecer el marco normativo del sector turismo
5. Fortalecer los mercados existentes y desarrollar nuevos mercados
6. Asegurar un desarrollo turístico Integral

Los objetivos y estrategias anteriormente planteados en el Plan Nacional de Desarrollo, sirven de igual forma como guía de los objetivos, acciones y programas específicos contenidos en el Programa Sectorial de Turismo 2007-2012, y para el presente Programa.

4.3.2 Programa Sectorial de Turismo 2007 – 2012

El Programa Sectorial maneja tres grandes ejes que sintetizan la política turística para la presente administración: Competitividad, Sustentabilidad y Diversificación.

La premisa del Programa Sectorial es: **“Crear condiciones efectivas para el desarrollo turístico de México”**, y establece para que el turismo incida favorablemente en el desarrollo nacional, es prioritario cambiar de una visión sólo económica y de corto plazo a una integral, sustentable y de largo plazo, con lineamientos adaptables a cada región, destino y empresa.

Desde el inicio de la planeación turística en el país la razón para diseñar una política pública sobre las actividades relacionadas con el turismo, es crear esas condiciones favorables para que los turistas consuman la oferta turística nacional.

Las políticas públicas para el desarrollo del turismo no crean turistas, pero sí las condiciones para que los turistas consuman la oferta existente o que sea pertinente desarrollar, porque esta tiene un valor para los mercados y las diferentes prácticas turísticas.

Esas condiciones mínimas y necesarias de una oferta turística competitiva son: atractividad, accesibilidad física y económica; conocimiento e información y pertinencia.

Con base en todo lo anterior, los objetivos específicos 2007-2012 para el sector turístico nacional tienen como propósito crear las condiciones de accesibilidad física y económica; conocimiento e información; atractividad y pertinencia de la oferta turística nacional.

El Programa Sectorial maneja una visión y criterios de política para el desarrollo turístico de México; concibiendo esto como la ***Imagen Objetivo del Turismo en México.***

“Una actividad estratégica e integrada a la vida económica, social, cultural y política del país, basada en una estrecha colaboración y alta participación de todos los sectores locales, con ofertas altamente diferenciadas, capaces de atender –sin menoscabo de la calidad del patrimonio natural y cultural– una amplia gama de segmentos de mercado, a partir de una gestión empresarial e institucional competitiva y socialmente responsable que actúe en los mercados nacionales e internacionales”.

Dentro de los Objetivos Sectoriales y sus respectivas Estrategias, se resaltan aquellos que se vinculan con el presente Programa:

- **De Desarrollo Regional.** Aprovechar de manera sustentable el potencial de los recursos culturales y naturales y su capacidad para transformarse en oferta turística productiva, creando servicios y destinos competitivos, dando opciones de desarrollo y bienestar para los individuos de las comunidades receptoras urbanas, rurales y costeras, así como para las empresas sociales y privadas.

-
- Estrategia. Orientar la política turística hacia el desarrollo regional.
 - **De Oferta Competitiva.** Consolidar la oferta existente y los proyectos en proceso, así como la captación de nueva inversión en proyectos y desarrollos turísticos, apoyando con planes de financiamiento, asesoría técnica y planificación para regiones, estados, municipios y destinos.
 - Estrategia. Rediseñar los instrumentos de política hacia el fomento productivo.
 - **De Empleo de Calidad.** Promover políticas públicas en el sector para crear las condiciones en el mercado laboral que incentiven la creación de empleos formales permanentes y mejor remunerados en el sector turismo con enfoque de igualdad de género
 - Estrategia. Impulsar el empleo de calidad.
 - **De Fomento Productivo.** Elevar la productividad y competitividad de los destinos turísticos y las empresas privadas y sociales para aumentar la atractividad de la oferta tradicional y emergente de México, evaluando de manera permanente la gestión y resultados de las políticas públicas de fomento, así como fortaleciendo los sistemas de calidad, capacitación, información, tecnologías y planificación en regiones, estados, municipios, destinos y empresas del sector.
 - Estrategia. Desarrollar oferta competitiva.
 - **De Promoción y Comercialización Integrada.** Promover y comercializar la oferta turística de México en los mercados nacionales e internacionales, desarrollando análisis de inteligencia para la consolidación de mercados y la apertura de nuevos segmentos especializados que fortalezcan la imagen de México en el extranjero, potencien los valores nacionales y la identidad regional y las fortalezas de la Marca México.

-
- Estrategia. Integrar eficazmente los instrumentos de promoción y comercialización sobre la base de las fortalezas de la Marca México.
 - **De Demanda Turística Doméstica e Internacional.** Impulsar el crecimiento sostenido del consumo de la oferta turística nacional con una adecuada relación valor-precio para cada segmento y nicho de mercado, consolidando y diversificando los mercados internacionales, así como el crecimiento del turismo doméstico y su consumo incluyendo a todos los sectores de la población.
 - Estrategia. Sostener y diversificar la demanda turística doméstica e internacional con mejores relaciones consumo (gastos del turista) – beneficio (valor de la experiencia, empleos mejor remunerados y desarrollo regional).

4.4 Vinculación con Programas Estatales

4.4.1 Plan Estatal de Desarrollo Sinaloa 2011 – 2016

El Plan Estatal tiene como objetivo: ***“el construir una etapa de prosperidad con calidad de vida para todos”***, a partir tres ejes fundamentales: ***la obra política, la obra humana y la obra material.***

Establece 9 premisas para hacer de Sinaloa un estado moderno y productivo desde el punto de vista económico, pero también con mejor calidad de vida y socialmente más comprometido. Entre estas premisas destaca la de Economía participativa, que se refiere a: “Promover una economía social más justa y más productiva con la participación de los sectores y las regiones, mejorando la infraestructura, promoviendo el desarrollo rural, la competitividad y la innovación tecnológica.”

En cuanto a los ejes y objetivos que maneja el Plan Estatal de Desarrollo, que se vinculan con el Programa Sectorial de Turismo, el Eje que incide de manera directa con la Actividad Turística es el **Eje de Acción. La Obra Material.**

El cual plantea la siguiente Misión y Visión en cuanto al contexto económico del Estado se refiere.

Misión. Introducir cambios sectoriales, institucionales, tecnológicos y de capital humano para que Sinaloa incursione en una renovada dinámica de crecimiento económico acelerado y sustentable, que eleve su productividad regional, generando una prosperidad real para toda la población: a través de incrementar las oportunidades para sostener y crear nuevas empresas que ofrezcan suficientes oportunidades de empleo e ingreso remunerativo a la población, abatir el rezago en el mercado de trabajo, mejorar las condiciones para la innovación, elevar nuestras capacidades laborales, movilizar la participación ciudadana en las tareas del desarrollo económico como soporte de la gestión gubernamental, y afianzar a Sinaloa en los mercados internos y

globales. Con su cumplimiento, Sinaloa estará ubicado como un estado con liderazgo en el desarrollo económico de México.

Visión. Establecer las bases para un desarrollo económico regional holístico, progresista y sustentable de largo plazo, caracterizado por establecer las condiciones e instituciones para el despliegue cohesionado de todo el potencial y las capacidades productivas de las comunidades, lugares y personas, que componen a nuestra sociedad.

Este eje de acción contempla 5 objetivos: **Crecimiento, Empleo y Salarios, Diversificación Económica, Desarrollo Regional y el de Sustentabilidad Ambiental.**

El apartado 3-H Turismo, Nuevo Motor de la Economía, en sus objetivos plantea lo siguiente:

Objetivo 1: *“Impulsar a Sinaloa como el principal proveedor de la industria turística del país”.*

Convertir a Sinaloa a mediano plazo en la entidad abastecedora del sector turístico tanto local como nacional e, incluso, internacional.

Objetivo 2. *“Incrementar el valor turístico de Sinaloa al ofertar experiencias de calidad internacional que cuenten con altos estándares de seguridad y servicios y productos turísticos certificados”.*

Incrementar la competitividad de las experiencias turísticas del estado y crear nuevos productos.

Objetivo 3: *“Convertir el desarrollo con sustentabilidad en un factor clave para hacer de Sinaloa una entidad más atractiva para la inversión”.*

Impulsar la política turística de largo plazo.

Los Ejes de Acción, Objetivos y Estrategias anteriormente planteados en estos instrumentos de Planeación son la guía de los Ejes Rectores. Objetivos, Estrategias y Acciones contenidos en el Programa Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa 2011-2017.

4.5 Marco Jurídico

4.5.1 Contexto Jurídico a Nivel Federal

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

El Artículo 26 constitucional establece las bases sobre las que se rige el Sistema de Planeación Democrática, refiriéndose de manera particular a la elaboración de un Plan Nacional de Desarrollo y demás Planes y Programas.

Dentro de los Planes y Programas a los que se refiere este Artículo, podemos ubicar el presente Programa Sectorial de Turismo, por lo que se debe cumplir con las características y lineamientos establecidos en el mismo para el proceso de planeación, el cual tiene como requisitos su elaboración democrática, mediante la participación de los diversos sectores sociales, garantizando que las aspiraciones y demandas de la sociedad estarán incorporadas dentro de los Planes y Programas de Desarrollo.

Como se ha mencionado, en el presente instrumento se incluyen estas aspiraciones y demandas, recogidas durante el proceso de planeación estratégica participativa llevado a cabo para propósito de este Plan Sectorial.

Ley General de Turismo

Dentro de las atribuciones que establece la Ley General de Turismo (Artículo 9) a los Estados, se encuentra la formulación, conducción y evaluación de la política turística local, la aplicación de instrumentos de política turística previstos en las leyes locales en la materia, así como la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística que se realice en bienes y áreas de competencia local, es decir, dentro del territorio estatal; y se plantea de manera específica la formulación, ejecución y evaluación del Programa Local de Turismo.

Con la elaboración del presente Plan Sectorial de Turismo del Estado de Sinaloa se cumple con estas disposiciones federales en materia turística.

4.5.2 Contexto Jurídico a Nivel Estatal

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Sinaloa.

Dentro de la legislación estatal, corresponde al Congreso del Estado “Expedir, interpretar, reformar, abrogar y derogar leyes y decretos en todos los ramos de la Administración Pública Estatal” (Artículo 43), incluyendo al turismo. Esto en congruencia con el Artículo 73 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Ley de Planeación del Estado de Sinaloa

La Ley Estatal de Planeación establece las características del Sistema Estatal de Planeación Democrática, en el que corresponde a las Dependencias y Entidades de la Administración Públicas Estatal llevar a cabo la Planeación del Desarrollo (Artículo 10).

De acuerdo con Artículo 13 de esta Ley, es obligación de las dependencias de la Administración Pública Estatal la elaboración de Programas Sectoriales, considerando las propuestas que presenten las Entidades del sector y grupos sociales interesados.

Estos programas estarán sujetos a los lineamientos contenidos en el Plan Estatal de Desarrollo y especificarán los objetivos, prioridades y políticas que regirán el desempeño de las actividades del sector de que se trate. (Artículo 22).

En este contexto se enmarca la realización del presente Programa del Sector Turístico, dando cumplimiento a la Ley de Planeación.

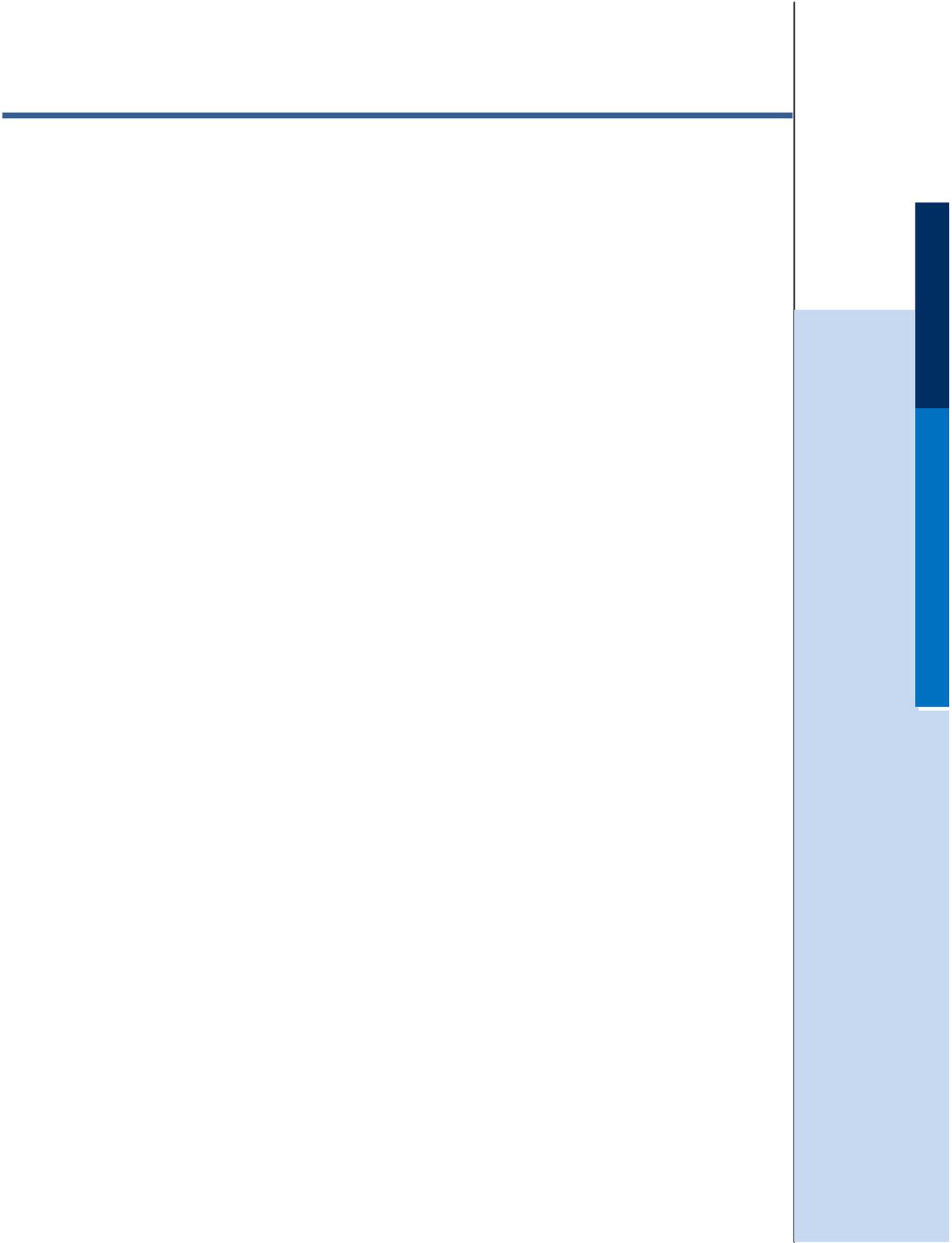
Ley para el Fomento del Turismo del Estado de Sinaloa.

En su Artículo 4 establece que corresponde al Ejecutivo del Estado, la responsabilidad de las actividades de planeación y programación del fomento y desarrollo del turismo, con la participación de los municipios involucrados y en consulta con los sectores sociales y privado.

La dependencia competente en materia de turismo es la Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa, creada en 2007, y tiene entre sus facultades “promover el desarrollo equilibrado y sostenido de la actividad turística del Estado”.

Esta dependencia es la Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa, la cual fue creada mediante decreto de fecha 3 de junio de 1994, y tiene entre sus facultades “promover el desarrollo equilibrado y sostenido de la actividad turística del Estado”.

Aunado a ello, el Plan de Gobierno del Estado de Sinaloa establece como uno de sus objetivos primordiales fomentar la actividad turística, promoviendo al turismo como una actividad motora de la economía estatal.



Capítulo V
MATRIZ ESTRATÉGICA



2007

2007

Ferromex

Ferromex

V. Matriz Estratégica

5.1 Principios y Valores Fundamentales

5.1.1 Principios y Valores Fundamentales

Principios que rigen el desarrollo turístico del estado de Sinaloa

El diseño de la política turística y la implementación de estrategias y acciones que se promoverán desde el sector público para consolidar el turismo como actividad estratégica y prioritaria para la economía estatal, está con base en cuatro principios fundamentales:

Corresponsabilidad. Para involucrar a todas las dependencias del gobierno estatal en la implementación de estrategias y acciones necesarias para promover y fomentar el desarrollo turístico integral en la entidad, y hacer partícipes a todos los sectores (público, privado y social) para atender de manera puntual y oportuna los requerimientos para el desarrollo del sector.

Sustentabilidad. Fomentando el uso y aprovechamiento responsable de todos los recursos del Estado, promoviendo la conservación y protección de los mismos, involucrando directamente a las comunidades receptoras en los beneficios directos de la actividad, generando opciones productivas y de desarrollo humano y económico a partir del turismo.

Competitividad. Para hacer frente a los retos del entorno cada vez más competitivo, con el surgimiento de nuevos destinos alrededor del mundo, y en respuesta a la nuevas tendencias que presenta el mercado, con la demanda de productos turísticos innovadores, con altos estándares de calidad y servicio que proporcionen mayor valor agregado y mayor valoración en la relación calidad-precio; y con empresas altamente rentables.

Diversificación. La diversificación de productos, servicios, actividades y empresas turísticas, que permitan atender a todos los segmentos turísticos, aprovechando las potencialidades que presenta el territorio de nuestro Estado.

Valores Fundamentales

Para el diseño de estrategias, acciones y productos turísticos que permitirán a la entidad reposicionarse dentro del contexto turístico nacional e internacional. Se proponen 6 valores fundamentales, como rectores de las propuestas incluidas en el presente documento y, en general, en el desarrollo turístico de Sinaloa:

Identidad y Orgullo de ser Sinaloense

Honestidad y honradez

Integridad y ética

Equidad social y de género

Responsabilidad social

Respeto por el entorno, los ciudadanos, los visitantes y la cultura local

5.1.2 Misión y Visión

Como producto de la participación de todos los sectores involucrados en la actividad turística del Estado –público, privado y social- surgió la visión del sector turismo, hacia la que se encaminan los objetivos, estrategias, acciones y metas planteadas en el presente Programa.

Visión

“El Estado de Sinaloa ofrece destinos turísticos seguros y exitosos, que sobresalen por los servicios, equipamiento e infraestructura de calidad, con amplia y diversa oferta de productos turísticos, desarrollados dentro del marco de sustentabilidad, y fomentando la conservación de la identidad e imagen tradicional, que le ha otorgado el posicionamiento a nivel internacional”.

Para el cumplimiento de esta Visión, la Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Sinaloa tiene la siguiente Misión:

Misión

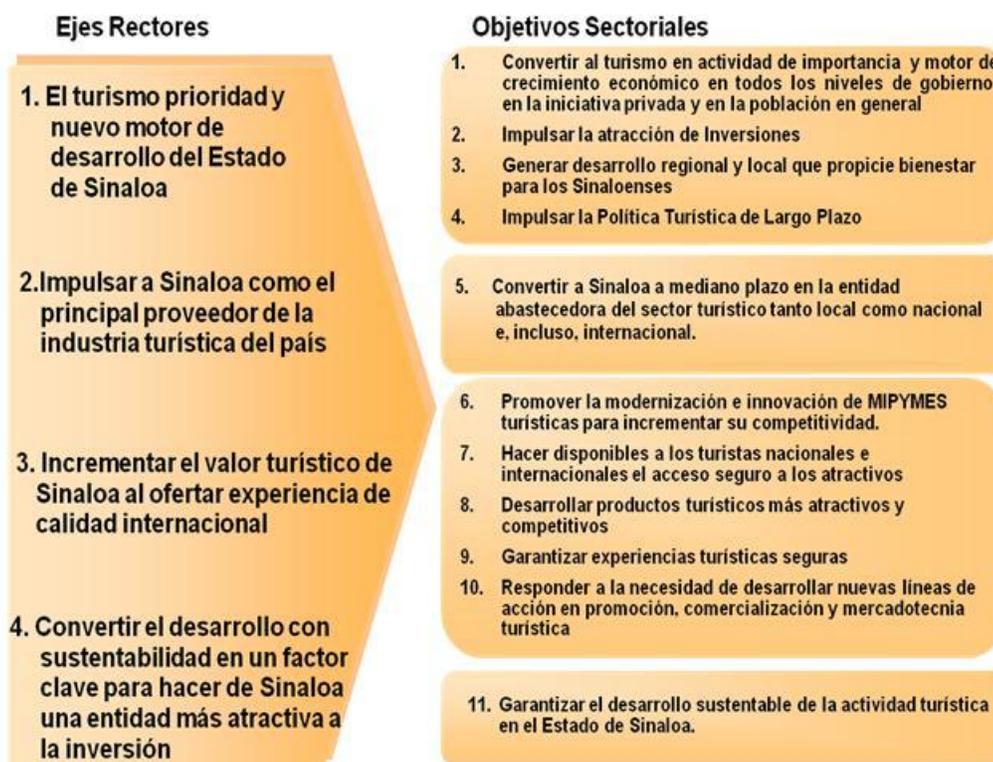
“Promover y fomentar el desarrollo turístico del Estado, para consolidar a la actividad turística de Sinaloa como el nuevo motor de la economía sinaloense, que contribuya al fortalecimiento y multiplicación de las empresas, crear más empleos, mejores ingresos y bienestar para la población.”

5.2 Estructura Estratégica

Debido a la importancia de la actividad turística para la economía del Estado, a la capacidad de esta actividad para generar impulso a múltiples sectores productivos locales, y al amplio potencial de desarrollo que representan los atractivos naturales y culturales de nuestro Estado, se declara la presente administración como el Sexenio del Turismo en Sinaloa 2011-2016.

Para lograr la misión y visión del sector turístico de Sinaloa, se detallan las líneas estratégicas, acciones y metas que serán implementadas y/o impulsadas desde el sector público, a través de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Sinaloa, en coordinación y congruencia con los intereses y actividades del sector privado y social.

Fig. 5.1 Estructura Estratégica



Eje Rector 1: El turismo prioridad y nuevo motor de la economía del Estado de Sinaloa

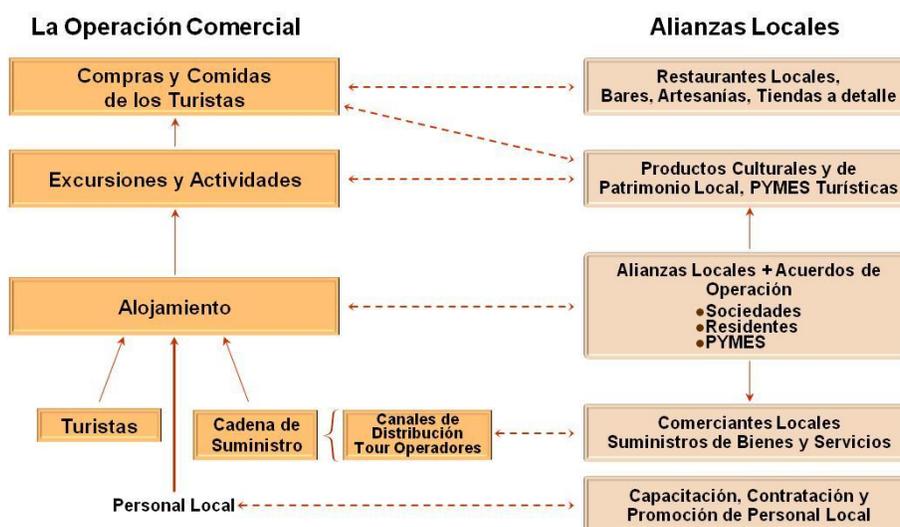
Este primer eje rector se integra por cuatro objetivos sectoriales y a continuación se detallan estrategias, acciones y metas correspondientes.

Objetivo Sectorial 1. Convertir al turismo en actividad de importancia y motor de crecimiento económico en todos los niveles de gobierno, en la iniciativa privada y en la población en general

Estrategia 1.1 Fortalecimiento de cadenas de valor del sector turístico

La cadena de valor del sector turístico está integrada por los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la etapa de planificación del viaje hasta el regreso del visitante al lugar de residencia habitual. En algunos destinos estos productos y servicios son traídos de otras regiones o estados, ya que la producción local no tiene la capacidad de atender los requerimientos del sector.

Fig. 5.2 Cadena de Valor del Sector Turístico



En el caso del estado de Sinaloa, existe diversificación económica que permite atender el suministro de la mayor parte de los requerimientos del sector turístico. Actualmente el PIB en la entidad tiene alta concentración en actividades del sector terciario; sin embargo, registra altas contribuciones de otros sectores como el agropecuario, principalmente.

Tabla 5.1 PIB por Sectores 2010

PIB POR SECTOR DE ACTIVIDAD 2010	NACIONAL	SINALOA
Total de la actividad económica	100%	100%
11 Agricultura, ganadería, aprovechamiento forestal, pesca y caza	3.9%	12.3%
21 Minería	5.2%	0.6%
22 Electricidad, agua y suministro de gas por ductos al consumidor final	1.5%	2.0%
23 Construcción	6.6%	7.6%
31-33 Industrias manufactureras	18.3%	8.1%

PIB POR SECTOR DE ACTIVIDAD 2010	NACIONAL	SINALOA
43 y 46 Comercio	16.1%	21.5%
48-49 Transportes, correos y almacenamiento	7.5%	7.4%
51 Información en medios masivos	3.9%	2.8%
52 Servicios financieros y de seguros	5.0%	3.8%
53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	11.2%	12.3%
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos	3.5%	1.9%
55 Dirección de corporativos y empresas	0.5%	0.0%
56 Servicios de apoyo a negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	2.6%	1.2%
61 Servicios educativos	4.8%	5.3%
62 Servicios de salud y de asistencia social	3.0%	3.6%
71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	0.4%	0.5%
72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	2.6%	4.4%
81 Otros servicios excepto actividades del gobierno	2.8%	3.7%
93 Actividades del gobierno	4.2%	3.8%
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-3.5%	-2.6%

Fuente: Banco de Información Económica, 2012. INEGI

Para fortalecer la cadena de valor del sector turístico y propiciar la mayor participación de todos los sectores productivos, es necesario trabajar de manera coordinada, para establecer acciones que permitan atender oportunamente el crecimiento de la actividad, considerando que en los próximos años se incrementará de manera importante la oferta de cuartos en el Estado, a partir de la construcción y puesta en operación del Centro Integralmente Planeado Sustentable “Playa Espíritu” en Teacapán municipio de Escuinapa.

Por tanto, los requerimientos de insumos del sector turístico serán cada vez mayores y será necesario que la economía estatal tenga la capacidad para hacer frente a los nuevos requerimientos.

Las acciones que se proponen en esta estrategia son:

-
- 1.1.1 Promover ante las Secretarías de Desarrollo Económico, y de Agricultura, Ganadería y Pesca del Estado, programas de coordinación con los sectores productivos; la realización del estudio Matriz Insumo –Producto, particular para la economía del estado de Sinaloa, que permita establecer la vinculación e interrelación entre los diferentes sectores productivos en el Estado, y programar la política de desarrollo económico para el crecimiento sostenido de las principales actividades productivas.
- 1.1.2 Las acciones de coordinación con los sectores productivos se realizarán con las dependencias cabezas de sector, para el diseño conjunto y la implementación de programas concretos para fortalecer a los sectores productivos del estado, orientados a satisfacer las crecientes demandas que tendrá la actividad turística, y fortalecer la cadena de valor del sector turístico en la Entidad.
- 1.1.3 Diseñar y promover programas de apoyo para el desarrollo y modernización tecnológica en procesos, diseño de productos y uso de materias primas por parte de la iniciativa privada. Se deberá trabajar conjuntamente con la Secretaría de Desarrollo Económico para el fomento de estos programas aprovechando los apoyos existentes en otras instancias federales y estatales para estos propósitos.
Con la mejora de procesos y desarrollo tecnológico aplicado al sector turístico, y al resto de los sectores productivos en el estado se pretende incrementar la competitividad turística.

Tabla 5.2 Metas para el Fortalecimiento de las Cadenas de Valor del Sector Turístico

Acción	Indicador	Meta
1.1.1 Desarrollar conjuntamente con las Secretarías de Agricultura y Economía programas de coordinación con los sectores productivos del Estado.	Número de programas implementados	Un programa por año
1.1.2 Firma de acuerdo para realización del estudio Matriz Insumo-Producto para Sinaloa	Acuerdo firmado	Un acuerdo firmado durante los primeros tres años de la administración estatal.
1.1.3 Promover el desarrollo y modernización tecnológica en procesos, diseño de productos y uso de materias primas por parte de la iniciativa privada	Monto de Inversión en tecnología/Número de iniciativas apoyadas o monto de los apoyos	Incremento anual en el monto de los apoyos del total de la inversión privada anual, el 10% sea destinada al desarrollo tecnológico

Estrategia 1.2 Incremento de productividad y competitividad

La actividad turística está considerada como uno de los pilares de la economía del estado de Sinaloa, y durante la última década ha registrado crecimiento sostenido, duplicando la afluencia de turistas hospedados e incrementando la oferta de hospedaje; sin embargo, ha tenido que enfrentar serias implicaciones por fenómenos externos, como crisis económica de E.U. a partir del 2008, la influenza y la cancelación de las rutas de crucero al puerto de Mazatlán.

No hay que olvidar que la actividad turística es altamente vulnerable a eventos externos. En el entorno internacional, estos acontecimientos presentados en los últimos años (atentados terroristas, guerras, epidemias, crisis económica) ha provocado incertidumbre sobre la situación económica actual, lo que está condicionando las tendencias y comportamiento del sector turístico internacional.

Es urgente reaccionar ante estas nuevas tendencias del mercado, dando respuesta a los nuevos requerimientos del mercado, a partir de la innovación en el desarrollo y diseño de productos turísticos, que respondan tanto a estas nuevas “exigencias” del mercado, en las que se encuentra implícito el tema del desarrollo turístico sostenible, y evidentemente el tema de la competitividad y productividad, pues el entorno de competencia será cada vez más complejo para los destinos turísticos.

Como efecto de estos recientes acontecimientos, el mercado, desde el punto de vista del “consumidor”, está adoptando nuevos patrones de comportamiento y de consumo, que tiene que ver con nuevas formas de pensar y de actuar.

Por tanto, el diseño (o el rediseño) de los nuevos productos turísticos deberá estar enfocado a satisfacer los gustos y necesidades de los turistas:

- Son más selectivos y exigentes.
- Buscan cosas innovadoras y con valor agregado.
- Son cada vez más educados, con mayor sensibilidad ambiental y cultural.
- Buscan experiencias más auténticas en lugar de los paquetes estándar del pasado.

Otras “nuevas tendencias” que se han identificado, principalmente en respuesta a los efectos de la crisis económica mundial son:

-
- La dinámica de los viajes ha cambiado, actualmente se realizan viajes cortos (en tiempo y distancia), y dentro de la misma región de origen.
 - El turismo interno es muy importante, se estima supera cuatro veces a las llegadas de turistas internacionales.¹
 - Los viajes realizados por la llamada generación de oro (55 años y más), está creciendo superando inclusive al segmento de jóvenes.² Se prevé que continúe la tendencia hacia el crecimiento de mercados de mayor edad.
 - Los avances tecnológicos cobran cada vez mayor importancia en la etapa de planeación del viaje, con el incremento de las reservas de último momento y del uso de internet para información y reservas.³
 - Mayor exigencia con relación a calidad-precio.
 - Se han planteado diversas acciones y estrategias para captar al turismo principalmente después de la crisis, entre ellas la promoción de festivales, eventos deportivos, ferias internacionales; impulso de ciertos segmentos y productos turísticos (turismo médico, wellness, entre otros)
 - Los productos turísticos tienden a especializarse cada vez más para satisfacer a nichos en particulares, lo que permite amplia gama de opciones y de caracterizaciones para los destinos turísticos. Esta “especialización” de la demanda ha permitido el seguimiento de segmentos claramente definidos, como ejemplo el golf y la pesca deportiva como segmentos de mercado de alto gasto, que buscan destinos turísticos que ofrezcan las mejores condiciones y el equipamiento necesario para realizar estas actividades.

1. Tourism Trends & Outlook , Theme: Domestic and Regional Tourism: Issues, Opportunities, and Prospects.
2. Itb World Travel Trends Report 2010.
3. http://www.unwto.org/media/news/sp/press_det.php?id=6241

-
- En materia de viajes existe una nueva tendencia en proporcionar servicios adicionales tanto en los servicios aéreos (ej.: reservaciones de auto y hotel) como de agencias de viajes (ej.: ser un consultor de viajes, ofreciéndole servicios desde el inicio hasta el final del viaje), los cuales dejan una mayor ganancia.⁴
 - La tendencia de descuentos, tanto en hoteles como en contrataciones de viajes al menudeo, permanecerán en el corto y mediano plazo debido a la debilidad de la demanda, así como la búsqueda de mejores ofertas en relación calidad-precio por parte de los turistas.
 - Se ha incrementado el uso de redes sociales como Twitter, Facebook, MySpace entre otras, como medio de promoción, en destinos emergentes, debido principalmente a los bajos costos que estos representan así como al fácil acceso para los consumidores.

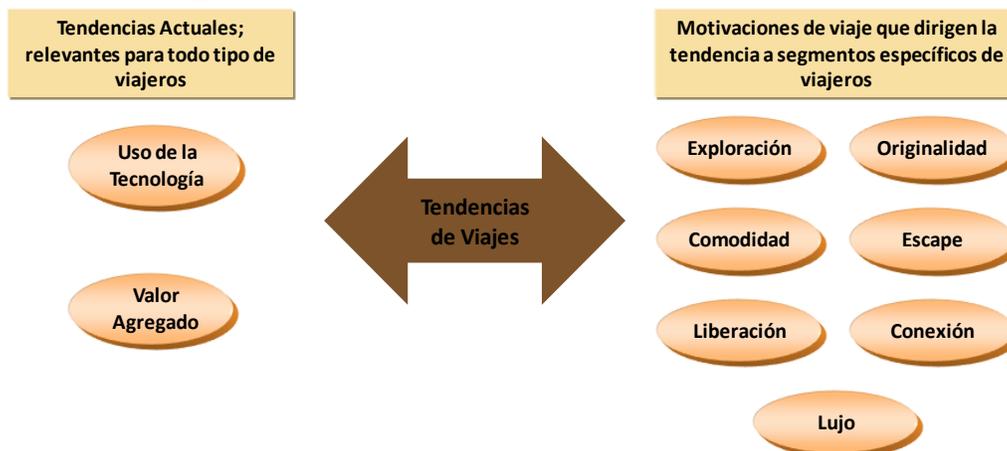
Para México, y en general para el continente Americano, los Estados Unidos son el principal mercado de origen del turismo internacional, por lo que resulta interesante analizar las nuevas tendencias desde el punto de vista de mercado que se esperan como respuesta al nuevo contexto económico (de recesión). Si bien algunas de estas tendencias son coyunturales, otras llegaron para quedarse. A continuación se resaltan algunas de estas nuevas tendencias

Se observan dos tipos de tendencias clave de viajes:

- Aquellas que afectan la industria en general y a todos los tipos de viajeros.
- Aquellas relevantes para segmentos específicos de viajeros; definidas por sus motivaciones para viajar.

⁴ The Travel Gold Rush 2020. *Oxford Economics, 2010.*

Fig. 5.3 Motivaciones y Factores Considerados



Fuente: Investigación FOA Consultores a través del Online Bulletin Board: Mexican Tourism Research, Septiembre 2010.

Parece que muchas tendencias de viaje son dirigidas por segmentos específicos de viajeros o “motivaciones de viaje.”

Los motivos de “Exploración” y “Originalidad” parecen estar dirigiendo las nuevas tendencias.

Tabla 5.3 Motivación de viaje

Motivación	Necesidades del Viajero	Resultado en Tendencias y Actividades
Exploración	Sentirse vivo, experimentando cosas nuevas, ampliando horizontes, obteniendo emoción.	Descubrir, aprender, excursiones temáticas, experiencias envolventes, viajes de aventuras.
Originalidad	Sentirse único, especial, inteligente y conocedor. Experimentar cosas que otros no han hecho.	Experiencias auténticas, experiencias locales, culturales, eco turismo, turismo voluntario.
Comodidad	Sentirse seguro, protegido y cómodo al viajar. Sin preocupaciones y con la certeza de que disfrutarán el viaje.	Hoteles todo incluido, tours guiados, destinos Americanizados, cruceros.
Escape	La necesidad de relajarse, descansar, renovarse y desestresarse.	Relajación en la playa, cruceros, spas, cenar en restaurantes, resorts todo incluido.
Liberación	Pasar un buen momento, olvidarse de las preocupaciones, alocarse un poco, divertirse.	Fiestas, vida nocturna, playas, diversión bajo el sol.
Conexión	Compartir experiencias y relacionarse con otros.	Vacaciones familiares, escapadas románticas. La escapada romántica es la tendencia más reciente.
Lujo	Sentirse prestigioso, exclusivo, ostentoso consentido.	Tours personalizados y experiencias especiales que sólo algunos pueden disfrutar.

Fuente: Investigación FOA Consultores a través del Online Bulletin Board: Mexican Tourism Research, Septiembre 2010.

Cada uno de estos segmentos está buscando características particulares para sus viajes, así la modalidad “Todo Incluido” seguirá teniendo éxito entre algunos nichos de mercado, en tanto habrá otros más motivados por la originalidad de sus experiencias de viaje. En el siguiente cuadro se mencionan los tipos de viaje identificados que marcarán la tendencia del mercado estadounidense.

Tabla 5.4 Modalidad del Viaje

Tipo de Viaje	Característica	Necesidad Atendida	Motivación
Todo Incluido	Incluye transporte aéreo, alojamiento, transportación terrestre, comidas y actividades	Mayor valor por su dinero	Comodidad, Escape, Relajación
Crucero + Tour Terrestre	Crucero con tours terrestres incluidos	Mayor valor por su dinero	Comodidad, Escape, Relajación
Ecoturismo	Viajes enfocados a la responsabilidad con el medio ambiente	Conciencia del viaje y experiencias "únicas"	Originalidad
Tours de Aventura	Incluye actividades de aventura y deportes	Expandir los horizontes	Exploración
Paquetes Personalizados	Caros, personalizados para un viajero específico con experiencias únicas	Experiencias "únicas"	Lujo, Exploración, Originalidad
Inmersión Cultural	Interactura con lugareños, hospedarse en una casa, aprender habilidades locales	Experiencias "únicas"	Exploración, Originalidad
Programas Misionarios	Trabajo misionero en iglesias locales	Experiencias "únicas"	Exploración, Originalidad
Programas de Pares	Pasar un tiempo con un lugareño que trabaje en una ocupación similar		Originalidad

Fuente: Investigación FOA Consultores a través del Online Bulletin Board: Mexican Tourism Research, Septiembre 2010.

El Estado de Sinaloa cuenta con un gran potencial aún no aprovechado, se requiere la “reinención” de Mazatlán, que representa el destino turístico más posicionado de la entidad en el contexto nacional e internacional; y el diseño de productos turísticos innovadores que permitan potenciar la diversidad de atractivos turísticos (naturales y culturales) presentes el Estado, atendiendo a estas nuevas tendencias que permitan incrementar la competitividad y mejorar los indicadores turísticos, con beneficios directos para los Sinaloenses.

Es decir, además de la renovación de Mazatlán, se necesita el desarrollo de otras zonas, destinos y productos turísticos, que permitan la atención de un mayor número de segmentos de mercado especializados, considerando en todo momento que “la competitividad de los destinos turísticos depende de la capacidad de su industria para innovar y mejorar permanentemente la calidad de sus productos⁵”.

Para incrementar la competitividad y productividad del sector turístico de Sinaloa se proponen las siguientes acciones:

1.2.1 Promover la diversificación de actividades y productos en los destinos turísticos del estado.

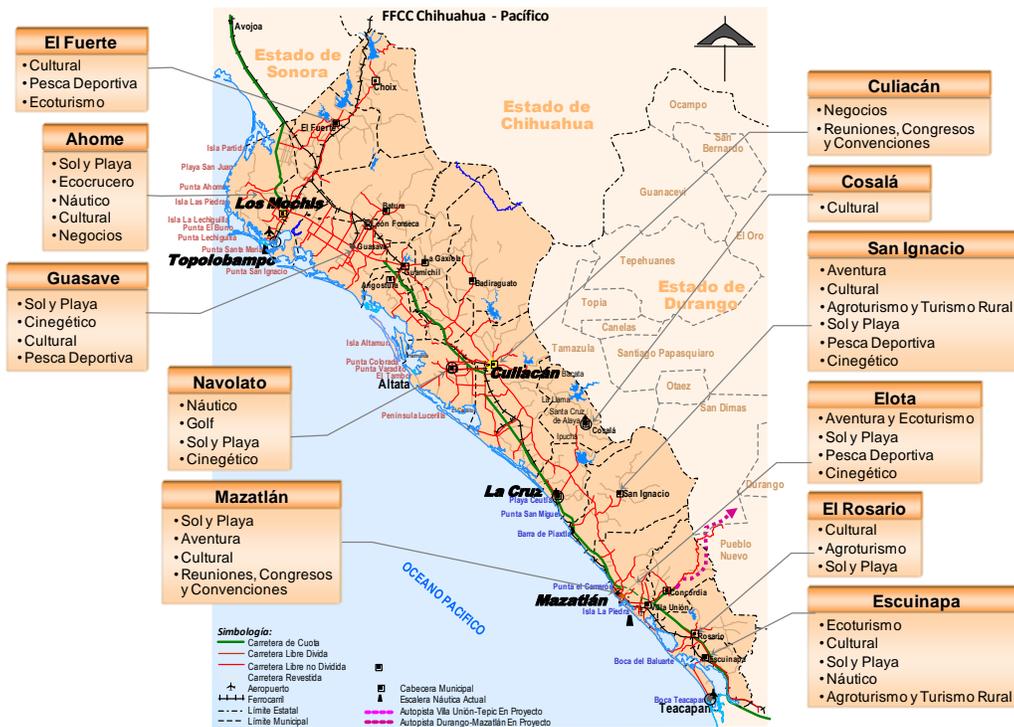
Cada una de las tres regiones turísticas de Sinaloa cuenta con atractivos diferenciados, y diferentes grados de desarrollo turístico. La zona sur es la de mayor desarrollo, con Mazatlán como el destino turístico más representativo, y el surgimiento del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable (CIP's) Playa Espíritu de FONATUR, se consolidará como el mayor polo de desarrollo turístico del Estado; pero existen destinos con otras vocaciones que pueden complementar la experiencia turística en Sinaloa

Se requiere de la creación de nuevos productos acordes a la vocación natural de cada municipio, que sean complementarios entre sí, y que estén diseñados para dar respuesta a los nuevos requerimientos del mercado.

De acuerdo a la disponibilidad de activos turísticos y la vocación de cada zona, los segmentos que podrían atenderse para cada municipio se presentan en el siguiente plano.

⁵ Fascículo 1. Competitividad y Desarrollo de Productos Turísticos. SECTUR.

Fig. 5.4 Segmentos Potenciales por Municipio.



Si bien se tiene que trabajar paulatinamente en el desarrollo de estos nuevos productos, se propone el diseño e impulso de al menos dos nuevos proyectos para cada una de las zonas turísticas del estado durante la presente administración.

Para ello, se trabajará a través de las Direcciones Regionales, para identificar sitios, atractivos y proyectos en planeación o con potencial para ser desarrollados en el corto y mediano plazo. Estos proyectos se apoyarán con asesoría técnica y con la gestión de los apoyos necesarios para su adecuada planeación, construcción y puesta en marcha.

En algunos municipios se ha trabajado en la planeación de proyectos que pueden detonar la actividad turística, se requiere de la valoración de factibilidad técnica, social y económica de los mismos, que permita la gestión de los apoyos necesarios para su materialización. Entre estos proyectos se tienen identificados los siguientes:

Fig. 5.5 Proyectos Detonadores Identificados



1.2.2 Promover la ampliación de la cobertura de programas de certificación de SECTUR federal entre los prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M particularmente), que contribuya a elevar los niveles de competitividad y productividad en el sector.

Estos programas son parte de la política pública del sector turismo como un medio para incrementar la competitividad de las empresas y los destinos turísticos, reconociendo que la Calidad se ha convertido en un factor determinante que incide de forma significativa en el mercado.

Si bien es cierto, el desarrollo y la promoción de los productos turísticos son tareas determinantes en la conformación de una oferta efectiva, resulta igualmente importante una planta productiva altamente competitiva y un capital humano cuyo desempeño observe condiciones de profesionalismo y disposición hacia la cultura del servicio y de la atención.

Dentro de las acciones que está llevando la Secretaria de Turismo del Estado de Sinaloa, se encuentra el programa permanente para la promoción de estas certificaciones entre los prestadores de servicios turísticos, llevando a cabo logros significativos, pero aún falta mucho por hacer, para incrementar el interés y la participación de las empresas turísticas en estos programas; y lograr la meta de posicionar al estado Sinaloa como una de las entidades con mayor número de empresas certificadas.

Sin embargo, se requiere no sólo la adscripción de más prestadores de servicios turísticos a los programas de certificación vigentes, sino de la constante renovación de las certificaciones en las empresas que ya cuentan con ella.

De acuerdo con los registros de la Secretaria de Turismo Federal

Acción	Indicador	Meta
1.2.1 Promover la diversificación de actividades en los destinos turísticos del estado	Número de productos (proyectos) apoyados	Apoyar 2 iniciativas por zona turística, durante el sexenio
1.2.2 Promover la ampliación de la cobertura de programas de certificación de SECTUR federal entre los prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M)	Número de empresas certificadas	Posicionar a Sinaloa entre los cinco estados con mayor número de empresas certificadas

Objetivo Sectorial 2. Impulsar la atracción de inversiones

Estrategia 2.1 Generación de las condiciones necesarias para atraer inversión nacional e internacional

El Estado de Sinaloa presenta múltiples oportunidades de inversión en el sector turístico, existen importantes proyectos de alcance internacional, como el CIPS Playa Espíritu, o la consolidación de la zona de Nuevo Mazatlán; además de otros proyectos específicos que permitirán la diversidad de productos turísticos para la atención de una también mayor diversidad de segmentos especializados.

Para la ejecución y puesta en operación de estos proyectos se requiere de una efectiva política de atracción de inversiones privadas, que permitan ejecutar los proyectos detonadores identificados en el corto y mediano plazo, con la consecuente generación de empleos, y otros beneficios directos e indirectos producto del desarrollo y crecimiento de la actividad turística en la entidad.

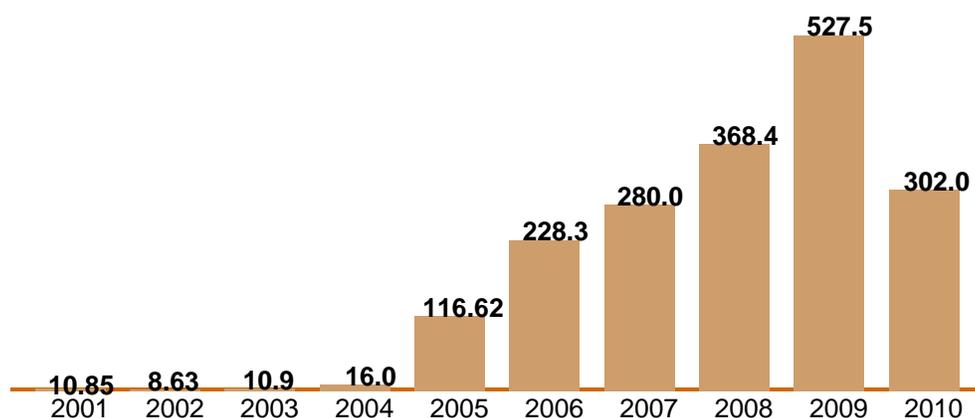
El potencial para el desarrollo turístico con que cuenta el estado, con su amplio inventario de atractivos turísticos, aunado a mecanismos adecuados para incentivar a la inversión, en un entorno tan competitivo, han permitido que Sinaloa se posicione entre los primeros lugares en la captación de inversión privada en el ámbito turístico a nivel nacional.

El Estado de Sinaloa ocupa hasta el cierre del año 2010 el 6to lugar de inversión privada acumulada con un total de 1,869.16 millones de dólares del 2001 al 2010.

A partir del año 2005 se registra un importante dinámica de crecimiento, multiplicando la inversión turística de años anteriores, con un máximo histórico en 2009, alcanzando 527.5 millones de dólares.

Como efecto de factores externos como la crisis económica mundial, en 2010 tuvo una caída considerable al solo alcanzar los 302 millones de dólares.

Fig. 5.6 Inversión Privada en Sinaloa 2001 - 2010



En estos últimos años, la inversión turística se ha concentrado en el desarrollo de productos inmobiliarios, tan sólo en 2010 se registraron 24 proyectos de este tipo con un monto de inversión del orden de los 228 millones de pesos.

Tabla 5.5 Inversión Privada por Tipo de Proyecto 2010

Tipo	Proyectos	Inversión
Hospedaje	12	\$64.12
Alimentos y Bebidas	9	\$1.74
Inversiones Turísticas Inmobiliarias	24	\$228.68
Servicios Complementarios	2	\$7.45
Total	47	301.99
Tipo	Proyectos	Inversión

Fuente: Padrón Nacional de Proyectos de Inversión, 2011. SECTUR.

Las acciones que se proponen en esta estrategia son:

2.1.1 Establecer la conformación de un portafolio de inversión (Pipeline) con los principales proyectos para ser promovidos ante la iniciativa privada (cartera de proyectos estratégicos). Para la definición de los proyectos estratégicos se trabajara de manera coordinada con las delegaciones regionales de turismo, autoridades municipales e iniciativa privada, para integrar en este portafolio todos los proyectos que demuestren factibilidad técnica y económica para ser desarrollados.

Como parte de estos proyectos que deberán ser integrados, y promovidos ante la iniciativa privada, se encuentran:

Tabla 5.6 Principales Oportunidades de Inversión Privada en Sinaloa

Proyecto	Ubicación	Descripción	Inversión Estimada	Impactos Estimados
Parque Ingenio Los Mochis	Los Mochis (Municipio de Ahome)	Reconversión del ingenio azucarero en un proyecto cultural, recreativo y comercial	2,500 mdp	1,000 nuevos empleos
Proyecto Isla Cortés	Frente a la Bahía de Altata (Municipio de Navolato)	Desarrollo turístico inmobiliario, náutico y de golf, cuenta con 2,200 hectáreas	600 mdd	
CIPS Playa Espíritu	Municipio de Escuinapa	Nuevo Centro Integralmente Planeado de Fonatur, bajo criterios de sustentabilidad, contempla el desarrollo de más de 2,300 hectáreas entre componente hotelero-residencial-golf-náutico-recreativo con más de 44 mil unidades de alojamiento.	3,200 mdp (al 2019)	Más de 2,000 empleos generados.
Amaitlán	Municipio de Mazatlán	Desarrollo turístico-comercial en 2,127 hectáreas	120 mdd	

Adicionalmente a estos proyectos se deberán integrar dentro del portafolio de inversión todos los proyectos en planeación o en proceso, que representen oportunidades para el sector privado, aún aquellos de menor escala o de participación social y/o dirigida a MIPYMES.

Como condición para la inclusión de los proyectos dentro del portafolio de inversión que será promovido de manera institucional por la Secretaría de Turismo del estado de Sinaloa, se requerirá demostrar que son proyectos viables técnica y financieramente, para lo cual será posible apoyar a los inversionistas interesados para la gestión de estudios de factibilidad ante instancias que puedan apoyar y financiar estos procesos. Un ejemplo de estos organismos es el Programa de Asesoría y Calificación de Proyectos de FONATUR.

2.1.2 Integrar una base de datos que incluya posibles fuentes de financiamiento para proyectos turísticos, de organismos públicos y privados, nacionales e internacionales. Para la ejecución de proyectos de carácter público y privado, existen diversos programas de dependencias públicas, y de organismos nacionales e internacionales que otorgan apoyos (ya sea técnico o financiero) para proyectos turísticos, por lo que se requiere tener actualizada la información acerca de las reglas de operación vigentes para poder acceder a estos programas.

2.1.3 Brindar certidumbre legal a las empresas e inversionistas, principalmente en temas relacionados con tenencia de la tierra en las zonas identificadas para desarrollo turístico. La certeza jurídica en la posesión de la tierra es un factor decisivo para los inversionistas, por ello se requiere no sólo la garantía de la propiedad, y usos y destinos permitidos, sino la agilización de procesos y mecanismos para que las inversiones puedan realizarse en cortos lapsos de tiempo.

Se requiere de la modernización y actualización permanente de instrumentos como levantamientos catastrales y registro público de la propiedad, para agilizar y facilitar los procesos de adquisición de terrenos, autorizaciones y cambios de usos de suelo, licencias y permisos de construcción, etc.

Ante las incidencias que pueden llegar a presentarse en materia inmobiliaria, los inversionistas, además de los medios jurisdiccionales que tienen a su alcance, cuentan con una serie de protecciones tanto en la legislación nacional como en los instrumentos internacionales de los que México es parte. Uno de estos instrumentos, que puede ser utilizado y promovido por el sector turístico, principalmente para las operaciones inmobiliarias, es el seguro de título, que representa la expedición de una póliza de seguro en donde la compañía aseguradora se obliga a que, si el estado jurídico del título llegara a ser otro a aquel que presentaba al momento de expedirse la póliza y el asegurado sufriera pérdidas económicas resultado de esa variación, la aseguradora reembolsará dichas pérdidas, hasta por la suma asegurada contratada.

Se trata de un contrato indemnizatorio que cubre los riesgos derivados de los defectos o vicios que puedan contenerse en los títulos de propiedad, registrados o no en un registro público de la propiedad, que causen al asegurado daños y perjuicios.

El seguro de título constituye una protección necesaria para el asegurado, ante los riesgos inherentes a las transacciones inmobiliarias, cuyo desarrollo en México dependerá, en buena medida, del conocimiento y manejo que abogados, notarios y profesionales inmobiliarios puedan tener del mismo, para que, convencidos de sus bondades, lo promocionen ante sus representados; y representa una especie de garantía para los inversionistas.

Acción	Indicador	Meta
2.1.1 Establecer la conformación de un portafolio de inversión con los principales proyectos para ser promovidos ante la iniciativa privada	Portafolio de inversión integrado - Pipeline (documento)	Publicación del portafolio de inversión y su actualización anual
2.1.2 Integrar una base de datos con potenciales fuentes de financiamiento para proyectos turísticos	Base de datos integrada	Publicación de la base de datos y su actualización anual
2.1.3 Brindar certidumbre legal a las empresas e inversionistas, principalmente en temas relacionados con tenencia de la tierra	Certificados de tipo de propiedad por parte de Registro Agrario Nacional y del Registro Público de la Propiedad	Diagnóstico de tipo de propiedad del 100% de las reservas identificadas al final del sexenio

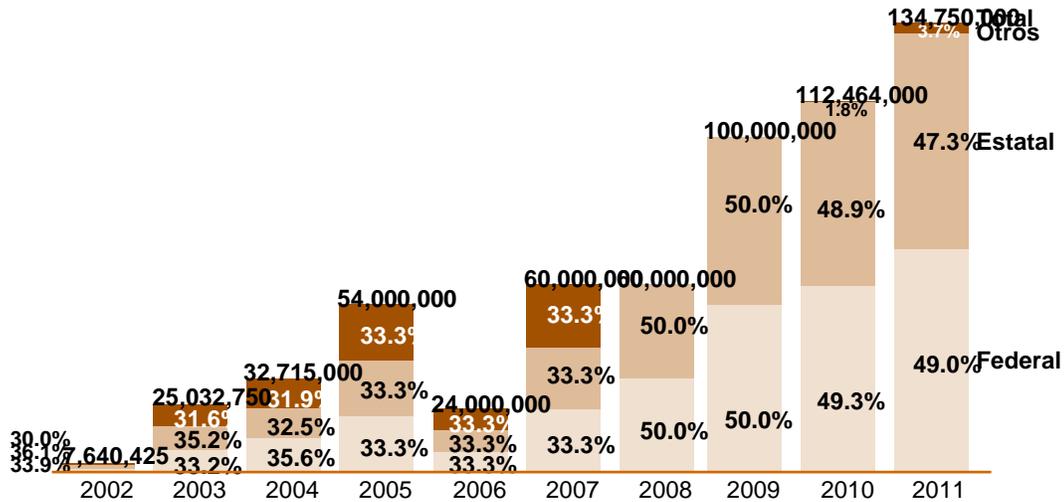
Estrategia 2.2 Promoción de mayor inversión pública, privada y social en el sector turístico

El desarrollo y desempeño del sector turístico no depende totalmente de la inversión privada, si bien es un factor determinante, esta debe ser complementada con inversiones del sector público y social, tanto para la construcción y mejoramiento de la oferta de equipamiento y servicios turísticos en los destinos, como para la dotación de infraestructuras de acceso y de apoyo a la actividad, que permita atender de manera integral todos los requerimientos de los visitantes y de las poblaciones de apoyo.

En Sinaloa, el sector turístico se ha consolidado como una actividad estratégica para la economía estatal, prueba de ello es la creación durante el 2007 de la Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa, y una cada vez creciente inversión pública asignada al desarrollo turístico de la entidad.

A lo largo de 9 años los recursos asignados por parte de la Federación, así como del Gobierno Estatal, Municipios e Instituciones Privadas a tenido una Tasa Media de Crecimiento Anual del 37.6%.

Fig. 5.7 Asignación de Recursos 2002 - 2011



Fuente: Cuentas Públicas del Estado de Sinaloa 2002-2011. Secretaría de Administración y Finanzas del Estado de Sinaloa

Mazatlán ha concentrado parte importante de estos recursos, con proyectos tales como el Museo del Carnaval, Remodelación de la Catedral, Proyecto Centro Histórico entre otros.

Otros Municipios beneficiados han sido Cosalá y El Fuerte, con los Programas de Pueblos Mágicos; Mejoramiento de la Imagen Urbana y Turística de San Ignacio, Mocorito, Guasave, Culiacán, El Rosario, Teacapan, El Quelite, La Noria.

Además se han asignado recursos a Programas Integrales de Capacitación y Competitividad, en Señalización Turística y/o Módulos de Información Turística, así como en la Elaboración del Programa Estatal de Turismo de Sinaloa, entre otros.

Sin embargo, aún se requiere la intervención del sector público para impulsar el desarrollo turístico, y consolidar nuevos destinos en el estado, en beneficio de las economías locales.

Para promover mayor inversión pública y social en el sector se impulsarán las siguientes acciones:

2.2.1 Incrementar la participación de las entidades del sector turístico en el presupuesto público del estado para su fortalecimiento y adecuado funcionamiento. Se promoverá el incremento al presupuesto asignado para la Secretaría de Turismo, para que sea posible realizar la ejecución de las acciones, obras y proyectos necesarios para el impulso de la actividad turística en la entidad.

2.2.2 Promover la firma de convenios de coordinación y asignación de recursos con dependencias estatales y federales para atender requerimientos del sector turístico en la entidad. Principalmente para la ejecución de acciones, obras y proyectos que ya se han identificado en el Acuerdo Estatal de Turismo (Réplica del Acuerdo Nacional de Turismo), aquellas que apoyen la puesta en marcha del CIPS Playa Espíritu, y las que detonen nuevas zonas de desarrollo turístico.

2.2.3 Establecer y aplicar apoyos selectivos para las zonas y proyectos prioritarios en cada una de las regiones turísticas del estado. Se impulsará la aplicación de recursos federales y estatales para promover obras y acciones para apoyar las inversiones en proyectos detonadores, de acuerdo con la normatividad aplicable para la promoción e incentivo de inversiones turísticas en la entidad.

2.2.4 Diseñar un programa de promoción a la inversión, con la identificación de eventos a nivel nacional e internacional para la promoción de inversión turística en el estado.

2.2.5 Gestionar ante las instancias correspondientes (Secretaría de Desarrollo Económico del Estado, CODESIN), la revisión y actualización de programas de incentivos fiscales para atraer inversión privada nacional y extranjera, que incremente la atractividad de la entidad para los inversionistas, en un entorno altamente competitivo en el contexto nacional e internacional.

Acción	Indicador	Meta
2.2.1 Incrementar la participación de las entidades del sector turístico en el presupuesto público del estado	Participación en el presupuesto estatal (%)	Incremento en 20% del presupuesto anual anterior
2.2.2 Promover la firma de convenios de coordinación y asignación de recursos con dependencias estatales y federales para atender requerimientos del sector turístico en la entidad.	Monto de recursos asignados	Incremento en 20% anual con respecto al año anterior
2.2.3 Establecer y aplicar apoyos selectivos para las zonas y proyectos prioritarios.	Número de proyectos apoyados	Consolidación de proyectos detonadores (apoyos a dos proyectos detonadores por año)
2.2.4 Diseñar un programa de promoción a la inversión, con la identificación de eventos a nivel nacional e internacional para la promoción de inversión turística.	Catálogo de eventos y número de eventos atendidos	Presencia del estado de Sinaloa en tres eventos, por año
2.2.5 Revisar y actualizar programas de incentivos fiscales para atraer inversión privada nacional y extranjera	Programas de incentivos fiscales actualizados y aprobado	Implementación del programa en los primeros tres años de la administración estatal

Objetivo Sectorial 3. Generar desarrollo regional y local que propicie bienestar para los Sinaloenses

Estrategia 3.1 Establecimiento de programas de apoyo para crear nuevas MIPYMES turísticas

Las MIPYMES son de vital importancia para el desarrollo económico del estado, y para el sector turístico, de acuerdo con estimaciones basadas en la Encuesta Nacional de Empleo para el 2011, alrededor del 65% del empleo se concentra en las micro y pequeñas empresas, y un 25% adicional en medianas empresas, es decir, las MIPYMES generan el 90% del empleo en el estado.

Para el sector turístico las cifras son similares, de las unidades económicas registradas para el sector de hoteles y establecimientos de alimentos y bebidas, al menos el 95% son micro y pequeñas empresas (con menos de 30 empleados).

Considerando las nuevas tendencias del sector, donde existen segmentos que buscan productos turísticos más personalizados, que les permitan una mayor integración con las comunidades locales, el desarrollo de MPYMES competitivas será cada vez de mayor importancia.

Si bien, las grandes inversiones en desarrollos turísticos hoteleros e inmobiliarios y equipamientos turísticos de mayores magnitudes son claves para el desarrollo turístico del estado, también los son la creación y el desarrollo de las MPYMES turísticas como opción productiva para la población local, lo que implica un papel protagónico para estas empresas y las comunidades, no sólo como empleados sino como actores directos en la prestación de los servicios como inversionistas turísticos.

Por ello, se requiere el fortalecimiento y competitividad de este sector empresarial, que resulta decisivo para el desarrollo turístico de Sinaloa y reconociendo su importancia se plantean las siguientes acciones:

3.1.1 Promover la creación de MPYMES para fortalecer la actividad turística y económica en las localidades con potencial turístico, principalmente en aquellas localidades identificadas con potencial para el desarrollo de actividades ecoturísticas, turismo rural y agroturismo, y otros segmentos y servicios complementarios a los productos de sol y playa, promoviendo la integración de los productores locales a la actividad turística, a través de la creación de empresas y productos turísticos que complementen la oferta de experiencias turísticas del estado.

Acción	Indicador	Meta
3.1.1 Promover la creación de MPYMES para fortalecer la actividad turística y económica	Número de MPYMES creadas	Apoyar la creación de 50 nuevas MPYMES por año en todo el Estado.

Estrategia 3.2 Generación de empleo a través de la integración de mano de obra calificada local al sector turístico

Para atender los requerimientos del sector turístico en materia de recursos humanos, y considerando el crecimiento de esta actividad en el mediano y largo plazo, es preciso preparar mano de obra calificada para atender los nuevos requerimientos que tendrá el sector productivo, con recursos humanos que le permitan a la población sinaloense integrarse a la actividad productiva con oportunidades de empleo bien remunerado.

Por lo general, los polos de desarrollo turístico son importantes atractores de población de otras regiones (ya sea de poblaciones rurales y municipios cercanos, otros estados de la República Mexicana, e incluso de otros países) en búsqueda de oportunidades de empleo y depende de la capacidad de la entidad para la capacitación y profesionalización de su capital humano, que las nuevas oportunidades de desarrollo personal y profesional que el crecimiento del sector turístico representa sean encaminadas a mejorar las condiciones de la población local.

Dentro de las previsiones surgidas por el desarrollo del nuevo Centro Integralmente Planeado, se espera la generación de 39 mil empleos permanentes (directos e indirectos) durante los próximos 20 años, asociados directamente con el desarrollo del CIPS. Por tanto, es necesario que el capital humano en la entidad esté preparado para atender esta demanda del sector laboral.

Las acciones que se promoverán en esta materia son:

3.2.1 Establecer los mecanismos para vincular e integrar a la mano de obra local al Sistema Estatal de Empleo

3.2.2 Promover ante instancias correspondientes el incremento de la oferta educativa en los niveles medios, superior y profesional técnico, de acuerdo a los requerimientos del sector turístico.

3.2.3 Revisar y actualizar, en coordinación de la Secretaría de Educación Pública y Cultura y las instituciones educativas, los programas de las carreras de nivel superior y técnico relacionadas con la actividad turística.

Acción	Indicador	Meta
3.2.1 Establecer los mecanismos para vincular e integrar a la mano de obra local al Sistema Estatal de Empleo	Porcentaje de empleados locales en empresas del sector	70% de los empleados del sector turístico son mano de obra local
3.2.2 Promover ante instancias correspondientes el incremento de la oferta educativa en los niveles medios, superior y profesional técnico	Firma de acuerdos ante instancias correspondientes	Un acuerdo para la creación de nueva oferta educativa en cada uno de los niveles educativos durante el sexenio
3.2.3 Revisar y actualizar, en coordinación de la Secretaría de Educación Pública y Cultura y las instituciones educativas, los programas de las carreras de nivel superior y técnico relacionadas con la actividad turística	Firma de convenio de coordinación con SEP	Convenio firmado durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 3.3 Generando vinculación entre los atractivos turísticos de las diferentes regiones y municipios del Estado

En Sinaloa se han identificado atractivos naturales, culturales e históricos con importante potencial turístico que implican la integración de recorridos entre los municipios y regiones, sin embargo en la mayoría de ellos es necesaria la implementación de acciones que incidan en la integración de los servicios necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda, como la infraestructura, equipamiento e instalaciones.

En el inventario de atractivos turísticos destacan las zonas de interés ecológico y la diversidad de especies de flora y fauna, así como las presas y cuerpos de agua; por lo que se infiere que Sinaloa es un lugar propicio para realizar actividades de caza y pesca deportiva.

El estado cuenta con tres regiones turísticas que presentan diferentes grados de desarrollo y potencial turístico, y a través de las propuestas de los programas estratégicos transversales se plantea la vinculación de atractivos.

Región turística	Municipios	Atractivos	Vocación turística	Estrategias, planes y programas
Norte	<ul style="list-style-type: none"> • Ahome (Topolobampo y los Mochis) • El Fuerte • Choix • Guasave • Sinaloa de Leyva 	<ul style="list-style-type: none"> • Naturales • Culturales • Históricos • Puerta de entrada a Barrancas de Cobre • Área Natural Protegida • Caza y pesca deportiva • Playas 	<p>Actual :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultural • Pesca deportiva • Ecoturismo • Sol y playa • Ecocrucero • Náutico • De negocios • Cinagético <p>Potencial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Ferias y exposiciones • Sapas y retirados 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueblos mágicos en el Fuerte. • Programas de Desarrollo Urbano – Turístico (FONATUR) en Topolobampo y El Fuerte. • Escala náutica en Topolobampo. • Ruta Los Mochis–El Fuerte–Barrancas, tren CHEPE. <p>Propuesta Programas Estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo y Turismo Rural, Municipios de Ahome y El Fuerte. • Playa Modelo Sustentable. • Acuario regional en Topolobampo. • Ferias temáticas.

Región turística	Municipios	Atractivos	Vocación turística	Estrategias, planes y programas
Centro	<ul style="list-style-type: none"> • Culiacán • Salvador Alvarado • Angostura • Mocorito • Badiraguato • Novolato 	<ul style="list-style-type: none"> • Protegida • Caza y pesca deportiva • Culturales • Naturales • Históricos • Área Natural • Escala náutica • Playas 	<p>Actual :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Náutico • Golf • Sol y playa • Cinegético • Negocios • Reuniones, Congresos y Convenciones <p>Potencial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Ferias y exposiciones • Spas y retirados 	<p>Propuesta Programas</p> <p>Estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo y Turismo Rural, Municipios de Novolato y Guasave. • Playa Modelo Sustentable. • Ferias temáticas.
Sur	<ul style="list-style-type: none"> • Mazatlán • Escuinapa • Cosalá • Elota • Concordia • El Rosario • San Ignacio 	<ul style="list-style-type: none"> • Naturales • Culturales • Históricos • Área Natural Protegida • Zona arqueológica • Caza y pesca deportiva • Carnaval • Arte • Playas 	<p>Actual :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sol y playa • Aventura • Cultural • Reuniones, congresos y convenciones • Turismo rural • Pesca deportiva • Cinegético • Ecoturismo • Náutico <p>Potencial :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo • Ferias y exposiciones • Spas y Retirados • Zonas Arqueológicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Pueblos mágicos en Cosalá. • Nuevo CIP en Escuinapa. • Escala náutica en Mazatlán. <p>Propuesta Programas</p> <p>Estratégicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Agroturismo y Turismo Rural, en de Mazatlán, Escuinapa y Rosario. • Playa Modelo Sustentable. • Cruceros, reposicionar Mazatlán. • Proyecto turístico Las Labradas, en municipio de San Ignacio. • Operación de un tren de pasajeros Mazatlán a zona arqueológica de las Labradas. • Pirámide de Conchas y Marismas Nacionales, en Escuinapa. • Ruta Marismas Nacionales Interestatal hasta Nayarit. • Ferias temáticas.

Se destaca que el turismo tradicional de sol y playa, en conjunto con el turismo náutico son los principales atractivos de Sinaloa, los cuales son susceptibles de complementarse dadas las tendencias de la demanda orientadas hacia la búsqueda de actividades alternativas que van tomando fuerza en el mercado como el turismo náutico, golf, aspectos culturales y turismo cinegético, por lo que representan áreas de oportunidad para que se desarrollen productos dirigidos a estos segmentos en franco crecimiento.

Con la planeación y puesta en marcha de proyectos de agroturismo, se estará en condiciones de incentivar flujos turísticos hacia municipios como Escuinapa y Rosario, y algunos otros municipios que presenten esta vocación.

De la misma manera con el proyecto turístico en la zona arqueológica de Las Labradas se estará integrando al municipio de san Ignacio en la dinámica de la actividad turística a nivel regional, además de conectarlo con Mazatlán como importante centro emisor, a través de un recorrido en tren.

Una propuesta turística de sumo interés e importancia por las implicaciones económicas, ambientales y desde luego turísticas, en el segmento de ecoturismo, es la región donde se encuentra el ANP Marismas Nacionales que incluye al municipio de Escuinapa, y que se propone extender en un recorrido interestatal con Nayarit, aprovechando la continuidad de ecosistemas, recursos turísticos y elementos histórico-culturales afines.

En ese contexto, existe la ruta regional Chihuahua – Pacífico como área de oportunidad para el desarrollo turístico a través de recorridos temáticos en la región norte de Sinaloa; si bien actualmente este producto ya se comercializa aun presenta grandes oportunidades para mayor captación de mercado, que permitan su consolidación como una de las principales rutas turísticas en el estado y a nivel nacional.

Por tanto, como área de oportunidad se pueden desarrollar proyectos en municipios con potencial con vocación turística, propiciando la descentralización de la demanda hacia lugares en donde se favorezca el aprovechamiento de los recursos naturales u culturales bajo un esquema de sustentabilidad ambiental y social.

Las acciones que incluye esta estrategia se centran en:

3.3.1 Diseñar nuevas rutas turísticas intermunicipales e interregionales, integrando los principales atractivos y destinos turísticos del estado, que contribuyan a la diversificación de la oferta de experiencias turísticas en la entidad; y al mejor desempeño de los indicadores turísticos como la ampliación de los factores de ocupación y estadía en los destinos turísticos sinaloenses.

Como se puede apreciar en las tres regiones turísticas el agroturismo, el ecoturismo y el turismo cinegético surgen como oportunidades relevantes para crear rutas intermunicipales a lo largo del territorio, a través de las cuales se integren los aspectos diferenciadores de cada municipio, haciendo que los recorridos sean novedosos y atractivos.

3.3.2 Impulsar y fortalecer las rutas y circuitos turísticos existentes, a partir del mejoramiento del equipamiento turístico, y la incorporación de estas rutas a la oferta comercializada por tour operadores locales, nacionales e internacionales.

Acción	Indicador	Meta
3.3.1 Diseñar nuevas rutas turísticas intermunicipales e interregionales, integrando los principales atractivos y destinos turísticos del estado.	Número de nuevas rutas promovidas	3 rutas nuevas intermunicipales al término de la administración
3.3.2 Impulsar y fortalecer las rutas y circuitos turísticos existentes.	Número de rutas promovidas por tour operadores	Incrementar la oferta de rutas de tour operadores en 5 rutas comercializadas

Objetivo Sectorial 4. Impulsar la Política Turística de Largo Plazo

Estrategia 4.1 Fortalecimiento del marco legal, normativo e institucional del sector

El periodo 2011 a 2016 se ha denominado *El Sexenio del Turismo en Sinaloa*, y con base en ello se están han gestionado acciones para incorporar cambios en el marco legislativo, normativo del sector turístico.

Ante las necesidades actuales que presenta el sector turismo en la entidad, en diciembre de 2011 se emite la iniciativa para la nueva Ley de Turismo para el Estado de Sinaloa (en proceso de aprobación), a través de la cual se reforma la Ley de Fomento al Turismo en el estado que data de 1988, con la finalidad de establecer criterios en beneficio social, ambiental, competitividad y desarrollo equilibrado en el corto, mediano y largo plazos.

Aunado a lo anterior, en el aspecto institucional se propone una nueva estructura al interior de la Secretaria de Turismo estatal a través del Reglamento Interior, para determinar y regular su funcionamiento como dependencia encargada de planear, organizar, ejecutar y controlar los estudios, programas, proyectos y acciones del turismo.

Otra instancia de importancia para el desarrollo e impulso del turismo en el estado es la creación del Fideicomiso para el Fomento del Turismo (PROMOTUR), cuya constitución se establece en el Art. 22 de la Ley para el Fomento del Turismo en el Estado de Sinaloa (1988), y sus principales funciones son las siguientes:

- Promover, fomentar, crear y comercializar zonas, centros y desarrollos turísticos en el Estado.
- Administrar las reservas territoriales que les sean asignadas para cumplir con lo dispuesto en la fracción I de este artículo.
- Y asignar recursos provenientes de los excedentes que se generen con operación del fideicomiso para que el Gobierno estatal los destine a:
 - a) Obras de inversión para el desarrollo urbano, vinculadas directa o indirectamente con el fomento del turismo.

- b) Proyectos turísticos especiales en sitios con potencial para ello y que requieran creación de fuentes de empleo por insuficiencia de otras posibilidades.

En lo que respecta a la legislación que apoya el sector turismo del Estado, en concordancia con los cambios en legislativos e institucionales, también se está generando una serie de iniciativas de ley que plantean de manera general el establecimientos de criterios para la gestión sustentable de los recursos, como las siguientes:

Iniciativa de Ley	Fecha
Ley Ambiental para el Desarrollo Sustentable de Sinaloa	07-October-2011
Ley de Pesca y Acuicultura Sustentable del Estado de Sinaloa	17-October-2011
Ley de Pesca y Acuicultura Sustentable del Estado Libre y Soberano de Sinaloa	25-October-2011
Ley para promover el Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Sinaloa	01-Marzo-2012

Fuente: H. Congreso de la Unión de Sinaloa, 2012.

Para un fortalecimiento real del sector turístico que permita un mejor desempeño, se requieren las siguientes acciones:

4.1.1 Promover la reingeniería institucional del sector público turístico del estado, a partir de la aprobación del Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo, y de su aplicación.

4.1.2 Actualizar el marco legal del sector turístico en el estado, que incluye la aprobación de la Ley de Turismo para el Estado de Sinaloa

4.1.3 Elaboración de Plan Estratégico para Fortalecimiento de PROMOTUR (Fideicomiso para el Fomento del Turismo, que permita la adecuada ejecución de sus funciones y atribuciones)

Acción	Indicador	Meta
4.1.1 Promover la reingeniería institucional del sector público turístico del estado.	Reglamento aprobado	Publicación del reglamento en el Periódico Oficial del Estado durante los tres primeros años de la administración
4.1.2 Actualizar el marco legal del sector turístico en el estado.	Número de decretos y acuerdos publicados (Decreto de aprobación de nueva ley)	Publicación en el Periódico Oficial del Estado de la Ley de Turismo durante los tres primeros años de la administración
4.1.3 Elaboración de Plan Estratégico para Fortalecimiento de POMOTUR	Elaboración de Programa	Programa Estratégico publicado durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 4.2 Vinculación y coordinación entre los sectores público, privado, académico y social

Para lograr la visión planteada del sector turístico en Sinaloa, se requiere el trabajo coordinado entre todos los actores involucrados (sectores público, privado, académico y social). Se buscará impulsar el involucramiento y vinculación de todos los actores

Tabla 5.7 Vinculación del sector turístico a través de Cámaras y Asociaciones

Organización	Características	Aspecto	Vinculación con actores
Asociación Mexicana de Desarrolladores Turísticos (AMDETUR)	Agrupación líder en materia turística, representa al 90% de los desarrolladores de turisticos.	Industria inmobiliaria y crecimiento de destinos turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades e iniciativa privada. • Genera vínculos de unión y colabora de manera conjunta en pro del crecimiento de
Asociación de Desarrolladores de Tiempo Compartido de			

Organización	Características	Aspecto	Vinculación con actores
Mazatlán, A. C.			los destinos turísticos y el impulso de la industria inmobiliaria.
Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM) Norte de Sinaloa, A. C.; la Asociación Mexicana de Hoteles y Empresas Turísticas de Mazatlán, A. C.; y la Asociación de Hoteles y Moteles 3 Islas de Mazatlán A. C.	Es un órgano de consulta y representación que participa en la profesionalización del sector hotelero; promueven leyes adecuadas, establece vínculos y convenios.	Establecimiento de hospedaje	<ul style="list-style-type: none"> • Representación ante Instituciones Oficiales y Autoridades Federales (SECTUR) • H. Congreso de la Unión • Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) • Confederación Nacional Empresarial Turística (CNET) • Confederación nacional de Cámaras nacionales de Comercio y Turismo (CONCANACO-SERVYTUR México)
Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CANACO-SERVYTUR) (Integra a 650 mil empresas afiliadas, del 50.3% del total de la economía y más del 50% en empleo formal a nivel nacional).	Es el organismo empresarial más grande y representativo de México cuya finalidad es defender y promocionar los intereses generales del sector comercio, servicios y turismo.	Sector comercio, servicios y turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece representatividad ante diferentes instancias gubernamentales, iniciativa privada y otros organismos empresariales, así como gestión de trámites, capacitación y asesoría, entre otros.
AMAV, sede en Mazatlán	Representa a las agencias de viajes en todas sus modalidades, brindando capacitación y estimulando el desarrollo del turismo.	Agencias de viajes	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades gubernamentales y turísticas.
OCV en Culiacán	Instrumento para ejercer la aplicación del impuesto al hospedaje (2 ó 3%) que recaba cada gobierno estatal.	Marketing, intereses del sector y visitantes. Catalizador y facilitador para la infraestructura turística y desarrollo del destino.	<ul style="list-style-type: none"> • Cámaras, sociedades públicas, privadas, nacionales e internacionales.

Aunado a lo anterior y para el fortalecimiento del turismo a nivel local, también se prevé concertar con los sectores privado y social las acciones tendientes a detonar programas a favor de la actividad. De manera particular se requiere conjuntar esfuerzos con otras organizaciones de la sociedad civil, como la comunidad de extranjeros residentes en el estado, que pueden contribuir a la promoción y reposicionamiento de los destinos turísticos del estado.

Algunas acciones que contribuirán a la implementación de esta estrategia son:

4.2.1 Involucrar a la comunidad extranjera residente en el estado, a través de la creación de la oficina de atención a extranjeros, fomentando su participación como promotores de Sinaloa.

4.2.2 Fortalecer el gabinete turístico para garantizar la transversalidad en la aplicación de políticas públicas y de recursos, y para el cabal cumplimiento de la réplica del Acuerdo Nacional de Turismo

Acción	Indicador	Meta
4.2.1 Creación de la oficina de atención a extranjeros, fomentando su participación como promotores de Sinaloa.	Creación de oficina	Una oficina creada
4.2.2 Fortalecer el gabinete turístico para garantizar la transversalidad en la aplicación de políticas y recursos, y para cumplimiento de la réplica del Acuerdo Nacional de Turismo	Número de convenios firmados	Acuerdos firmados para acciones concretas con todas las dependencias estatales y federales involucradas (10 acuerdos al primer año)

Estrategia 4.3 Promoción y complementación de la planeación del desarrollo turístico en el Estado (planes municipales, subregionales, regionales)

Es necesario enfatizar la importancia de continuar con el apoyo que brinda FONATUR a través del “Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios”, que brinda asesoría a los gobiernos estatales y municipales para la planeación turística de regiones y sitios con potencial, así como apoyar en el impulso en destinos turísticos.

Los beneficios que se generan mediante este programa son: apoyo al potencial y desarrollo turístico, identificación de rutas y circuitos, orientación del desarrollo integral, identificación de rezagos en infraestructura, elaboración de programas de inversión, identificación de proyectos de inversión privada, propuesta de acciones para mejoramiento de imagen urbana, y elevar a rango de Ley la planeación turística como garante jurídica de la inversión en proyectos.

Par tales fines, el gobierno estatal y/o municipal se compromete a gestionar ante las dependencias federales, estatales y municipales la obtención de recursos económicos que le permitan de acuerdo a su competencia, la ejecución de los programas, obras y acciones propuestas en el programa de desarrollo turístico, formalizando lo anterior a través de la firma de un acuerdo con FONATUR.

Como se ha mencionado anteriormente (1.2.1), ya se ha trabajado en la planeación de proyectos en algunos municipios, con los cuales se podría detonar la actividad turística, y que precisamente requieren de los apoyos como los que brinda FONATUR a través del Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios, con la finalidad de establecer la factibilidad técnica, social y económica de los mismos, y con base en ello gestionar los apoyos necesarios para su materialización.

Las acciones específicas que se proponen en materia de planeación turística son:

4.3.1 Definir las zonas de desarrollo turístico prioritarias y desarrollar instrumentos de planeación para su aprovechamiento turístico

4.3.2 Realizar un estudio para la identificación de reservas territoriales con vocación turística (Banco de tierra)

4.3.3 Continuar con la gestión de apoyos a nivel federal ante instancias como SECTUR, FONATUR y NAFIN, para implementar programas de asesoría técnica en temas específicos de interés para el sector.

4.3.4 Promover la elaboración y/o actualización de Programas Municipales de Turismo, en los municipios con vocación turística.

4.3.5 Fomentar la creación de dependencias de turismo en los municipios de vocación turística.

4.3.6 Promover la coordinación de acciones turísticas con todos los municipios.

4.3.7 Mejorar los procesos del Consejo Consultivo de Turismo, para garantizar la continuidad de los planes y programas de desarrollo turístico en el largo plazo (figura transexenal)

Acción	Indicador	Meta
4.3.1 Definir las zonas de desarrollo turístico prioritarias y desarrollar instrumentos de planeación para su aprovechamiento turístico	Número de declaratorias y número de planes de desarrollo turístico publicados	Emisión de declaratorias durante el primer año y publicación de un programa de desarrollo turístico para zonas decretadas por año

Acción	Indicador	Meta
4.3.2 Realizar un estudio para la identificación de reservas territoriales con vocación turística (Banco de tierra)	Estudio concluido	Un estudio publicado
4.3.3 Gestionar apoyos a nivel federal para implementar programas de asesoría técnica en temas específicos de interés para el sector.	Número de programas, estudios y/o proyectos elaborados	Elaboración de dos programas por año
4.3.4 Promover la elaboración y/o actualización de Programas Municipales de Turismo, en los municipios con vocación turística.	Programas municipales publicados	Al final del sexenio todos los municipios contarán con un Programa Municipal de Turismo
4.3.5 Fomentar la creación de dependencias de turismo en los municipios de vocación turística.	Dirección y/o áreas específicas de turismo creadas	Al final del sexenio todos los municipios contarán con un área responsable de turismo
4.3.6 Promover la coordinación de acciones turísticas con todos los municipios.	Convenios de coordinación firmados	Durante los tres primeros años se firmaran acuerdos de coordinación con todos los municipios de la entidad para concretar acciones turísticas
4.3.7 Mejorar los procesos del Consejo Consultivo de Turismo, para garantizar la continuidad de los planes y programas de desarrollo turístico en el largo plazo (figura transexenal)	Reuniones y acuerdos firmados en el seno del Consejo Consultivo de Turismo	Acta de reuniones bimestrales

Eje Rector 2: Impulsar a Sinaloa como el principal proveedor de la industria turística del país

Objetivo Sectorial 5. Convertir a Sinaloa a mediano plazo en la entidad abastecedora del sector turístico tanto local como nacional e incluso internacional.

Estrategia 5.1 Generación de cadenas de integración - proveeduría y distribución de productos alimenticios y manufactureros

Una cadena de valor del sector turístico integra a los proveedores que forman parte de la experiencia del turista, los cuales pueden conformar alianzas locales y acuerdos para el suministro de los bienes, productos y servicios necesarios para su operación.

Para el caso específico del Estado de Sinaloa, actualmente se identifican oportunidades económicas y productivas para la atención y satisfacción de las necesidades del turismo. Como referente se tiene que el PIB estatal presenta una alta concentración en actividades del sector terciario principalmente, y en contraparte registra altas contribuciones en otros sectores como el agropecuario.

Con base en lo anterior, el Estado se destaca por su gran vocación agrícola, lo cual se convierte en un área de oportunidad para generar cadenas de valor con el sector turístico, abasteciendo los productos en las empresas que brindan servicios de alimentación al turista.

Tabal 5.8 Principales Productos Agrícolas y Volumen de Producción

Producto	Toneladas (Miles)	Producción nacional %	Lugar nacional
Cíclicos			
Maíz grano	5,227.8	22.4	1º / 31
Sorgo grano	767.8	11.1	3º / 29
Tomate rojo (jitomate)	687.0	30.2	1º / 32
Chile verde	618.1	26.5	1º / 32
Papa	262.0	17.1	2º / 22
Frijol	225.3	19.5	2º / 32
Tomate verde	218.7	30.4	1º / 30
Pepino	188.5	39.5	1º / 29
Berenjena	57.1	91.5	1º / 9
Garbanzo grano	52.6	39.9	1º / 13
Perennes			
Caña de azúcar	1.561.3	3.1	11º / 15
Pastos	435.2	1.0	15º / 28
Mango	210.0	12.9	3º / 23
Alfalfa verde	189.8	0.7	18º / 26
Naranja	12.6	0.3	14º / 27
Papaya	8.4	1.4	12º / 20
Lichi	0.8	4.0	5º / 11

Fuente: INEGI, Perspectiva estadística Sinaloa, Junio 2012.

Tal perspectiva se fortalece, ya que en un futuro próximo la demanda de servicios se incrementará de manera importante a partir de la construcción y puesta en operación del Centro Integralmente Planeado Sustentable “Playa Espíritu”, en Teacapan, Municipio de Escuinapa, en la que se estarán ofertando más de 40 mil cuartos (12 mil de estos cuartos previstos para el 2018).

Ante tal panorama y como medida de atención oportuna al crecimiento del sector turismo estatal (que representa un incremento en la demanda de insumos), es necesaria la coordinación de acciones, planes y programas con la finalidad de fortalecer la cadena de valor del sector turístico, en la que se motive una mayor participación de todos los sectores productivos.

En el aspecto de la manufactura, los principales subsectores de actividad que destacan por su participación en producción a nivel nacional son la industria alimentaria y la fabricación de productos metálicos; otros subsectores que si bien no tienen una alta participación en producción, si son importantes por su relación directa con el sector turismo, como la fabricación de muebles, persianas y colchones y la industria de las bebidas y el tabaco.

Tabal 5.9 Subsectores de la Industria Manufacturera Susceptibles de Integrarse en la Cadena de Valor Turístico

Subsector	Unidades económicas (%)	Participación en el total nacional %	Lugar nacional
TOTAL	8,171	0.8	24°
Industria alimentaria	34.8	3.0	11°
Industria de las bebidas y del tabaco	9.8	1.6	15°
Fabricación de productos metálicos	21.1	0.8	17°
Fabricación de equipo de transporte	0.5	0.2	22°
Fabricación de productos a base de minerales no metálicos	5.8	0.5	23°
Fabricación de muebles, persianas y colchones	6.8	2.1	13°
Industria del papel	0.9	0.7	19°
Impresión e industrias conexas	4.1	1.4	12°
Los demás subsectores	16.0	NA	NA

Fuente: INEGI, Perspectiva estadística Sinaloa, Junio 2012.

Principalmente para el sector agropecuario y la agroindustria estatal, el sector turístico representa una oportunidad de mercado, no sólo en el abasto de los insumos que requieren los destinos turísticos del estado, sino para abastecer los requerimientos de otros centros turísticos nacionales.

Las acciones planteadas en esta estrategia son:

5.1.1 Fomentar, en coordinación con el sector agropecuario, la creación de una marca “de origen” de todos los productos de Sinaloa.

5.1.2 Fomentar el consumo de productos regionales en la gastronomía local

5.1.3 Identificar la demanda de productos de los centros turísticos más importantes del país, en acciones coordinadas con la Secretaría de Agricultura y Secretaría de Economía

5.1.4 Promover ante la Secretaria de Agricultura, la Identificación de productos demandados en los que el estado es competitivo

5.1.5 Promover ante las empresas navieras el abastecimiento de insumos producidos en el estado

Acción	Indicador	Meta
5.1.1 Fomentar, en coordinación con el sector agropecuario, la creación de una marca “de origen” de todos los productos de Sinaloa.	Acuerdo o decreto de creación	Acuerdo o decreto publicado en el Periódico Oficial del Estado
5.1.2 Fomentar el consumo de productos regionales en la gastronomía local	Acuerdo firmado entre productores y prestadores de servicios turísticos	Un acuerdo firmado durante los tres primeros años de la administración
5.1.3 Identificar la demanda de productos de los centros turísticos más importantes del país, en acciones coordinadas	Estudio concluido	Un estudio publicado durante los tres primeros años de la administración

Acción	Indicador	Meta
con la Secretaría de Agricultura y Secretaría de Economía		
5.1.4 Promover ante la Secretaría de Agricultura, la Identificación de productos demandados en los que el estado es competitivo	Estudio concluido	Un estudio publicado durante los tres primeros años de la administración
5.1.5 Promover ante las empresas navieras el abastecimiento de insumos producidos en el estado	Número de convenios firmados	Un convenio firmado por año durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 5.2 Desarrollo de experiencias de turismo vinculadas a la producción de insumos como Agro turismo y turismo rural

Considerando que el sector rural es diverso en oportunidades para generar empleos y valor agregado, por la cantidad de actividades que en él se realizan, no solo en cuanto al aspecto agropecuario, sino también por la producción de servicios y el impulso de otros subsectores como el turismo alternativo (rural, ecoturismo y de aventura).

En el plano del apoyo a empresas que generan productos relacionados con el sector turismo, desde 1996 opera La Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable (RENDRUS) auspiciada por la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), con la finalidad de fortalecer la identificación, sistematización e intercambio de las experiencias empresariales exitosas que los habitantes rurales están desarrollando en todo el país.

En el año 2011 la Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable (RENDRUS) celebró

25 reuniones a nivel estatal y una nacional, con la finalidad de intercambiar experiencias, para tal efecto presentaron más de 600 proyectos considerados exitosos y manejados por pequeñas y medianas empresas rurales, relacionadas con la producción primaria, transformación y comercialización de producción primaria y servicios, industria rural y artesanías.

En coordinación con SECTUR, entre otras dependencias, impulsó acciones para el desarrollo integral de municipios con menor índice de Desarrollo Humano del país (125), para el desarrollo de la actividad agropecuaria y pesquera; también otorgó servicios de capacitación, transferencia de tecnologías, y asistencia técnica en materia de desarrollo de turismo rural y de aventura.

La Red Nacional para el Desarrollo Rural Sustentable (RENDRUS) apoya a 200 proyectos en el Estado de Sinaloa.

Tabla 5.10 Proyectos relacionados con el turismo que han sido apoyados por RENDRUS en Sinaloa, 2012

Productos	Tipo
Artesanías	<ul style="list-style-type: none"> • Fabricación de máscaras de piel • De coco "La Noria" • Para danza tradicional • Marinas • Muebles típicos • Alfarería • Hamacas • Juguetes de madera • Máscaras tradicionales • Material de carrizo • Sillas de montar y piteados en cintos y huaraches • Madera tallada • Hoja de maíz • Tejidos de palma (muebles) • Bordados e hilos (Chiametlán)
Turismo de naturaleza	<ul style="list-style-type: none"> • Santuario de la tortuga marina Playa Ceuta • Cascada de Vado Hondo
Dulces típicos	<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de jamoncillos Puente el Quelite • Otros regionales
Comida típica	<ul style="list-style-type: none"> • Salsas y riquezas mexicanas • Queso asadero y rancharo • Tamales
Bebidas	<ul style="list-style-type: none"> • Licor de mango • Agua de coco tierno • Tejuino y tepache
Otros productos	<ul style="list-style-type: none"> • Deshidratados

Productos	Tipo
	<ul style="list-style-type: none"> • Lácteos y frutícolas • Bolsas y mochilas • Muebles de madera • Productos de limpieza • Conservas • Textiles y tejidos • Medicina natural y tradicional • Vivienda ecológica • Derivados del cacahuete • Producción de frutos: mango y papaya. • Producción acuícola • Muebles en general • Desarrollo rural sustentable (asesoría y capacitación)

Fuente: RENDRUS. Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), 2012.

Las principales necesidades que atiende el LAFIN para el sector rural se muestran en el siguiente cuadro.

Tabla 5.11 Necesidades del sector rural atendidas por LAFIN, 2012

Necesidades del sector rural	Financiamiento
Capitalización al sector rural	<ul style="list-style-type: none"> • Activos fijos o bienes de capital en apoyo al ciclo de la inversión.
Protección al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Forestal, con plazos y condiciones especiales. • Acompañamiento de procesos de certificación internacional. • Biodigestores para el aprovechamiento de metano en las granjas ganaderas por medio de bonos de carbono, y bajo el Mecanismo de Desarrollo Limpio de las Naciones Unidas.
Combate a la pobreza	<ul style="list-style-type: none"> • Municipios de alta y muy alta marginación.
Organización de productores	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de integración económica para el desarrollo rural. • Más de 3,900 proyectos estratégicos que benefician a aproximadamente 1,600 empresas rurales de los productores de las distintas fases de las cadenas productivas.
Acceso al crédito y fomento de la integración económica y financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones para facilitar y reducir los costos de acceso al crédito. • Permitir el acceso al crédito con garantías líquidas. • Desarrollo de procesos de integración económica en las cadenas productivas y regiones prioritarias. • Capacitación y fortalecimiento de productores y organizaciones sociales.

Necesidades del sector rural	Financiamiento
Atención en casos de desastres	<ul style="list-style-type: none"> • Atención para acreditados afectados por desastres naturales, contingencias o sucesos coyunturales (aletas sanitarias o de mercado) • Coordinación Y/o generación de intereses, tratamiento de cartera, apoyos, financiamientos nuevos o complementarios. • FINAYUDA (Sonora y Sinaloa, 2011).
Desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Potenciar el impacto económico de los apoyos y acercar el financiamiento a los productores rurales. • Con SECTUR y FONATUR se firmaron convenios para impulsar el sector turístico en las comunidades rurales a través de financiamiento y apoyos en dichas dependencias.

Fuente: LAFIN. Estrategia de Financiamiento para la Integración Económica del Sector Turístico Rural, 2011.

LAFIN cuenta con un Programa de Integración Económica del Sector Turístico Rural a través del cual se han implementado acciones, acuerdos y convenios en el año 2011:

Tabla 5.12 Acuerdos y Convenios de apoyo al Sector Turismo por LAFIN, 2011

Institución	Convenios y Acuerdos
SECTUR y FONATUR	Convenio de colaboración para la identificación de proyectos rentables.
Pueblos Mágicos	Difusión de Programa.
Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)	Convenio de colaboración para la definición de proyectos turísticos estratégicos financiados con crédito y subsidio.
Federación de Haciendas	Integrar expedientes de financiamiento.
Rainforest Alliance	Acuerdo para que sus técnicos brinden asesoría en la sustentabilidad de los proyectos acreditados.
Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)	Aporta un padrón de beneficiados y subsidios para la certificación.
Reuniones con Secretarios y directores de Turismo de distintos Municipios	Conocer necesidades de financiamiento vinculadas con la actividad turística.

Institución	Convenios y Acuerdos
Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas (CNDI)	Fomento del turismo en zonas indígenas.

Fuente: LAFIN. Estrategia de Financiamiento para la Integración Económica del Sector Turístico Rural, 2011.

Los principales proyectos financiados y acciones para apoyar su desarrollo son los siguientes:

Tabla 5.13 LAFIN: Proyectos y acciones de impulso al sector turismo, 2011

Proyectos	Acciones
<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas. • Proyectos prioritarios de instituciones federales y estatales. • Proyectos de especial interés de Secretarías de Turismo estatales. • Corredores de turismo de naturaleza. • Rutas turísticas: Gastronómica, artesanal, arqueológica, ecoturística y rural para apoyar su desarrollo mediante financiamiento. • Pueblos indígenas. • Pueblos Mágicos. • Proyectos turísticos con enfoque social y económico. • Empresas de intermediación financiera que generen y/o descuenten créditos dirigidos al Sector Turístico Rural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Talleres de Integración Económica del Turismo para identificación de clientes potenciales vinculados con el turismo. • Guía para la Realización de Proyectos de Turismo (asesoría para la sustentabilidad). • Integración de la Coordinación de Turismo para proyectos que se financiará con recursos del BID. • Integración de empresas turísticas. • Fondo Mutual de Garantías Líquidas autorizado por la Secretaría de Economía. • Foros y Seminarios de Turismo Rural.

Fuente: LAFIN. Estrategia de Financiamiento para la Integración Económica del Sector Turístico Rural, 2011.

Por tanto, con base en lo anterior y aunado a la identificación de las rutas viables para desarrollar en el Estado de Sinaloa, éstas se pueden complementar con los productos que por un lado son característicos de la región y por otro, los que se deben impulsar para dar a valor agregado a la actividad turística.

Tabla 5.14 Rutas Turísticas y la incorporación de productos característicos del Estado de Sinaloa como valor agregado

Ruta	Regiones turísticas			Productos asociados para generar cadenas de valor
	Norte	Centro	Sur	
Agroturismo / Turismo Rural	X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> • Haciendas • Artesanías • Gastronomía típica (platillos, dulces y bebidas) • Otros productos: <ul style="list-style-type: none"> - Conservas - Deshidratados - Frutos - Lácteos - Muebles - Textiles - Producción de carne - Producción acuícola
Turismo cinegético	X	X	X	
Ecoturismo	X	X	X	
Turismo Náutico y Pesca Deportiva	X	-	X	
Turismo cultural	X	X	X	
Ruta Marismas Nacionales (Ruta Interestatal: hasta Mexcaltitán-Nayarit)	-	-	X	
Ruta Las Labradas-Mazatlán	-	-	X	
	-	-	X	

Las acciones concretas son:

5.2.1 Identificar y precisar, en coordinación con la Secretaría de Agricultura, los productos característicos con los cuales se asocia la imagen del Estado de Sinaloa (camarón, tomate, mango, atún).

5.2.2 Coordinar con otras dependencias el desarrollo de una línea de productos derivados de la producción primaria con los productores para dar valor agregado a la producción

5.2.3 Desarrollar productos y rutas turísticas que incorporen recorridos y visitas a las zonas de producción

5.2.4 Incorporar en las campañas de promoción turística del Estado la asociación con los productos característicos del Estado

Acción	Indicador	Meta
5.2.1 Identificar y precisar, en coordinación con la Secretaría de Agricultura, los productos característicos con los cuales se asocia la imagen del Estado de Sinaloa (camarón, tomate, mango, atún).	Estudio concluido	Un estudio publicado durante los tres primeros años de la administración
5.2.2 Coordinar con otras dependencias el desarrollo de una línea de productos derivados de la producción primaria con los productores para dar valor agregado a la producción	Número de productos desarrollados	Completar línea de productos con al menos 10 productos en el sexenio
5.2.3 Desarrollar productos y rutas turísticas que incorporen recorridos y visitas a las zonas de producción	Número de rutas promovidas	Diseño y promoción de dos nuevas rutas por año
5.2.4 Incorporar en las campañas de promoción turística del Estado la asociación con los productos característicos del Estado	Definición y diseño de asociación de productos para ser incorporados en las campañas de promoción turística	Diseño concluido durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 5.3 Desarrollo de un calendario anual de eventos gastronómicos y de productos del campo

Sinaloa es una entidad posicionada como uno de los primeros lugares a nivel nacional en la producción de alimentos, como resultado de la existencia de vastos recursos naturales aunado a la implementación tecnológica. Los productos agrícolas de mayor producción son el garbanzo, el tomate, la papa y el maíz.

Por otro lado, el Estado es un corredor estratégico de la industria procesadora de alimentos acuícola y pesquera de América del Norte, ya que ocupa el primer lugar en la producción de especies marinas y dispone de la flota atunera y camarонера más importante del Pacífico, siendo además el segundo Estado productor de acuicultura (valor de la producción: 1,557 millones de pesos).

Por tanto, la tradición gastronómica del Estado se basa en los platillos elaborados a base de mariscos; este recurso se puede incluir en un evento gastronómico programado, en el que se resalte la tradición culinaria del mar.

En cuanto a productos agrícolas y su integración en eventos y festividades con motivos turísticos, hay municipios que pueden tener un ícono al respecto, e incluso varios.

En ese sentido, el área de oportunidad es la conjunción de la gastronomía con eventos programados ya reconocidos o productos turísticos diseñados con base en aspectos gastronómicos, incluso con aspectos de naturaleza, cultura e historia, potenciando con ello los recursos turísticos existentes.

Es importante considerar que si bien, la mayoría de los destinos turísticos de Sinaloa ofrecen variedad en productos, no es viable ofrecer todo lo que existe, la estrategia es mantener la identidad que permita distinguir a los productos, por lo que plantear de manera eficaz el tipo de productos implica condicionar la infraestructura, servicios, impacto social y ambiental, así como el tipo de clientes a recibir, entre otros aspectos.

Con tales acciones se puede contribuir al fortalecimiento de la identidad y riqueza cultural (folklore, costumbres y tradiciones) en las localidades del Estado.

Se identifican sólo tres municipios en donde se realizan festividades relacionadas con los principales productos agrícolas: Angostura, principalmente, Concordia y Navolato. Además de Mazatlán, como destino turístico más importante para el Estado.

Los eventos actuales en los municipios de Angostura, Concordia y Navolato, podrían plantearse como réplica en otros municipios por ser los principales productores de tales productos, evitando la concentración de actividades en la elaboración del calendario.

Considerando los principales cultivos agrícolas a nivel nacional, se plantea la creación de festividades y eventos gastronómicos en los municipios con mayor producción y las fechas a celebrarse estarían determinadas por las temporadas de cosecha e incluso el cultivo, pudiendo aprovechar algunas características especiales en las técnicas empleadas para el cultivo como atractivo (recorridos por las plantaciones, etc.).

Para llevar a cabo esta estrategia se proponen las siguientes acciones:

5.3.1 Desarrollar e impulsar ferias temáticas de cada uno de los principales productos identificados.

5.3.2 Hermanar al estado o ciudades de Sinaloa con ciudades de otros países con productos complementarios (pizzas italianas con jitomate sinaloense)

5.3.3 Rescatar e impulsar o fortalecer y poner en valor la gastronomía local (inventario de gastronomía local y regional)

Acción	Indicador	Meta
5.3.1 Desarrollar e impulsar ferias temáticas de cada uno de los principales productos identificados.	Número de ferias implementadas	Durante el sexenio se impulsará la creación de tres nuevas ferias temáticas
5.3.2 Hermanar al estado o ciudades de Sinaloa con ciudades de otros países con productos complementarios (pizzas italianas con jitomate sinaloense)	Firmas de acuerdos	Firma de tres acuerdos durante el sexenio
5.3.3 Rescatar e impulsar o fortalecer y poner en valor la gastronomía local (inventario de gastronomía local y regional)	Inventario publicado	Publicación del inventario durante los tres primeros años de la administración

Eje Rector 3: Incrementar el valor turístico de Sinaloa al ofertar experiencias de calidad internacional

Objetivo Sectorial 6. Promover la modernización e innovación de MIPYMES turísticas para incrementar su competitividad.

Estrategia 6.1 Promover transferencia de tecnologías entre instituciones académicas y científicas hacia MIPyMES, y entre MIPyMES

De acuerdo con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), “la transferencia de tecnología es la transmisión formal y organizada de conocimientos apropiados para fabricar un producto, aplicar un procedimiento o la prestación de un servicio resaltado de la actividad inventiva de una entidad a otra, con la finalidad de generar productos y servicios de alta calidad y valor agregado, generando ventajas competitivas para la empresa dentro del mercado y dándole la posibilidad de expandirse a otros nichos de mercado”.

Es por ello que la vinculación de acciones entre instituciones académicas y científicas, con las MPYMES es necesaria, con la finalidad de generar procesos innovadores en la generación de productos y servicios, así como la transferencia de conocimiento (tecnología, capacitación, métodos, etc.), como estrategia para crecimiento y desarrollo.

La finalidad de generar tales sinergias, es la modernización e innovación de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas de Sinaloa, al otorgarles herramientas que incidan en el aumento de su productividad de tal manera que logren favorable competitividad en el mercado (local, nacional e internacional).

La adquisición de tecnología, la modernización en procesos y servicios, así como la capacitación son factores que propician la inversión en MPYMES, lo cual garantiza que se consideren dentro del sistema de proveeduría, con una visión de largo plazo.

Tabla 5.15 Instituciones académicas y científicas que promueven la transferencia de tecnología en MPYMES

Institución	Programa / Proyecto	Aspectos relacionados con MPYMES
CONACYT Institución académica	Programa de Apoyo a la Innovación Tecnológica de Alto Impacto y Valor Agregado (INNOVAPYME) Cobertura a nivel nacional	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar los recursos humanos dedicados a la investigación, desarrollo tecnológico e innovación para impulsar las capacidades tecnológicas. • Fomentar la inversión en investigación y desarrollo tecnológico, mediante estímulos económicos. • Impulso y consolidación de las nuevas empresas de base tecnológica (NEBT). • Contribuir al mejoramiento de los procesos productivos. • Aumentar competitividad mediante el diseño de nuevos productos, procesos y servicios basados en el conocimiento. • Contribuir al desarrollo de infraestructura física. • Fomentar la integración y funcionamiento de las cadenas productivas. • Promover la protección del conocimiento generado por el sector productivo.
Secretaría de Desarrollo Económico Programas sectoriales a nivel estatal	Estímulos a la Innovación y Desarrollo tecnológico Fondos Mixtos	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece estímulos económicos complementarios a las empresas que realicen actividades relacionadas con la investigación, desarrollo tecnológico o innovación, de preferencia en colaboración con otras empresas o instituciones académicas o de investigación. • Impacto en la competitividad de la economía nacional. • Permitir al gobierno del Estado y de los Municipios destinar recursos a investigaciones científicas y al desarrollo tecnológico, orientados a resolver problemas estratégicos, con la participación de recursos federales. • Promover el desarrollo y la consolidación de las capacidades científicas. • Canalizar recursos para ayudar al desarrollo integral mediante acciones.

Institución	Programa / Proyecto	Aspectos relacionados con MPYMES
Consejo para el Desarrollo de Sinaloa (CODESIN)	General	<ul style="list-style-type: none"> • Generar proyectos, estrategias y políticas públicas que ayuden a construir regiones competitivas e innovadoras que faciliten atracción de inversiones y contribuyan al desarrollo económico.
Consejo Consultivo Estatal	Proyecto: Impulso al Desarrollo de Tecnologías de información y Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la creación de una red de centros de investigación tecnológica en la región norte.
	Proyecto: Sistema Estatal de Innovación (InnovaSin)	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar el desarrollo tecnológico y la innovación de las actividades productivas como el turismo; mediante la asignación de recursos, y servicios de apoyo para investigadores y empresarios.
Fundación Produce Sinaloa (FPS), A. C. Apoyo a proyectos de la región sur	Programa Estratégico de Necesidades de Investigación, Validación y Transferencia de Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Facilitar el acceso a la tecnología y resultados en el sector agrícola y ganadero estatal. • Jornadas de transferencia de tecnología en el sector agropecuario (talleres, conferencias, cursos y capacitación). • Folletos técnicos: Resultados de proyectos; y memorias de capacitación y tecnologías para el productor. • Paquetes tecnológicos.
Centro de Validación y Transferencia de Tecnología de Sinaloa, A. C.	Programa Estatal de Divulgación y Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> • Promover acciones oportunas para hacer llegar a los productores la información (resultados y tecnologías) generada en los proyectos apoyados, a través de la prensa, televisión e internet. • Propiciar que los productores adopten las tecnologías generadas a través de los Proyectos apoyados por la FPS.
Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable (RENDRUS)	Apoyada por SAGARPA	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la identificación, sistematización e intercambio de las experiencias empresariales exitosas que los habitantes rurales están desarrollando en todo el país. • Otorga servicios de capacitación, transferencia de tecnologías, y asistencia técnica en materia de desarrollo de turismo rural y de aventura, en coordinación con SECTUR Federal.

Otras instituciones con las que se pueden generar sinergias para integrar una red de transferencia de tecnología, a través de acuerdos y convenios, en beneficio de las MPYMES estatales son las siguientes:

-
- Centro de Ciencias de Sinaloa, que busca colaborar con el sector productivo en los procesos de adecuación de tecnología.
 - Centro de Investigación en Alimentos y Desarrollo, A. C., con actuación a nivel nacional para incorporar el conocimiento científico a los proyectos productivos regionales.
 - Centro Interdisciplinario de Investigación para el Desarrollo Integral Regional (CIDIR-Sinaloa), investigación en el campo del desarrollo sustentable y medio ambiente, manejo de recursos naturales, desarrollo tecnológico, biotecnología y acuacultura.
 - Instituto Nacional de Investigaciones Forestales, Agrícolas y Pecuarias, iniciativa de SAGARPA que busca generar conocimientos e innovaciones tecnológicas que contribuyan al desarrollo sustentable de las cadenas agroindustriales, forestales, agrícolas y pecuarias del país, además de promover y apoyar la transferencia de tecnología.
 - Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM), a través de su Fideicomiso (FINAFIM), fomenta la transferencia de tecnología para la población en condiciones de pobreza.
 - Instituto Tecnológico de Culiacán.
 - Instituto Tecnológico de Los Mochis.
 - Tecnológico de Monterrey Campus Sinaloa.
 - Universidad Autónoma de Sinaloa.
 - Universidad de Occidente.

Todos estos elementos anteriormente citados permitirán la ejecución de la acción planteada para esta estrategia:

6.1.1 Promover acciones de transferencia de tecnología para mantener y elevar la calidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos y otras empresas relacionadas con el sector turístico

Acción	Indicador	Meta
6.1.1 Promover acciones de transferencia de tecnología para mantener y elevar la calidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos y otras empresas relacionadas con el sector turístico	Número de MPYMES atendidas	Incrementar en 20% anual el número de MPYMES atendidas con respecto al año anterior

Estrategia 6.2 Establecimiento de programas de capacitación, apoyo técnico y educación continua

Considerando que a nivel nacional las MPYMES representan más del 80% de las empresas (Instituto PYME, 2011), se tienen los siguientes Programas de SECTUR Federal como medidas para el fortalecimiento de la capacitación y la modernización en las MPYMES:

- a) El Programa de Modernización para la PYME Turística con el cual se plantea:
 - Apoyar a los empresarios turísticos para conducir la administración de sus negocios en el marco de la modernización mediante sistemas de gestión, estándares y servicios de calidad.
 - Lograr rentabilidad y competitividad.
 - Fomentar la cultura empresarial acorde a condiciones de mercado.
 - Impulsar esquemas de capacitación que mejoren la gestión, calidad desarrollo de habilidades y trabajo en equipo.
 - Generar mecanismos para el acceso a servicios de consultoría y asesoría.
 - Impulsar la innovación tecnológica.
 - Promover e informar sobre esquemas de financiamiento.

-
- Hacer del turismo una actividad prioritaria a nivel nacional y buscar la satisfacción total del turista.
 - Dirigido a hoteles (1 a 4 estrellas), restaurantes destacados y ubicados en destinos turísticos, operadoras de turismo receptivo, agencias de viajes, arrendadoras de autos, autotransportes turísticos, marinas y balnearios.
 - Tienen tres estrategias y se basan en promover programas de calidad y mejora de procesos. Impulsar la promoción, y promoción de esquemas de financiamiento para la modernización.

b) El Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística.

- Coordina acciones con las entidades federativas, con recursos programados para la formación de guías de turistas generales y especializados en naturaleza.
- Contribuye a mejorar la cultura turística de los prestadores de servicios y comercio en general.
- Incorporación de empresas a los Programas “M” y “H” y Punto Limpio.
- Realización de cursos de capacitación de manera directa.

Cabe mencionar que otras alternativas para el financiamiento de las MPYMES en México son por un lado, el Sistema Nacional de Garantía México Emprende apoyado por la Secretaría de Economía en coordinación con el Fideicomiso México Emprende y la Banca de Desarrollo, para empresas competitivas y que no requieren garantías hipotecarias.

Además del Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (PRONAFIM), que se basa en contribuir al establecimiento y consolidación del sector microfinanciero para el apoyo en poblaciones rurales y urbanas, de las iniciativas productivas y proyectos emprendedores de sectores en condiciones de pobreza, y por tanto sin acceso al financiamiento de la banca tradicional.

Algunas iniciativas relacionadas con la actividad turística que han sido apoyadas por PRONAFIM a través de FINAFIM y FOMMUR, son principalmente microempresas dedicadas a la elaboración de artesanías como productos de madera tallados a mano, zapatos tejidos, chocolate artesanal, bordado en lana, bolsas y prendas bordadas.

Con las acciones y apoyos implementados a través de PRONAFIM se destaca que los microempresarios que han sido beneficiados presentan un aumento en los ingresos de sus iniciativas productivas, replicando aumento el ingreso en los hogares.

Se requiere la difusión y el impulso a estos programas para promoverlos entre el sector social y empresarial del estado, con las siguientes acciones:

6.2.1 Promover el acuerdo del Programa Nacional de Financiamiento y la integración de las micro, pequeñas y medianas empresas de turismo en el Estado.

6.2.2 Establecer programas de apoyo técnico para modernización de procesos y sistemas de gestión en las MPYMES

Acción	Indicador	Meta
6.2.1 Promover el acuerdo del Programa Nacional de Financiamiento y la integración de las micro, pequeñas y medianas empresas de turismo en el Estado.	Número de MPYMES atendidas	Incrementar en 20% anual el número de MPYMES atendidas con respecto al año anterior
6.2.2 Establecer programas de apoyo técnico para modernización de procesos y sistemas de gestión en las MPYMES	Número de MPYMES atendidas	Incrementar en 20% anual el número de MPYMES atendidas con respecto al año anterior

Estrategia 6.3 Aplicación de programas institucionales de certificación (Moderniza, Distintivo H)

Considerando que la mayoría de las empresas del sector turístico a nivel nacional corresponde a MPYMES, las acciones de la SECTUR Federal se perfilan en el sentido de brindar apoyo a través de programas que generen beneficios en la gestión de tales empresas.

Uno de ellos es el la Implementación del Programa Moderniza con el Distintivo “M”, es un programa de capacitación para que las MPYMES incorporen en su gestión prácticas administrativas modernas, y de esa manera propiciar beneficios en su organización, como:

- Convertirse en unidades económicas competitivas al lograr satisfacer las necesidades de sus clientes porque se conocen las mismas.
- Mejorar el desempeño laboral y el control del negocio.
- Disminuir el desperdicio.
- Incrementar la rentabilidad.
- Propiciar la mejora continua en la organización.
- Innovación en procesos y servicios.
- Se establecen las bases para la integración del equipo laboral.

A nivel nacional, la participación del Programa Moderniza por giro, tiene mayor influencia en el rubro de los restaurantes (44%), hoteles (26%) y agencias de viajes con (11%), en los balnearios y parques recreativos apenas un 15, mientras que en ecoturismo el 3%.

La participación por tamaño de empresas es de 58% en Micro, 35% en Pequeña, y el restante 7% en Mediana.

El distintivo se otorga a las empresas que logran implementar de manera exitosa el Programa de Calidad Moderniza, por lo que avala la adopción de mejores prácticas en la administración, sirviendo como distintivo de empresa turística modelo; la vigencia de tal reconocimiento es de un año a partir de la fecha en que es expedido por SECTUR federal.

Los elementos que se evalúan en el este Programa son calidad humana, satisfacción del cliente, mejora en la gestión, y resultados obtenidos; las MPYMES que alcanzan una puntuación de al menos 80 puntos de 120, reciben el distintivo.

Actualmente en el Directorio Nacional de Empresas M, se tienen registradas cinco unidades en Sinaloa:

- Tres centros recreativos, dos ubicados en El Fuerte, y uno en Ahome.
- Un campamento ecoturístico en Choix.
- Y un centro de desarrollo turístico en Ahome.

Por otro lado, el Programa Nacional de Manejo Higiénico de los Alimentos, es un programa de capacitación, de carácter preventivo y reconocido por el distintivo “H”; en cuyo otorgamiento participa también la Secretaría de Salud, es aplicable a todos los establecimientos de alimentos y bebidas y está en concordancia con las especificaciones y parámetros planteados en la NMX-F605-NORMEX-2004, correspondiente al cumplimiento de estándares de higiene.

El programa de capacitación se aplica en un 100% al personal de mandos medios y altos, mientras que en personal operativo abarca un 80%, la asesoría que reciben se basa en recomendaciones y técnicas sobre higiene personal, manejo de sustancias, áreas de servicio, control de plagas, y manejo adecuado de alimentos, entre otros aspectos; una vez que se verifica el cumplimiento de los estándares se otorga el reconocimiento con vigencia de un año.

Este distintivo es un valor agregado que incide en la confianza a los clientes, y conlleva a la mejora continua en los procesos y servicios de los establecimientos de alimentos y bebidas, así como a una mejor imagen.

En el Estado de Sinaloa existen 21 establecimientos que cuentan con el Distintivo “H” vigente: 16 en Mazatlán, cuatro en Culiacán y uno en Ahome; la mayoría otorgados a establecimientos ubicados en hoteles.

6.3.1 Promover la aplicación de la cobertura de programas de certificación de SECTUR federal entre los prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M)

Acción	Indicador	Meta
6.3.1 Promover la aplicación de la cobertura de programas de certificación de SECTUR federal entre los prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M)	Número de empresas certificadas	Posicionar a Sinaloa entre los cinco estados con mayor número de empresas certificadas

Estrategia 6.4 Desarrollo de paquete de incentivos por calidad

6.4.1 Diseñar e implementar un programa de incentivos para empresas que desarrollen productos turísticos altamente competitivos

Acción	Indicador	Meta
6.4.1 Diseñar e implementar un programa de incentivos para empresas que desarrollen productos turísticos altamente competitivos	Diseño de Programa	Programa publicado

Objetivo Sectorial 7. Hacer disponibles a los turistas nacionales e internacionales el acceso seguro a los atractivos.

Estrategia 7.1 Incremento de la conectividad con los principales mercados meta

7.1.1 Elaborar un programa estratégico para mantener e incrementar la disponibilidad de asientos aéreos en mayor número de rutas y frecuencias

7.1.2 Promover la realización de alianzas estratégicas y convenios con líneas aéreas para incrementar la oferta aérea en los aeropuertos del estado, tanto a nivel internacional, nacional y regional

7.1.3 Elaborar un diagnóstico para determinar las principales necesidades en materia de accesibilidad carretera a los sitios turísticos del Estado

7.1.4 Promover antes las instancias correspondientes la elaboración de programas de mejoramiento y modernización de los caminos de acceso a los destinos turísticos del estado.

7.1.5 Establecer programas conjuntos para mejoramiento de los sistemas de transporte turístico con las dependencias responsables.

7.1.6 Impulsar, en coordinación con las autoridades competentes, la mejora de los servicios e instalaciones de los puertos turísticos del estado, dando especial énfasis para convertir al puerto de Mazatlán como Home Port

Acción	Indicador	Meta
7.1.1 Elaborar un programa estratégico para mantener e incrementar la disponibilidad de asientos aéreos en mayor número de rutas y frecuencias	Número de asientos aéreos	Incrementar en 30% la oferta de asientos aéreos al final del sexenio
7.1.2 Promover la realización de alianzas estratégicas y convenios con líneas aéreas para incrementar la oferta aérea en los aeropuertos del estado, tanto a nivel internacional, nacional y regional	Número de convenios firmados	Firma de tres convenios con líneas aéreas durante el sexenio
7.1.3 Elaborar un diagnóstico para determinar las principales necesidades en materia de accesibilidad carretera a los sitios turísticos del Estado	Estudio concluido	Un estudio publicado durante los tres primeros años de la administración
7.1.4 Promover antes las instancias correspondientes la elaboración de programas de mejoramiento y modernización de los caminos de acceso a los destinos turísticos del estado.	Kilómetros mejorados y/o modernizados	100% de obra programada al concluir el sexenio
7.1.5 Establecer programas conjuntos para mejoramiento de los sistemas de transporte turístico con las dependencias responsables.	Número de convenios firmados	Un convenio firmado por año

Estrategia 7.2 Instrumentación de programa de señalización moderna

7.2.1 Diseñar un programa estatal de señalización turística y señalización vial, que facilite el acceso de los visitantes a todas las zonas turísticas del estado.

Acción	Indicador	Meta
7.2.1 Diseñar un programa estatal de señalización turística y señalización vial, que facilite el acceso de los visitantes a todas las zonas turísticas del estado.	Porcentaje de avance de obra	Porcentaje (%) de avance en obra de acuerdo a Proyecto Ejecutivo propuesto

Estrategia 7.3 Implementación de programas de ITS (Information Technology Systems) en carreteras para brindar información certera, oportuna con valor agregado

7.3.1 Establecer convenio de coordinación con SCT para diseño e implementación de programa

Acción	Indicador	Meta
7.3.1 Establecer convenio de coordinación con SCT para diseño e implementación de programa	Convenio firmado y programa implementado	Un convenio firmado y un programa implementado

Objetivo Sectorial 8. Desarrollar productos turísticos más atractivos y competitivos.

Estrategia 8.1 Promoción de cultura turística entre la población para la conservación del patrimonio natural y cultural.

8.1.1 Establecer convenios con las instituciones educativas relacionadas con el sector, a fin de fomentar su participación en los proyectos para el desarrollo de la cultura turística.

8.1.2 Regular y controlar a prestadores de servicios turísticos, a través de la realización, fomento y aplicación de un código de buenas prácticas, particularmente para vendedores de tiempo compartido y de bienes raíces. Regulación, verificación.

8.1.3 Promover la realización e implementación de un programa educativo (impartido en las escuelas de todos los niveles) sobre los valores culturales que dan identidad al Estado y sus regiones

8.1.4 Implementar campañas de cultura turística a nivel local y estatal, con el apoyo del sector educativo y medios de comunicación

8.1.5 Diseñar campañas con la participación de los medios de comunicación locales para promover los valores culturales y los eventos programados en cada municipio

Acción	Indicador	Meta
8.1.1 Establecer convenios con las instituciones educativas relacionadas con el sector, a fin de fomentar su participación en los proyectos para el desarrollo de la cultura turística.	Número de convenios firmados	Dos convenios firmados por año
8.1.2 Regular y controlar a prestadores de servicios turísticos, a través de la realización, fomento y aplicación de un código de buenas prácticas, particularmente para vendedores de tiempo compartido y de bienes raíces. Regulación, verificación.	Reglamentos publicados	Un reglamento publicado dentro de los primeros tres años de la administración estatal
8.1.3 Promover la realización e implementación de un programa educativo (impartido en las escuelas de todos los niveles) sobre los valores culturales que dan identidad al Estado y sus regiones.	Programa implementado	Un programa implementado en el corto plazo
8.1.4 Implementar campañas de cultura turística a nivel local y estatal, con el apoyo del sector educativo y medios de comunicación	Número de campañas implementadas	Tres campañas implementadas durante el sexenio

Acción	Indicador	Meta
8.1.5 Diseñar campañas con la participación de los medios de comunicación locales para promover los valores culturales y los eventos programados en cada municipio	Número de campañas implementadas	Una campaña por año

Estrategia 8.2 Desarrollo de identidad diferenciada para cada destino, municipio y región del estado.

8.2.1 Promover junto con el sector académico y cultural, la recuperación de costumbres y tradiciones locales que dan identidad a cada uno de los municipios del estado (Juego de Ulama, entre otros elementos).

8.2.2 Complementar la oferta de productos y equipamiento turístico en Pueblos Mágicos y Pueblos Señoriales

Acción	Indicador	Meta
8.2.1 Promover junto con el sector académico y cultural, la recuperación de costumbres y tradiciones locales que dan identidad a cada uno de los municipios del estado (Juego de Ulama, entre otros elementos).	Firma de acuerdo e implementación del programa	Implementación del programa en cada zona turística del estado en los primeros tres años de la administración
8.2.2 Complementar la oferta de productos y equipamiento turístico en Pueblos Mágicos y Pueblos Señoriales	Número de iniciativas apoyadas para la conformación de nuevos productos	Impulsar tres iniciativas por región a lo largo del sexenio

Estrategia 8.3 Renovación y "re invención" de la oferta y equipamiento turísticos actuales.

8.3.1 Mejorar los servicios de información y orientación turística, a través de la construcción de una red de módulos de atención al turista

8.3.2 Promover la construcción de una red de paradores carreteros que incluyan servicios de información, asistencia mecánica y servicios de alimentos, entre otros.

8.3.3 Promover programas para la renovación de oferta turística.

8.3.4 Impulsar la construcción de la red de servicios de playas públicas dirigidas al segmento de turismo para todos

Acción	Indicador	Meta
8.3.1 Mejorar los servicios de información y orientación turística, a través de la construcción de una red de módulos de atención al turista	Número de módulos de información turística construidos y en operación	Construcción y puesta en operación de un módulos de información al año
8.3.2 Promover la construcción de una red de paradores carreteros que incluyan servicios de información, asistencia mecánica y servicios de alimentos, entre otro	Número de paradores carreteros construidos y en operación	Construcción y puesta en operación de 5 paradores durante el sexenio
8.3.3 Promover programas para la renovación de oferta turística.	Número de proyectos apoyados	Lograr la modernización del 50% de la planta turística con más de 20 años de antigüedad
8.3.4 Impulsar la construcción de la red de servicios de playas públicas dirigidas al segmento de turismo para todos	Número de unidades de servicios de playa pública construidas	Construir dos unidades de servicios de playa pública por año

Estrategia 8.4 Diversificación de la oferta y creación de nuevas experiencias turísticas.

8.4.1 Integrar y difundir el inventario de atractivos turísticos de la entidad

8.4.2 Apoyar la organización y difusión de actividades de orden artístico, cultural, deportivo, folklórico o tradicional, que complementen la oferta de actividades en los destinos turísticos del estado.

Impulsar la creación y el fortalecimiento de productos turísticos dirigidos a los segmentos de mercado estratégicos para la entidad, a través del desarrollo de los siguientes programas:

8.4.3 Programa integral de fomento a la pesca deportivo-recreativa del estado de Sinaloa.

8.4.4 Programa integral de fomento a actividades cinegéticas del estado de Sinaloa.

8.4.5 Programa integral de fomento al turismo de naturaleza y aventura del estado de Sinaloa.

8.4.6 Programa integral de fomento al turismo rural y agroturismo del estado de Sinaloa.

8.4.7 Programa integral de fomento al turismo cultural del estado de Sinaloa

8.4.8 Programa integral de fomento de turismo de reuniones del estado de Sinaloa

8.4.9 Programa integral de fomento al turismo médico del estado de Sinaloa

8.4.10 Integrar el calendario anual de eventos a nivel estatal, y promocionarlos a nivel nacional e internacional.

8.4.11 Desarrollar un proyecto de integración física entre el puerto y el Centro Histórico de Mazatlán, que contemple la incorporación de corredores comerciales.

Acción	Indicador	Meta
8.4.1 Integrar y difundir el inventario de atractivos turísticos de la entidad	Inventario publicado	Publicación de un inventario de atractivos turísticos estatal
8.4.2 Apoyar la organización y difusión de actividades de orden artístico, cultural, deportivo, folklórico o tradicional, que complementen la oferta de actividades en los destinos turísticos del estado.	Número de eventos promovidos	Apoyar en la organización y promoción de un evento por municipio al año
Impulsar la creación y el fortalecimiento de productos turísticos dirigidos a los segmentos de mercado estratégicos para la entidad, a través del desarrollo de los siguientes programas:		
8.4.3 Programa integral de fomento a la pesca deportiva-recreativa del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa durante los tres últimos años de la administración
8.4.4 Programa integral de fomento a actividades cinegéticas del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa tres últimos años de la administración
8.4.5 Programa integral de fomento al turismo de naturaleza y aventura del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa durante los tres primeros años de la administración
8.4.6 Programa integral de fomento al turismo rural y agroturismo del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa durante los tres primeros años de la administración
8.4.7 Programa integral de fomento al turismo cultural del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa durante los tres primeros años de la administración
8.4.8 Programa integral de fomento de turismo de reuniones del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa tres últimos años de la administración
8.4.9 Programa integral de fomento al turismo médico del estado de Sinaloa	Programa concluido	Publicación del Programa tres últimos años de la administración

Estrategia 8.5 Desarrollo de productos y experiencias turísticas en torno al tema "Cultura Sinaloense".

8.5.1 Promover ante dependencias competentes, la elaboración de un inventario de zonas arqueológicas y recursos históricos tangibles e intangibles que tengan potencial de aprovechamiento turístico

8.5.2 Contribuir al rescate y puesta en valor turístico las zonas arqueológicas y recursos históricos tangibles e intangibles del estado. (Proyecto de las Labradas, etc.)

8.5.3 Promover ante autoridades correspondientes las declaratorias específicas de zonas y/o edificios con valor histórico - patrimonial

8.5.4 Identificar y recuperar fincas, edificios y monumentos históricos para su conservación y potencial uso turístico.

8.5.5 Promover y apoyar la recuperación, regeneración y ordenamiento de los Centros Históricos en localidades de interés turístico y/o localidades de apoyo.

8.5.6 Promover en coordinación con las dependencias correspondientes, el rescate y revalorización de las culturas indígenas presentes en el estado (Mayo-Yoreme) para su inclusión en actividades turísticas

8.5.7 Promover la creación y/o fomento de programas de difusión a la actividad artesanal.

8.5.8 Promover la construcción de equipamiento cultural complementario, con potencial uso turístico

8.5.9 Impulsar localidades turísticas del estado para obtener nombramiento de Pueblo Mágico (El Rosario y El Quelite)

Acción	Indicador	Meta
8.5.1 Promover ante dependencias competentes, la elaboración de un inventario de zonas arqueológicas y recursos históricos tangibles e intangibles que tengan potencial de aprovechamiento turístico	Número de convenios firmados	Inventario publicado en los primeros tres años de gobierno
8.5.2 Contribuir al rescate y puesta en valor turístico las zonas arqueológicas y recursos históricos tangibles e intangibles del estado. (Proyecto de las Labradas, etc.)	Número de proyectos apoyados	Desarrollo de 10 proyectos durante el sexenio
8.5.3 Promover ante autoridades correspondientes las declaratorias específicas de zonas y/o edificios con valor histórico - patrimonial	Número de declaratorias emitidas	Lograr el 50% de declaratorias del inventario identificado
8.5.4 Identificar y recuperar fincas, edificios y monumentos históricos para su conservación y potencial uso turístico.	Número de intervenciones	Dos intervenciones por año
8.5.5 Promover y apoyar la recuperación, regeneración y ordenamiento de los Centros Históricos en localidades de interés turístico y/o localidades de apoyo.	Elaboración de proyectos ejecutivos y grado de avance en obra	Elaboración e implementación de un proyecto ejecutivo por año
8.5.6 Promover en coordinación con las dependencias correspondientes, el rescate y revalorización de las culturas indígenas presentes en el estado (Mayo-Yoreme) para su inclusión en actividades turísticas	Convenio	Firma de un convenio durante los tres primeros años del sexenio
8.5.7 Promover la creación y/o fomento de programas de difusión a la actividad artesanal.	Número de artesanos atendidos	Apoyar 30 iniciativas durante el sexenio
8.5.8 Promover la construcción de equipamiento cultural complementario, con potencial uso turístico	Elaboración de proyectos ejecutivos y grado de avance en obra	Elaboración e implementación de un proyecto ejecutivo por año
8.5.9 Impulsar localidades turísticas del estado para obtener nombramiento de Pueblo Mágico (El Rosario y El Quelite)	Decreto publicado	Decreto de El Rosario y El Quelite durante los tres últimos años de la administración

Estrategia 8.6 Promoción de experiencias turísticas de Sinaloa a las rutas promovida por la SECTUR federal.

8.6.1 Establecer sitios y atractivos turísticos que pueden ser incorporados a las rutas turísticas promovidas a nivel federal

8.6.2 Diseñar rutas turísticas secundarias que pueden vincularse territorialmente a las rutas turísticas promovidas a nivel federal

Acción	Indicador	Meta
8.6.1 Establecer sitios y atractivos turísticos que pueden ser incorporados a las rutas turísticas promovidas a nivel federal	Número de sitios incorporados	Identificación de sitios para cada una de las tres zonas turísticas del estado durante el primer trienio de la administración
8.6.2 Diseñar rutas turísticas secundarias que pueden vincularse territorialmente a las rutas turísticas promovidas a nivel federal	Número de rutas turísticas identificadas	Creación de 3 nuevas rutas intermunicipales

Estrategia 8.7 Crear mecanismos de verificación de las certificaciones y competencias turísticas.

8.7.1 Operar el Registro Estatal de Turismo, para completar la inscripción de todos los prestadores de servicios turísticos a este registro

8.7.2 Diseñar e impulsar programas de certificación de competencias laborales para los trabajadores de la industria turística.

8.7.3 Promover la renovación de las certificaciones obtenidas por prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M)

8.7.4 Impulsar la aplicación de la normatividad federal y estatal para estandarizar la calidad de los servicios turísticos

Acción	Indicador	Meta
8.7.1 Operar el Registro Estatal de Turismo, para completar la inscripción de todos los prestadores de servicios turísticos a este registro	Porcentaje de empresas inscritas (Número de empresas inscritas)	100% de empresas turísticas registradas al final del sexenio
8.7.2 Diseñar e impulsar programas de certificación de competencias laborales para los trabajadores de la industria turística.	Número de trabajadores certificados	50% de trabajadores certificados al final del sexenio
8.7.3 Promover la renovación de las certificaciones obtenidas por prestadores de servicios turísticos (Distintivo H y Distintivo M)	Número de empresas con certificaciones renovadas	Posicionar a Sinaloa entre los cinco estados con mayor número de empresas certificadas
8.7.4 Impulsar la aplicación de la normatividad federal y estatal para estandarizar la calidad de los servicios turísticos	Porcentaje de establecimientos clasificados	Reclasificación del 100% de los establecimientos de hospedaje en el estado al terminar el sexenio

Estrategia 8.8 Profesionalización del sector turístico en todos los niveles.

8.8.1 Impulsar la creación de un Sistema Estatal de Capacitación Turística

8.8.2 Diseñar y establecer normas específicas para prestadores de servicios turísticos (incluyendo manuales de “buenas prácticas”, códigos de conducta y reglamentos)

8.8.3 Desarrollar un programa de impulso a la cultura empresarial, a través de talleres, seminarios y redes de apoyo entre empresas para profundizar en la creación y fortalecimiento de una filosofía empresarial ética y competitiva.

8.8.4 Generar mayor vinculación entre el sector productivo turístico y el sector educativo, a través de la mayor cobertura de los programas de servicio social y prácticas profesionales en los programas de anfitrión distinguido y embajadores turísticos

Acción	Indicador	Meta
8.8.1 Impulsar la creación de un Sistema Estatal de Capacitación Turística	Sistema creado	Firma de acuerdo con todas las universidades y escuelas de turismo del Estado
8.8.2 Diseñar y establecer normas específicas para prestadores de servicios turísticos (incluyendo manuales de "buenas prácticas", códigos de conducta y reglamentos)	Número de personas Capacitadas en buenas practicas	30% de trabajadores capacitados al final del sexenio
8.8.3 Desarrollar un programa de impulso a la cultura empresarial, a través de talleres, seminarios y redes de apoyo entre empresas para profundizar en la creación y fortalecimiento de una filosofía empresarial ética y competitiva.	Programa implementado y número de personas atendidas	80% de empresarios turísticos atendidos
8.8.4 Generar mayor vinculación entre el sector productivo turístico y el sector educativo, a través de la mayor cobertura de los programas de servicio social y prácticas profesionales en los programas de anfitrión distinguido y embajadores turísticos	Número de estudiantes adscritos por programa	Incremento de 10% anual

Estrategia 8.9 Desarrollo y promoción de programas integrales y transversales (Agroturismo, Playa Modelo Sustentable, Cruceros, Turismo Electrónico, Competitividad en Mercados Estratégicos).

8.9.1 Programa emergente para la recuperación del turismo de cruceros

8.9.2 Promover la creación del Centro de Excelencia Turística para que capacite y certifique la profesionalización del personal de todos los niveles.

8.9.3 Promover el programa "Conoce Sinaloa" y ampliar su cobertura a todos los municipios del estado.

8.9.4 Implementación del Programa Estatal de Agroturismo

8.9.5 Diseño e implementación del Programa de Competitividad en Mercados Estratégicos

8.9.6 Diseño e implementación del Programa E-Turismo

Acción	Indicador	Meta
8.9.1 Programa emergente para la recuperación del turismo de cruceros	Pasajeros en crucero anuales	Recuperación de pasajeros de cruceros a niveles registrados en 2008 al final del sexenio
8.9.2 Promover la creación del Centro de Excelencia Turística para que capacite y certifique la profesionalización del personal de todos los niveles.	Acuerdo con universidades y/o instituciones educativas para construcción y operación del Centro	Lograr la firma del convenio para construcción y operación del Centro durante los tres primeros años de la administración
8.9.3 Promover el programa "Conoce Sinaloa" y ampliar su cobertura a todos los municipios del estado.	Número de estudiantes atendidos por el programa	Incrementar la cobertura del programa en un 30% anual a partir de su implementación
8.9.4 Implementación del Programa Estatal de Agroturismo	Número de acciones contenidas en el Programa	Porcentaje de avance en acciones (100% de acciones cumplidas al terminar el sexenio)
8.9.5 Diseño e implementación del Programa de Competitividad en Mercados Estratégicos	Número de acciones contenidas en el Programa	Porcentaje de avance en acciones (100% de acciones cumplidas al terminar el sexenio)
8.9.6 Diseño e implementación del Programa E-Turismo	Número de acciones contenidas en el Programa	Porcentaje de avance en acciones (100% de acciones cumplidas al terminar el sexenio)

Estrategia 8.10 Impulso a Clusters Turísticos Regionales (Norte, Centro y Sur) y a Proyectos Detonadores.

8.10.1 Desarrollar productos y experiencias diferenciadas en cada una de las zonas turísticas del estado

8.10.2 Integración de un cluster turístico para cada una de las regiones turísticas del estado

8.10.3 Promover la creación de Clubes de Producto (DMC) para cada una de las regiones turísticas del estado

Detectar y desarrollar proyectos turísticos detonadores y estratégicos en el estado:

8.10.4 Consolidar el Centro Integralmente Planeado Sustentable "Playa Espíritu"

8.10.5 Ejecución y puesta en operación del Proyecto Las Labradas

8.10.6 Ejecución y puesta en operación del Corredor Turístico Humedales

8.10.7 Ejecución y puesta en operación de Playa Modelo Sustentable

8.10.8 Implementación del Programa Mar de Cortés a la Montaña

Acción	Indicador	Meta
8.10.1 Desarrollar productos y experiencias diferenciadas en cada una de las zonas turísticas del estado	Número de proyectos apoyados	Un proyecto apoyado por municipio durante los tres últimos años de la administración
8.10.2 Integración de un cluster turístico para cada una de las regiones turísticas del estado	Proyecto implementado	Un proyecto implementado por región durante los tres primeros años de la administración
8.10.3 Promover la creación de Clubes de Producto (DMC) para cada una de las regiones turísticas del estado	Integración de DMC	Un DMC por cada región turística del estado
Detectar y desarrollar proyectos turísticos detonadores y estratégicos en el estado:		
8.10.4 Consolidar el Centro Integralmente Planeado Sustentable "Playa Espiritu"	Monto de inversión privada en el CIPS	Cumplimiento de las metas establecidas por FONATUR de inversión privada
8.10.5 Ejecución y puesta en operación del Proyecto Las Labradas	Plan maestro del proyecto terminado y grado de avance en obra	100% de avance en obra en dos años
8.10.6 Ejecución y puesta en operación del Corredor Turístico Humedales	Plan maestro del proyecto terminado y grado de avance en obra	100% de avance en obra en dos años
8.10.7 Ejecución y puesta en operación de Playa Modelo Sustentable	Plan maestro del proyecto terminado y grado de avance en obra	100% de avance en obra en dos años

Objetivo Sectorial 9. Garantizar experiencias turísticas seguras.

Estrategia 9.1 Establecimiento de comunicación certera.

9.1.1 Diseñar programas de información, orientación, atención y protección al turista, con la participación que corresponda a otras dependencias

9.1.2 Crear y poner en operación una línea directa de servicio de atención al turismo.

9.1.3 Capacitar al personal de contacto de la SECTUR Sinaloa para canalizar a las instancias correspondientes los casos de inseguridad

Acción	Indicador	Meta
9.1.1 Diseñar programas de información, orientación, atención y protección al turista, con la participación que corresponda a otras dependencias	Número de convenios firmados	Convenios firmados con todas las dependencias involucradas al segundo año de la administración
9.1.2 Crear y poner en operación una línea directa de servicio de atención al turismo.	Línea puesta en operación	Línea puesta en operación durante el primer año de la administración estatal
9.1.3 Capacitar al personal de contacto de la SECTUR Sinaloa para canalizar a las instancias correspondientes los casos de inseguridad	Programa de capacitación	100% del personal de la SECTUR capacitado

Estrategia 9.2 Concientización generalizada de la importancia del turismo.

9.2.1 Implementar una campaña de concientización a nivel estatal acerca de la importancia del turismo

Acción	Indicador	Meta
9.2.1 Implementar una campaña de concientización a nivel estatal acerca de la importancia del turismo	Campaña	Una campaña implementada en 2013

Estrategia 9.3 Coordinación interinstitucional efectiva.

9.3.1 Fomentar la ética entre prestadores de servicios turísticos mediante programas preventivos y educativos contra la trata de personas en el turismo

9.3.2 Monitorear y canalizar a las áreas competentes para el tránsito seguro en carreteras estatales

9.3.3 Coordinar con autoridades competentes la atención al turista en caso de eventos relacionados con inseguridad.

9.3.4 Establecer las bases conjuntas con las autoridades competentes en materia de seguridad y prestadores de servicios turísticos para la realización de acciones conjuntas que fomenten la seguridad y prevención del delito en establecimientos turísticos

Acción	Indicador	Meta
9.3.1 Fomentar la ética entre prestadores de servicios turísticos mediante programas preventivos y educativos contra la trata de personas en el turismo	Número de personas capacitadas	100% de los prestadores de servicios turísticos capacitados en el tema al finalizar el sexenio
9.3.2 Monitorear y canalizar a las áreas competentes para el tránsito seguro en carreteras estatales	Número de eventos atendidos	Atender y dar seguimiento al 100% de las eventualidades
9.3.3 Coordinar con autoridades competentes la atención al turista en caso de eventos relacionados con inseguridad.	Convenio firmado	Convenios firmados con todas las dependencias involucradas al segundo año de la administración
9.3.4 Establecer las bases conjuntas con las autoridades competentes en materia de seguridad y prestadores de servicios turísticos para la realización de acciones conjuntas que fomenten la seguridad y prevención del delito en establecimientos turísticos	Número de acciones realizadas	Involucrar al 100% de establecimientos turísticos al finalizar la administración estatal

Estrategia 9.4 Desarrollo de infraestructura turística con estándares de seguridad internacional.

9.4.1 Promover un programa para la aplicación de medidas de seguridad en las instalaciones y establecimientos turísticos

Acción	Indicador	Meta
9.4.1 Promover un programa para la aplicación de medidas de seguridad en las instalaciones y establecimientos turísticos	Programa	100% de establecimientos turísticos al finalizar la administración estatal

Estrategia 9.5 Adecuación del marco legal para elevar la jerarquía de protección al turista.

9.5.1 Promover ante instancias competentes la revisión y adecuación de legislación estatal para endurecer penas en delitos contra turistas

9.5.2 Firma de acuerdo con PROFECO para establecer un programa permanente de protección al consumidor en el estado

Acción	Indicador	Meta
9.5.1 Promover ante instancias competentes la revisión y adecuación de legislación estatal para endurecer penas en delitos contra turistas	Acuerdo	Un acuerdo firmado durante los tres primeros años de la administración
9.5.2 Firma de acuerdo con PROFECO para establecer un programa permanente de protección al consumidor en el estado	Acuerdo	Un acuerdo firmado durante los tres primeros años de la administración

Objetivo Sectorial 10. Responder a la necesidad de desarrollar nuevas líneas de acción en promoción, comercialización y mercadotecnia turística.

Estrategia 10.1 Desarrollo de programas de mercadotecnia acordes a la nuevas tendencias del mercado nacional e internacional.

10.1.1 Realizar estudios de mercado para determinar los principales mercados potenciales, tanto a nivel nacional como internacional, orientando las decisiones en materia de mercadotecnia.

10.1.2 Realizar un plan integral de promoción, diferenciado por cada una de las regiones del estado y sus destinos turísticos, incluyendo el diseño de una nueva imagen para “Sinaloa”

10.1.3 Diseñar y establecer un programa de asistencia técnica para la comercialización de destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias

Acción	Indicador	Meta
10.1.1 Realizar estudios de mercado para determinar los principales mercados potenciales, tanto a nivel nacional como internacional, orientando las decisiones en materia de mercadotecnia.	Número de estudios realizados	Elaboración de un estudio de mercado por año
10.1.2 Realizar un plan integral de promoción, diferenciado por cada una de las regiones del estado y sus destinos turísticos, incluyendo el diseño de una nueva imagen para “Sinaloa”	Plan terminado	Elaboración de un plan durante los tres primeros años de la administración
10.1.3 Diseñar y establecer un programa de asistencia técnica para la comercialización de destinos, empresas privadas, sociales y comunitarias	Programa	Implementación del programa durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 10.2 Establecimiento del plan integral de promoción con el uso de las nuevas tecnologías en información y comunicación

10.2.1 Creación de nuevos canales de comercialización para facilitar el acceso a mercados meta nacionales e internacionales, incrementando el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.

10.2.2 Incrementar la presencia de Sinaloa en ferias y eventos internacionales para dar a conocer los destinos y productos turísticos del estado en los mercados objetivo definidos.

10.2.3 Crear una agencia de destino estatal que ejecute la planeación y administración de recursos dirigidos a la promoción turística del estado, conformada por tres delegaciones (Norte, Centro y Sur)

Acción	Indicador	Meta
10.2.1 Creación de nuevos canales de comercialización para facilitar el acceso a mercados meta nacionales e internacionales, incrementando el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación.	Elaboración de programa	Implementación del programa en el corto plazo
10.2.2 Incrementar la presencia de Sinaloa en ferias y eventos internacionales para dar a conocer los destinos y productos turísticos del estado en los mercados objetivo definidos.	Número de eventos	Participación en 5 eventos nacionales e internacionales al año
10.2.3 Crear una agencia de destino estatal que ejecute la planeación y administración de recursos dirigidos a la promoción turística del estado, conformada por tres delegaciones (Norte, Centro y Sur)	Acta o decreto de creación	Creación de la agencia durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 10.3 Incremento del gasto en promoción turística para mercados meta.

10.3.1 Firma de convenios de cooperación entre el sector público y prestadores de servicios turísticos para hacer más eficientes los recursos asignados a promoción turística.

10.3.2 Identificar, desarrollar y fomentar la integración de programas de promoción regionales.

10.3.3 Promover la firma de convenios con empresas privadas para patrocinio de destinos y eventos

Acción	Indicador	Meta
10.3.1 Firma de convenios de cooperación entre el sector público y prestadores de servicios turísticos para hacer más eficientes los recursos asignados a promoción turística.	Presupuesto total asignado para promoción	Incrementar anualmente los recursos públicos y privados para promoción turística
10.3.2 Identificar, desarrollar y fomentar la integración de programas de promoción regionales.	Número de convenios firmados	Firma de un convenio por año
10.3.3 Promover la firma de convenios con empresas privadas para patrocinio de destinos y eventos	Número de convenios firmados	Firma de tres convenios con patrocinadores por año

Estrategia 10.4 Desarrollo del Sistema de Información Integral Turística de Sinaloa (TURSIIIT).

10.4.1 Mejorar el Sistema de Información Turística, y ampliar su cobertura a todos los municipios.

10.4.2 Diseñar, desarrollar e implementar un sistema de indicadores de la actividad turística que incluya información por segmento especializado (pesca, golf, convenciones y eventos, cinegético, etc.), que sirva de base para la toma de decisiones.

10.4.3 Promover la realización de estudios en temas de interés para el sector (investigación turística)

10.4.4 Crear el observatorio turístico, para monitorear permanentemente indicadores, comportamientos y tendencias relacionadas con la actividad en los destinos turísticos del estado

Acción	Indicador	Meta
10.4.1 Mejorar el Sistema de Información Turística, y ampliar su cobertura a todos los municipios.	Número de municipios con sistema implementados	Implementación del sistema en tres municipios por año
10.4.2 Diseñar, desarrollar e implementar un sistema de indicadores de la actividad turística que incluya información por segmento especializado (pesca, golf, convenciones y eventos, cinegético, etc.), que sirva de base para la toma de decisiones.	Sistema implementado	Implementación del sistema en tres municipios por año
10.4.3 Promover la realización de estudios en temas de interés para el sector (investigación turística)	Número de estudios realizados	Dos estudios de investigación turística y/o inteligencia de mercados realizados por año
10.4.4 Crear el observatorio turístico, para monitorear permanentemente indicadores, comportamientos y tendencias relacionadas con la actividad en los destinos turísticos del estado	Acta o decreto de creación	Un observatorio turístico creado durante los tres últimos años de la administración

Estrategia 10.5 Desarrollo del Sistema de Evaluación y Seguimiento del FUTURSI.

10.5.1 Definir un Sistema de Indicadores de Gestión para evaluar el desempeño del sector y permita el seguimiento y evaluación de la aplicación de las políticas e instrumentos de planeación turística.

Acción	Indicador	Meta
10.5.1 Definir un Sistema de Indicadores de Gestión para evaluar el desempeño del sector y permita el seguimiento y evaluación de la aplicación de las políticas e instrumentos de planeación turística.	Sistema implementado	Un sistema implementado durante los tres primeros años de la administración

Eje Rector 4: Convertir el desarrollo con sustentabilidad en un factor clave para hacer de Sinaloa una entidad más atractiva a la inversión

Objetivo Sectorial 11. Garantizar el desarrollo sustentable de la actividad turística en el Estado de Sinaloa.

Estrategia 11.1 Desarrollo de la Agenda de Sustentabilidad Turística de Sinaloa (Economía Verde)

11.1.1 Promover la realización de un diagnóstico de impactos ambientales en las principales áreas turísticas del Estado

11.1.2 Promover la certificación de empresas turísticas en temas ambientales (ISO 14000, Calidad Ambiental Turística, Distintivo Natura)

11.1.3 Establecer un plan de acción para cada municipio, de acuerdo con los resultados obtenidos, para atender las principales problemáticas detectadas. (Agenda ambiental por municipio)

Acción	Indicador	Meta
11.1.1 Promover la realización de un diagnóstico de impactos ambientales en las principales áreas turísticas del Estado	Estudio concluido	Realización de estudio durante los tres primeros años de la administración
11.1.2 Promover la certificación de empresas turísticas en temas ambientales (ISO 14000, Calidad Ambiental Turística, Distintivo Natura)	Número de empresas certificadas	Duplicar el número de empresas certificadas en temas ambientales al terminar el sexenio
11.1. Establecer un plan de acción para cada municipio, de acuerdo con los resultados obtenidos, para atender las principales problemáticas detectadas. (Agenda ambiental por municipio)	Plan de acción publicado	100% de acciones realizadas al terminar la administración estatal

Estrategia 11.2 Planeación del ordenamiento territorial y urbano ordenado en todas las localidades turísticas (Programas de Desarrollo Urbano, Programas de Ordenamiento Territorial y Ecológico, Desarrollos Urbanos Integrales Sustentables)

11.2.1 Elaborar en coordinación con las dependencias responsables, un Programa de Ordenamiento Turístico del Territorio para garantizar la preservación de los recursos naturales, la identidad del paisaje y la calidad de la experiencia turística que ofrezca el Estado.

11.2.2 Promover y coordinarse con las entidades correspondientes para la reubicación y control de la presencia de comercio informal en sitios representativos para la actividad turística, estableciéndolo como condicionante para jerarquización de acciones y obra pública.

11.2.3 Participar en el fomento y promoción de construcción de infraestructura urbana en zonas turísticas, para su mejoramiento y atención de rezagos.

11.2.4 Elaborar e implementar planes de rescate y mejoramiento de imagen urbana en localidades turísticas.

Acción	Indicador	Meta
11.2.1 Elaborar en coordinación con las dependencias responsables, un Programa de Ordenamiento Turístico del Territorio para garantizar la preservación de los recursos naturales, la identidad del paisaje y la calidad de la experiencia turística que ofrezca el Estado.	Programa de Ordenamiento Turístico publicado	Publicación en el Periódico Oficial del Estado del Programa durante los tres últimos años de la administración
11.2.2 Promover y coordinarse con las entidades correspondientes para la reubicación y control de la presencia de comercio informal en sitios representativos para la actividad turística, estableciéndolo como condicionante para jerarquización de acciones y obra pública.	Número de comerciantes reubicados por destino.	Reubicar el 100% de comerciantes informales al final del sexenio, en todos los destinos turísticos del estado.
11.2.3 Participar en el fomento y promoción de construcción de infraestructura urbana en zonas turísticas, para su mejoramiento y atención de rezagos.	Montos de recursos públicos asignados para construcción y mejoramiento de infraestructura urbana en localidades turísticas	Duplicar al final del sexenio la inversión pública en infraestructura y equipamiento urbano en localidades turísticas
11.2.4 Elaborar e implementar planes de rescate y mejoramiento de imagen urbana en localidades turísticas.	Número de localidades turísticas con programa de mejoramiento de imagen urbana	Realizar dos programas de mejoramiento de imagen urbana en localidades turísticas por año

Estrategia 11.3 Impulso a la educación ambiental desde nivel básico

11.3.1 Diseñar e implementar un programa de educación ambiental para ser impartido en educación básica, en coordinación con autoridades educativas y ambientales

Acción	Indicador	Meta
11.3.1 Diseñar e implementar un programa de educación ambiental para ser impartido en educación básica, en coordinación con autoridades educativas y ambientales	Programa	Un programa implementado durante los tres primeros años de la administración

Estrategia 11.4 Implementación de acciones de mitigación en áreas turísticas con impactos ambientales

11.4.1 Establecer un programa de mejoramiento ambiental por contaminación

Acción	Indicador	Meta
11.4.1 Establecer un programa de mejoramiento ambiental por contaminación	Grado de avance en acciones	100% de avance en acciones al terminar la administración estatal

Estrategia 11.5 Impulso a la aplicación, seguimiento y evaluación del Programa de Turismo Sustentable (antes Agenda 21)

11.5.1 Realizar la actualización de la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad Turística en los destinos donde ya se implementó, y ampliar la cobertura del sistema incorporando nuevos destinos.

11.5.2 Promover la aplicación de "buenas prácticas" entre prestadores de servicios turísticos

Acción	Indicador	Meta
11.5.1 Realizar la actualización de la aplicación del Sistema de Indicadores de Sustentabilidad Turística en los destinos donde ya se implementó, y ampliar la cobertura del sistema incorporando nuevos destinos.	Número de municipios con sistema implementado	Completar la implementación del sistema en todos los municipios del estado al terminar la administración estatal
11.5.2 Promover la aplicación de "buenas practicas" entre prestadores de servicios turísticos	Número de prestadores de servicios capacitados en temas de "Buenas Prácticas"	100% de prestadores de servicios capacitados en el uso de buenas prácticas

Estrategia 11.6 Generación de nuevo modelo de manejo integral sustentable de turismo de playa

11.6.1 Promover acuerdo con autoridades competentes en materia ambiental para la realización de diagnóstico de las condiciones actuales de las principales playas del estado de Sinaloa

11.6.2 Promover la certificación de "playa limpia" en las playas de uso turístico del estado.

11.6.3 Generar un nuevo modelo de gestión y operación de playas que incluya el fomento de infraestructura "verde": plantas de tratamiento, sistemas de manejo y disposición de residuos, generación eléctrica de fuentes alternativas, etc.

Acción	Indicador	Meta
11.6.1 Promover acuerdo con autoridades competentes en materia ambiental para la realización de diagnóstico de las condiciones actuales de las principales playas del estado de Sinaloa	Firma de acuerdo (y diagnóstico publicado)	Diagnóstico concluido en el primer trienio de la administración estatal
11.6.2 Promover la certificación de "playa limpia" en las playas de uso turístico del estado.	Número de playas certificadas	Una playa certificada por año
11.6.3 Generar un nuevo modelo de gestión y operación de playas que incluya el fomento de infraestructura "verde": plantas de tratamiento, sistemas de manejo y disposición de residuos, generación eléctrica de fuentes alternativas, etc.	Grado de avance en acciones	100% de avance en acciones al terminar la administración estatal

Estrategia 11.7 Creación y fomento de productos y rutas turísticas dirigidos al Turismo para Todos

11.7.1 Promover la firma de convenios entre prestadores de servicios para la conformación de paquetes a precios accesibles para la población local y regional.

11.7.2 Elaborar el Programa de Turismo para Todos en Sinaloa

Acción	Indicador	Meta
11.7.1 Promover la firma de convenios entre prestadores de servicios para la conformación de paquetes a precios accesibles para la población local y regional.	Número de convenios firmados	Dos convenios firmados por año
11.7.2 Elaborar el Programa de Turismo para Todos en Sinaloa	Programa publicado y grado de avance en acciones	Programa publicado durante los tres últimos años de la administración

Estrategia 11.8 Establecimiento de programa de Acceso Libre para productos y destinos turísticos

11.8.1 Elaborar un programa para la adecuación de infraestructura turística a las necesidades de personas con capacidades diferentes

11.8.2 Establecer y publicar normas de construcción y recomendaciones técnicas para instalaciones turísticas

Acción	Indicador	Meta
11.8.1 Elaborar un programa para la adecuación de infraestructura turística a las necesidades de personas con capacidades diferentes	Programa publicado y grado de avance en acciones	Programa publicado durante los tres últimos años de la administración
11.8.2 Establecer y publicar normas de construcción y recomendaciones técnicas para instalaciones turísticas	Publicación de manuales de normas y recomendaciones	Publicación de normas y manuales durante los tres últimos años de la administración

Capítulo VI

PROGRAMAS ESTRATÉGICOS TRANSVERSALES



VI. Programas Estratégicos Transversales

Los Programas Estratégicos Transversales permitirán el logro de los objetivos sectoriales planteados por la presente administración para el sector turístico, que a través de su instrumentación se vayan ejecutando, de manera ordenada y sistemática, las obras, acciones y proyectos propuestos en la matriz estratégica.

Estos Programas Estratégicos Transversales son:

6.1 Agroturismo y Turismo Rural

Descripción del programa:

Para aprovechar el potencial que el agroturismo y turismo rural representa en el Estado, se desarrollará un programa de impulso para este segmento, que permita definir e integrar los productos turísticos específicos, aprovechando la actividad agropecuaria y zonas rurales presentes en la entidad, permitiendo la integración del visitante al entorno rural con fines recreativos y educativos como experiencias únicas, ligadas al entorno sociocultural del ambiente rural.

Objetivo general del programa:

Identificar y desarrollar productos turísticos que sean consistentes con la vocación natural, fortalezas y limitaciones ambientales y de desarrollo productivo de las zonas rurales del estado, que favorezcan la diversificación de experiencias turísticas ofrecidas y representen nuevas oportunidades de desarrollo económico a las comunidades locales, a través del aprovechamiento turístico en las zonas rurales.

Objetivos específicos:

- Implementar proyectos de desarrollo turístico que sean económicamente sustentables para los agricultores
- Promover que estos proyectos contribuyan a la preservación de la identidad y los valores locales
- Mejorar la calidad de vida en la comunidad anfitriona
- Promover la implementación de productos de turismo rural y agroturismo, que enriquezcan la experiencia de los visitantes al Estado de Sinaloa, con servicios de altos niveles de calidad.

Componentes y Acciones del Programa:

Como uno de los principales productores agrícolas a nivel nacional, el estado de Sinaloa presenta un amplio potencial para el desarrollo de este segmento turístico en todos los municipios del estado.

Sin embargo, para una primera etapa en el desarrollo e implementación de estas nuevas experiencias turísticas en el estado se tienen que considerar aquellas zonas en las que además de que los productores estén interesados en su implementación, las que presenten las mejores condiciones de accesibilidad (facilidad de acceso desde los principales centros de atracción turística), de diversidad de actividades que puedan ser integradas a las experiencias turísticas, atractividad física y paisajística del sitio, entre otras consideraciones.

Si bien, los sitios más alejados pueden estar integrados territorialmente a través de rutas, los municipios en los que podría plantearse como primera etapa son: Mazatlán, Escuinapa y Rosario en el sur del estado; Culiacán, Navolato y Guasave en la región centro del estado, y en Ahome y El Fuerte en la zona norte.

Tabla 6.1 Principal Producción Agrícola por Municipio, 2010

Municipio	Sup. Sembrada (Ha)	Sup. Cosecha da (Ha)	Producción (Ton)	Rendimiento (Ton/Ha)	Valor Producción (Miles de Pesos)	Principales cultivos (Por superficie sembrada)
Guasave	214,473	213,463	1,822,220	769	5,735,713	Frijol, maíz, sorgo, garbanzo y papa
Ahome	203,471	196,103	2,094,066	309	5,412,802	Maíz, sorgo, frijol, caña de azúcar y papa
Culiacán	185,875	181,120	2,218,951	841	4,610,725	Maíz, sorgo, frijol, caña de azúcar y hortalizas
Sinaloa	100,448	96,452	626,238	429	1,921,898	Maíz, frijol, ajonjolí, sorgo y garbanzo
Navolato	92,137	92,114	1,597,989	665	3,899,069	Maíz, frijol, caña de azúcar, tomate y chile verde
Mocorito	76,469	69,258	293,954	364	826,538	Sorgo, maíz, cacahuete, cártamo y garbanzo
Angostura	75,034	74,667	626,532	408	1,780,092	Maíz, sorgo, frijol, garbanzo y calabacita
Elota	48,528	42,718	454,004	523	1,504,364	Maíz, sorgo, pastos, ajonjolí y tomate
Salvador Alvarado	44,499	38,236	146,593	260	429,187	Sorgo, maíz, garbanzo, ajonjolí y cártamo
El Fuerte	43,312	30,642	216,430	249	706,395	Sorgo, maíz, frijol, cártamo y pastos
Escuinapa	31,203	30,859	505,371	238	1,490,097	Mango, pastos, chile verde, coco y tomate
Rosario	21,938	21,471	215,193	291	262,136	Mango, sorgo, pastos, frijol y chile verde
San Ignacio	19,514	17,489	95,615	205	149,080	Sorgo, maíz, pastos, frijol y chile verde
Choix	19,303	6,855	4,138	5	29,619	Pastos, ajonjolí, cacahuete, maíz y sorgo
Mazatlán	18,750	17,566	196,289	232	302,478	Pastos, sorgo, chile verde, maíz y frijol
Concordia	16,892	16,787	102,134	154	113,940	Maíz, sorgo, pastos, ciruela y mango
Cosalá	11,029	9,604	37,744	23	27,872	Pastos, maíz y sorgo
Badiraguato	10,631	8,487	4,147	16	10,501	Maíz, sorgo, frijol, ajonjolí y cártamo

Fuente: Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, 2010. SAGARPA

Para determinar el potencial real y particular de cada una de las zonas agrícolas del estado para el desarrollo de experiencias de agroturismo y turismo rural se requiere de la contratación de una firma especializada, que permita la identificación de oportunidades concretas para el diseño e implementación de estos productos, las áreas específicas que por sus condiciones físicas, geográficas, de accesibilidad y de atractividad sean las idóneas para iniciar con este desarrollo, los requerimientos para su exitoso desarrollo y el dimensionamiento de la demanda.

Para el desarrollo del turismo rural se invitara a diversos actores a participar en la creación de productos y proyectos en este ámbito turístico entre los participantes están:

- Comunidades Rurales
- Comunidades Indígenas
- Núcleos Ejidales
- Agricultores
- Acuacultores
- Ganaderos
- Empresas Agroindustriales



El Turismo Rural en Sinaloa será ejemplo a nivel nacional al proponer viajes con cero impacto ambiental.

Los productos a desarrollar y ofertar se deberán encaminar a los siguientes mercados:

- Agroturismo
- Turismo de estancias
- Turismo Vivencial
- Rutas Alimentarias
- Ecoturismo Comunitario

6.2 Playa Modelo Sustentable

Descripción del programa:

El segmento de sol y playa continuará siendo uno de los principales productos y experiencias turísticas que se ofrezca el Estado de Sinaloa, a lo largo de casi 650 kilómetros de playa, y con destinos de sol y playa ampliamente posicionados como Mazatlán, y con el inicio de operaciones del nuevo Centro Integralmente Planeado Sustentable en el municipio de Escuinapa, se requiere de la reinversión de este segmento a través de la oferta de productos y equipamientos de clase mundial, que garanticen experiencias únicas, bajo criterios de sostenibilidad.

Existen proyectos en planeación y desarrollo que están orientados a este segmento, también en la zona centro y norte del estado, por lo tanto, se requiere de la instrumentación de un programa integral, aplicable a todo el estado, para el diseño, construcción y operación de un nuevo concepto de playas sustentables.

Objetivo general del programa:

A través de un modelo de playa sustentable se promoverá el diseño de nuevos elementos de oferta turística que enriquezca la experiencia turística de los visitantes, y a su vez fomente el desarrollo ordenado de la zona costera bajo un esquema de planificación del territorio, infraestructura y actividades con un enfoque sustentable.

Objetivos específicos:

- Fomentar la diversidad de experiencias turísticas ofertadas por los destinos turísticos de la entidad, ligadas a la oferta actual dirigida al segmento de sol y playa.
- Promover el uso integral y sustentable de las zonas de playa con el diseño de un modelo de producto turístico
- Evitar la ocupación irregular de la Zona Federal Marítimo Terrestre y zonas de playa en lugares con vocación turística.
- Promover la protección, conservación y aprovechamiento sustentable de las zonas de playa.
- Promover orden y seguridad en zonas de playa desarrolladas bajo el esquema de playa sustentable.

Componentes y Acciones del Programa:

Se requiere la elaboración de un proyecto ejecutivo que garantice el diseño y uso de tecnologías alternativas en la construcción y operación de las instalaciones requeridas. Asimismo, deberá incluirse la determinación de los sitios potenciales para la implementación del modelo, ya que estos elementos pueden ser replicables en áreas que presenten condiciones propicias para su desarrollo.

En primera instancia se deberá implementar en Mazatlán, para complementar la oferta de experiencias turísticas del destino, y contribuir a elevar su competitividad turística frente a otros destinos de la región, y a la modernización de oferta de productos y equipamiento turístico.

Los componentes que podría incluirse en el concepto de desarrollo en una imagen objetivo preliminar son:

Imagen Objetivo

- *Centro de Visitantes*
- *Tienda*
- *Albercas*
- *Terrazas y Solarios*
- *Baños-Vestidores*
- *Bar*
- *Playa Pública*
- *Embarcadero*

Con la elaboración del proyecto ejecutivo se establecerán de manera concreta los elementos, infraestructuras y servicios que integrarán el proyecto en particular, así como el detalle de esquema arquitectónico para el predio (o los predios) seleccionados. A manera ilustrativa se ejemplifica la imagen objetivo del proyecto.

Fig. 6.1 Ejemplos de Esquema Conceptual (Ilustrativo)



- Zona recreativa**
- Áreas verdes
 - Zona de Pic nic
 - Zona de hamacas

Andador Peatonal seguro

Zona de Estacionamientos



Servicios de playa

- Albergas
- Palapas
- Salvavidas
- Seguridad
- Limpieza

Servicios Turísticos:

- Concesión comercial
- Información Turística
- Módulo de seguridad
- Sanitarios
- Vestidores

Zona de Restaurantes y servicios de alimentos

- Concesiones
- Terraza
- Servicios

Fig. 6.2 Imagen Objetivo Modelo Playa Sustentable



6.3 Cruceros

Descripción del programa:

A través del programa emergente para la recuperación del segmento de cruceros en el estado de Sinaloa, se pretende establecer una política pública y acciones concretas en el corto y mediano plazo, incluyendo un plan de negocios de aplicación inmediata, para la recuperación y crecimiento de este segmento en el estado de Sinaloa.

Objetivo general del programa:

Incrementar la competitividad turística del puerto de Mazatlán como destino de cruceros, a través del planteamiento de diversas estrategias y políticas aplicables a nivel local que permitan reposicionar a los puertos turísticos del Estado, principalmente Mazatlán, en el contexto nacional e internacional para el turismo de cruceros.

Objetivos específicos:

- Establecer un plan de negocios de aplicación inmediata, para establecer las orientaciones de mercado y el modelo de negocio que el estado de Sinaloa requiere para su reposicionamiento en el mercado de cruceros a nivel nacional e internacional.
- Formular planes de acción para el corto y mediano plazo.
- Definir la estrategia para lograr incrementar la competitividad del destino.

Componentes y Acciones del Programa:

El turismo de cruceros ocupa un lugar preponderante en la economía local, y a pesar del impacto negativo que recientemente ha sufrido el puerto de Mazatlán en particular, continua siendo unos de los segmentos turísticos con mayor crecimiento a nivel mundial, y se espera en el corto y mediano plazo un crecimiento sostenido en el número de pasajeros. Sin embargo, es un segmento con un entorno competitivo muy dinámico, ya que los destinos de cruceros posicionados están buscando innovar su producto para continuar dentro del mercado, y están surgiendo nuevos destinos alrededor del mundo que comienzan a captar el interés de la demanda.

Es por ello que se requiere del establecimiento de estrategias y acciones precisas, que permitan en el corto plazo el reposicionamiento de Mazatlán como uno de los puertos turísticos con mayor captación de pasajeros a nivel nacional, y competitivo en el contexto internacional.

Se requiere, por tanto, de la realización de un estudio especializado, que incluya elementos de las tendencias del mercado de cruceros a nivel mundial, desde el punto de vista de la oferta y de la demanda, resaltando un benchmarking con otros puertos nacionales e internacionales, aspectos de mercado, del modelo de negocio que se requiere para que el puerto de Mazatlán se reposicione en este segmento.

Producto de las conclusiones de este estudio se establecerá la política pública de cruceros para Sinaloa, y las principales estrategias y acciones requeridas.

Algunos elementos que se deberán incorporar en la política estatal de cruceros y en las estrategias y acciones planteadas, son:

- La construcción de un muelle especializado para cruceros.
- Replantear la imagen del estado de Sinaloa como destino de cruceros, donde se proyecte la diversidad de actividades y la seguridad.

-
- Identificar elementos diferenciadores y con una estrategia de posicionamiento.
 - Establecer alianzas estratégicas con las navieras, quienes posicionan a bordo los diferentes atractivos del destino
 - Eficiencia de los servicios en tierra para movilizar a los cruceristas a las diferentes atracciones de los destinos
 - Implementar planes estratégicos de inversiones en infraestructura que permita la expansión de la red de servicios, operación, variedad de excursiones, capacidad de recepción de navíos de nueva generación.
 - Promover un esquema competitivo de tarifas por uso de infraestructura y prestación de servicios portuarios.
 - Establecer de manera clara los elementos diferenciadores de los puertos de Sinaloa, con respecto al resto de los puertos turísticos mexicanos.

6.4 Proyectos Turísticos Detonadores

Descripción del programa:

Se diseñarán proyectos turísticos estratégicos, innovadores y de alto grado de relevancia, que contribuyan a la diversificación de la oferta de experiencias turística en el Estado, e incrementen la competitividad de los destinos turísticos.

Objetivo general del programa:

Diseñar, desarrollar e implementar proyectos turísticos innovadores que incrementen la atraktividad de los destinos turísticos del estado, y fomenten una mayor afluencia turística, con mejores niveles de ocupación, gasto y estadía.

Objetivos específicos:

- Aprovechar de manera sustentable, los recursos naturales y culturales con que cuenta el estado, que tengan vocación turística.
- Impulso al desarrollo turístico a través del diseño, construcción y operación de proyectos turísticos innovadores y de alto impacto en segmentos de mercado concretos.
- Contribuir a incrementar la oferta de experiencias turísticas en la entidad, a partir de la creación de nuevos productos turísticos.

Componentes y Acciones del Programa:

Se propone la elaboración de proyectos ejecutivos para el desarrollo de productos turísticos concretos, a partir del aprovechamiento sustentable de los principales recursos turísticos del estado. Para la presente administración se propiciará la planeación y construcción de los siguientes proyectos detonadores, para los cuales se requiere de la elaboración de un proyecto ejecutivo.

Las Labradas

Existe un proyecto desarrollado por el Instituto Nacional de Antropología e Historia para el acondicionamiento de la zona de Las Labradas, para facilitar el acceso al sitio, y para la construcción de un museo de sitio y centro de visitantes.

Como complemento a este proyecto se propone el desarrollo de una zona para uso turístico-recreativo, con algunos elementos como espacio abierto para eventos, talleres artesanales y zona comercial, la cual puede estar ubicada en la localidad de la Chicayota, para la cual se propone la elaboración de un programa parcial de ordenamiento urbano, para establecer límites del área que puede ser ocupada y desarrollada, y la compatibilidad de usos de suelo, que no ponga en riesgo la conservación del sitio.

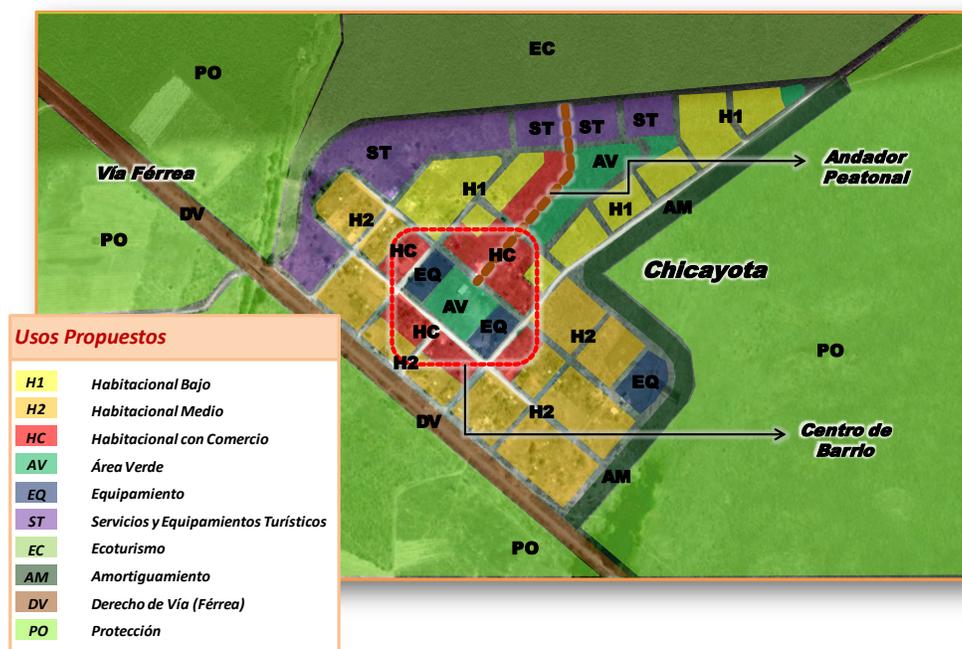
Hay que recordar que esta zona arqueológica, y la misma localidad de la Chicayota se encuentra dentro del polígono del ANP Meseta de Cacaxtla, bajo la categoría de Área de Protección de Flora y Fauna.

Como parte de las acciones que se requieren apoyar este proyecto está la elaboración de un Plan de Manejo, por parte de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, para garantizar el aprovechamiento sustentable de esta zona, basado en la actividad turística.

De manera general, tanto el Plan de Manejo como el de Plan Parcial de Ordenamiento Urbano requieren prever una zonificación de usos del suelo que limiten otras actividades productivas no compatibles con la protección y conservación del sitio, pero que permitan opciones productivas de bajo impacto.

Un primer planteamiento para este ordenamiento se presenta a continuación, pero se avalará con la realización de un instrumento de planeación debidamente elaborado y publicado.

Fig. 6. 3 Propuesta de Ordenamiento de la Localidad de la Chicayota



Como complemento a este proyecto se promoverá la realización de un estudio de factibilidad técnica, ambiental y financiera de la puesta en operación de un tren de pasajeros que vincule a la ciudad de Mazatlán con la Zona Arqueológica de Las Labradas, aprovechando la existencia de las vías férreas, bajo un concepto turístico, similar al CHEPE.

Este recorrido incluye el rescate y puesta en valor de las estaciones de ferrocarril ubicadas en las localidades de Mármol y La Chicayota.

Fig. 6.4 Rehabilitación de Estaciones del Tren – Mármol y La Chicayota



Como acción adicional se encuentra la realización de las gestiones necesarias, por parte del INAH, para promover la obtención de la Declaratoria de la zona arqueológica de Las Labras como Patrimonio de la Humanidad.

Pirámide de Conchas (El Calón) y Marismas Nacionales

Otra zona arqueológica representativa y de gran importancia en el Estado de Sinaloa es la conocida como la Pirámide de Cochas, considerada única en el mundo, localizada en medio de las Marismas, en el municipio de Escuinapa.

Se requiere mayor intervención del INAH, y la realización de un proyecto integral que permita no sólo la conservación y protección del sitio, sino su aprovechamiento turístico sustentable, y su integración con el potencial turístico que presentan las Marismas Nacionales, para la realización de actividades ecoturísticas contemplativas, para observación de aves y recorridos de bajo impacto.

Una vez que se cuente con la Declaratoria de Área Natural Protegida para las Marismas Nacionales de Sinaloa se promoverá ante la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales la elaboración del respectivo Plan de Manejo, y a partir de los criterios en él establecidos se diseñarán las rutas y actividades turísticas que sea posible realizar, las cuales se orientarán al segmento de ecoturismo, que puede incluir recorridos guiados a lo largo de las marismas, en embarcaciones que garanticen bajo impacto ambiental.

Fig. 6.5 Idea Conceptual Ruta Local



Acuario Regional

Para la zona norte del estado se plantea un proyecto de alcance regional a partir del diseño y construcción de un acuario localizado en la Bahía de Topolobampo, bajo un concepto de centro de educación ambiental y actividades recreativas. Se requiere de proyecto ejecutivo para el diseño y proyecto conceptual.

Fig. 6.6 Imagen Objetivo Acuario Regional





Ferias Temáticas

En todo el territorio del estado existe un amplio calendario de ferias, festividades y eventos a lo largo de todo el año, el rescate y posicionamiento de estos eventos como experiencias turísticas distintivas de la entidad representan una oportunidad para incrementar el valor y competitividad del estado de Sinaloa; utilizándolas además como elementos diferenciadores de otros destinos turísticos de México.

Se trata de involucrar a las comunidades, productores, prestadores de servicios turísticos y autoridades locales y estatales para consolidar ferias temáticas, e institucionalizarlas a nivel estatal, para incrementar la oferta turística del estado, con eventos que puedan ser reconocidos a nivel mundial.

Un elemento clave para el posicionamiento de estos eventos es que conserven la identidad y los elementos de la cultura local, que los haga únicos y diferentes, y que garanticen una experiencia turística y cultural.

Las primeras ferias temáticas que se pueden desarrollar son aquellas de elementos muy característicos de la entidad, como la Feria del Tomate, la Feria del Maíz, la Feria del Camarón, la Feria de la Ciruela.

En su desarrollo se puede incluir a varias localidades con eventos simultáneos, que incluyan actividades relacionadas con recorridos por zonas productoras (turismo rural y agroturismo), eventos gastronómicos, artísticos, culturales y recreativos en torno al tema del que se trate.

El concepto planteado no es de las ferias tradicionales que se realizan en recintos feriales, se plantea que los eventos se realicen directamente en las zonas de producción, con ambiente festivo en la localidad de que se trate, con diversas sedes, y con la participación directa de las comunidades locales en la planeación y ejecución de los eventos.

Fig. 6.7 Imagen Objetivo de Ferias Temáticas



Festival del
Tomate Valle de la
Loira, Francia

Festival del Pescado
Puerto de Camogli,
Italia

6.5 Turismo Electrónico

Descripción del programa:

Se promoverá la aplicación y el aprovechamiento de elementos y nuevas herramientas tecnológicas en apoyo a la comercialización y promoción de los destinos turísticos del estado.

Objetivo general del programa:

Desarrollar e implementar una serie de acciones relacionadas con las nuevas tecnologías y medios electrónicos para la promoción, comercialización y posicionamiento del Estado a nivel internacional.

Objetivos específicos:

- Posicionar la marca Sinaloa como destino turístico competitivo en el mercado internacional a través de medios electrónicos.
- Utilización de las redes sociales como medio de promoción y, retroalimentación de visitantes.
- Diversificación de mercados específicos y reducción de costos.

Componentes y Acciones del Programa:

Las principales acciones que se desarrollarán para consolidar el programa de E-Turismo en el estado de Sinaloa son:

Desarrollo y dotación de contenido para implementación de un sitio web especializado para la marca turística de Sinaloa.

Elaboración de campañas de e-mailing. (Inclusión de herramientas como la habilitación de un e-mailing director, que permita la suscripción de un boletín temático del Estado y sus componentes, en el que se realizarán envíos periódicos de promociones exclusivas o noticias a los usuarios registrados en una base de datos).

Plan de promoción de la propia página web, que permita el posicionamiento destacado en las primeras páginas de los principales buscadores (el posicionamiento se consigue en función de los contenidos, de la popularidad, y de la optimización del sitio web).

Definir los principales canales para la promoción virtual de acuerdo a los segmentos de mercado definidos para el Estado.

Campañas de publicidad on-line (inserciones publicitarias en medios electrónicos, a través de banners, botones de enlace, anuncios destacados, patrocinios, layers). La planificación de las campañas deberá tomar en cuenta el segmento de mercado al cual se dirige y el producto que se promociona.

Suscripción a las principales comunidades virtuales o redes sociales como Facebook, Twitter, YouTube y Google Plus, a través de la actualización de las mismas con noticias, eventos, así como la retroalimentación e interacción de los seguidores o actores sociales de turismo. Con una plataforma gratuita cualquier persona puede brindar información personal o corporativa.

Convenios con las empresas de servicios turísticos del Estado que ya utilizan los medios virtuales, para la promoción conjunta entre los negocios y la marca Sinaloa.

6.6 Desarrollo de Programas Regionales Interestatales

Descripción del programa:

Para aprovechar el potencial turístico de la región Mar de Cortés y Noroeste de la República Mexicana, y hacer más eficientes esfuerzos en materia de promoción y comercialización en mercados internacionales, se propone la conjunción de esfuerzos y recursos de los estados que integran estas regiones

Objetivo general del programa:

Desarrollar y promover rutas turísticas que involucren a dos o más estados que den valor agregado a las experiencias y productos turísticos ofertados por los destinos nacionales.

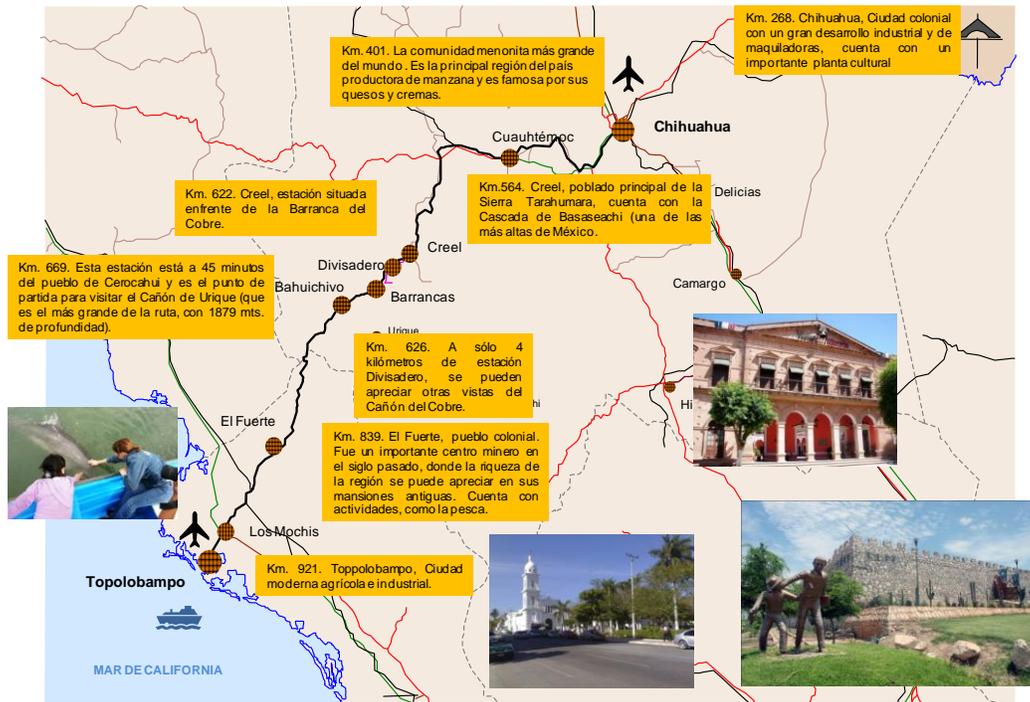
Objetivos específicos:

- Integrar y promover rutas turísticas específicas que integren territorialmente productos turísticos de dos o estados vecinos con el estado de Sinaloa
- Incrementar la competitividad turística de los destinos de la región.
- Hacer más eficientes los recursos asignados a promoción turística

Componentes y Acciones del Programa:

Actualmente existe ya una importante ruta regional única en la república mexicana, que liga a la costa de Sinaloa con el estado de Chihuahua, a través del recorrido realizado por el Tren Chihuahua Pacífico, conocido como “El Chepe”. Esta ruta ya se está comercializando, pero se requieren mayores esfuerzos coordinados por los estados de Sinaloa y Chihuahua, para incrementar el flujo turístico, y ofertar nuevas experiencias que permitan incrementar estadías y niveles de gasto.

Fig. 6.8 Tren Ruta Chihuahua – Pacífico (CHEPE)



Existen otras rutas que aún se pueden desarrollar, aprovechando la continuidad de ecosistemas, recursos turísticos y elementos histórico-culturales afines, particularmente con el estado de Nayarit. En este sentido se analizará la viabilidad de la implementación de una ruta por las Marismas Nacionales, en su liga con el estado de Nayarit.

Fig. 6.9 Propuesta Conceptual Ruta Marismas Nacionales Interestatal.



Capítulo VII

MECANISMOS DE EVALUACIÓN, SEGUIMIENTO, TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS



VII. Mecanismos de Evaluación, Seguimiento, Transparencia y Rendición de Cuentas

7.1 Evaluación y Seguimiento del Programa Sectorial

De acuerdo con la legislación aplicable (Ley de Planeación para el Estado de Sinaloa), el presente Programa Sectorial es de carácter obligatorio para las dependencias y entidades del Poder Ejecutivo Estatal y se requiere de evaluación y seguimiento constante, para verificar el avance en las estrategias, acciones y metas programadas.

Este proceso de evaluación y seguimiento permitirá medir el avance obtenido, y será la Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa la dependencia responsable de realizar este proceso.

Para ello se ha diseñado una matriz de evaluación, en donde se incluyen todas las metas cuantificadas en diferentes unidades o indicadores de evaluación.

El seguimiento del presente instrumento se realizará al comparar el avance real obtenido al cierre de cada año, con el programado inicialmente, y que se encuentra contenido en la Matriz de Evaluación.

Para poder medir estos avances es necesario el establecimiento de la temporalidad de cada uno de los indicadores de evaluación planteados, y en la matriz se incluye para cada acción fecha de inicio y de terminación. Este seguimiento permitirá establecer aquellas acciones que registren algún atraso, y se puedan tomar medidas correctivas para garantizar el cabal cumplimiento de las metas previstas.

El sistema evaluará e ilustrará el avance de cada acción, a través de la asignación de un color diferente para cada grado de avance, utilizando cuatro colores: rojo, anaranjado, amarillo y verde. Se ilustrará en color verde cuando el avance represente el 100%.

7.2 Transparencia y Rendición de Cuentas

La Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa, en cumplimiento a la legislación aplicable, emitirá un Informe de Labores Anual, en donde se incluya de manera puntual los avances obtenidos para cada una de las acciones programadas a realizarse, con el detalle para cada uno de los indicadores de gestión establecidos en el sistema de evaluación (Matriz), especificando la unidad responsable de la ejecución de las acciones de que se trate, el método de evaluación de cada acción y los resultados obtenidos.

Adicionalmente, se establecerán los programas operativos anuales que deberán ser congruentes y complementarios entre sí, regirán durante el año respectivo las actividades de la Administración Pública Estatal en su conjunto y servirán como base para la integración de los anteproyectos de Presupuestos Anuales de la dependencia, así como de los anteproyectos de Presupuesto.

Estos informes anuales serán publicados y estarán disponibles para su consulta por cualquier persona interesada en la gestión de la presente administración pública estatal.