

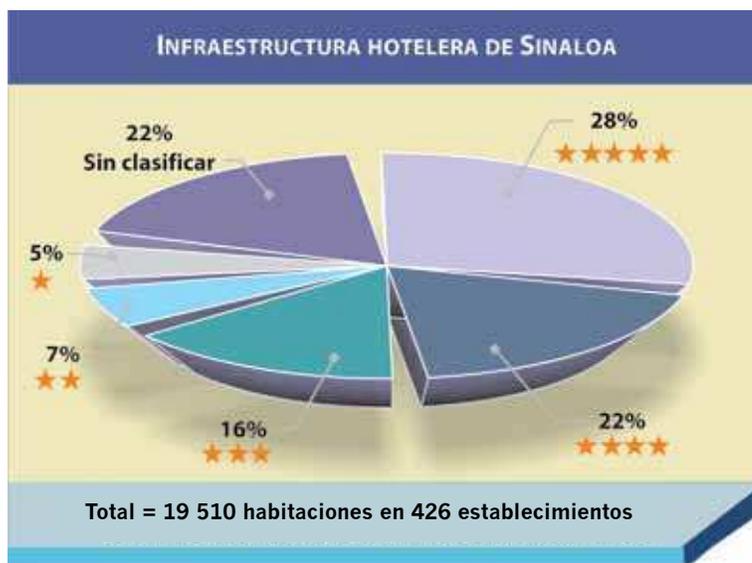
3-D | TURISMO, NUEVO MOTOR DE LA ECONOMÍA

Durante 2010 hubo más de 940 millones de personas que realizaron viajes internacionales de turismo en el mundo. En ese año, nuestro país se ubicó en la posición 10 en relación con la llegada de turistas internacionales.

El turismo se encuentra entre las mayores industrias de la economía internacional. Aporta 9% al Producto Interno Bruto (PIB) del país y se coloca como gran fuente de generación de ingresos, en especial de países en vías de desarrollo. Mientras el proceso de globalización acerca a las regiones de nuestro planeta, el turismo continúa incrementando y diversificando los actores y competidores. En 2010, 22.4 millones de turistas internacionales y 61.2 nacionales visitaron los destinos de México.

El turismo es el segundo pilar de la economía de Sinaloa, después del agropecuario. Representa 12% del PIB estatal y es la segunda fuente generadora de divisas. Puede convertirse en el motor de la economía del estado, con amplios efectos multiplicadores en la inversión, ingreso y empleo.

Sinaloa dispone de 19 mil 510 habitaciones, de las cuales 28% son de 5 estrellas, 22% de 4, 16% de 3, 7% de 2, 5% de 1 estrella y el resto son habitaciones sin clasificar o clase económica. Del total de habitaciones en el estado, 60% se ubican en Mazatlán.



Fuente: Secretaría de Turismo de Sinaloa.

HEMOS PROMOVIDO COMO TURISMO ALTERNATIVO Y DE AVENTURA EL ECOTURISMO, TURISMO RURAL, CAZA Y PESCA, PUEBLOS SEÑORIALES (EL ROSARIO, ELOTA, SAN IGNACIO DE LOYOLA, MOCORITO, SINALOA DE LEYVA Y VILLA DE AHOME), PUEBLOS MÁGICOS (COSALÁ Y EL FUERTE) Y ZONAS ARQUEOLÓGICAS (LAS LABRADAS), LOGRANDO DETONAR OPCIONES DE TURISMO.

El turismo tiene ventajas extraordinarias en Sinaloa por la proximidad con los grandes mercados naturales: Estados Unidos y Canadá. La ubicación geográfica es estratégica para el desarrollo del turismo: a sólo dos horas, vía aérea, de ciudades importantes de Estados Unidos y, además, con clima, diversidad de paisajes y cultura.

Hemos promovido como turismo alternativo y de aventura el ecoturismo, turismo rural, caza y pesca, Pueblos Señoriales (El Rosario, Elota, San Ignacio de Loyola, Mocorito, Sinaloa de Leyva y Villa de Ahome), Pueblos Mágicos (Cosalá y El Fuerte) y Zonas Arqueológicas (Las Labradas), logrando detonar opciones de turismo diversificado que contribuyen al desarrollo de muchos poblados y regiones, generando oportunidades de empleo y derrama económica para las zonas rurales, infraestructura básica, de comunicaciones y gran extensión de litorales y destinos de sol, playa y montaña. Sinaloa, además, tiene diversidad de atractivos turísticos naturales, históricos y culturales.



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado / DATATUR.

Existe gran oportunidad para el desarrollo de circuitos con estados vecinos, como son las Barrancas del Cobre en la ruta Chihuahua-Pacífico, rutas integradas de cruce en el Mar de Cortés y estrategias regionales con la nueva Súper vía Mazatlán-Matamoros, que atravesará el país y culminará en Sinaloa, denominada Corredor Económico del Norte. El otro gran proyecto detonador de oportunidades en el estado es el Centro Integralmente Planeado Sustentable de Teacapán (CIPS) Playa Espíritu.



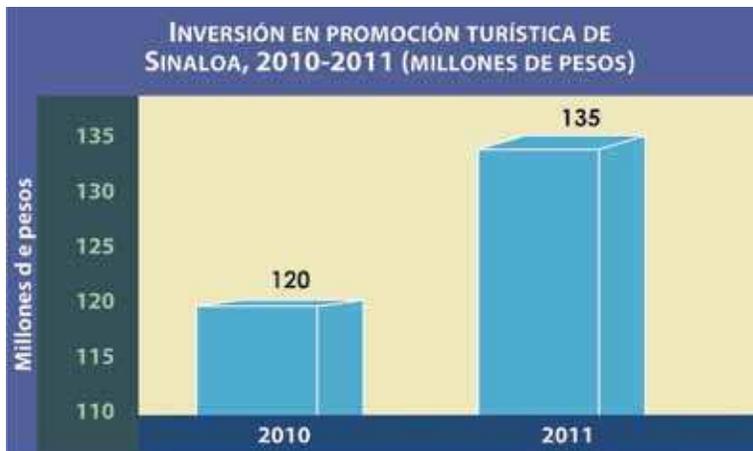
PROMOCIÓN TURÍSTICA

ESTE AÑO, LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN SINALOA TIENE COMO PRIORIDAD IMPULSAR A SINALOA COMO EL PRINCIPAL PROVEEDOR DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA DEL PAÍS, INCREMENTANDO EL NÚMERO DE VISITANTES Y TURISTAS, GENERANDO MAYOR DERRAMA ECONÓMICA A TRAVÉS DE LA DIVERSIDAD DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y LOGRANDO DE ESTA MANERA QUE LA CADENA ECONÓMICA PRODUCTIVA SE BENEFICIE CON EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CON LA GENERACIÓN DEL MAYOR NÚMERO DE EMPLEOS.

PROMOCIÓN DE NUESTROS DESTINOS TURÍSTICOS. El objetivo principal de la estrategia turística es posicionar los destinos a nivel regional, nacional e internacional, por medio de campañas de relaciones públicas que integren en las estrategias de publicidad las tendencias del mercado, generando mayor impacto y cobertura.

Gracias a la combinación de recursos federales, estatales y de socios comerciales para la promoción de nuestros destinos, se alcanzó el total de 135 millones de pesos en 2011 para promoción turística, 11% más en relación con 2010.

GRACIAS A LA COMBINACIÓN DE RECURSOS FEDERALES, ESTATALES Y DE SOCIOS COMERCIALES PARA LA PROMOCIÓN DE NUESTROS DESTINOS, SE ALCANZÓ EL TOTAL DE 135 MILLONES DE PESOS EN 2011 PARA PROMOCIÓN TURÍSTICA, 11% MÁS EN RELACIÓN CON 2010.



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado

**EL DÍA MUNDIAL
DEL TURISMO EN
MAZATLÁN, SINA-
LOA, SIGNIFICÓ UN
IMPORTANTE SALTO
EN LA VISIBILIDAD
DEL ESTADO QUE
DEMOSTRÓ SU CAPA-
CIDAD DE ATENDEER
CON ÉXITO EVENTOS
DE NIVEL INTERNA-
CIONAL.**

Para fortalecer la promoción turística en el país y en el extranjero y mejorar significativamente la imagen de México como destino competitivo, difundiendo la amplia y diversa oferta turística de Mazatlán, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) inició la campaña Internacional *The Place you Thought you Knew, El México que tú Creías Conocer*. En el marco de esta campaña, uno de los principales destinos que se promueve es Mazatlán, Sinaloa; en ella, se utiliza la creatividad, que incluye a *Mazatlán, a Colonial City on the Beach: Una Ciudad Colonial en la Playa*.

Asimismo, para el invierno 2011-2012 el Consejo de Promoción Turística lanzó la nueva campaña institucional para Mazatlán, dirigida al mercado de Estados Unidos, en donde se utiliza el comercial especialmente elaborado para el destino con inversión de alrededor de 500 mil dólares, con el propósito de incrementar la afluencia de turistas y visitantes en esta temporada invernal.

Con la finalidad de cumplir con los objetivos del estado en promoción turística, se aplican las siguientes líneas estratégicas:

- Impulsar de manera prioritaria los segmentos de turismo de sol y playa, cultural, arqueológico, gastronómico y ecoturístico. Esto se ha aplicado a través de diferentes eventos realizados, donde se han promovido de manera específica los segmentos mencionados.
- Incrementar la presencia de la marca Sinaloa en los mercados estadounidenses y canadienses, mediante eventos de promoción, como seminarios especializados con *tour* operadores y agencias de viajes, llevados a cabo en la temporada de invierno de este año en las principales ciudades de estos países.

El Día Mundial del Turismo en Mazatlán, Sinaloa, significó un importante salto en la visibilidad del estado que demostró su capacidad de atender con éxito eventos de nivel internacional.

Entre las acciones clave que se llevaron a cabo en 2011 para promover el turismo en Sinaloa, sobresale la celebración del Día Mundial del Turismo, donde se lanzó la nueva campaña nacional del Consejo de Promoción Turística México se Siente, la cual beneficiará los destinos turísticos, entre ellos Mazatlán.

En marzo de este año, Sinaloa participó en la 36 edición del Tianguis Turístico de Acapulco, logrando, junto con hoteleros, socios comerciales y el CPTM, resultados satisfactorios en conectividad aérea, competitividad del sector turístico, sustentabilidad de esta actividad en la entidad y atracción de inversiones públicas y privadas, acordados con directivos de líneas aéreas, *tour* operadores y mayoristas que asisten a este importante evento de México.

Otro distintivo de los destinos turísticos sinaloenses es la organización de eventos deportivos de relevancia nacional e internacional. En 2011 se otorgaron apoyos a

eventos, como Quiksilver Torneo Mundial de Surf, Torneo Canadian Golf, 11° Gran Triatlón Pacífico Mazatlán 2011, la grabación de un documental de Los Mochis para la cadena HBO de la pelea de campeonato mundial, los Juegos Panamericanos 2011 y el torneo de Pesca Choix 2011 en la presa Huites.

Se apoyó y participó en eventos culturales, como el Carnaval Internacional de Mazatlán, la Ruta Aromas y Sabores, Feria Mundial del Turismo Cultural, Convención Anual de Convivencia Femenina Turística, AC (CONFETUR), apoyando al CONACULTA en la filmación de La Magia de mis Pueblos para promover los pueblos mágicos del país, y del documental Un Mundo Perfecto, que será transmitido en 2012 en países de Europa y que es ganador del premio internacional; también se apoyó la visita del embajador de Francia en México, Daniel Parfait, en la logística del programa 1,2,3 por México en Cosalá y Mazatlán, lo que permitió dar a conocer estos destinos en Televisa, televisora del país con proyección internacional. Se ha participado en ferias turísticas de relevancia internacional, como a la que se asistió este año World Travel Market (WTM) en Londres, Inglaterra, con la finalidad de promover en el continente europeo a Sinaloa como puerta de entrada a la ruta Barrancas del Cobre-Mar de Cortés.

Para realizar estos eventos, se llevaron a cabo 4 Tours de Medios Nacionales y 15 de manera individual de revistas, periódicos, radiodifusoras y televisoras, que difundieron dichos eventos e hicieron reportajes especiales de Mazatlán y Sinaloa, lo que coadyuvó no sólo a cambiar la mala percepción de la entidad, sino que logró, con ello, el incremento de la ocupación hotelera en Semana Santa y en verano, colocando a Mazatlán como el segundo destino de playa más visitado a nivel nacional durante este último periodo vacacional.

Gracias a la difusión y posicionamiento que se dio de Mazatlán en la competencia por el Tianguis Turístico de México 2012, se logró que los medios nacionales, internacionales y el sector turístico nacional, voltearan los ojos a Sinaloa, como entidad con proyectos turísticos de alto nivel.

A pesar de la fuerte crisis financiera y de seguridad por la que han atravesado el sector turismo y los diferentes sectores de la economía, la implementación de los programas de promoción en el estado ha sido el factor clave para lograr la recuperación del terreno perdido que a principios de año nos aquejó. Prueba de ello fueron las excelentes temporadas que se tuvieron, sobre todo en el puerto de Mazatlán, como lo fueron Semana Santa y Semana de Pascua, donde el destino se ubicó en 6° y 4° lugares, respectivamente, en relación con el porcentaje de ocupación de los destinos de playa del país, destacando las vacaciones de verano, donde Mazatlán quedó en 2° lugar en el mismo rubro, comprobando la preferencia de los turistas por nuestro principal generador de turismo de Sinaloa.

Los retos del turismo para Mazatlán –el polo turístico del estado de Sinaloa– lo colocaron en el lugar 13 de ocupación a nivel nacional a principios de 2011. El trabajo en

**LOS RETOS DEL
TURISMO PARA
MAZATLÁN –EL POLO
TURÍSTICO DEL ESTA-
DO DE SINALOA– LO
COLOCARON EN EL
LUGAR 13 DE OCUPA-
CIÓN A NIVEL NACIO-
NAL A PRINCIPIOS DE
2011. EL TRABAJO EN
EQUIPO DE LA IN-
DUSTRIA, JUNTO CON
LA SOCIEDAD Y LOS
TRES ÓRDENES DE
GOBIERNO, SITÚAN A
LA PERLA DEL PACÍ-
FICO EN EL LUGAR
NACIONAL NÚMERO
7 DE OCUPACIÓN HO-
TELERA ACUMULADA
A LA SEMANA 42 EN
CENTROS DE PLAYA.**

DE LAS 7 SEMANAS ANALIZADAS, 4 UBICARON A MAZATLÁN EN 2º LUGAR DE OCUPACIÓN EN LOS CENTROS DE PLAYA DEL PAÍS: LAS SEMANAS 29, 30, 31 Y 32.

equipo de la industria, junto con la sociedad y los tres órdenes de gobierno, sitúan la *Perla del Pacífico* en el lugar nacional número 7 de ocupación hotelera acumulada a la semana 42 en centros de playa.

RANKING DE OCUPACIÓN EN CENTROS DE PLAYA, 2011 (LUGAR) CON BASE A RESULTADOS PRELIMINARES DE REPORTES SEMANALES DE DATATURS		
Destino	Semana	Acum. Anual
	1	*
Acapulco	9	14
Bahía de Huatulco	2	6
Cancún	7	2
Cozumel	12	11
Isla Mujeres	5	12
Ixtapa-Zihuatanejo	4	8
La Paz	15	10
Los Cabos	10	4
Manzanillo	8	9
Mazatlán	13	7
Nuevo Vallarta	3	3
Playa de Rosarito	16	17
Puerto Escondido	11	16
Puerto Vallarta	6	5
Tonalá-Puerto Arista	17	15
Riviera Maya	1	1
Veracruz-Boca del Río	14	13

Fuente: Secretaría de Turismo del Estado de Sinaloa con información del Sistema.

*Acumulado anual a la semana 42.

VERANO MAZATLÁN 2010-2011. El porcentaje de ocupación en el periodo vacacional de verano fue 67.7%, casi un punto porcentual más alto en el comparativo con el año pasado; la derrama económica estimada es de 2 mil 245.3 mdp, 13.4% mayor en el mismo comparativo; la estadía promedio también se incrementó, lo que influye en el crecimiento de la derrama económica. La llegada de turistas sumó los 348 mil 607, mayor 5.5% respecto al comparativo con 2010, destacando el incremento de los extranjeros, el cual fue de casi 27 por ciento. De las 7 semanas analizadas, 4 ubicaron a Mazatlán en 2º lugar de ocupación en los centros de playa del país: las semanas 29, 30, 31 y 32.



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado/DATATUR.

Aunque la cancelación de cruceros trajo consigo fuertes bajas en el total de afluencia turística de extranjeros, el incremento en la estadía promedio de 4.2% en turistas nacionales y 5.4% en turistas extranjeros, contribuyó para que la derrama económica quedara 2.5% más en el comparativo con 2010, con una cifra de 15 mil 4 millones de pesos.

ATENCIÓN AL TURISTA. Brinda servicio personalizado a través de más de 11 módulos de información. Busca mantener el contacto con la realidad que experimenta el turista, utilizando mecanismos, como recepción de quejas, comentarios y felicitaciones, no sólo de la rama turística, sino de cualquier área del Gobierno del Estado. Este año, se atendió a cerca de 11 mil turistas.

Por medio de estudios técnicos, se mide el grado de satisfacción que tienen los turistas en las actividades realizadas durante sus vacaciones.

Entre los resultados que arrojan esas mediciones, destaca la evaluación global del Carnaval Internacional Mazatlán 2011 con calificación de 8.9 (máximo 10, mínimo 1). En el caso de la Expo Agro 2011, celebrada en la ciudad de Culiacán, la calificación fue de 9.

De manera adicional, funciona como guía y punto de referencia para la planeación de actividades en los municipios y todo el estado de Sinaloa. Con el Programa

SE BRINDA SERVICIO PERSONALIZADO AL TURISTA A TRAVÉS DE MÁS DE 11 MÓDULOS DE INFORMACIÓN.

**SE HA DECLARADO
EL SEXENIO DEL
TURISMO, CON EL
OBJETO DE PROMO-
VER LA IMPORTAN-
CIA DEL SECTOR EN
EL DESARROLLO Y
CONVERTIR ESTA
ACTIVIDAD EN EL
NUEVO MOTOR DE
LA ECONOMÍA SINA-
LOENSE.**

Paisano, el Departamento de Atención al Turista interactúa con los diferentes niveles de gobierno, dando apoyo a más de 890 personas cada mes.

COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

ESTE AÑO, ORIENTAMOS LOS ESFUERZOS EN ALENTAR A LOS EMPRESARIOS SOCIALES Y PRIVADOS, ASÍ COMO A LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS, PARA QUE CON DECIDIDA PARTICIPACIÓN CONTRIBUYAN A LOGRAR LOS GRANDES OBJETIVOS DEL SECTOR TURISMO, QUE SE REFLEJAN EN LOS INDICADORES SOCIOECONÓMICOS DE ESTA ACTIVIDAD, ADOPTANDO COMO PRIORIDAD EL INCREMENTO DEL VALOR TURISMO AL OFERTAR EXPERIENCIAS DE CALIDAD INTERNACIONAL QUE CUENTEN CON ALTOS ESTÁNDARES DE SEGURIDAD, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS CERTIFICADOS.

Con políticas proactivas, dinámicas e incluyentes de competitividad turística, se propició la participación de la gran diversidad de actores que constituyen la cadena de valor del sector. Esto es de capital importancia, en virtud de que el turismo es de las actividades de la economía que dependen de manera muy importante de los sectores social y privado, en donde el principal papel que juega el gobierno es el de facilitador y coordinador de esfuerzos.

Para propiciar todas estas condiciones y crear el ambiente de competitividad con otros destinos turísticos, en el Gobierno del Estado se ha declarado *El Sexenio del Turismo*, con el objeto de promover la importancia del sector en el desarrollo y convertir esta actividad en el nuevo motor de la economía sinaloense, que contribuya al fortalecimiento y multiplicación de nuestras empresas, crear más empleos, mejores ingresos y bienestar para la población. Por ello, nos proponemos estrategias con visión de largo plazo, integrales, sustentables y con justicia social.

ACERCAMIENTO INSTITUCIONAL. Se busca lograr la cercanía con todos los sectores que integran la actividad turística en el establecimiento de objetivos, metas y proyectos para el bien de la actividad.

Prueba de ello fue la instalación del Subcomité de Turismo de Sinaloa, firmado el pasado 18 de febrero en la ciudad de Mazatlán en el seno del COPLADESIN, con 42 integrantes, que representan los tres sectores: privado, público y social. El objeto es fungir como instancia de consulta, análisis, concertación y seguimiento de acciones de esos sectores para el desarrollo turístico de la entidad.

Se logró también la reactivación del Consejo Consultivo de Turismo de Sinaloa, o Gabinete Turístico, con base en la primera sesión llevada a cabo en el marco de las celebraciones del Día Mundial del Turismo en la ciudad de Mazatlán. Este Consejo se creó el 3 de octubre de 2008 como la comisión intersecretarial de carácter permanente, que tiene como propósito coordinar, proponer y formular

las estrategias y acciones de las dependencias y entidades de la administración pública estatal que lo integran.

Como acción de cercanía institucional al lugar donde se concentra 80% de la actividad turística del estado, se cumplió la promesa de campaña de reubicar las oficinas de la Secretaría de Turismo en la ciudad de Mazatlán, con el propósito de acercar los servicios de la dependencia a los turistas que visitan Sinaloa, fortaleciendo también las direcciones de Turismo de las zonas norte y centro.

Se alentó la correlación con otros organismos y niveles de gobierno con la firma del Convenio de Colaboración entre el gobierno del Distrito Federal y el de Sinaloa el pasado 30 de mayo, cuyo propósito es formalizar el hermanamiento entre la Ciudad de México y el estado de Sinaloa para impulsar acciones conjuntas que permitan apoyar la consolidación de ambas partes como producto turístico.

Se firma el convenio con Nacional Financiera el 1 de septiembre, con la finalidad de impulsar programas de apoyo a pequeñas y medianas empresas, en el cual se han otorgado ya créditos a más de 20 mil empresas del ramo turístico con monto promedio de 92 mil pesos por empresa.

TURISMO DE REUNIONES. El objetivo es incrementar el número de congresos y reuniones en el estado, atrayendo así mayor número de visitantes y promoviendo entre ellos el resto de atractivos de Sinaloa.

Apoyo a Turismo de reuniones como estrategia para mantener los niveles de derrama en Sinaloa.

El Centro de Convenciones de Mazatlán registró un incremento de más del doble de visitantes, llegando a 120 mil personas en 2011: derrama económica y nuevos clientes.

Se ha apoyado alrededor de 25 congresos y exposiciones con aproximadamente 2 millones de pesos de inversión, beneficiando a 27 mil personas.

Entre los congresos y convenciones apoyados, mencionamos algunos de nivel nacional e internacional, como los de Medicina Transfusional; Federación de Otorrinólogos de México; Certificación de Playas; Parasitología; Pesquerías Marinas, Lactoferrina, Nacional del Asfalto y Congreso Nacional del Deporte, entre otros, los cuales tendrán, en promedio, más de 30 mil asistentes al puerto de Mazatlán y otros más en la ciudad de Culiacán y Los Mochis, como el Congreso Nacional de Irrigación y Clubes Rotarios y Leones. Sinaloa también fue anfitrión del Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Agentes de Viaje, donde se expuso la oferta del estado a los principales vendedores del mercado nacional.

**APOYO A TURISMO
DE REUNIONES
COMO ESTRATEGIA
PARA MANTENER
LOS NIVELES DE DE-
RRAMA EN SINALOA.**

**EL CENTRO DE CON-
VENCIONES DE MA-
ZATLÁN REGISTRÓ
UN INCREMENTO DE
MÁS DEL DOBLE DE
VISITANTES, LLEGAN-
DO A 120 MIL PERSO-
NAS EN 2011: DE-
RRAMA ECONÓMICA
Y NUEVOS CLIENTES.**

CREACIÓN DE NUEVAS RUTAS DE CONECTIVIDAD PARA EL ESTADO, CON LA FINALIDAD DE FACILITAR LA LLEGADA Y SALIDA DE VISITANTES, APOYANDO Y MEJORANDO LAS RUTAS EXISTENTES.



Fuente: Mazatlán International Center (MIC)

En el comparativo de eventos llevados a cabo en el Centro de Convenciones MIC, podemos observar un crecimiento general en 2011 de 121.3% y 123.4%, respectivamente, en el comparativo con 2010. El mes que más destaca es el de septiembre, ya que en 2010 sólo se celebraron 2 eventos, mientras que este año se llevaron a cabo un total de 18, lo que eleva los comparativos hasta 800% y 2200% en el número de personas asistentes. Otros meses que destacan en dicho rubro fueron enero y octubre, donde éste se multiplica más de 6 veces. Los meses con más crecimiento en eventos fueron febrero y agosto, donde el incremento fue de 450% y 600 por ciento.

CONECTIVIDAD AÉREA. La creación de nuevas rutas de conectividad para el estado, con la finalidad de facilitar la llegada y salida de visitantes, apoyando así y mejorando las rutas existentes.

Durante los primeros seis meses de administración, el Fideicomiso de 3%, conformado por la Asociación de Hoteles de Mazatlán, junto con la Secretaría de Turismo y el Ayuntamiento de Mazatlán, gestionó el nuevo vuelo Dallas-Mazatlán, así como inauguró el nuevo vuelo directo de VivaAerobús con ruta México-Culiacán. Se logró incrementar el número de asientos de Aeroméxico en el vuelo México-Mazatlán y se agregó la ruta MTY-CUL de Interjet en agosto con la secretaria de

Turismo, Gloria Guevara Manzo. Iniciaron gestiones para promover el nuevo vuelo Atlanta-Mazatlán con la línea aérea Delta, así como la posibilidad de incrementar asientos con Alaska Airlines desde Los Ángeles y San Diego, California.

LÍNEAS AÉREAS Y DESTINOS OPERANDO EN LOS AEROPUERTOS DE SINALOA				
Destinos	Aerolíneas	Aeropuerto	Prom. semanal vuelos	Prom. semanal asientos
Culiacán	Aeroméxico, Viva Aerobús, Volaris, Interjet	Guadalajara, Hermosillo, La Paz, Mexicali, DF, Los Cabos, Monterrey, Tijuana	172	17 379
Los Mochis	Aeroméxico y Volaris	Guadalajara, Hermosillo, Mazatlán, DF, Tijuana	37	2 226
Mazatlán Doméstico	Aeroméxico, Viva Aerobús, Volaris	Guadalajara, Hermosillo, La Paz, DF, Monterrey, Tijuana	58	4 329
Mazatlán Internacional	US Airways, American Airlines, Continental, Alaska Airlines, West Jet, Frontier, Delta (además de las charteras en invierno)	Calgary, Vancouver, Winnipeg, Edmonton, Dallas, Houston, Phoenix, Seattle, Denver, Minneapolis	44	4 366
*Totales			311	28 300

*Incluye algunas rutas con escala.

Fuente: Official airline Guide (OAG).

CAPACITACIÓN Y COMPETITIVIDAD TURÍSTICA. Plantea el modelo de desarrollo turístico en formación y capacitación. Se diseña estratégicamente para cubrir todas las empresas turísticas y prestadores de servicios, hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportistas, tiempos compartidos, módulos informativos y personal de contacto, incluyendo el programa profesional para formar y tener actualizados a los guías turísticos.

En 2011 se llevaron a cabo 368 cursos, abarcando todos los municipios, con la mayor concentración en destinos con proyección de desarrollo por inversiones, como Teacapán, y en destinos de mayor afluencia turística. También se ha trabajado

EN 2011 SE LLEVARON A CABO 368 CURSOS, ABARCANDO TODOS LOS MUNICIPIOS, CON LA MAYOR CONCENTRACIÓN EN DESTINOS CON PROYECCIÓN DE DESARROLLO POR INVERSIONES, COMO TEACAPÁN, Y EN DESTINOS DE MAYOR AFLUENCIA TURÍSTICA.

BUSCAMOS LA PRESERVACIÓN DE LAS TRADICIONES Y LA CULTURA DEL ESTADO, CON ACTIVIDADES DONDE SE BUSCA EL CONOCIMIENTO Y LA REVALORACIÓN DE LA CULTURA, ASÍ COMO LA CONCIENTIZACIÓN CIUDADANA EN EL CUIDADO DE LA NATURALEZA Y LAS ÁREAS TURÍSTICAS.

arduamente en la acción común del Acuerdo Nacional por el Turismo, correspondiente a la acción 42, la cual consiste en impulsar la creación del sistema nacional en el que todas las instituciones educativas del estado buscan unificar la oferta de formación y capacitación.

CERTIFICACIÓN A EMPRESAS TURÍSTICAS. Incluye las certificaciones Distintivo H, Distintivo M y Punto Limpio, de la Secretaría de Turismo federal, apoyados con recursos del Fondo Pyme y avalados por las empresas certificadoras nacionales que tienen por objetivo certificar las capacidades de las empresas turísticas para otorgar servicios de calidad e higiene.

El Distintivo H es el reconocimiento que otorgan la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Salud a los establecimientos fijos de alimentos y bebidas (restaurantes en general, restaurantes de hoteles, cafeterías y fondas, etc.) por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana nmx-f605 NORMEX 2004, llevando a cabo 36 renovaciones en 2011 en distintivos de este tipo.

El Programa Moderniza, o Distintivo M, es el sistema de gestión para el mejoramiento de la calidad, a través del cual las empresas turísticas podrán estimular a colaboradores e incrementar los índices de rentabilidad y competitividad, con base en la forma moderna de dirigir y administrar empresas turísticas; estas condiciones les permitirán satisfacer las expectativas de los clientes. Se otorgaron este año 54 Distintivos M y 21 renovaciones.

El Sello Punto Limpio se crea a raíz de la contingencia sanitaria de 2009 para desarrollar protocolos y buenas prácticas de higiene para los servicios turísticos. En 2011 se entregaron 30 sellos Punto Limpio.

CULTURA TURÍSTICA. Tiene como objeto la preservación de las tradiciones y la cultura del estado, con actividades donde se busca el conocimiento y la revaloración de la cultura, así como la concientización ciudadana en el cuidado de la naturaleza y las áreas turísticas.

Con base en los compromisos adquiridos en el Acuerdo Nacional de Turismo en la acción 58, que consiste en desarrollar el inventario gastronómico nacional para preservar las tradiciones y cultura en nuestro estado, hemos avanzado significativamente con la formación del Comité Estatal Gastronómico, integrado por la Secretaría de Turismo del estado, el Instituto Sinaloense de Cultura, La Crónica, la representatividad del Conservatorio de Cultura Gastronómica Mexicana, instituciones educativas, CANIRAC y municipios, con acciones en el levantamiento del inventario e investigación de cultura y tradiciones alrededor de la gastronomía, con la finalidad de revalorar la identidad de los sinaloenses.

Se ha logrado la participación ciudadana en acciones con vocación turística, mediante el rescate de las áreas turísticas, donde participaron 14 organismos, entre ellos cámaras, sindicatos, asociaciones civiles, Administración Portuaria Integral (API), SEMARNAT, instituciones educativas en el rescate al Faro y con el programa Mazatlán en tus Manos, junto con COPARMEX, que consiste en una campaña concurso para subir videos propositivos de Mazatlán a la web, sumando a la fecha cerca de 160; en esa campaña participan 300 ciudadanos proactivos. En cuanto a la acción 101 del Acuerdo Nacional por el Turismo, consistente en fomentar la participación de los estudiantes de turismo desarrollando prácticas profesionales y servicio social en el Programa Embajadores y Anfitriones Turísticos, hemos logrado este año involucrar a cerca de 430 en actividades del sector turismo.

En este programa se llevó a cabo el 9° Concurso Nacional de Cultura Turística Infantil, cuyo tema fue *El Turismo a Través del Tiempo*, con la participación de 3 mil 545 niños de 14 municipios de Sinaloa con dibujos, rompiendo el récord establecido en 2010, con 2 mil 100.

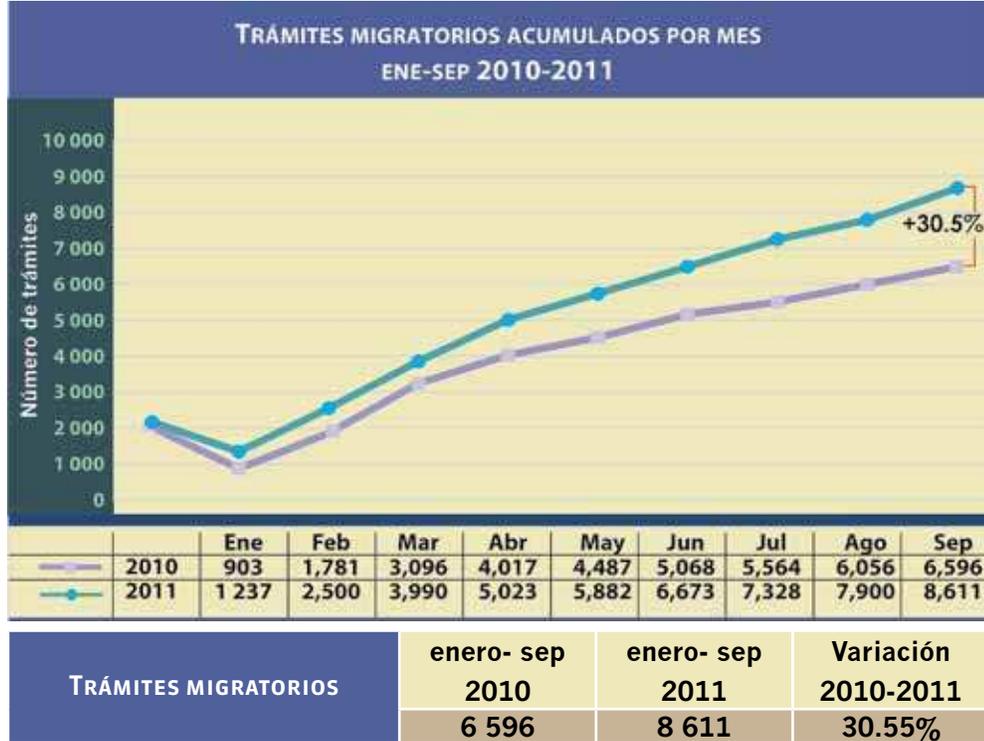
RESIDENTES EXTRANJEROS. Tiene como objetivo crear la ventana que permita a los extranjeros que residen en Sinaloa el acercamiento y contacto directo con la dependencia de turismo y el Gobierno del Estado.

Para ello, se llevó a cabo el evento denominado *Foro del Gobernador con la Comunidad Extranjera*, con más de 2 mil miembros. Ahí se asumió el compromiso de incorporar la oficina de Atención a Residentes Extranjeros en la Secretaría de Turismo, así como ofrecer espacio de participación a cinco de estos residentes en el Consejo de Atención a Extranjeros. Hoy, más de 4 mil 300 extranjeros viven en Sinaloa; Mazatlán tiene 77%, Culiacán 16%, Ahome 4% y 3% restante se distribuye en el resto de la entidad.

La confianza de los extranjeros que viven en sinaloa se refleja en un incremento del 30% en las solicitudes hechas para residencia permanente. Estos sinaloenses por elección son voceros que comunican que: Sinaloa tiene mayoría de hombres y mujeres buenos.

**LA CONFIANZA DE
LOS EXTRANJEROS
QUE VIVEN EN
SINALOA SE REFLEJA
EN UN INCREMENTO
DEL 30% EN LAS SO-
LICITUDES HECHAS
PARA RESIDENCIA
PERMANENTE. ES-
TOS SINALOENSES
POR ELECCIÓN
SON VOCEROS QUE
COMUNICAN QUE:
SINALOA TIENE MA-
YORÍA DE HOMBRES
Y MUJERES BUENOS.**

SE LOGRÓ LA LLEGADA DE DOS CRUCEROS NACIONALES AL PUERTO DE MAZATLÁN: EL OCEAN DREAMS, DE LA NAVIERA PULLMANTUR, Y EL OCEAN STAR, DE OCEAN STAR CRUISES, LOS CUALES HAN REACTIVADO LA ECONOMÍA DE ESTE SECTOR CON EXCELENTE GASTO PROMEDIO DE MÁS DE 1 MIL 800 PESOS Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE 9.5.



Fuente: Instituto Nacional de Migración, Delegación Sinaloa.

La Secretaría de Turismo mantiene excelente vinculación con este sector por medio de asociaciones civiles, medios de comunicación de residentes extranjeros en Mazatlán y ciudadanos en general. También cuenta con la vinculación del grupo de voluntarios extranjeros denominados Mazatlan Tourist Aide Volunteers, quienes proveen información turística de Mazatlán a extranjeros y nacionales. Este grupo está formado por 60 residentes extranjeros que reciben capacitación y apoyo de la Secretaría de Turismo y los vincula con estudiantes de Sinaloa para fomentar el intercambio cultural y capacitación integral de los alumnos.

Programa de Cruceros. Se promueven y difunden los puertos del estado como destinos turísticos en la llegada de cruceros, mediante campañas de promoción y publicidad en el extranjero, con la idea de mantener y consolidar este segmento de mercado.

Para recuperar la llegada de cruceros a los puertos de Sinaloa, sobre todo a Mazatlán, se han hecho numerosas gestiones con las máximas autoridades en materia de navieras. Se logró la llegada de dos cruceros nacionales al puerto de Mazatlán: el Ocean Dreams, de la Naviera Pullmantur, y el Ocean Star, de Ocean

Star Cruises, con los cuales han reactivado la economía de este sector con excelente gasto promedio de más de 1 mil 800 pesos y grado de satisfacción de 9.5. Este año, las secretarías de Turismo y Seguridad Pública estuvieron presentes con los principales directivos de la Florida Caribbean Cruise Association (ffca) en Miami. Se reconoce el liderazgo de Sinaloa en este rubro; las negociaciones han permitido que en la temporada de invierno los cruceros mantengan arribos al puerto. A raíz de estas reuniones, se implementó el Plan de Seguridad para los Turistas, en el cual Sinaloa es líder a nivel nacional, ya que dicho plan ha sido desarrollado en conjunto con la línea de cruceros Carnival y será replicado en el resto de los puertos mexicanos.

HEMOS ORIENTADO LA POLÍTICA DE DESARROLLO TURÍSTICO A LA ATRACCIÓN DE INVERSIÓN PRIVADA Y PÚBLICA, BUSCANDO OBTENER RECURSOS PARA MEJORAR Y CREAR INFRAESTRUCTURA URBANA TURÍSTICA EN LOS MUNICIPIOS DE SINALOA.



Fuente: Encuesta aplicada al crucero Pullmantur por la Secretaría de Turismo de Sinaloa.

Sinaloa promueve estrategias regionales de cruceros como el estudio de competitividad para establecer un plan de negocios para cruceros turísticos de lujo en el Mar de Cortés junto con los estados de Sonora, Baja California, Baja California Sur y Sinaloa.

DESARROLLO TURÍSTICO

HEMOS ORIENTADO LA POLÍTICA DE DESARROLLO TURÍSTICO A LA ATRACCIÓN DE INVERSIÓN PRIVADA Y PÚBLICA, BUSCANDO OBTENER RECURSOS PARA MEJORAR Y CREAR INFRAESTRUCTURA URBANA TURÍSTICA EN LOS MUNICIPIOS DE SINALOA.

COMO HECHO HISTÓRICO, Y RESULTADO DE LOS COMPROMISOS CONTRAÍDOS CON LA SOCIEDAD, SE TIENEN DISPONIBLES EN EL PORTAL DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA LAS DECLARACIONES PATRIMONIALES DEL GOBERNADOR Y LOS INTEGRANTES DE SU GABINETE.

La inversión en infraestructura turística pública en Sinaloa, tanto federal como estatal y municipal, creció 61% en 2011, lo que significa 665 millones de pesos en el futuro turístico de la entidad.

La inversión turística privada cierra este año con el monto aproximado de 115 millones de dólares, destinados a la construcción, ampliación y remodelación de condominios, hoteles, campos de golf y desarrollos inmobiliarios turísticos. El 89.7% de esa inversión es de origen nacional, 6.9% de Estados Unidos y 3.4% de Canadá.

Respecto a la inversión pública, el 19 de julio se firmó el Convenio Modificatorio del Convenio de Reasignación de Recursos 2011 con la participación de la Secretaría de Turismo federal y el Gobierno del Estado, en el que se contemplan los proyectos de desarrollo turístico y de estrategia sectorial, beneficiando a los municipios de El Fuerte, Cosalá, Mazatlán, Escuinapa y Culiacán con el monto de 134.7 millones de pesos.



Fuente: Secretaría de Turismo del Estado.

TURISMO SUSTENTABLE. Tiene como objetivo encaminar proyectos y acciones de desarrollo turístico sustentable. Su eje es impulsar la certificación de playas.

El pasado 19 de agosto, la Comisión Nacional del Agua (conagua) reconoció con el Distintivo que certifica la playa El Verde Camacho, en el marco del VII Encuen-

tro Nacional de Playas Limpias, en el municipio de Mazatlán, bajo la categoría de Conservación. Esta playa cuenta con seis kilómetros de longitud, lo que la convierte en la playa certificada más extensa del país.

Por otro lado, se han instalado comités del programa de Turismo Sustentable, de la Secretaría de Turismo federal, en los municipios de Mazatlán, Culiacán, Los Mochis, Rosario y Escuinapa, los cuales evalúan indicadores de desarrollo, además de reactivar los comités en los municipios de Cosalá, El Fuerte y Ahome (Topolobampo).

Se llevan a cabo Acuerdos de Coordinación y Promoción con la semarnat y la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (conanp) en ecoturismo y turismo de naturaleza, en áreas naturales protegidas y centros de atención de visitantes en el estado. Se ha trabajado en el desarrollo de programas con cero impacto ambiental en Pueblos Mágicos y Señoriales.

PROYECTOS DETONADORES. Sinaloa cuenta con recursos naturales y culturales ideales para el aprovechamiento turístico. Se apoya la inversión a lugares que poseen estos atractivos, con el objeto de mejorar su imagen e infraestructura y hacer que se conserven como espacios propicios para el desarrollo del turismo.

En el marco del Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios, FONATUR entregó a Sinaloa los programas de Desarrollo Turístico para el Municipio de El Fuerte y el de Desarrollo Turístico del Corredor Carretero Mazatlán-Durango, que será el eje carretero transversal que enlazará a Sinaloa con los estados de Durango, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León, Tamaulipas y Texas en el este de Estados Unidos, lo que impactará la región sur de nuestra entidad; en especial, Mazatlán y su oferta agregada de turismo cultural e histórico se verán beneficiados con el arribo de nuevos turistas de ciudades como Monterrey, Torreón, Chihuahua, San Antonio y Houston. El Centro Integralmente Planeado y Sustentable Playa Espíritu será el polo turístico de impacto nacional e internacional en la región del Mar de Cortés, cuya superficie turística será el doble de la superficie total de Cancún. Se tiene proyectada la cantidad de 44 mil cuartos de alojamiento para el segmento de turistas de alto nivel adquisitivo, lo que lo ubicará a la altura de los principales espacios vacacionales a nivel internacional.

LA COMISIÓN NACIONAL DEL AGUA (CONAGUA) RECONOCIÓ CON EL DISTINTIVO QUE CERTIFICA LA PLAYA EL VERDE CAMACHO, EN EL MARCO DEL VII ENCUENTRO NACIONAL DE PLAYAS LIMPIAS, EN EL MUNICIPIO DE MAZATLÁN, BAJO LA CATEGORÍA DE CONSERVACIÓN. ESTA PLAYA CUENTA CON SEIS KILÓMETROS DE LONGITUD, LO QUE LA CONVIERTE EN LA PLAYA CERTIFICADA MÁS EXTENSA DEL PAÍS.

**SINALOA CUENTA
CON RECURSOS
NATURALES Y CULTU-
RALES IDEALES PARA
EL APROVECHAMIENT-
O TURÍSTICO.**

CARACTERÍSTICAS CIP TEACAPÁN

Superficie total	2,381.0 ha
Superficie vendible	1,527.7 ha

Productos

- *44 200 cuartos de alojamiento
- *16 850 cuartos hoteleros
- *16 350 cuartos en 8 175 unidades de condominios, tiempos compartidos y villas
- *11 000 cuartos en 5 500 viviendas para la población residente
- *Marina turística
- *4 campos de golf
- *Malecón marítimo del palmar
- *Paseo de los lagos interiores
- *Ramblas comerciales y de entretenimiento
- *Servicios de salud, educación, arte y cultura

Fuente: Fondo Nacional del Turismo /FONATUR

Estos programas de planeación proponen una estrategia turística de corto, mediano y largo plazos con visión integral, comprometida con el medio ambiente y de inclusión social, importantes factores que fortalecerán el posicionamiento del estado como un destino turístico sustentable de calidad mundial.



