



Economía próspera e incluyente

Turismo

PROGRAMA SECTORIAL



—PLAN ESTATAL DE—
DESARROLLO
JALISCO 2013 - 2033



BIBLIOTECA DE ADMINISTRACIÓN
PÚBLICA ESTATAL Y MUNICIPAL
Colección Planes y Programas

Turismo

PROGRAMA SECTORIAL



Entorno y vida sustentable



Economía próspera e incluyente



Equidad de oportunidades



Comunidad y calidad de vida



Garantía de derechos y libertad



Instituciones confiables y efectivas

D.R. © Gobierno del Estado de Jalisco

Secretaría General de Gobierno

Oficialía Mayor

Dirección de Publicaciones

Prolongación Alcalde 1351, Edificio C, 1^{er} Piso

Guadalajara, Jalisco, México

www.jalisco.gob.mx

Hecho en México/Made in Mexico

Programa sectorial de Turismo

Índice

Prólogo	5
Introducción	9
Marco jurídico	12
Marco metodológico	14
Vinculación con otros instrumentos de planeación	16
Subprogramas	21
Diagnóstico	22
Problema 1. Bajo dinamismo en la contribución al PIB nacional	22
Problema 2. Subutilización de la infraestructura hotelera	29
Problema 3. Reducción y concentración de la afluencia turística	35
Problema 4. Concentración de la inversión privada en servicios de hospedaje	42
Problema 5. Potencial turístico cultural y natural subutilizado	47
Apartado estratégico	54
Evaluación y seguimiento	56
Cartera de acciones y proyectos	60
Anexo 1	66
Anexo 2	70
Bibliografía	74
Directorio	75

Prólogo

El Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2013-2033 (PED 2013-2033) se elaboró bajo un modelo de gobernanza en el marco del Sistema Estatal de Planeación Democrática, lo que permitió sumar visiones y propuestas de ciudadanos, grupos vulnerables, expertos, líderes sociales y representantes del sector público de los diferentes poderes y órdenes de gobierno. La metodología de planeación que se siguió se sustenta en la gestión por resultados, a partir de identificar problemas públicos socialmente relevantes, con un análisis causal de las problemáticas y la determinación de oportunidades para su atención. Con esto se definieron objetivos, estrategias, indicadores y metas; que reflejan los lineamientos y compromisos para lograr el desarrollo del Estado y el bienestar de su población.

En la conceptualización de los problemas contenidos en el PED 2013-2033 fue relevante entender el desarrollo y el bienestar desde una perspectiva social, en donde acorde con la Política de Bienestar del Ejecutivo Estatal, a los elementos objetivos o tangibles se les sumaron componentes de índole subjetivo. Esto llevó a agrupar temáticas y objetivos en seis dimensiones del desarrollo para el bienestar: Entorno y vida sustentable, Economía próspera e incluyente, Equidad de oportunidades, Comunidad y calidad de vida, Garantía de derechos y libertad, e Instituciones confiables y efectivas.

De tal forma que el PED 2013-2033 representa un ejercicio social, racional y sistemático para orientar las políticas, programas y acciones del sector público y la sociedad, en busca de lograr el bienestar de la población en el Estado, con horizontes de mediano y largo plazo.

Para profundizar en la comprensión de las problemáticas y para avanzar en el despliegue de los objetivos y estrategias contenidas en el PED 2013-2033, la Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios, contempla otros instrumentos de planeación. Un grupo de ellos, especialmente relevante, lo constituyen los programas sectoriales, que se conciben como instrumentos que abordan una materia determinada y que vinculan el funcionamiento de diversas instituciones públicas, sociales y privadas que comparten fines similares con el Plan Estatal de Desarrollo. Éstos tienen una vigencia igual al de la administración del ejecutivo estatal.

La Ley de Planeación mandata que, para propósitos de la planeación, la participación de las dependencias y entidades de la administración pública, de los organismos de los sectores privado y social, y de la sociedad en general, se haga a través del Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado de Jalisco (COPLADE). En específico, la Ley estipula que la planeación sectorial se realizará a través de un Subcomité que represente al sector correspondiente; y que la coordinación de estos subcomités recae en las dependencias del Ejecutivo Estatal que tienen bajo su responsabilidad la coordinación de los asuntos de un sector administrativo.

Bajo estos lineamientos, en la presente publicación se presentan 22 programas sectoriales y dos transversales que se elaboraron en el primer semestre del presente año. En ellos, a partir del contenido en el PED 2013-2033, se establecen los objetivos y prioridades propias de cada sector. Para cada objetivo se profundizó

en la definición de estrategias y se agregó una cartera de programas y proyectos, como una forma de concretar lo que habrá de hacerse en el sector para cumplir con los compromisos y lineamientos formulados en el PED 2013-2033. Además, para cada objetivo sectorial se establecen indicadores y metas que permitirán monitorear y evaluar el cumplimiento de los mismos.

Para su publicación, los programas sectoriales y transversales se agrupan en seis volúmenes, en función de las sendas dimensiones del desarrollo para el bienestar contempladas en el PED 2013-2033. En particular en el presente volumen se da cuenta de los programas relacionadas con la dimensión Economía próspera e incluyente. En el PED 2013-2033 se plantea la aspiración de contar con una economía próspera e incluyente que se traduzca en mayores y mejores oportunidades para las mujeres y los hombres de todas las edades, sin importar su condición social, política, su residencia urbana o rural y su etnia, así como el aprovechamiento sustentable de la diversidad de recursos naturales y sociales de todas las regiones de Jalisco, y con ello la necesidad de:

- Garantizar los derechos del trabajador apoyando la generación de empleos de calidad, el desarrollo del capital humano y el aumento de la productividad laboral.
- Propiciar un clima de negocios que facilite el acceso al financiamiento e impulse la creación, innovación y expansión de empresas.
- Garantizar el bienestar de los trabajadores del campo y la seguridad alimentaria del estado, impulsando la productividad del sector agroalimentario.
- Impulsar un crecimiento económico sostenido, incluyente y equilibrado entre las regiones del estado, ampliando la inversión pública en infraestructura urbana, productiva y social.
- Promover el crecimiento económico y la competitividad con reglas y condiciones para el aprovechamiento de las ventajas y oportunidades del estado.
- Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado.
- Impulsar el desarrollo tecnológico, la investigación científica y la innovación por medio de la articulación entre sectores que contribuyan a la formación de capital humano con altos niveles de especialización.

Los anteriores son los siete objetivos de desarrollo planteados en el PED 2013-2033 en la dimensión Economía próspera e incluyente, y que se busca atender mediante seis programas sectoriales:

- Empleo
- Desarrollo Económico y competitividad
- Desarrollo rural sustentable
- Infraestructura y obra pública
- Turismo
- Innovación, ciencia y tecnología.

Que están coordinados, respectivamente, por las secretarías del Trabajo y Previsión

Social, Desarrollo Económico, Desarrollo Rural, Infraestructura y Obra Pública, Turismo, y la de Innovación, Ciencia y Tecnología. Es tarea de estas dependencias cabeza de sector, asegurarse de que estos programas sectoriales sean instrumentos vivos, en donde confluyen los anhelos y compromisos de los jaliscienses para lograr una Economía próspera e incluyente.

Se requiere que todos los sectores en el Estado encausen y sumen de manera eficiente sus esfuerzos para el cumplimiento de los compromisos contenidos en estos instrumentos de planeación. Particularmente, las seis dependencias señaladas deben jugar un rol protagónico de coordinación y liderazgo, a partir del compromiso de sus funcionarios públicos. Es necesario que en todo momento las decisiones estratégicas, los enfoques, las prioridades y la aplicación de los recursos presupuestales se haga con apego a los lineamientos de estos programas. En todo esto a la sociedad en general le corresponde informarse y exigir el cumplimiento del conjunto de metas y objetivos. Para ello la Subsecretaría de Planeación y Evaluación pone a disposición el sistema Monitoreo de Indicadores del Desarrollo de Jalisco (MIDE Jalisco), donde se le da seguimiento a los indicadores del PED 2013-2033.

Introducción

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes y dinámicos en el mundo actual, tanto por su nivel de inversión, participación en el empleo, aportación de divisas y su contribución al desarrollo regional, ya sea a través de los beneficios que reporta la actividad de manera directa o como detonador e impulsor de actividades económicas de los sectores primario, secundario y terciario, a través del fortalecimiento de las cadenas productivas, lo que lo ubica hoy en día, en un sector estratégico y una palanca de desarrollo nacional.

Jalisco es el estado con mayor tradición en México, ya que cuenta entre sus atractivos con iconos de la mexicanidad, tales como el mariachi, el tequila y la charrería, además de atractivos que cuentan con la distinción de Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO), municipios con la denominación de Pueblo Mágico, santuarios religiosos, playas, cultura, tradición y belleza que reflejan la riqueza del estado.

Para aprovechar este potencial es necesario contar con instrumentos de planeación con una visión integral que le imprima dinamismo y competitividad al sector, genere crecimiento con igualdad de oportunidades, desarrollo y bienestar en las comunidades receptoras y el uso de manera sustentable de los recursos naturales.

Por lo tanto, es fundamental identificar e interpretar de una forma clara, coherente y confiable la situación actual y las tendencias en materia de turismo que se presentan a nivel global, así como en el estado y sus regiones, con el fin de presentar un documento rector que concentre la información más relevante del sector que proporcione las bases para diseñar e integrar objetivos, estrategias y líneas de acción que impulsen el trabajo de manera transversal de los actores que intervienen en el actividad turística.

El Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 de la Secretaría de Turismo (Secturjal) se formuló de acuerdo con lo establecido en la Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios y encuentra su referencia en la propuesta de contar con herramientas de planeación a largo plazo que guíen las acciones del sector público, social y privado, en la búsqueda de un desarrollo turístico sustentable a nivel estatal. Los objetivos y estrategias del Programa están relacionados con el Plan Estatal de Desarrollo (PED) Jalisco 2013-2033, en la dimensión de Economía Próspera e Incluyente del Sector Desarrollo Turístico; también se vincula con el Programa Sectorial de Turismo de la Secretaría de Turismo (Sectur) 2013-2018 con el fin de impactar de manera más eficiente y eficaz en la capacidad competitiva del sector.

Este documento presenta el Diagnóstico de los cinco problemas de mayor relevancia identificados mediante la consulta pública realizada para el Plan Estatal de Desarrollo (PED) Jalisco 2013-2033. Para cada problema se analizan el posicionamiento del Estado a nivel nacional, el desarrollo de la actividad turística en los últimos años y las diferencias en el desempeño de las regiones y/o destinos de Jalisco. Este diagnóstico concluye con la identificación de los factores que originan cada uno de los cinco problemas presentados. La percepción de los actores del

sector de los problemas que más afectan a la actividad turística, conlleva a la identificación de causas comunes para varias manifestaciones de la problemática.

De esta forma, los objetivos de este Programa Sectorial, definidos en el PED Jalisco 2013-2033, que expresan el resultado esperado para la solución de la problemática identificada se resumen en tres objetivos sectoriales para el diseño de estrategias y acciones orientadas a solucionar las causas de los cinco problemas relevantes, definidos de la siguiente manera:

Tabla 9.1. Jalisco. Problemas Relevantes y Objetivos Sectoriales

Problema	Objetivo sectorial
1. Bajo dinamismo en la contribución al PIB nacional	1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos
2. Subutilización de la infraestructura hotelera 3. Reducción y concentración de la afluencia turística	2. Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional
4. Concentración de la inversión privada en servicios de hospedaje 5. Potencial turístico cultural y natural subutilizado	3. Fortalecer las capacidades turísticas locales

Fuente: Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2013-2033

Los objetivos, metas y estrategias de este Programa Sectorial se enfocan al desarrollo turístico y a la generación de empleos, crearán el marco adecuado para incrementar el nivel de competitividad de las empresas y la oferta turística, mediante el fomento de una cultura de calidad en el servicio, su innovación y fortalecimiento, con una clara orientación a las demandas del mercado nacional e internacional, así como a gestionar la inversión pública que permita incrementar y mejorar la infraestructura y equipamiento para promover la puesta en valor de los atractivos turísticos que Jalisco ofrece, estimular la inversión privada en productos turísticos con mayor viabilidad de mercado y a la promoción y comercialización de éstos en los mercados de mayor potencial, para así lograr el desarrollo sustentable del sector, para contribuir a la generación de empleos bien remunerados que permitan elevar el nivel de bienestar de los jaliscienses.

Marco jurídico

Existen diversas instancias públicas y privadas que inciden en el desarrollo turístico del estado y que se sujetan a diferentes ordenamientos legales que regulan las funciones de cada uno de los sectores que de manera directa o indirecta se involucran en la actividad turística.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 73, fracción XXIX-K, faculta al Congreso de la Unión para expedir leyes en materia de turismo, estableciendo las bases generales de coordinación de las facultades concurrentes entre la Federación, estados, municipios y el Distrito Federal, así como la participación del sector social y privado.

La Ley General de Turismo tiene como objeto establecer las bases para la política, planeación y programación de la actividad turística con criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los municipios; determinar mecanismos para la conservación, mejoramiento y promoción de los atractivos turísticos; facilitar a las personas con discapacidad el uso y disfrute de las instalaciones destinadas a la actividad turística; optimizar la calidad y competitividad de los servicios turísticos; fomentar y desarrollar acciones para diversificar la actividad turística, de modo coordinado entre las instancias federal, estatal y municipal, para lo cual establece los acuerdos de coordinación.

En lo que se refiere a las facultades de las autoridades estatales, la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Jalisco establece en su artículo 19 que la Secretaría de Turismo tiene las atribuciones que la legislación federal en materia de turismo establece para los estados, así como las atribuciones descentralizadas por la Federación hacia los estados, mediante la celebración de convenios, así como diseñar y ejecutar el programa de desarrollo turístico del estado.

Por su parte, La Ley de Turismo del Estado de Jalisco y sus Municipios establece las bases para la planeación, programación, regulación promoción y fomento de las actividades turísticas del Estado de Jalisco y sus municipios.

La Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios establece, en los artículos 6 y 12, respectivamente, que las dependencias y entidades de la administración pública estatal y municipal deberán programar y conducir sus actividades con sujeción a los objetivos y prioridades de la planeación del desarrollo estatal, regional y municipal; así como las dependencias y entidades de la administración pública estatal y municipal deberán participar en la formulación, evaluación y actualización o sustitución de los planes y programas de gobierno. Además, el artículo 27 menciona que los programas sectoriales serán elaborados y aprobados por las dependencias coordinadoras de sector, y tendrán una vigencia igual al término de la administración estatal.

El presupuesto que se asigne para la actividad turística, entre otras, se sujeta a lo que establece la Ley de Presupuesto, Contabilidad y Gasto Público del Estado de Jalisco, que tiene por objeto regular las acciones relativas con la planeación, programación presupuesto, ejercicio, contabilidad, control, vigilancia y evaluación del gasto público estatal, además de los procedimientos de coordinación para el registro e información de estas materias, cuya aplicación al titular del Poder Ejecutivo del Estado, a través de la Secretaría de Finanzas.

En caso de que existan recursos federales reasignados al estado, se acatarán las disposiciones de la Ley Federal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria, reglamentar los Artículos 74, fracción IV, 75, 126, 127 y 134 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de programación, presupuestación, aprobación, ejercicio, control y evaluación de los ingresos y egresos públicos federales.

La inversión extranjera, como factor importante en el desarrollo turístico del estado, se regula por la Ley de Inversión Extranjera, que determina las reglas para canalizar la inversión extranjera en el país y propiciar su contribución al desarrollo nacional.

Para el desarrollo de zonas turísticas se debe observar lo que establece la Ley General de Bienes Nacionales, que establece los bienes que constituyen el patrimonio de la nación, así como la Ley Federal sobre Monumentos y Zonas Arqueológicas, Artísticas e Históricas, para la investigación, protección, conservación, restauración y recuperación de los monumentos arqueológicos, artísticos e históricos y de las zonas de monumentos.

La Ley Federal de Derechos establece las cuotas por el uso o aprovechamiento de los bienes del dominio público de la nación, así como por recibir servicios que presta el estado en sus funciones de derecho público, en el que destaca el Registro Nacional de Turismo.

Conforme a la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, la Secretaría de Turismo Federal emite normas oficiales mexicanas que son regulaciones técnicas que establecen especificaciones y procedimientos para garantizar que los servicios cumplan, en el contexto de los propósitos y funciones para los que fueron diseñados, con una adecuada información, seguridad y protección al usuario-turista, que favorecen el logro de una mejor información y seguridad en el mercado turístico, impactando en la calidad de la prestación del servicio. La Secretaría de Turismo vigila el cumplimiento de dichas normas, conforme al Acuerdo de Coordinación para la Descentralización de las facultades de verificación y vigilancia, firmado entre la Secretaría de Turismo Federal y el Gobierno del Estado de Jalisco

Marco metodológico

Incrementar los beneficios que reportan de manera directa las actividades orientadas a la atención de visitantes requiere de un modelo de organización de las acciones públicas, enmarcado por los diversos instrumentos de planeación del Estado de Jalisco, que responden a los mandatos constitucionales y normativos en la materia.

La Ley de Planeación para el Estado de Jalisco y sus Municipios establece las normas y principios básicos para la integración y funcionamiento del Sistema Estatal de Planeación Democrática del Estado de Jalisco, con el fin de coadyuvar con el desarrollo sustentable de la entidad.

De esta ley se derivan los distintos instrumentos de la planeación de la entidad, entre los cuales se encuentran el Plan Estatal de Desarrollo, el que se alinea a su homólogo nacional y del cual se desprenden los programas sectoriales. Éstos últimos son los instrumentos que abordan una materia determinada y vinculan el funcionamiento de las diversas instituciones públicas, sociales y privadas que comparten fines similares en el contexto de un sector del desarrollo.

Para la elaboración e integración de los programas sectoriales, la Ley de Planeación del Estado de Jalisco y sus Municipios establece que se tiene que partir de un marco metodológico con bases científicas y sociales, que permitan el mejor desempeño institucional en la procuración de sus objetivos sectoriales.

Así, en la elaboración del presente programa sectorial se aplica el esquema metodológico asentado en esa disposición y en la normatividad definida por la Subsecretaría de Planeación (Subseplan) de la Secretaría de Planeación, Administración y Finanzas (Sepaf), para el proceso de elaboración de los Programas Sectoriales y Especiales del Estado de Jalisco para el periodo de gobierno 2013-2018.

En ese contexto, para desarrollar e integrar el Programa Sectorial de Turismo (con un esquema de planeación estratégica y democrática) se constituyó un equipo de talleristas y un equipo redactor, con personal de la Sectorjal, y se integró el Subcomité Sectorial de Turismo para formular, monitorear y evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas establecidas en el presente documento, con la participación de los actores que conforman el sector económico de dependencias del gobierno estatal, instituciones educativas, representantes de organizaciones privadas, organismos de la sociedad civil y los instrumentos de participación con que cuenta la Sectorjal.

Como parte de las labores realizadas se organizó un equipo técnico de la Sectorjal para elaborar e integrar el programa sectorial. En apego a la metodología definida por la Subseplan, dicho equipo realizó, en la primera fase, el acopio, procesamiento y análisis de diversas fuentes de datos estadísticos, planes de desarrollo, leyes y reglamentos, correspondientes todos ellos a los asuntos del sector turístico en los niveles nacional, estatal y municipal.

En la segunda fase el análisis de los datos estadísticos correspondientes llevó a exponer, a grandes rasgos y mediante un diagnóstico, la evolución de la actividad turística y su entorno en los últimos años, así como de los factores internos y externos que han influido en el desarrollo sustentable del sector en la entidad. El diagnóstico realizado subraya la evolución de los problemas y su distribución territorial en la

entidad; de igual modo ha permitido detectar las áreas de oportunidad y definir los objetivos y estrategias prioritarias para detonar el potencial turístico en la entidad.

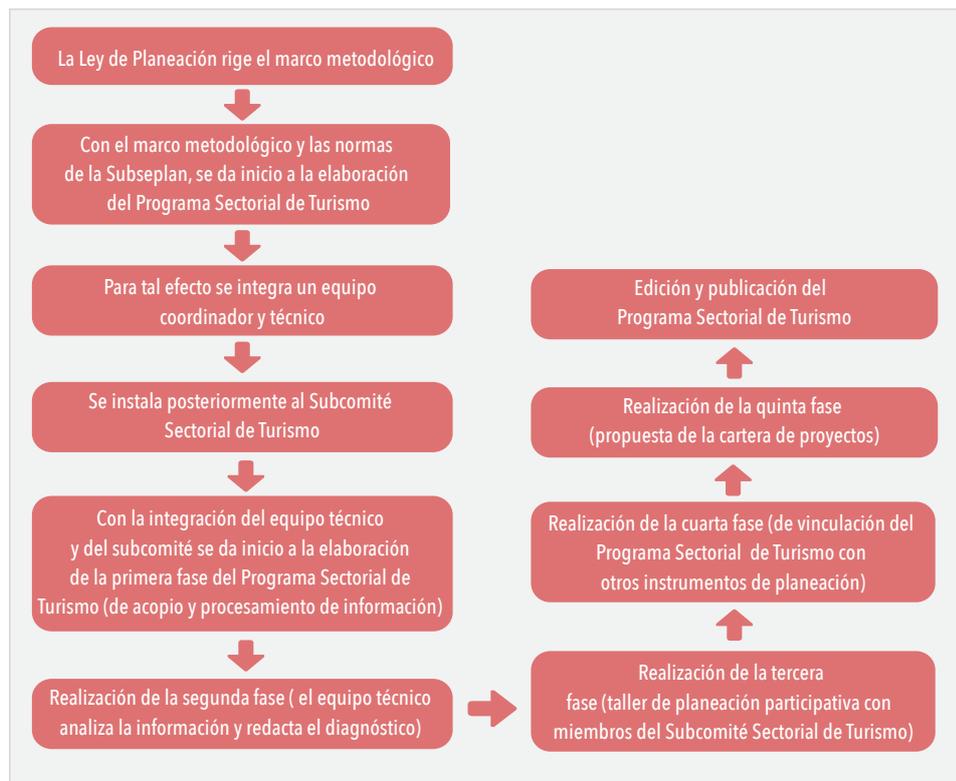
Además del ejercicio de planeación realizado por el equipo técnico de la Secturjal, en la tercera fase se convocó a los integrantes del Subcomité Sectorial de Turismo, con el fin de enriquecer el diagnóstico del sector y los componentes del apartado estratégico elaborados previamente por el equipo técnico de la Secturjal. El resultado de la integración del subcomité Sectorial de Turismo fue la organización de un taller de planeación. A través de ese taller, el subcomité sectorial de turismo enriqueció el diagnóstico y propuso ciertas causas, objetivos y estrategias, así como algunos mecanismos para el seguimiento y evaluación del cumplimiento de los objetivos asentados en este programa. La información generada en ese ejercicio de planeación democrática fue enviada después al subcomité sectorial para su validación.

En la cuarta fase se realizó la alineación de los problemas, objetivos, estrategias emanadas de los talleres con otros instrumentos de planeación, con el fin de garantizar la coherencia de las estrategias del sector con el PED 2013-2033 y con otros instrumentos de planeación federal, así como también para dar mayor viabilidad al logro de las metas establecidas.

En la quinta etapa se elaboró la cartera de proyectos para dar cuenta de las estrategias contenidas en el apartado estratégico del presente programa sectorial. En dicha cartera se propusieron proyectos y acciones destinadas a impulsar el desarrollo sustentable del sector turístico.

La etapa final correspondió a la edición y publicación del presente instrumento de planeación.

Figura 9.1. Proceso metodológico para la elaboración del Programa Sectorial de Turismo



Vinculación con otros instrumentos de planeación

El Gobierno del Estado de Jalisco, en cumplimiento de los mandatos constitucionales, elabora el presente Programa Sectorial de Turismo, que se relaciona con otros instrumentos de planeación federal y estatal para fortalecer el cumplimiento de sus objetivos y avanzar de manera coordinada en la construcción de un desarrollo incluyente y con bienestar.

En este apartado se da cuenta de la vinculación de este programa, a través de sus objetivos prioritarios, con otros instrumentos de planeación. Los objetivos del sector turismo se establecen enseguida.

1. Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018

Este plan permitirá orientar las políticas y programas del Gobierno de la República durante los próximos años. El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 (PND) representa la ruta que sociedad y gobierno han delineado para crear juntos una nueva etapa del país. Este documento traza los grandes objetivos de las políticas públicas, establece las acciones específicas para alcanzarlos y precisa indicadores que permitirán medir los avances obtenidos.

En el eje IV, México Próspero, el Sector Turismo enmarca todas las políticas de desarrollo del sector que deben considerar criterios enfocados en incrementar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y la inclusión social, con la estrategia de “aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el País”.

2. Programa Sectorial de Turismo 2013-2018

El objetivo del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018 de la Sectur es aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país, el cual se fundamenta en las cuatro estrategias establecidas en el PND 2013-2018 para el sector turístico.

La primera es el ordenamiento y transformación sectorial para promover una amplia y eficaz coordinación con los diferentes órdenes de gobierno, para unir esfuerzos y articular juntos un modelo de turismo que permita generar riqueza y empleo.

La segunda estrategia es la innovación y competitividad para concentrar los esfuerzos en consolidar los destinos existentes, aprovechar sus fortalezas en infraestructura, conectividad, tecnología y personal calificado para revitalizarlos y asegurar su competitividad en los mercados mundiales.

La tercera es el fomento a la inversión y promoción para que el gobierno de la República siga siendo un aliado y facilitador de los empresarios y emprendedores para respaldar sus proyectos e iniciativas, de forma que fortalezcan la vocación turística de nuestro país y amplíen las oportunidades de desarrollo para los mexicanos. Con una promoción turística eficaz se contribuirá al desarrollo, al crecimiento del sector y a la diversificación de mercados.

La cuarta estrategia es la sustentabilidad y beneficio social, cuyo fin es preservar el patrimonio natural, histórico y cultural de nuestro país, para que las próximas generaciones puedan también, acceder y disfrutar de la riqueza que pertenece a todos los mexicanos. Con base en este programa sectorial el Gobierno de la República sentará las bases para lograr un desarrollo sustentable que esté acompañado del mejoramiento de los niveles de bienestar de quienes viven y trabajan en cada uno de esos destinos.

3. Programa Nacional de Infraestructura 2014-2018

Para el sector turismo este programa propone la meta de posicionar a México como una potencia turística a nivel global. Para lograrlo, se deberá mejorar la infraestructura, el equipamiento en destinos de mayor afluencia turística y promover la diversificación de la oferta, realizando inversiones por más de 180 mil millones de pesos, con el objetivo de desarrollar infraestructura competitiva, que impulse el turismo como eje estratégico de la productividad regional y detonador del bienestar social.

4. Plan Estatal de Desarrollo Jalisco 2013-2033

El PED está basado en problemas públicos que fueron construidos socialmente. La gobernanza, entendida como un proceso colectivo de acción pública, fungió como la principal premisa en la elaboración de este plan.

El PED es un instrumento de largo plazo e intenta ser la piedra angular de la orientación del desarrollo en Jalisco. De este instrumento se derivarán otros que orientarán el desarrollo de Jalisco en el corto, mediano y largo plazo.

Se encuentra el apartado Economía próspera e incluyente, con el tema Desarrollo turístico, con el objetivo de aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica, aprovechando el potencial turístico del estado de una manera armónica con el medio ambiente. En ese sentido se consideran dentro de ese instrumento de planeación objetivos de desarrollo, objetivos temático-sectoriales y estrategias, pues son los principales mecanismos que orienten la acción pública, mientras que las líneas de acción, políticas, proyectos y programas de la acción gubernamental, se precisan en los programas sectoriales y planes institucionales.

Tabla 9.2. Alineación de objetivos PED, PND, Política de Bienestar y Programa Sectorial de Turismo

Objetivos de desarrollo	Objetivo sectorial	Objetivos o estrategias del PND	Objetivos estrategia de bienestar	Objetivos de desarrollo del milenio
Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado.	Objetivo 1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos. Objetivo 2. Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional. Objetivo 3. Mejorar las capacidades turísticas locales.	4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	Objetivo 3. Favorecer la integración productiva de las personas, propiciando las condiciones necesarias para crear trabajo que represente oportunidades de desarrollar calificaciones y puestos de trabajo bien remunerados. Objetivo 6. Asegurar el bienestar de las futuras generaciones mediante el uso racional de los recursos naturales. Objetivos 18. Incrementar el tiempo libre de los individuos para su disposición con fines de recreación, descanso o integración familiar y social.	Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Tabla 9.3. Alineación de objetivos PED, PND, Política de Bienestar y Programa Sectorial de Turismo

Objetivos de desarrollo	Objetivo sectorial	Estrategias PED	Objetivos del PND	Objetivos estrategia de bienestar	Objetivos de desarrollo del milenio	Objetivo táctico	Estrategias PST
Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado.	Objetivo 1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos.	Promover rutas, centros y corredores turísticos en las regiones. Estimular la modernización y profesionalización de servicios turísticos mediante capacitación especializada y certificaciones.	Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	Objetivo 3. Favorecer la integración productiva de las personas, propiciando las condiciones necesarias para crear trabajo que represente oportunidades de desarrollar calificaciones y puestos de trabajo bien remunerados. Objetivo 6. Asegurar el bienestar de las futuras generaciones mediante el uso racional de los recursos naturales. Objetivos 18. Incrementar el tiempo libre de los individuos para su disposición con fines de recreación, descanso o integración familiar y social.	Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.	1.1. Fortalecer la atractividad y competitividad de nuestros destinos. 1.2. Incrementar la oferta de productos turísticos competitivos para aumentar la afluencia, estadía y derrama en rutas y destinos. 1.3. Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.	1.1. Mejorar la calidad del entorno urbano y la capacidad de soporte de la infraestructura y equipamiento en centros turísticos. 1.2 Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos. 1.3. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto. 1.4. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino. 1.5. Definir un programa de comercialización integral de nuestros destinos y rutas por línea de productos y orientación a segmentos. 1.6. Formalizar convenios entre tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros y los locales para que comercialicen de manera integral los destinos de Jalisco.

Tabla 9.4. Alineación de objetivos del desarrollo, ODM, PED, Bienestar y Programa Sectorial de Turismo

Objetivos de desarrollo	Objetivo sectorial	Estrategias PED	Objetivos del PND	Objetivos estrategia de bienestar	Objetivos de desarrollo del milenio	Objetivo táctico	Estrategias PST
Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado.	Objetivo 2 Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional.	Fortalecer el desarrollo de productos turísticos sustentables en rutas ecoturísticas	Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	Objetivo 3. Favorecer la integración productiva de las personas, propiciando las condiciones necesarias para crear trabajo que represente oportunidades de desarrollar calificaciones y puestos de trabajo bien remunerados. Objetivo 6. Asegurar el bienestar de las futuras generaciones mediante el uso racional de los recursos naturales. Objetivos 18. Incrementar el tiempo libre de los individuos para su disposición con fines de recreación, descanso o integración familiar y social.	Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	2.1. Incrementar la inversión pública y privada en los productos turísticos que diversifiquen la oferta.	2.1. Gestionar mayores niveles de financiamiento para emprendedores turísticos. 2.2. Brindar capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de proyectos turísticos sustentables. 2.3. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector.
		Trabajar de forma transversal en los consejos regionales de turismo.				2.2. Aumentar la oferta de asientos en vuelos directos hacia Jalisco y modernizar y equipar la red carretera troncal para facilitar el arribo a los destinos turísticos de Jalisco.	2.4. Gestionar una mayor oferta de vuelos directos desde los mercados nacionales e internacionales. 2.5. Gestionar la modernización de los ejes troncales del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera.
						2.3. Lograr mayor eficacia en la promoción turística para potenciar el impacto en los mercados de más alto potencial de viajes.	2.6. Diseño de campañas concertadas con socios cooperativos para la promoción eficaz de los destinos turísticos. 2.7. Impulsar la participación de prestadores de servicios turísticos en actividades y eventos de promoción, nacionales e internacionales, con un objetivo mercadológico para la venta de destinos.
						2.4. Crear una imagen de los destinos de Jalisco como destinos seguros, amigables y atractivos, para generar confianza en el turista para su arribo al estado.	2.8. Operar campañas en medios para difusión de Jalisco como destino seguro, amigable y atractivo. 2.9. Impulsar operativos de seguridad integral para ofrecer una experiencia satisfactoria a los visitantes.

Objetivos de desarrollo	Objetivo sectorial	Estrategias PED	Objetivos de PND	Objetivos estrategia de bienestar	Objetivos de desarrollo del milenio	Objetivo táctico	Estrategias PST
Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado.	Objetivo 3. Mejorar las capacidades turísticas locales.	Promover la inversión en destinos y productos turísticos de nivel internacional.	Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	Objetivo 3. Favorecer la integración productiva de las personas, propiciando las condiciones necesarias para crear trabajo que represente oportunidades de desarrollar calificaciones y puestos de trabajo bien remunerados. Objetivo 6. Asegurar el bienestar de las futuras generaciones mediante el uso racional de los recursos naturales. Objetivos 18. Incrementar el tiempo libre de los individuos para su disposición con fines de recreación, descanso o integración familiar y social.	Objetivo 8. Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.	3.1 Incrementar la oferta de hospedaje y productos turísticos competitivos en rutas y destinos del interior del estado.	3.1. Consolidar a los Consejos regionales de turismo para la operación de observatorios turísticos. 3.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística en destino del interior. 3.3. Promover estándares de calidad en los servicios turísticos de destinos del interior
		Mejorar y adecuar el marco normativo del sector.				3.2 Incrementar la inversión pública y privada en productos turísticos que diversifique la oferta en rutas y destinos del interior del estado.	3.4. Brindar capacitación y asistencia técnica financiera para proyectos turísticos en destinos del interior. 3.5. Facilitar la tramitología y promover los apoyos para la creación de negocios en destinos del interior. 3.6. Fomentar la inversión en la modernización de la oferta de los destinos del interior del estado.
		Ampliar y mejorar la infraestructura para transporte y comunicaciones.				3.3 Impulsar el transporte turístico y modernización y equipamiento de la red carretera troncal y alimentadora para facilitar el acceso a destinos turísticos del interior del estado.	3.7. Gestionar la modernización de los ejes troncales y carreteras alimentadoras del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera. 3.8. Impulsar los servicios de autotransporte turístico en rutas turísticas.
		Formulación de un diagnóstico turístico municipal y regional que permita informar al turista sobre los atractivos del lugar.				3.4 Impulsar la promoción turística de productos de turismo rural, de naturaleza y culturales para incrementar la afluencia y derrama en destinos del interior	3.9 Diseño de campañas para la Promoción de las rutas turísticas del interior. 3.10. Apoyar la participación de prestadores de servicios turísticos del interior en actividades de promoción nacionales e internacionales, para la venta de destinos.
		Implementar modelos novedosos de negocios y de consolidación de clústeres.				3.5. Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos del interior de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.	3.11. Definir un programa de comercialización integral de destinos y rutas del interior por línea de productos y orientación a segmentos 3.12. Formalizar convenios con tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros para que comercialicen las rutas y destinos del interior.
		Crear observatorios turísticos.					
		Diversificar la inversión privada en los destinos turísticos					

Subprogramas

En este apartado se describe de manera general los subprogramas que dirigen las acciones relevantes del sector, las cuales se corresponden con los principales objetivos sectoriales.

Subprograma 1. Derrama económica de los servicios turísticos

Este subprograma busca incrementar la contribución del Estado al Producto Interno Bruto (PIB) nacional por servicios relacionados con el ramo turístico, a través del fortalecimiento y el incremento de la infraestructura y equipamiento turístico, así como los servicios complementarios; con la promoción de proyectos sustentables que permitan la creación de nuevas alternativas de recreación, que motiven el desplazamiento del turista y la generación de ingresos en las localidades; con el fortalecimiento de la generación de empleos; el impulso de iniciativas de desarrollo regional; la promoción de rutas, centros y corredores turísticos; además de estimular la modernización y profesionalización de los servicios turísticos mediante la capacitación especializada y certificaciones.

Subprograma 2. Afluencia turística nacional e internacional

Este subprograma pretende impulsar y diversificar los mercados emisores de turismo que llegan al estado, potenciando la llegada de vuelos internacionales, así como de cruceros. Para el incremento de la ocupación hotelera, propone trabajar en el desarrollo de productos turísticos competitivos y la desconcentración de la inversión de la oferta de hospedaje en los municipios, y se enfoca en dirigirse a mercados emergentes que en el futuro se consoliden como grandes emisores de turismo, así como los diversos y novedosos segmentos a los cuales se pueden establecer y aprovechar.

Subprograma 3. Capacidades turísticas locales

Este subprograma busca el aprovechamiento del potencial turístico con la revaloración de las regiones con patrimonio natural y cultural, el rescate de la imagen urbana tradicional, y el impulso del surgimiento de nuevos productos turísticos de inversión privada; además de diversificar la oferta cultural y natural, así como de entretenimiento, para fortalecer la atractividad y competitividad de las rutas y destinos de la entidad, a través del fortalecimiento de los trabajos en los Consejos regionales de turismo y la modernización de la conectividad e infraestructura de los municipios.

El subprograma se encargará de mejorar el desarrollo y la planeación de la actividad turística mediante el mejoramiento y adecuación del marco normativo y la formulación de diagnósticos turísticos municipales y regionales.

Diagnóstico

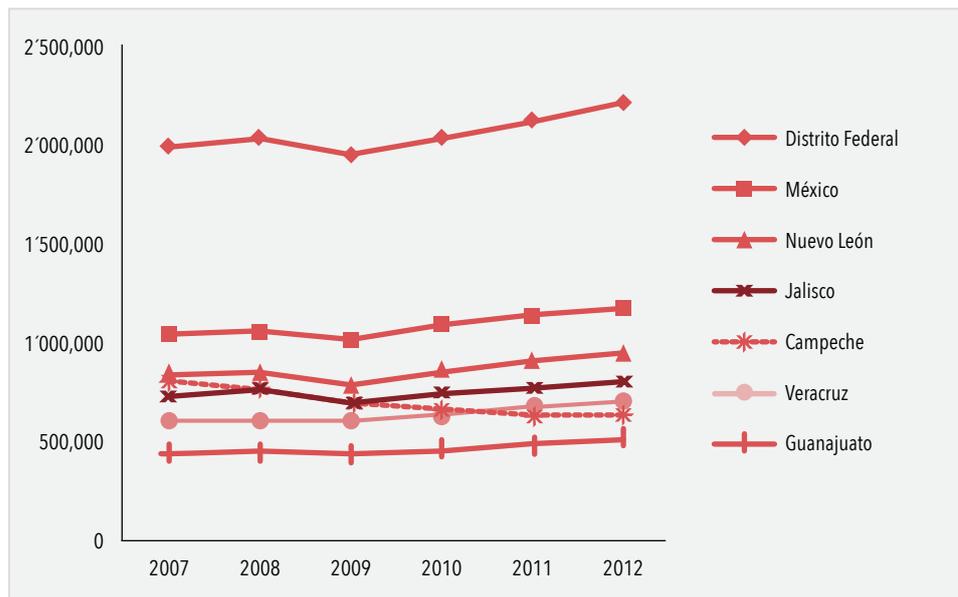
En este capítulo se presenta un recuento de la prevalencia y evolución de los tres principales problemas en materia de turismo, con la finalidad de establecer las directrices y proyectos que deberán implementarse en Jalisco para revertir la incidencia de los problemas detectados. Al final de cada sección se presenta un listado de las áreas de oportunidad más significativas que contribuirían a impulsar los proyectos estratégicos del sector y como conclusión se expone un resumen de los problemas relevantes del sector.

Problema 1. Bajo dinamismo en la contribución al PIB nacional

Enfoque nacional del problema

Jalisco es la cuarta economía de nuestro país. En ello destaca la contribución del turismo al producto interno bruto. Respecto al posicionamiento del estado a nivel nacional en la contribución del PIB por entidades, se observa que en el año 2007 nuestra entidad se encontraba en quinto lugar y para el año 2012 subió una posición, encontrándose en cuarto lugar, solamente debajo del Distrito Federal, Estado de México y Nuevo León; sin embargo, aun cuando la economía del Jalisco es más diversificada, la contribución del estado se ha mantenido en los últimos años con una aportación promedio del 6% (ver figura 9.2).

Figura 9.2. Producto Interno Bruto por Entidad Federativa 2007-2012 (Millones de pesos a precios de 2008)



Fuente: Sistema Estatal de Información Jalisco (Seijjal), con base en datos proporcionados por el Inegi.

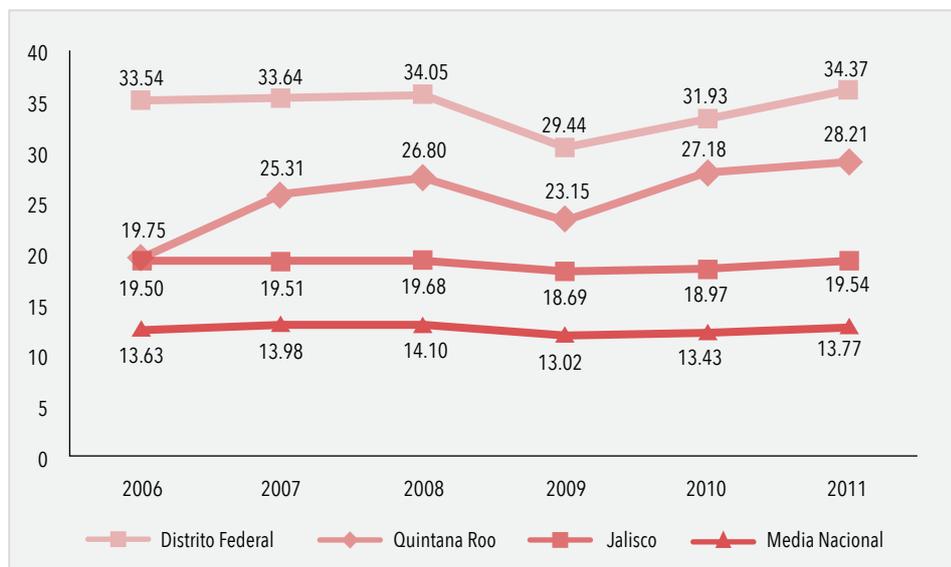
Aun cuando en los últimos años el PIB a nivel nacional ha ido en incremento, existen sectores como el turismo que no han recuperado este dinamismo después de la caída de la afluencia de visitantes del año 2009, ya que el Producto interno bruto de bienes turísticos ha perdido alrededor de 5 puntos porcentuales desde esa fecha.

En el período 2009-2012, el turismo en México ha crecido en menor proporción que en otras naciones, tanto en términos de llegadas de turistas como de ingresos por turismo internacional. Aspectos asociados a la recesión económica global, la percepción de inseguridad y eventos vinculados a contingencias han deteriorado la imagen del país y tenido efectos negativos en el sector turístico.

Como resultado, los destinos turísticos mexicanos han perdido competitividad. México bajó del séptimo lugar en recepción de turistas en el año 2000 al décimo lugar en 2009 y en la actualidad se encuentra fuera del grupo de la lista de los 10 países más visitados, en tanto que en el Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index), se ubica en el número 53 de 144 países.

En cuanto a la aportación de las entidades federativas al PIB nacional por servicios relacionados con el ramo turístico, Jalisco es la tercera entidad en importancia, sólo por debajo del Distrito Federal y Quintana Roo, y por encima de la media nacional. Sin embargo, su contribución anual al PIB del sector ha permanecido estable durante los últimos años, contrario al dinamismo experimentado por esas dos entidades (ver figura 9.3).

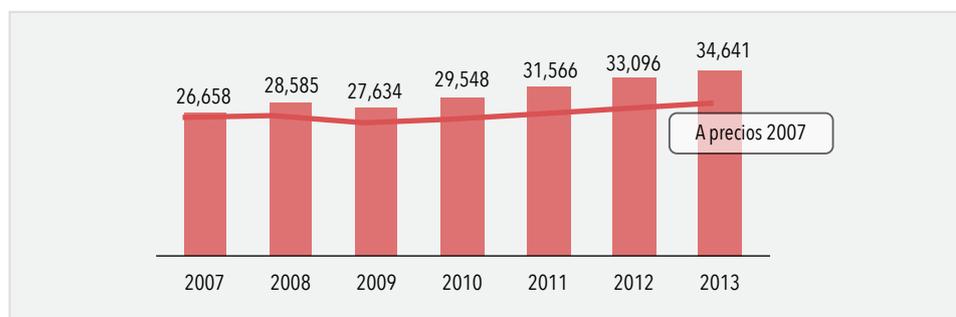
Figura 9.3. México. Producto Interno Bruto (PIB) Sector Turismo, 2006-2011
(Miles de millones de pesos a precios de 2003)



Fuente: Elaborado con datos del Inegi, Sistema de Cuentas Nacionales de México

Este bajo dinamismo del PIB turístico en Jalisco deriva de que si bien la derrama económica de los visitantes al estado en los últimos seis años ha presentado un crecimiento promedio anual de 4.42% a precios corrientes (ya que en 2007 fue de 26 mil 658 millones de pesos y en 2013 alcanzó 34 mil 641 millones de pesos, a precios constantes, descontando la inflación), el crecimiento real apenas alcanzó un promedio anual del 0.05 % anual (ver figura 9.4).

Figura 9.4. Derrama Económica por Turismo, 2007-2013
(Millones de Pesos a precios corrientes)



Fuente: Secretaría de Turismo del
Gobierno del Estado de Jalisco

Si bien la afluencia total de visitantes se ha recuperado superando la del año 2008, el indicador del gasto promedio diario que realizan los visitantes que arriban al estado ha permanecido prácticamente constante, sin cambios importantes, ya que durante el año 2010 el gasto promedio fue de \$443.96 pesos y para el 2012 fue de \$459.70 diarios, teniendo un incremento promedio anual de apenas el 1.7%. Esto refleja un deterioro en la derrama de los visitantes al estado en términos reales, lo cual incide en la baja de la rentabilidad de los servicios turísticos y compromete su sustentabilidad y reduce su competitividad (ver tabla 9.5).

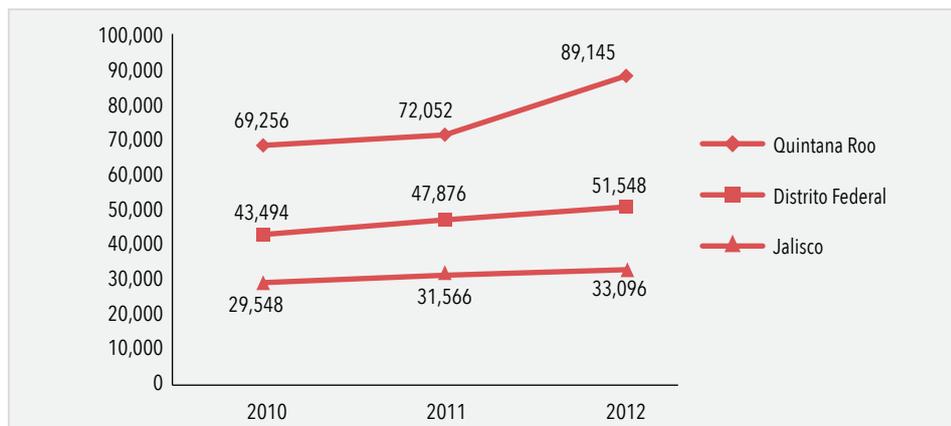
Tabla 9.5. Jalisco. Afluencia, Derrama y Gasto Promedio de Turistas, 2007-2012
(Derrama en millones de pesos, gasto promedio diario en pesos corrientes)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Variación
Afluencia	21,793	22,240	20,910	21,857	23,040	23,304	24
Derrama	26,658	28,585	27,634	29,548	31,566	33,096	5
Gasto promedio estatal	398	418	435	444	445	459	15

Fuente: Secretaría de Turismo del
Gobierno del Estado de Jalisco, datos
estadísticos de los estados

Si bien esta problemática es generalizada a nivel nacional, ya que existen factores que inciden y motivan a una desaceleración de la actividad turística y por ende afecta a muchos estados, en Jalisco el desarrollo de esta actividad sigue mostrando lentitud frente a otras entidades, como se deduce en la siguiente figura (9.5), en la que se observa que Jalisco (12.0 %), en comparación con Quintana Roo (28.7 %) y el Distrito Federal (18.5 %), ha experimentado en el período 2010-2012 un incremento en la derrama muy por debajo de esas entidades (ver figura 9.05).

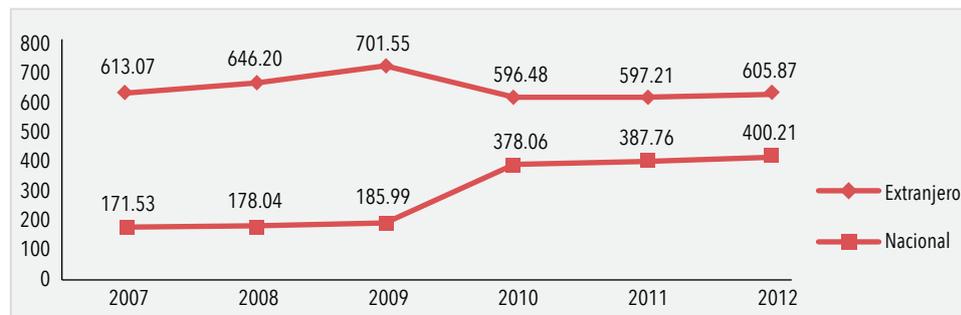
Figura 9.5. Derrama económica por Estado 2007-2012
(Millones de pesos a precios corrientes)



Fuente: Secretaría de Turismo,
Gobierno del Estado de Jalisco

En el período 2007-2012, el gasto promedio diario de los visitantes ha presentado tendencias diferentes para los visitantes nacionales y los visitantes extranjeros. En cuanto a los visitantes nacionales la tendencia ha sido positiva, ya que en el gasto diario del turismo nacional se incrementó de \$171 en 2007 a \$400 en 2012; mientras que el del turismo extranjero, que presentó un incremento entre los años 2007-2009, ha disminuido de \$701 en 2009 a \$605 en el 2012 (ver figura 9.6).

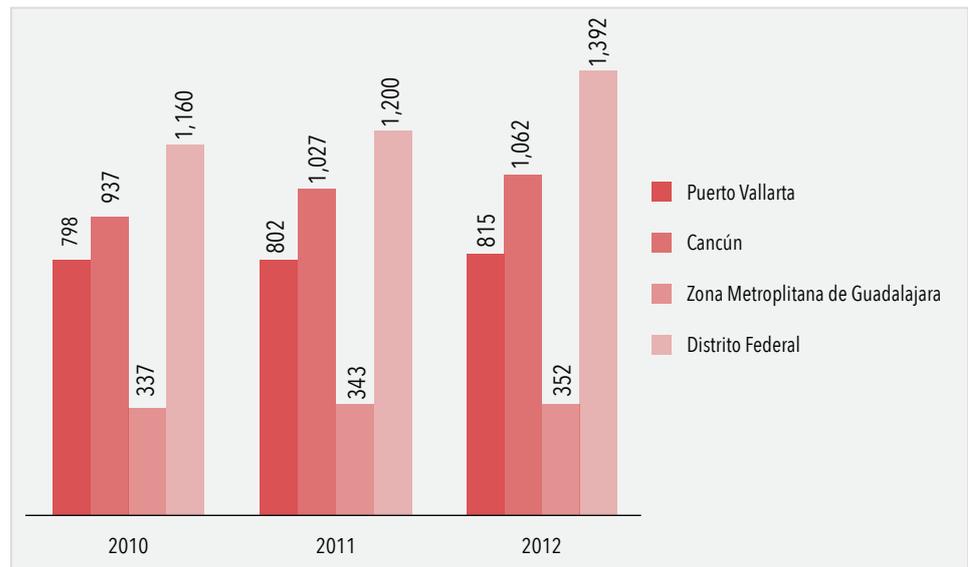
Figura 9.6. Gasto promedio diario de los visitantes a Jalisco 2007-2012
(Pesos a precios corrientes)



Fuente: Secretaría de Turismo del
Gobierno del Estado de Jalisco

El gasto promedio en los principales destinos de Jalisco también muestra diferencias notables con otros destinos nacionales. En Puerto Vallarta, el gasto promedio en los últimos tres años es de \$805, en tanto que Cancún, el destino líder nacional de playa, rebasa los \$1,000. Mientras tanto, en la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) se encuentra por debajo de la media estatal, con un gasto promedio diario de \$345, mientras el Distrito Federal tiene un promedio de \$1,250 en el período 2010-2012 (ver figura 9.7).

Figura 9.7. Gasto promedio diario de los visitantes en centros turísticos 2010-2012 (Pesos a precios corrientes)

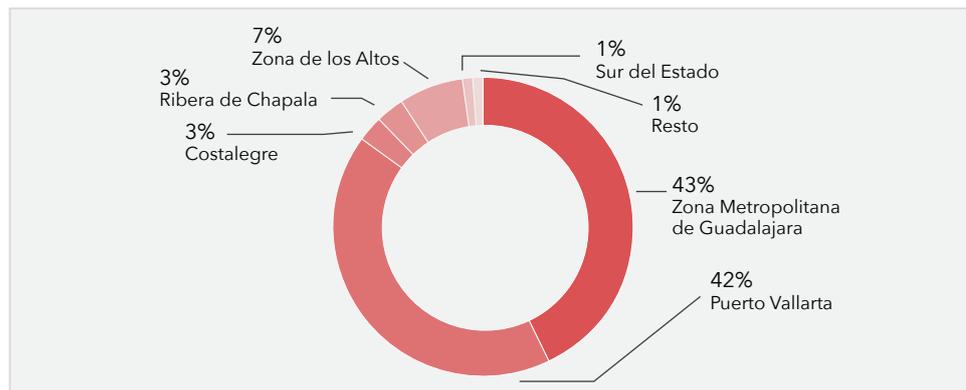


Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco, datos estadísticos de los estados

Enfoque regional del problema

Con respecto a la dinámica del turismo en los destinos turísticos del estado, la distribución de la derrama ha permanecido muy similar durante el período de análisis, concentrándose en la ZMG y Puerto Vallarta, que en conjunto contribuyen con el 85% del total estatal. Esto sin que la contribución del resto de destinos se incremente, como se observa en la siguiente figura:

Figura 9.8. Participación de derrama por zona 2006 - 2012



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Aun cuando la ZMG (conformada por los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque, Tonalá, Zapopan, El Salto y Tlajomulco de Zúñiga, Juanacatlán e Ixtlahuacán de los Membrillos) recibió en el 2012 más de 10.94 millones de visitantes y genera el 47.61% de la derrama económica del estado de Jalisco, el indicador del gasto promedio diario está por debajo de la media estatal, con un promedio de \$352.

Para el año 2012 en Puerto Vallarta, principal destino de playa en la costa de Jalisco, la distribución correspondió al 62.03 % de visitantes nacionales y 37.97 %

visitantes extranjeros. En la derrama económica se captaron 12 mil 634 millones de pesos, en comparación con la ZMG, cuyo gasto promedio del turista es de 814 pesos, superando el promedio estatal.

Costalegre, que se localiza en la Costa Sur de Jalisco, cuya oferta se concentra en el municipio de Cihuatlán, recibió en 2012 un total de 462 mil 388 visitantes, con una distribución del 86.54 % nacionales y 13.46 % extranjeros. En cuanto a la derrama económica se captaron 780 millones de pesos, por lo que el promedio de gasto del turista supera la media estatal, con 591 pesos por día.

En el año 2012, la zona de la Ribera de Chapala, encabezada por el municipio de Chapala, recibió 1 millón 3 mil 543 visitantes, experimentando un decremento de 4.97% respecto al año 2011. En cuanto a la derrama económica, se captaron 1,095 millones de pesos, lo que representa un decremento del 2.72 % en relación con el año anterior. El gasto promedio diario fue de 548 pesos.

Jalisco cuenta con cinco “pueblos mágicos”, que son destinos turísticos ancla de las principales regiones del estado. En Mazamitla la derrama económica en 2012 fue de sólo \$103.13 millones de pesos, pero su dinámica de crecimiento fue del 10.38 % con respecto al año anterior. Por su parte, Tapalpa, con una derrama económica de 64.48 millones de pesos, experimentó un incremento del 15.23 % en comparación al 2011; Tequila captó 29.25 millones de pesos, con incremento del 31.10 %; en tanto, San Sebastián del Oeste y Lagos de Moreno, localidades de reciente incorporación al programa, aun cuando sus niveles de derrama se han incrementado. El gasto promedio se encuentra debajo de la media estatal, con \$325 diarios (ver tabla 9.6).

Tabla 9.6. Jalisco. Gasto promedio diario de los visitantes, según zona 2007-2012 (Pesos a precios corrientes)

Zonas	Año			Porcentajes de Incremento
	2007	2009	2012	
Zona Metropolitana de Guadalajara	294.8	325.1	352.08	20
Puerto Vallarta	693.9	770.3	814.5	17
Costalegre	386.6	425.8	459.62	19
Ribera de Chapala	463.8	512	548.69	18
Altos	343.4	369.4	391.08	14
Sur del Estado	282.9	307.9	325.89	15
Resto	76.2	84.8	91.3	20
Promedio	398.3	435.3	459.78	15

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

El gasto promedio estatal de \$459 en 2012, en términos reales (a precios constantes descontando la inflación) representa una disminución del 3.5% respecto al de 2007, que fue de \$443.96, por lo que aunque la afluencia se ha incrementado, la contribución al PIB por servicios relacionados con el ramo turístico se ha mantenido prácticamente constante, lo que refleja la falta de oferta de actividades, productos o servicios de mayor interés que incentiven la estadía y un mayor consumo.

Causas del problema

Dos factores explican el bajo dinamismo del Producto Interno Bruto del sector turismo en Jalisco:

- a) el cambio en la composición de la afluencia de visitantes, con el crecimiento de visitantes nacionales, sobre todo de segmentos de menor gasto, y la disminución de turistas extranjeros, cuya participación pasó del 16.9% en 2007 al 14.9% en 2012; y
- b) el estancamiento de la estadía y el bajo gasto promedio diario per cápita, que en términos reales (en pesos de 2007) disminuyó de 398 pesos por día en 2007 a 368 pesos por día en 2012.

Las causas identificadas de esta problemática son:

- **Oferta en destino.** Falta de diversificación e innovación en la oferta turística, que motive mayor afluencia, estadía y gasto, en nuestros destinos; además de la falta de infraestructura y productos turísticos orientados a la atención de nuevos segmentos.
- **Conectividad con mercados emisores.** Pérdida de la oferta de vuelos directos desde mercados estratégicos y pérdida de competitividad tarifaria.
- **Marketing.** Escasa comercialización de los destinos de Jalisco por tour operadores en mercados meta y falta de empresas que comercialicen de manera integral nuestros destinos.
- **Promoción.** Bajo nivel de promoción en mercados tradicionales y potenciales, difusión basada en atractivos más que en productos y experiencias
- **Difusión.** Alta percepción de seguridad que genera desconfianza para viajar a los destinos de Jalisco, debido a mayor publicidad sobre la incidencia de delitos en el país, que las virtudes de la oferta recreativa y cultural.

Áreas de oportunidad

- Disponibilidad de crédito preferencial para la diversificación e innovación de la oferta turística.
- Disponibilidad de recursos federales para mejoramiento y fortalecimiento de la infraestructura y equipamiento en el estado.
- Existencia de infraestructura moderna y especializada para poder captar nuevos segmentos.
- Desarrollo de turismo médico, en ZMG y Puerto Vallarta, aprovechando la infraestructura hospitalaria de primer nivel y la planta de médicos especialistas con calidad reconocida.
- Promover la oferta de establecimientos para el retiro asistido en Chapala, Lagos de Moreno y Puerto Vallarta.
- Potencial para el turismo de playa de Costalegre.
- Fortalecimiento de productos turísticos para el segmento de naturaleza para las rutas turísticas Sierra del Tigre, Rulfiana y del Peregrino.

- Aprovechar la infraestructura deportiva de la ZMG, para atracción de actividades deportivas de carácter nacional y mundial.
- Promover el turismo premium, potencializando los hoteles boutique, las haciendas y casonas de Jalisco y establecimientos con distinciones como "Tesoros de México".
- Promover a Guadalajara, Tequila y Lagos de Moreno como destinos culturales por contar con nombramientos de "Patrimonio cultural de la humanidad".
- Fortalecer y aprovechar a la Ribera de Chapala como destino de jubilados, para atraer turismo de otros países diferentes a Estados Unidos (EUA) y Canadá.

Problema 2. Subutilización de la infraestructura hotelera

Enfoque nacional del problema

En el período 2007-2012, de coyuntura relacionada con la organización de los Juegos Panamericanos, se produjo un incremento de 9 331 habitaciones (17%) con el fin de satisfacer el aumento en la demanda asociada a dicha actividad. Debido a ello, una vez que concluyeron los Juegos Panamericanos, la demanda de habitaciones fue menor. Eso significa que el nivel de ocupación promedio anual disminuyó -6.31 puntos porcentuales en dicho periodo. Como consecuencia se produjo una notable subutilización de la infraestructura para hospedaje, con pérdida de rentabilidad de la inversión y disminución de los niveles de competitividad en ese ramo.

En el período de análisis, Jalisco ha presentado un crecimiento considerable en establecimientos de hospedaje, ya que en el año 2007 contaba con 1,346 hoteles, y cerró el año 2012 con 1,618, es decir, el incremento fue del 20 %. En tanto que la oferta de unidades rentables se dio de forma similar, con un 17 % más, ya que el 2007 los cuartos en el estado eran 53,969 y para el 2012 llegaron a ser 63,300. Este crecimiento de la oferta de hospedaje representa un activo importante y un factor de desarrollo para Jalisco, pero la inversión en ese ramo no fue acompañada de una oferta recreativa y cultural que impulsara el crecimiento de la afluencia y la derrama, ocasionando que el nivel de ocupación hotelera estuviera muy por debajo de los niveles que demanda este tipo de inversiones para mantener su competitividad y la opinión generalizada del gremio sobre su subutilización actual y la necesidad de propiciar una política que impulse el crecimiento de la demanda para tender el equilibrio con la oferta. La ocupación en el período 2007-2012 disminuyó 6.25 puntos porcentuales, pasando de 52.17 %, a 45.92 %.

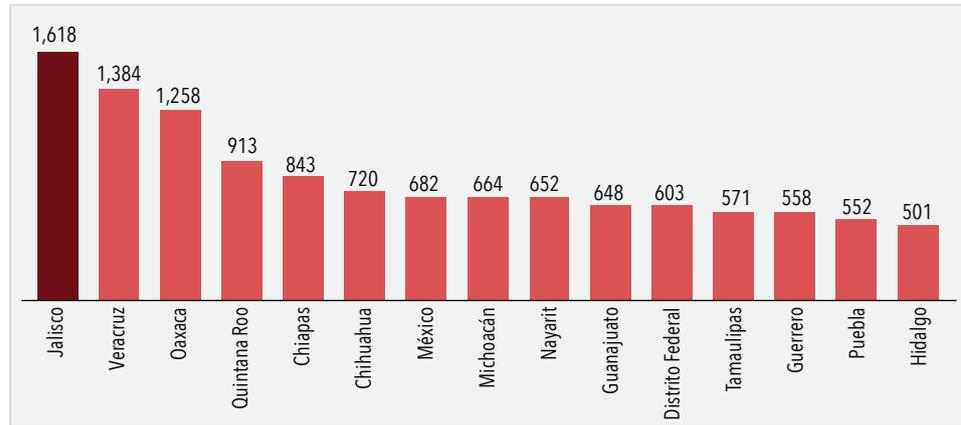
Tabla 9.7. Hoteles, unidades rentables y nivel de ocupación en Jalisco (2007-2012)

	Año			Variación
	2007	2009	2012	
Hoteles	1,346	1,490	1,618	20
Cuartos	53,969	58,827	63,300	17
Nivel de Ocupación	52.17	43.74	45.92	-6.25

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

A nivel nacional, en relación con el número de establecimientos de hospedaje, en 2012 Jalisco ocupó el primer lugar, con 1,618; 9.16 % del total en el país; seguido de los estados de Veracruz, Oaxaca y Quintana Roo. El estado con menor participación en este concepto es Aguascalientes, con tan sólo 129 establecimientos. México, al cierre del año 2012, contaba con 17 mil 662 establecimientos de hospedaje (ver figura 9.9).

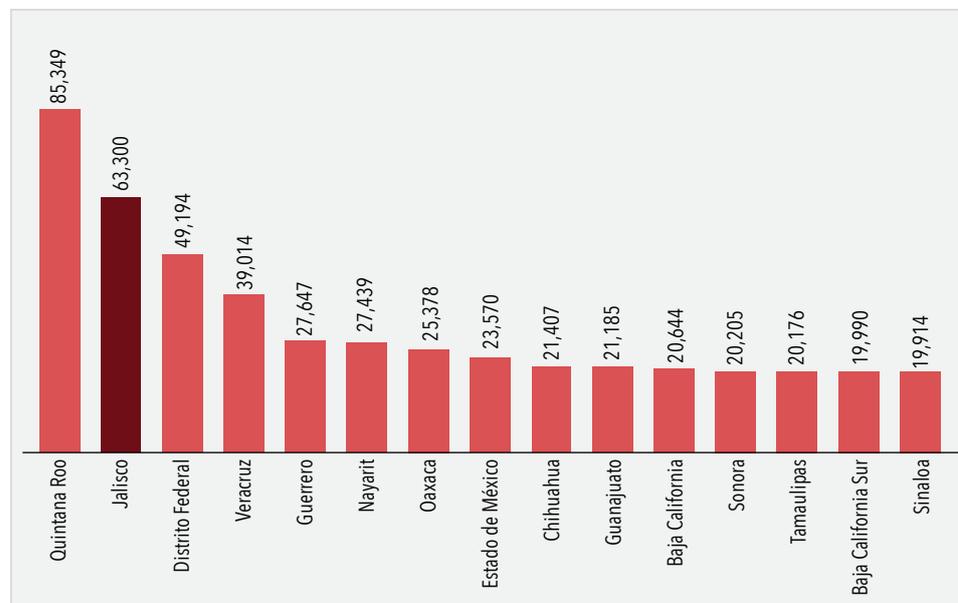
**Figura 9.9. Oferta de hospedaje en México, 2012
(Número de establecimientos por estado)**



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012, Datatur

En ese mismo año, la oferta de habitaciones en México alcanzó las 660,546 unidades rentables. Jalisco ocupó el segundo lugar, con 63,300 (9.58 % del total nacional), sólo por debajo de Quintana Roo, con 85 mil 349 unidades y arriba de entidades como el Distrito Federal y Veracruz (ver figura 9.10).

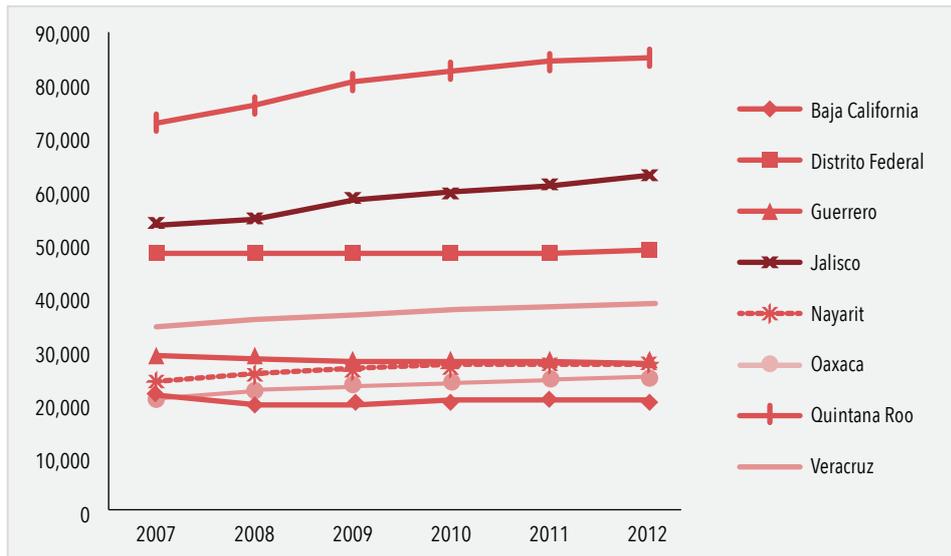
**Figura 9.10. Oferta de hospedaje en México, 2012
(Número de unidades rentables por estado)**



Fuente: Elaborado con datos del Compendio Estadístico 2012 de la Sectur

En el mismo período, otras entidades federativas, como Baja California, Distrito Federal, Guerrero, Nayarit y Oaxaca, presentaron un crecimiento sensiblemente menor al experimentado por Jalisco, manteniendo un equilibrio mayor entre la oferta y la demanda (ver figura 9.11).

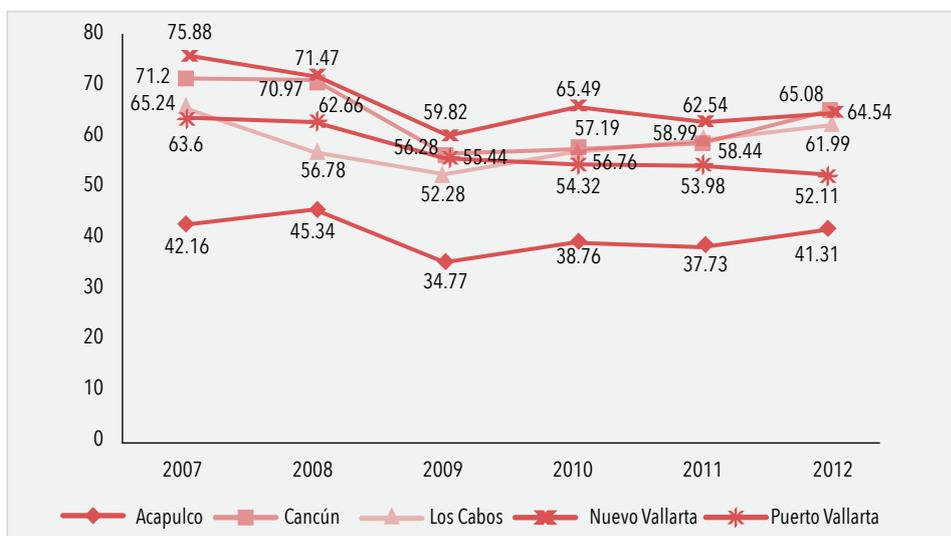
Figura 9.11. Unidades rentables por estado 2007-2012 (miles)



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012, Datatur

De esta forma, el nivel de ocupación de los servicios de hospedaje en Jalisco contrasta de igual forma con los niveles alcanzados por los centros turísticos más importantes del país, observándose que en los principales destinos de playa del país han tenido disminución en sus niveles de ocupación del año 2007 al 2012 éste no ha sido inferior al 60%. En el caso de Puerto Vallarta la ocupación disminuyó del 63% en 2007 al 52% en el 2012 (ver figura 9.12).

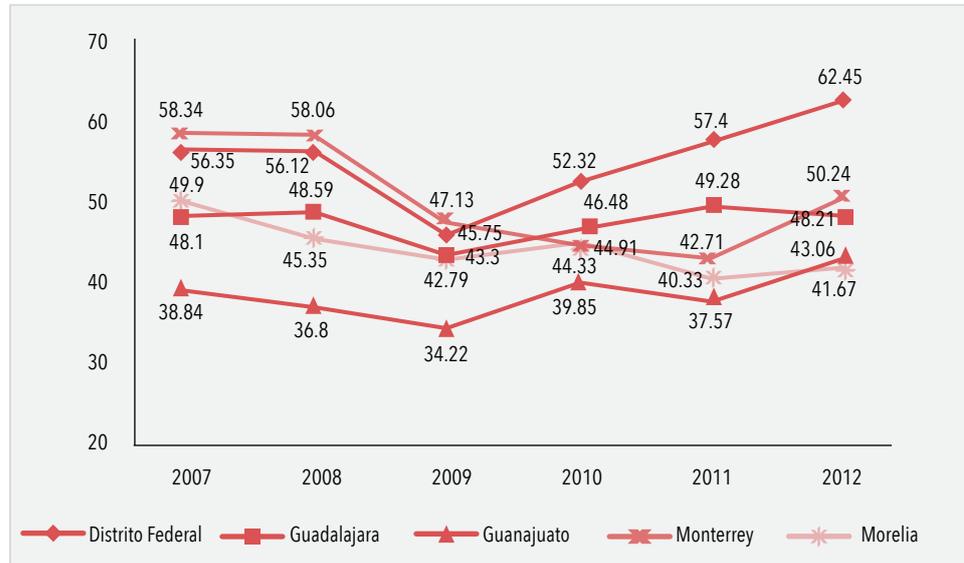
Figura 9.12. Porcentaje del nivel de ocupación por centro turístico de playa 2007-2012



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012, Datatur

En cuanto a la ocupación hotelera en destinos de ciudad, como el Distrito Federal, Monterrey, Guanajuato y Morelia, la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG) se ubicó en el lugar número 26 a nivel nacional con el 48.21%, teniendo un comportamiento sostenido de 2007 a 2012, pero aun debajo de ciudades como el Distrito Federal que ha tenido un repunte a partir del año 2009 llegando a un nivel promedio de ocupación del 62% y Monterrey que ha presentado una baja en este rubro pero alcanzando en 2012 un nivel del 50.24% (ver figura 9.13).

Figura 9.13. Porcentaje del nivel de ocupación por centro turístico de ciudad 2007-2012



Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012, Datatur

Enfoque por regiones del problema

En los destinos del interior del Estado, el incremento en la oferta de hospedaje se ubica mayormente en la Zona Metropolitana de Guadalajara, Puerto Vallarta, San Juan de los Lagos, Tapalpa, Mazamitla y Ciudad Guzmán, municipios subsedes de eventos de los Juegos Panamericanos del 2011.

Tabla 9.8. Unidades Rentables y nivel de ocupación hotelera por zonas 2007-2012

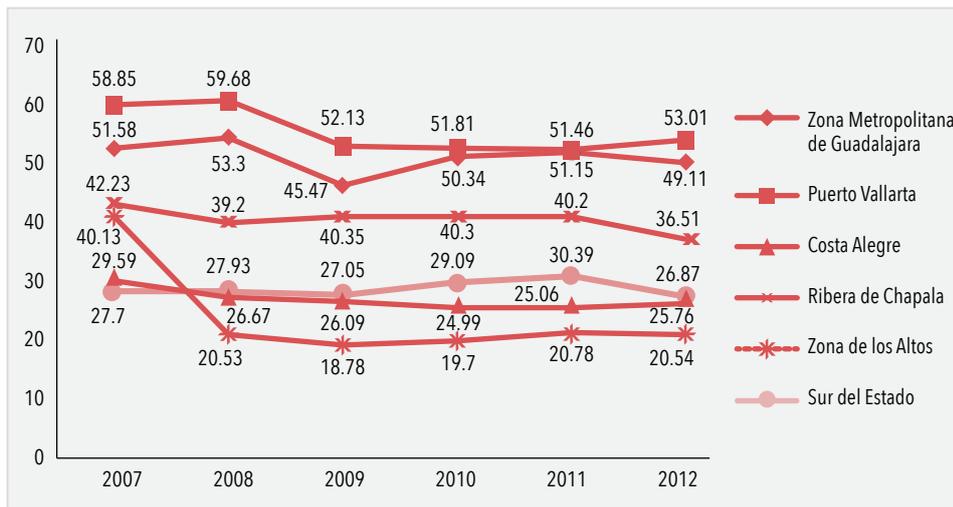
Zonas	2007		2012		Variación	
	Unidades Rentables	Nivel de Ocupación	Unidades Rentables	Nivel de Ocupación	Unidades Rentables	Nivel de Ocupación
Zona Metropolitana de Guadalajara	19685	51.58	22560	49.11	2875	-2.47
Puerto Vallarta	18240	58.85	21701	53.01	3461	-6.84
Costalegre	3331	29.59	3363	25.76	32	-3.83
Ribera de Chapala	2033	42.23	2291	36.51	258	-5.72
Altos	5802	40.13	6513	20.54	711	-19.59
Sur del Estado	2034	27.7	2708	26.87	674	1.17
Resto	2844		4164		1320	
Promedio estatal	53969	52.17	63300	45.86	9331	-6.31

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

De la misma forma, en estas zonas el promedio de ocupación ha tenido variaciones negativas. La Zona Metropolitana de Guadalajara y Puerto Vallarta, presentaron un decremento de 2.47 y 6 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que la región con mayor pérdida en el nivel de ocupación fue la de los Altos, disminuyendo 19.59 puntos en su nivel de ocupación.

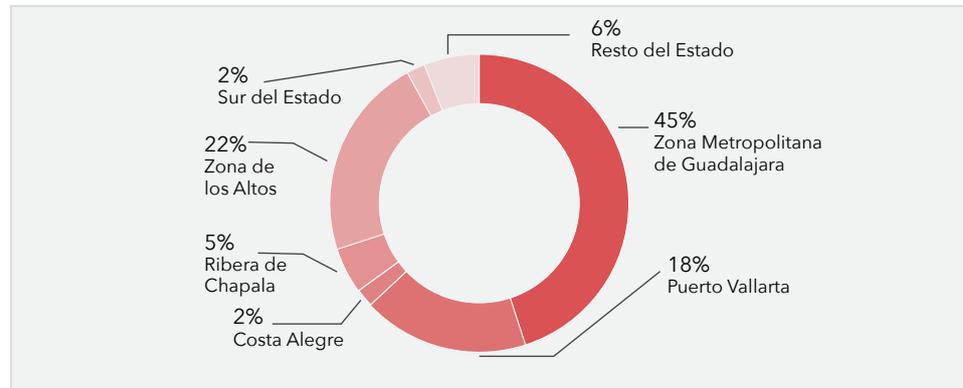
De manera general el promedio de ocupación en las zonas del estado es de un 30%, y los destinos de ZMG, Puerto Vallarta y la Ribera de Chapala son los que presentan mejores niveles de ocupación (ver figura 9.14).

Figura 9.14. Porcentaje de ocupación por zonas 2007-2012



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Figura 9.15. Participación de afluencia por zona 2006 - 2012



Fuente: Elaborado con datos del tablero de indicadores del Gobierno de Jalisco

Causas del problema

Dos factores inciden en la subutilización de la infraestructura hotelera:

- La oferta de unidades rentables creció en los últimos años, pasó de 53 mil a 93 mil, aumento que no estuvo acorde con relación a la llegada de visitantes al estado, lo que provocó bajos niveles de ocupación;
- La inversión en ese rubro no fue acompañada de una oferta complementaria que motivara una mayor estada y se reflejara en el aumento de la derrama. De tal forma, que no existieron políticas que impulsaran la captación de demanda que tendiera al equilibrio con la oferta.

Las causas identificadas de esa problemática son:

- **La oferta en destino.** Incremento de la oferta de hospedaje superior a la demanda. Falta de inversión en productos turísticos complementarios.
- **Conectividad con mercados emisores.** Pérdida de la oferta de vuelos directos desde mercados estratégicos y pérdida de competitividad tarifaria.
- **Marketing.** Falta de empresas que comercialicen de manera integral nuestros destinos.
- **Promoción.** Bajo nivel de promoción en mercados tradicionales y potenciales.
- **Difusión.** Falta de difusión de los destinos de Jalisco y sus productos comercializables.

Áreas de oportunidad

- Potencial para la atracción de actividades deportivas de nivel internacional en temporadas de baja ocupación.
- Existencia de infraestructura moderna para el desarrollo de grandes actividades culturales.
- Posibilidad de asociación con operadores mayoristas para la promoción y diversificar los mercados emisores.
- Complementar la oferta hotelera en los grandes destinos, con visitas a municipios cercanos.

- Gestión de incentivos en inversiones de empresas sustentables e incluyentes.
- Vinculación entre los sectores público, privado y social para promover el asociacionismo.
- Desarrollo de turismo médico, en Puerto Vallarta, aprovechando la infraestructura hospitalaria de primer nivel y la planta de médicos especialistas con calidad reconocida.
- Contar con nombramientos de “Patrimonio cultural de la humanidad” en Guadalajara, Tequila y Lagos de Moreno.
- Posicionamiento de la Ribera de Chapala como destino de jubilados, para atraer turismo diferente a los mercados de EUA y Canadá.

Problema 3. Reducción y concentración de la afluencia turística

Enfoque nacional del problema

La crisis financiera mundial de 2008 disminuyó la afluencia de turistas extranjeros que visitaron el país en 2009. Si bien esa crisis afectó a la derrama en todos los centros turísticos del país, la recuperación en el período 2010-2012 ha sido más acelerada en el Distrito Federal y Quintana Roo, con un 8% y un 14%; en tanto que en Estado de Jalisco el crecimiento de la derrama fue sólo del 2.3%. A continuación se analiza la evolución de la afluencia del turismo internacional y nacional en el período 2007-2012.

Afluencia internacional

La afluencia de turistas extranjeros a Jalisco disminuyó en 2009 (-13.7%), se incrementó en 2010 (4.9%) y 2011 (3.3%), pero de nuevo disminuyó en 2012 (-2.6%), debido principalmente a la percepción de inseguridad, a la pérdida de conectividad aérea con los principales mercados emisores y a la reducción en arribo de cruceros a Puerto Vallarta.

La crisis sanitaria, económica y de inseguridad ocurrida en 2009 redujo en un porcentaje elevado la afluencia turística nacional e internacional en la entidad. Si bien la afluencia de turismo nacional se ha recuperado en los años subsecuentes, hasta 2012 no se logró revertir la tendencia a la baja del turismo extranjero. Ello a pesar de que la economía de nuestros principales mercados emisores: Estados Unidos de América del Norte (EUA) y Canadá mejoró en los últimos años.

De acuerdo con información del Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México (Datatur), 65% de los turistas extranjeros que arribaron al país se alojaron en destinos de playa en 2012, de los cuales el 77% prefirieron tres destinos como la Riviera Maya (38%), Cancún (29%) y Los Cabos (10%); Puerto Vallarta se ubica en el quinto lugar, con un menor porcentaje de preferencia.

En el periodo de 2007 a 2012 el origen de visitantes extranjeros que arriban al estado es de dos grandes mercados emisores: EUA y Canadá, con menores cifras para el extranjero que proviene de Europa, sudamérica y Asia.

Tabla 9.9. Origen de visitantes internacionales al Estado 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Estados Unidos	67.43	68.29	71.66	75.19	72.74	70.33
Canadá	11.35	8.27	8.63	11.63	10.5	12.22
Centro America y el Caribe	3.36	3.80	3.38	1.66	2.24	2.69
Sudamerica	5.69	6.00	5.92	3.51	6.01	5.21
Europa	8.43	10.14	7.94	6.14	6.4	6.7
Asia	2.95	2.83	1.61	1.18	1.42	2.11
Africa	0.07	0.08	0.12	0.11	0.09	0.18
Oceania	0.72	0.60	0.74	0.58	0.59	0.55
Total	100	100	100	100	100	100

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

En cuanto al origen de los visitantes internacionales, en otros centros turísticos del país, en destinos de playa, se observa que la procedencia de extranjeros se ha diversificado de manera más significativa; como ocurrió en el caso de Cancún que recibe principalmente turismo de Estados Unidos y Canadá; pero a diferencia de destinos como los Cabos, donde hay un mayor porcentaje de llegadas de países como Australia, Rusia, Reino Unido, España, Alemania y Argentina, Puerto Vallarta continúa dependiendo en mayor medida de los mercados de Estados Unidos y Canadá.

De la misma forma en destinos de ciudad, mientras en la Zona Metropolitana de Guadalajara destaca solamente el mercado de Estados Unidos, en el Distrito Federal la afluencia extranjera es más diversificada.

Tabla 9.10. Comparativo origen de visitantes por centro turístico de playa 2012-2013
(Miles de visitantes)

	Cancún		Los cabos		Puerto vallarta	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Estados Unidos	2,104.60	2,332.90	763.5	912	481.1	490
Canadá	778.1	788.1	131	133.6	238.8	240.7
Reino Unido	279	325.12	6.3	6.8	4.4	4
España	141.1	129.2				
Argentina	96.5	1047				
Brasil	82.1	89	1.5	1.3		
Colombia	38.1	88.5				
Francia	88.7	84.5	0.2	1.6	0.9	0.7
Rusia	86.5	82			0.6	0.6
Italia			2	2.4	0.6	0.5
Alemania			1.8	2.1	1.4	1.4
Japón			0.2	1.9		
Australia			6.6	7.3	2	2.2
India			1.8	2.1	1.1	1
Nueva Zelanda					0.5	0.6

Fuente: Sistema integral de operación migratoria (Siom)

Tabla 9.11. Comparativo origen de visitantes por centro turístico de ciudad 2012-2013
(Miles de visitantes)

	México Distrito Federal		Guadalajara	
	2012	2013	2012	2013
Estados Unidos	754.7	832.2	357.3	473
Canada	73.4	79.2	7.6	1.1
Reino Unido			1.5	1.6
España	110.9	130.2	1.3	1.4
Argentina	132	109.5		
Brasil	136.7	130.2		
Colombia	98	137.1	1.6	2.1
Francia	67.9	92.5	1.4	1.4
Venezuela	71.6	92.5	1.9	1.7
Perú	67.9	92.5		
Alemania	68.2	69	2	2.3
Japón			1.6	1.6
Panamá			1.9	1.3

Fuente: Sistema integral de operación migratoria (Siom)

Enfoque por regiones del problema

En el período 2017-2012, la afluencia de turismo extranjero que recibe Jalisco se concentró principalmente en la ZMG y Puerto Vallarta, destinos que entre 2007 y 2012 recibieron el 36% del total de visitantes internacionales al Estado.

Los destinos de playa de la Costalegre recibieron solamente al 1% de la afluencia total extranjera al Estado y en 2012 registró un aumento de visitantes provenientes de EUA, Europa y Sudamérica, mientras que el mercado que disminuyó en el transcurso de esos años fue el canadiense.

La afluencia internacional en la Ribera de Chapala representa el 4% del total del Estado, siendo el emisor más importante el mercado estadounidense, aunque con cifras menores a las de los países europeos y canadienses.

En tanto que a los municipios San Juan de los Lagos y Lagos de Moreno, de las regiones Altos Sur y Altos Norte respectivamente, arribó el 2% de la afluencia internacional total del Estado. Sobre el origen de esta afluencia, la mayoría proviene de los Estados Unidos y en menor proporción de los países europeos. La afluencia de estos destinos aumentó de 2008 a 2012, en tanto que la afluencia de Canadá se redujo.

El resto de municipios de Jalisco recibieron en promedio menos del 1% de la afluencia total de turismo extranjero al Estado. Respecto a su origen, a Mazamitla arribaron visitantes provenientes de EUA, flujo que ha tenido un incremento. Lo mismo sucedió con el número de visitantes europeos a dicho municipio; mientras que el número de visitantes canadienses disminuyó. Tapalpa mantiene el mismo porcentaje de visitantes provenientes de EUA, acompañado del mercado Europeo

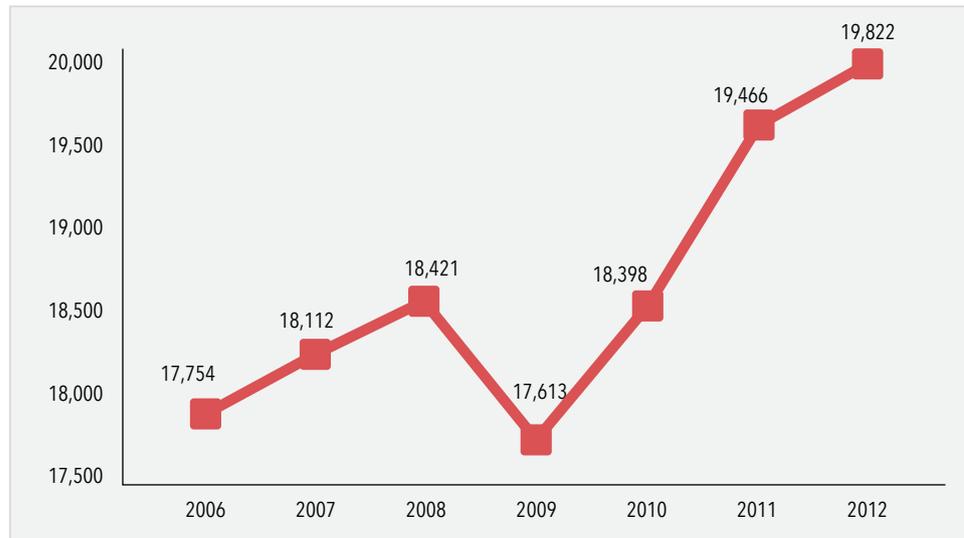
y el sudamericano, que se han incrementado en el periodo antes mencionado. Tequila presentó un aumento de afluencia del mercado de EUA, dejando atrás al europeo y canadiense que reflejan un limitado crecimiento. En san Sebastián del Oeste el turismo que provino de EUA disminuyó desde 2008, en tanto el sudamericano se incrementó. En tanto que Lagos de Moreno registró en 2012 una menor afluencia proveniente de EUA que la registrada en 2008. En este periodo en cambio se observa un incremento de los visitantes europeos en dicho municipio.

Enfoque nacional del problema

b) Concentración de la afluencia turística

Al contrario que la afluencia Internacional, en los últimos años la afluencia de visitantes nacionales ha mantenido una tendencia positiva, ya que de 17 millones 770 mil visitantes registraos en el año 2006, en 2012 la cifra aumentó a 19 millones 800 mil. para un incremento del 1.8% anual (ver figura 9.16).

Figura 9.16. Afluencia turística nacional 2006-2012



Fuente: Elaborado con datos del tablero de indicadores del Gobierno de Jalisco

En cuanto al posicionamiento de Jalisco a nivel nacional, éste se puede evaluar solamente mediante cifras referentes al turismo hospedado, indicador en el cual Jalisco destaca entre los principales destinos del país, ya que en el período 2007-2012 pasó del cuarto al tercer lugar a nivel nacional, superando a Guerrero en las preferencias del turista nacional; sin embargo, continua por debajo de los destinos del Distrito Federal y Quintana Roo (ver tabla 9.12).

Tabla 9.12. Afluencia turística en los estados 2007-2012 (Turismo hospedado millones de personas)

	2007	2009	2012
Distrito Federal	10,307,002	9,179,626	11,859,457
Quintana Roo	7,546,720	8,080,899	9,416,635

	2007	2009	2012
Guerrero	6,739,777	6,440,459	5,709,307
Jalisco	5,539,643	5,471,721	6,603,530
Baja California	3,841,116	2,346,270	3,102,041
México	2,924,939	3,077,089	2,606,734
Guanajuato	2,795,570	2,501,582	3,328,089
Nuevo León	2,189,570	1,903,941	1,744,074
Nayarit	1,117,452	1,749,617	1,564,374

Fuente: Compendio estadístico del turismo en México 2012 Datatur

Los mercados emisores para Jalisco se encuentran marcados por su cercanía geográfica o conectividad aérea con los principales destinos del Estado, observándose la importancia del turismo local, es decir, de los visitantes del Estado que viajan a otros destinos, los que representaron 26.45% del total en el año 2012, habiendo incrementado su importancia en 2.42 puntos porcentuales en el período 2007-2012. Le siguen en importancia los visitantes del Distrito Federal (18.71%) y el Estado de México (11.31), y en menor medida los de Guanajuato (3.51%), Michoacán (3.35%) y Nuevo León (3.28%). En el período que se analiza, se destaca la pérdida de participación del Distrito Federal y Nuevo León. En el caso contrario se encuentran Aguascalientes y Colima que han incrementado ligeramente su participación (ver tabla 9.13).

Tabla 9.13. Origen de visitantes nacionales al Estado 2007-2012

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Aguascalientes	1.88	2.16	2.00	1.97	2.34	2.46
Baja California Norte	1.42	1.17	1.06	1.01	1.21	1.17
Baja California Sur	1	1.00	0.80	0.8	0.82	0.9
Distrito Federal	23.94	19.50	19.30	20.54	19.09	18.71
Estado de México	10.99	11.63	11.12	10.96	3.33	3.51
Guanajuato	3.35	3.46	3.47	3.28	0.72	0.76
Jalisco	24.03	25.63	25.88	28.01	10.62	11.31
Michoacán	3.11	3.68	4.12	3.71	4.01	3.35
Nuevo León	4.04	3.42	3.17	2.89	3.22	3.28
Sinaloa	3.2	3.09	3.13	2.96	3.11	3.15

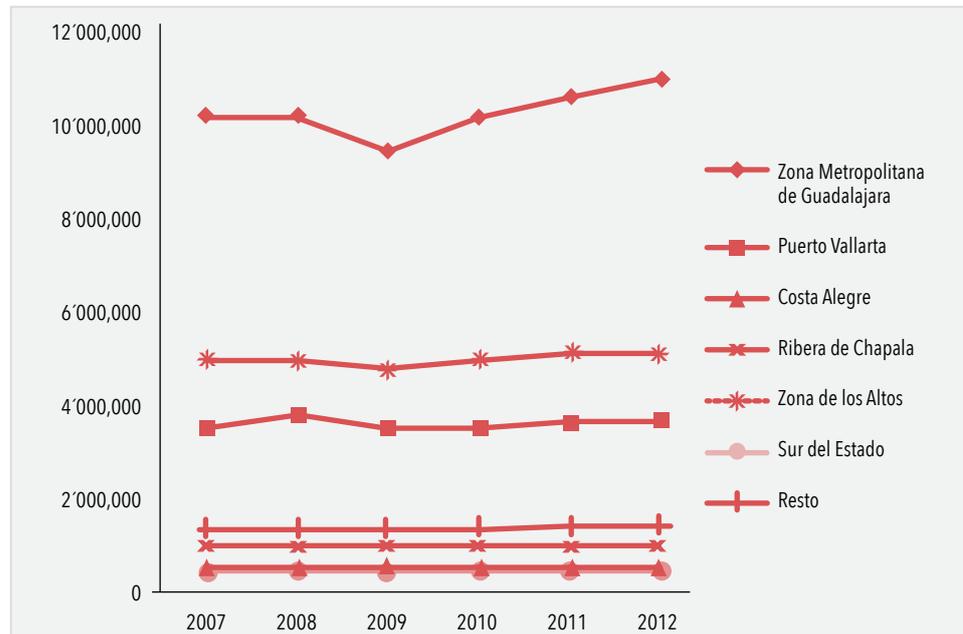
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Enfoque por regiones del problema

De acuerdo con las estadísticas disponibles, la ZMG es la más visitada por el turismo nacional, concentrando el 48% del total de visitantes, principalmente del segmento de negocios. Le sigue la región de Los Altos, con 25%, fundamentalmente por motivos religiosos; Puerto Vallarta, con 12%, cuyo principal mercado es el segmento de sol y playa. La Ribera de Chapala registra el 4%, en tanto que la Costalegre y los destinos de la región Sur del Estado: Ciudad Guzmán, Tapalpa y Mazamitla, reciben cada una solamente el 2%.

Estos porcentajes han permanecido constantes durante todo el período en estudio. Como se puede observar en el siguiente gráfico, solamente la ZMG ha presentado un crecimiento significativo en la afluencia anual de turismo nacional.

Figura 9.17. Jalisco. Afluencia turística por zonas 2007-2012
(Miles de turistas nacionales)



Fuente: Secretaría de Turismo del
Gobierno del Estado de Jalisco

Para 2012 la afluencia nacional a la zona metropolitana contó con un alto porcentaje de visitantes provenientes del distrito federal, Jalisco, Estado de México. En tanto Puerto Vallarta también capta visitantes del Distrito federal, Jalisco, Aguascalientes y Nayarit. Para Costalegre su principal afluencia proviene de Jalisco, Aguascalientes, Guanajuato, Colima, Distrito Federal. En la Ribera de Chapala el principal emisor de turismo es Jalisco; a éste le sigue el flujo de visitantes del Distrito Federal, Michoacán, Guanajuato y Quintana Roo. En Jalisco los visitantes a San Juan de Los Lagos y Lagos de Moreno provienen del Estado de México, Jalisco, Hidalgo y Nuevo León.

En cuanto a los Pueblos Mágicos, Lagos de Moreno recibe visitantes de Guanajuato, Distrito Federal, Estado de México y Aguascalientes, mientras que en Mazamitla los visitantes provienen de Sinaloa, Aguascalientes y Colima; en tanto Tapalpa cuenta con afluencia del Estado de Colima, del Estado de México y el Distrito Federal. Para Tequila el Distrito Federal, Estado de México, Guanajuato son los principales emisores; éstos destacan por sus frecuentes visitas. San Sebastián del Oeste recibe visitantes principalmente de los estados de Nayarit, Guanajuato y San Luis Potosí.

Causas del problema

Los factores que inciden en la reducción y concentración de la afluencia, son:

- La falta de diversificación de mercados emisores para el Estado, ya que existe una dependencia del turismo local y en relación al turismo extranjero de Estados Unidos y Canadá,

- b) La afluencia de visitantes se concentra en temporadas vacacionales y fines de semana, contando con meses en los cuales no hay flujo de visitantes,
- c) la conectividad aérea con mercados internacionales es insuficiente y la falta de seguridad y señalización carretera no permite una movilidad adecuada que motive mayor estadía y el desplazamiento a otros destinos en el estado.

Las causas identificadas de esta problemática son:

- **La oferta en destino.** Falta de diversificación e innovación en la oferta turística, que motive mayor afluencia, estadía y gasto en los destinos jaliscienses; escasa oferta de productos turísticos competitivos; ausencia de una política de fomento a la inversión privada en productos turísticos que diversifiquen la oferta recreativa y cultural; instrumentos de planeación de la actividad turística desaprovechados.
- **Conectividad con mercados emisores.** Pérdida de la oferta de vuelos directos desde mercados estratégicos y pérdida de competitividad tarifaria; saturación y falta de mantenimiento de servicios carreteros y de protección al viajero en la red carretera.
- **Marketing.** Escasa comercialización de los destinos de Jalisco por tour operadores en mercados meta; falta de empresas que comercialicen de manera integral nuestros destinos.
- **Promoción.** Bajo nivel de promoción en mercados tradicionales y potenciales; difusión basada en atractivos más que en productos y experiencias; concentración en productos de sol y playa; escasa promoción de la potencialidad de los destinos del estado.
- **Difusión.** Alta percepción de inseguridad que genera desconfianza para viajar a los destinos de Jalisco, debido a mayor publicidad sobre la incidencia de delitos en el país, que a las virtudes de la oferta recreativa y cultural.

Áreas de oportunidad:

- Potencial para atracción de nuevos segmentos.
- Gestión para ampliar la oferta de vuelos al estado con competitividad tarifaria.
- Coordinación para la comercialización de los destinos turísticos de Jalisco con tour operadores.
- Potencial para la captación de turistas de nuevos mercados emisores.
- Inicio de operación de líneas regionales que mejoren la conectividad con Jalisco.
- Desarrollo de turismo médico en la ZMG y Puerto Vallarta, aprovechando la infraestructura hospitalaria de primer nivel y la planta de médicos especialistas con calidad reconocida.
- Promover la oferta de establecimientos para el retiro asistido en Chapala, Lagos de Moreno y Puerto Vallarta.
- Potencial para el turismo de playa y naturaleza de Costalegre.

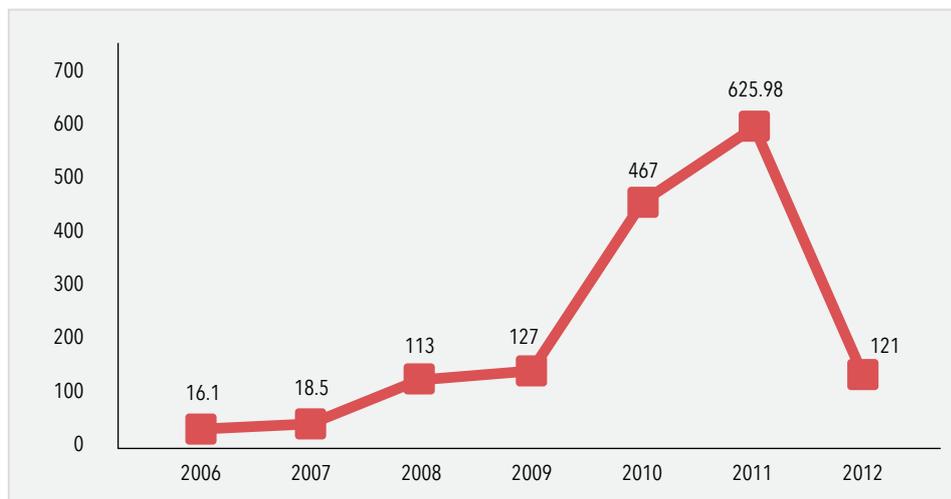
- Fortalecimiento de productos turísticos para el segmento de naturaleza para las rutas turísticas Sierra del Tigre, Rulfiana y del Peregrino.
- Aprovechar la infraestructura deportiva existente en la ZMG, para atracción de actividades deportivas de carácter nacional y mundial.
- Oferta de turismo premium, con hoteles boutique, haciendas y casonas de Jalisco, o establecimientos con distinciones como “Tesoros de México”.
- Contar con nombramientos de “Patrimonio cultural de la humanidad” en Guadalajara, Tequila y Lagos de Moreno como destinos culturales.
- Posicionamiento de la Ribera de Chapala como destino de jubilados, para atraer turismo de otros países diferentes a EE. UU. y Canadá.
- Impulso del turismo cultural, por medio de la promoción de representaciones culturales como un atractivo turístico en los pueblos mágicos, las obras arquitectónicas en la Ruta del Peregrino o la riqueza de las obras de Juan Rulfo en la Ruta rulfiana.
- Potencial para el Turismo rural en rutas turísticas rulfiana, cristera y la zona de Sierra del Halo.
- Posicionamiento del turismo religioso en las rutas del Peregrino y Cristera.
- Posicionamiento de la Ruta del tequila con productos complementarios en los segmentos de naturaleza y rural.
- Apertura para fomentar el asociacionismo y el fortalecimiento de la cadena de valor, entre los prestadores de servicios turísticos, mediante el desarrollo de productos turísticos en las regiones del estado.

Problema 4. Concentración de la inversión privada en servicios de hospedaje

Enfoque nacional del problema

En cuanto a la inversión turística privada, que resulta del monto total de inversiones en proyectos de hospedaje temporal, servicios recreativos, transportación foránea y otros servicios turísticos, en el período 2009-2011 se invirtió un importante monto en el sector turístico. No obstante, el mismo estuvo impulsado, en gran medida, por la expectativa de un aumento del afluente turístico asociado con la celebración de los Juegos Panamericanos en la ZMG y en cinco subsedes regionales (ver figura 9.18).

**Figura 9.18 Inversión privada en el sector turismo 2006-2012
(millones de pesos)**



Fuente: Elaborado con datos del tablero de indicadores del Gobierno de Jalisco

Para Jalisco, en el periodo del año 2007 a 2012 se incrementó a más de 9,000 unidades rentables, pero a la vez existió una consecuente baja en la ocupación, de modo que hubo una pérdida de siete puntos, pasando del 52% al 45% en el mismo periodo, motivado esto por la desigualdad entre el crecimiento acelerado de la inversión hotelera y el flujo sostenido de turistas que arriban al estado.

En este contexto, a nivel nacional el Estado de Jalisco se encuentra entre los estados con mayor inversión en el sector turismo, aun cuando en los últimos años se han desarrollado proyectos enfocados al mejoramiento del equipamiento y la imagen urbana. Por otra parte, la inversión se concentró en los grandes destinos del Estado que son (de sol y playa) Puerto Vallarta y (de Negocios) Guadalajara, debido a esto se ha dado un crecimiento en la construcción de establecimientos de hospedaje y restaurantes, dejando de lado el diseño de servicios integrales que generen una cadena de valor para el sector turístico con el fin de incentivar el flujo de turistas, su estadía y su consecuente derrama.

A nivel nacional, en el período de estudio, Jalisco fue el tercer destino de la inversión privada del sector, únicamente por debajo de Quintana Roo y Nayarit y ligeramente por arriba de Guerrero.

Tabla 9.14. México. Inversión privada registrada en el sector por estado 2007-2012 (millones de dólares)

Estado	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total
Quintana Roo	1024.9	1575.4	550.63	339.91	466.39	325.41	4282.64
Nayarit	371.8	778.49	1008.41	352.67	244.9	70.62	2826.89
Jalisco	18.5	113.2	127.08	467.17	824.4	121	1671.35
Distrito Federal	27.1	16.5	3.61	452.8	415	380	1295.01
Baja California	406.7	381	230.12	255.05	141.87	162.38	1577.12
Guerrero	126.8	347.45	37.17	211.21	205.72	279.25	1207.6
Sinaloa	280	368.4	527.47	301.99	80.9	97.88	1656.64
Estado de México	13.2	38.6	42.89	25.31	18.55	26.24	164.79
Total Nacional Ejercicio 2011		\$3,720.60					
Total Nacional Ejercicio 2012		\$2,219.50					

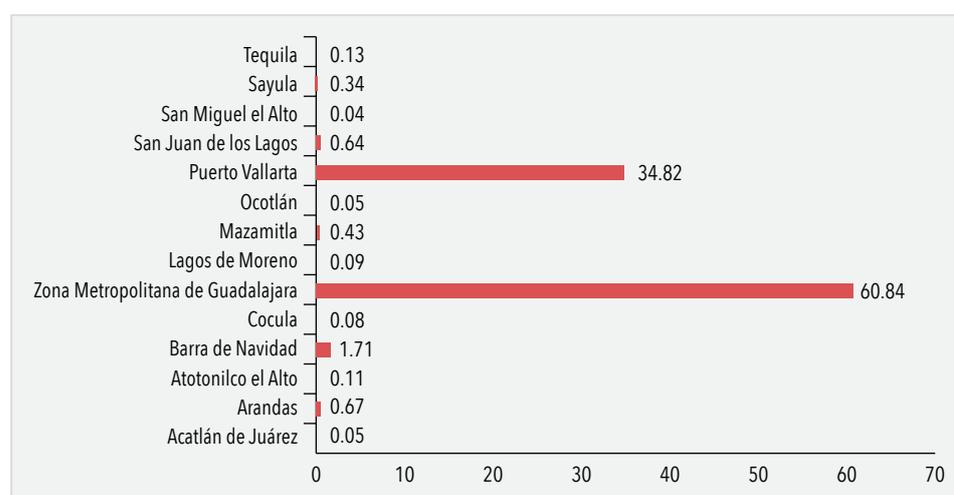
Fuente: Padrón nacional de proyectos de inversión, Sectur.

Enfoque por regiones del problema

El 66% de la inversión privada en el estado se concentró en proyectos de hotelería en los destinos de Guadalajara, Puerto Vallarta, San Juan de los Lagos, Tapalpa y Mazamitla; además, 75% de dicha inversión se concentró en la ZMG y Puerto Vallarta, con el consecuente impacto en la baja de los niveles de ocupación en los años posteriores a los Juegos Panamericanos.

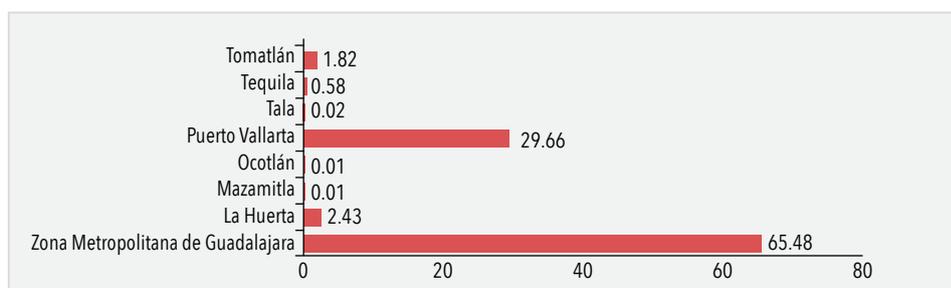
Para el año 2010, Puerto Vallarta y la ZMG fueron los destinos en los cuales se concentró la mayor cantidad de inversión; en cambio en municipios como San Juan de Los Lagos, Barra de Navidad, Tequila Sayula, entre otros, el porcentaje de inversión privada fue más bajo. Esta tendencia se ve reflejada en los años 2011 y 2012, en los cuales la concentración de la inversión fue más acentuada y la participación de la inversión privada para los municipios va en descenso.

Figura 9.19. Jalisco. Porcentaje de inversión por localidad 2010 (% en millones de dólares)



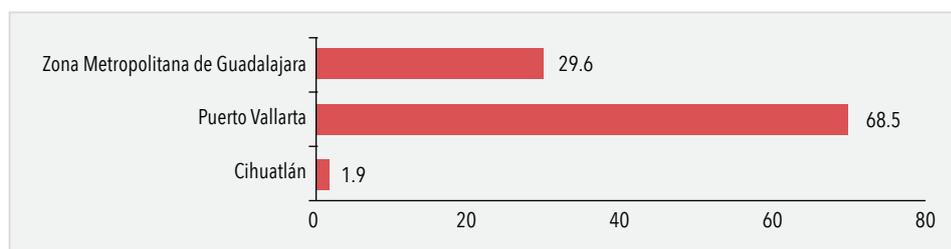
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Figura 9.20. Jalisco. Porcentaje de inversión por localidad 2011
(% en millones de dólares)



Fuente: Padrón nacional de proyectos de inversión, Sectur

Figura 9.21. Jalisco. Distribución de inversión por localidad 2012
(Porcentaje en millones de dólares)



Fuente: Padrón nacional de proyectos de inversión, Sectur

En cuanto al porcentaje de participación de proyectos de inversión de la iniciativa privada en el estado, se observa que en los años en donde se registra información (2007, 2008 y 2010), la mayor parte de esos proyectos está dirigida a la construcción de establecimientos de hospedaje, concentrando de esta forma la inversión en ese rubro y, por otro lado, en menor proporción la inversión para proyectos turísticos complementarios, desarrollos turísticos o equipo y equipamiento de transporte.

Tabla 9.15. Participación porcentual por número de proyectos en Jalisco 2007-2010

	2007	2008	2010
Proyectos turísticos	0%	8%	
Proyectos turísticos complementarios	14%	25%	8%
Hoteles	53%	59%	71%
Desarrollos turísticos inmobiliarios	14%	0%	3%
Equipo y equipamiento de transporte turístico	4%	8%	
Esparcimiento			11%
Alimentos y bebidas			7%

Fuente: Padrón nacional de proyectos de inversión, Sectur

Causas del problema

Dos factores explican la concentración de la inversión privada en servicios de hospedaje en Jalisco:

- a) La distribución de la inversión se da en dos grandes destinos del estado: Guadalajara y Puerto Vallarta.
- b) la inversión se ha concentrado en proyectos de hotelería pasando de una participación del 53% en 2007 al 71% al 2010, dejando en menor proporción proyectos turísticos de tipo complementario.

Las causas identificadas de esta problemática son:

- **La oferta en destino.** Falta de infraestructura y productos turísticos orientados a la atención de nuevos segmentos; escasa inversión en nuevos polos turísticos; ausencia de una política de inversión pública.
- **Conectividad con mercados emisores.** Saturación y falta de mantenimiento de servicios carreteros y de protección al viajero en la red carretera.
- **Marketing.** Escasa comercialización de los destinos de Jalisco por tour operadores en mercados meta; falta de empresas que comercialicen de manera integral nuestros destinos.
- **Promoción.** Bajo nivel de promoción en mercados tradicionales y potenciales, difusión basada en atractivos más que en productos y experiencias
- **Difusión.** Alta percepción de seguridad que genera desconfianza para viajar a los destinos de Jalisco, debido a mayor publicidad sobre la incidencia de delitos en el país, que a las virtudes de la oferta recreativa y cultural.

Áreas de oportunidad

- Potencial de mercado para inversión en proyectos turísticos complementarios orientados a la población local y a los turistas que visitan ZMG y Puerto Vallarta.
- Disponibilidad de créditos preferenciales para promover la inversión en los destinos turísticos de cercanía a los dos grandes destinos.
- Vinculación con los municipios de su área de influencia inmediata para promover la inversión.
- Potencial para productos turísticos orientados al segmento de naturaleza en las rutas turísticas Sierra del Tigre, Rulfiana, del Peregrino y Cristera.
- Potencial para empresas culturales en los pueblos mágicos, la Ruta rulfiana y los Altos.

Problema 5. Potencial turístico cultural y natural subutilizado

Enfoque nacional del problema

A pesar de contar con activos naturales e infraestructura carretera, muchos municipios del Estado no cuentan con una oferta de productos turísticos y esquemas de comercialización que permitan el crecimiento del sector. Se requieren políticas y estrategias claras del gobierno federal y estatal para incrementar las capacidades de los gobiernos municipales y mejorar los esquemas de apoyo al sector privado.

El aprovechamiento de los atractivos culturales y naturales de los municipios del interior, debería reflejarse en el surgimiento de productos orientados a segmentos como el cultural, de naturaleza y de turismo rural. Sin embargo, de acuerdo a las encuestas de perfil del visitante del Estado de Jalisco, reflejan un decremento en la preferencia de los visitantes por el turismo cultural especialmente en la categoría de visitas a museos y manifestaciones culturales históricas (arquitectura, lugares históricos, ruinas, mercados, etc.), ya que ésta disminuyó de un 21.38% en 2007 a un 8.76% en 2013.

Tabla 9.16. Jalisco. Porcentaje de visitas a atractivos culturales 2007-2012
(Turismo cultural)

	2007	2009	2013	Variación
Estado de Jalisco	21.38%	14.39%	8.76%	-12.62%

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

En cuanto a los atractivos naturales, Jalisco cuenta entre su variedad con dos destinos posicionados en categoría de sol y playa: Puerto Vallarta y Costalegre. Estos destinos presentan diferentes niveles de desarrollo. Puerto Vallarta, que ha complementado su oferta con productos de naturaleza, ha fortalecido la afluencia de visitantes, pasando de 3'842,232 en el año 2008, a 4'167,906 en 2012; por el contrario, los destinos de la Costalegre, cuyo desarrollo de la oferta se ha estancado, la afluencia disminuyó de 467,529 turistas en el año 2007, a solo 462,388 en 2012.

Tabla 9.17. Turismo sol y playa al Estado 2007-2012
(Miles de Visitantes)

	2008	2009	2010	2011	2012
Puerto Vallarta	3'842,232	3'942,889	3'507,449	4'059,754	4'167,906
Costalegre	467529	448409	448109	450990	462388

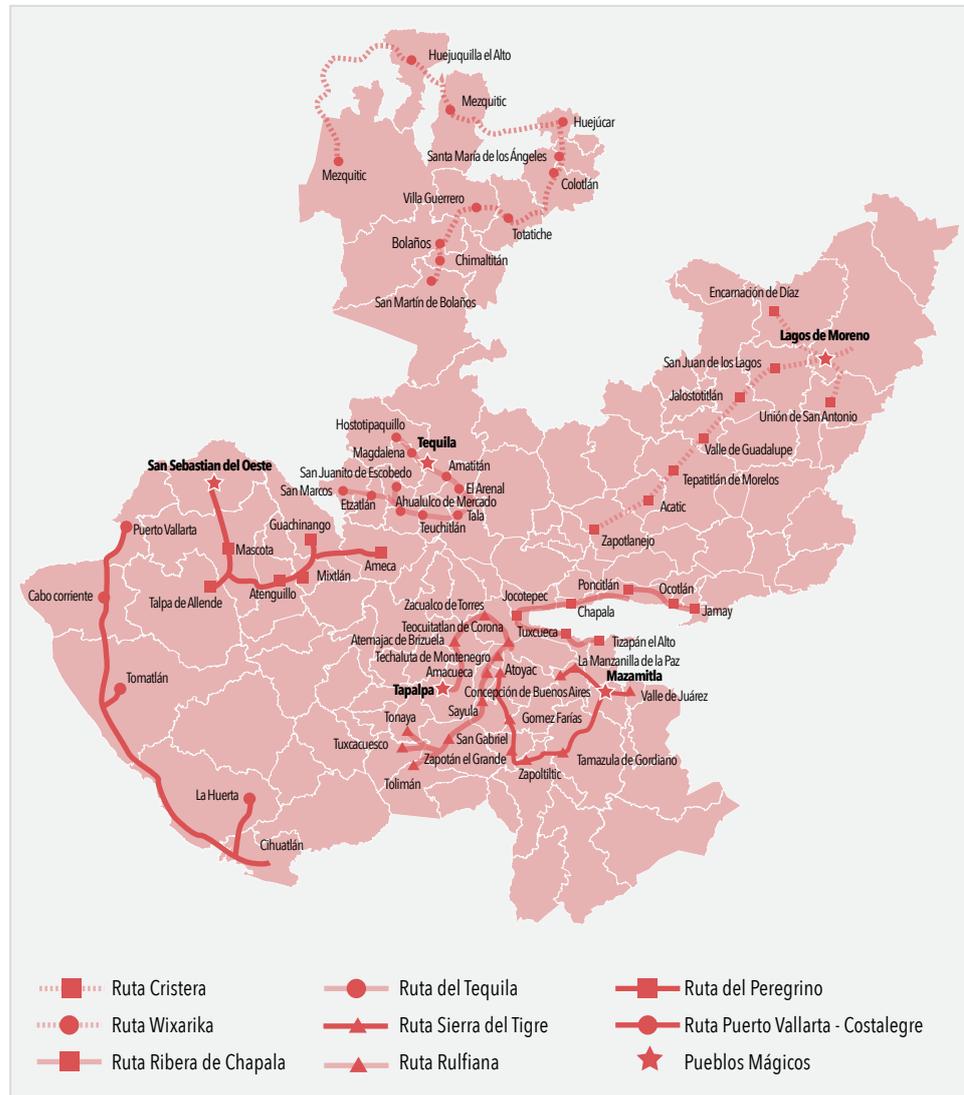
Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Enfoque por regiones del problema

Jalisco cuenta con un potencial importante de atractivos naturales y culturales. A principios del año 2013 se contaba con un registro de 3,200 atractivos, de los cuales el 19.59% correspondían a atractivos naturales y el 80.40% a atractivos culturales. La diversidad de sus microclimas otorga características particulares a cada una de zonas lo que ofrece una diversidad de escenarios con una gran diversidad de flora y fauna que en conjunto son una atracción para una diversidad de segmentos de mercado.

Por esta razón se han definido rutas turísticas temáticas, con la finalidad de orientar también la inversión en infraestructura e impulsar el surgimiento de una oferta de productos turísticos que incrementen la afluencia de turismo en los municipios. Se han identificado potencialidades que, aprovechadas adecuadamente, podrían contribuir al aprovechamiento de los atractivos turísticos, así como incremento y mejora de los servicios y la actividad turística en la entidad. El concepto de Rutas Turísticas incrementa las posibilidades de éxito al integrar varios municipios que por sí mismos generarían baja afluencia y un ritmo de crecimiento más lento.

Figura 9.22. Rutas turísticas de Jalisco



Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco

Si bien la definición de las rutas turísticas como estrategia de desarrollo regional ha motivado una serie de acciones en los municipios, estas se encuentran en distintas etapas de desarrollo y con su problemática característica de la dinámica socioeconómica de cada región.

La Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero, se ubica en la zona Valles integrada por 11 municipios, destacando municipios como el de Tequila que ostenta la certificación de Pueblo Mágico, así como el nombramiento de Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO del Paisaje Agavero y antiguas instalaciones industriales de Tequila y atractivos naturales como la Sierra de Quila, el municipio de Cocula como cuna del Mariachi y el reconocimiento por parte de la UNESCO a la Música del Mariachi de México como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, y el municipio de Teuchitlán con la zona arqueológica de los Guachimontones. Esta ruta cuenta con un nivel alto de visitantes, pero la actividad turística de corta estadía se concentra en el municipio de Tequila y en la zona arqueológica de Guachimontones, por lo que para lograr la extensión de la visita al resto de los municipios e incrementar la estadía del turismo en la región, se deben emprender acciones que generen una oferta de productos turísticos, el seguimiento a la mejora de la imagen urbana, implementar un proyecto de señalización turística, así como mejorar la comercialización en mercados potenciales.

La Ruta Sierra del Tigre permite a los visitantes llevar a cabo actividades de ecoturismo en bosques, presas y cañadas. La ruta troncal Tuxcueca-Mazamitla-Tamazula-Zapotiltic-Cd. Guzmán, cuenta con dos destinos que son motores de la actividad turística de la ruta, Zapotlán el Grande con su atractivo natural el volcán Nevado de Colima, y Mazamitla denominado Pueblo Mágico. A pesar de sus grandes atractivos turísticos y de su promoción, la Sierra del Tigre requiere aún de solucionar algunos problemas que se presentan en esa zona, ya que carece de una oferta de productos turísticos que complementen la cadena de valor del sector turismo y que motiven una mayor estadía del turista más allá de fines de semana y día festivos y que incluya a todos los municipios integrantes de la ruta. Existe una disparidad entre los municipios en servicios turísticos como hoteles y restaurantes, así como de escasez de servicios complementarios como cajeros, internet, actividades recreativas, etc. De igual forma el desarrollo de un turismo sustentable para contrarrestar la escasa cultura de preservación del medio ambiente.

La Ruta Cristera ofrece al visitante una amplia gama de atractivos y servicios que van desde importantes sitios espirituales hasta las antiguas haciendas y tequileras; restaurantes campestres hasta la más fina mesa, así como balnearios, artesanías, museos, hoteles tipo bed & breakfast, historia, arte, charrería y sitios naturales. Esta ruta cuenta con uno de los destinos religiosos más importantes del estado que es San Juan de los Lagos, además del recién nombrado Pueblo Mágico Lagos de Moreno que cuenta con Declaración de Zona de Monumentos Históricos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO dentro del Camino Real "Tierra Adentro" (Zona de Monumentos Históricos y Artísticos de Lagos de Moreno, Puente Grande, Casco de la Antigua Hacienda de Ciénega de Mata). Uno de los grandes retos, es diversificar la oferta de servicios y productos turísticos a fin de prolongar la estancia del turismo. El fortalecimiento de esta ruta, implica trabajar en temas como la señalización interna y externa de los atractivos y destinos principales. A ello se agrega que falta realizar trabajos para la conservación, rehabilitación y modernización de la red carretera estatal y Federal así como para la rehabilitación y conservación de caminos reales que conectan a haciendas que ofrecen servicios turísticos.

A través de los 351 km de litoral que posee el estado, se localiza la Ruta Puerto Vallarta-Costalegre con playas de extraordinaria belleza, rodeadas de exuberante y variada vegetación. Ofrece diversos deportes acuáticos y actividades terrestres, un escenario natural con paisajes muy diversos que por su belleza son únicos.

Costalegre abarca los municipios de Cihuatlán, La Huerta, Tomatlán y Cabo Corrientes, así como sus litorales de Bahía de Navidad, Bahía Tenacatita, Costa Careyes, Bahía de Chamela, Costa Majahuas y Cabo Corrientes. Cada una de estas litorales tiene un encanto y atractivo especial que le otorgan sus playas de tranquilidad incomparable, poco exploradas, vegetación extraordinaria, espectaculares acantilados, caletas de suave oleaje, misteriosos manglares y extensas zonas de selva tropical. A pesar de las bellezas naturales y potencialidades existentes a lo largo de Costalegre, los desarrollos de Barra de Navidad, San Patricio Melaque, La Manzanilla, Coastecomates, Tenacatita y Chamela, no han impulsado desarrollos turísticos integrales y sustentables.

En la región se localizan tres zonas con posibilidades turísticas: la zona de los valles y la zona costera. En las zonas de los valles y las montañas se han identificado espacios en los que no se registra actividad turística a pesar de su potencial, como lo son: el comercial, en Autlán de Navarro; el ecoturismo en Cuautitlán de García Barragán Casimiro Castillo y Villa Purificación; y el cultural en la Huerta y Villa Purificación. En materia de turismo de playa destacan las playas de Barra de Navidad, San Patricio, Melaque, La Manzanilla, Coastecomates, El Tamarindo, Tenacatita y Chamela. La Reserva de la Biosfera de Manantlán representa también un alto potencial para el desarrollo de espacios ecoturísticos o zonas de descanso, con alta preservación del medio ambiente, que sin embargo está desaprovechada.

Entre los factores que han restringido el crecimiento de la afluencia y deben corregirse, destacan el promover una oferta adecuada de transportación aérea al aeropuerto de Costa de Oro (en Manzanillo, Colima), la conclusión y puesta en operación del aeropuerto de Chalacatepec, la modernización de la carretera federal 200 y la construcción de una línea troncal de energía eléctrica de Cihuatlán a Puerto Vallarta, así como el apoyo a proyectos de desarrollo turístico integral y la recuperación de playas en Barra de Navidad.

Puerto Vallarta es el principal destino de playa de Jalisco y se posiciona entre los primeros cuatro centros turísticos con mayor infraestructura hotelera a nivel nacional, proporcionando a sus visitantes una gama de categorías en hoteles para todos los gustos y necesidades. Cuenta con gastronomía que va desde la típica fonda hasta la más fina mesa, vida nocturna para gustos y edades distintas, actividades acuáticas, parques ecológicos, centro histórico, marina, malecón, clubes de golf y su centro de convenciones, el cual está considerado como uno de los más completos del país para el desarrollo de eventos culturales, sociales y de negocios tanto nacionales como internacionales. Para consolidar a Puerto Vallarta como gran destino, se deberá de trabajar en los problemas de congestión vial, falta de mantenimiento urbano, incrementar la oferta de vuelos y asientos disponibles para aumentar el flujo de visitantes vía aérea, además de incrementar la llegada de cruceros, continuar en la revitalización de la imagen urbana, la identificación de segmentos de mercados competitivos.

La Ruta Ribera de Chapala, destino de fin de semana de los residentes de la ZMG y residencia de retirados extranjeros, ofrece un recorrido para turismo carretero que permite a los visitantes tener una variada gastronomía y hospedaje para todo tipo de gustos, así como experimentar actividades acuáticas. Entre los factores que han restringido el crecimiento del turismo en esta zona destacan la problemática natural del lago más grande de la República Mexicana, así como el incremento de la percepción de inseguridad por la delincuencia organizada. Para lograr un mayor desarrollo de esta ruta turística, se requiere incrementar la cuota del aforo de aguas de la cuenca, incrementar las acciones de seguridad pública, aumentar y diversificar las actividades que se ofrecen a los visitantes a fin de prolongar su estancia, promover el surgimiento de oferta turística en los demás municipios de la zona, regular el comercio informal y dar certidumbre legal a la tenencia de la tierra.

Una de las tradiciones religiosas más significativas de Jalisco es, sin duda, la peregrinación que distintos grupos de fieles hacen cada año (desde marzo hasta Semana Santa) al santuario de la Virgen de Talpa. Este recorrido de mucho valor religioso abarca, además, valores culturales y patrimoniales que se deben cultivar. Al llamado camino tradicional de la Virgen de Talpa, o también llamada la Virgen del Rosario de Talpa, se integra la Ruta del Peregrino a lo largo de 117 kilómetros. Esta ruta se distingue por la inclusión de obras arquitectónicas en los municipios que la integran, el proyecto integral comprende una escultura, tres miradores, tres ermitas, dos albergues y áreas de servicios básicos. El fortalecimiento de la Ruta del Peregrino implica ampliar y diversificar la oferta de servicios que puedan desestacionalizar el flujo de visitantes a otros meses del año, y que ésta se pueda desplazar también en otros municipios de la zona; además del mejoramiento de aspectos como ofrecer servicios de calidad por parte de los distintos establecimientos turísticos, el aumento de la señalización y aumentar las rutas y corridas de los medios de transporte.

La Ruta rulfiana se enclava en la región sur de Jalisco. Se conforma por 10 municipios y, claro está, toma su vocación del reconocido escritor jalisciense Juan Rulfo, quien nació y vivió en esta región y en donde escribió algunas de sus más célebres obras como *El Llano en llamas* y *Pedro Páramo*. Cuenta entre sus municipios con el Pueblo mágico de Tapalpa, con diversidad de atractivos naturales como la Presa del Nogal, las Piedrotas y la Cascada el Salto del Nogal; Zacoalco de Torres, que ostenta el título de elaborar el mueble más mexicano, que es el equipal, entre otros. En esta ruta no se cuenta con una planta turística que pueda atender grandes cargas de turismo. Así mismo, en la mayoría de las poblaciones no cuentan con servicios como gasolineras, talleres mecánicos o bancos. Hay un descuido en la imagen urbana debido a problemas como el exceso de cables de luz mal ubicados, toma clandestina de energía eléctrica, entre otros. Para avanzar en la consolidación de este corredor turístico se requiere, en especial, de incorporar y potenciar la actividad turística a los otros municipios de la misma, ya que hasta ahora se concentran en Tapalpa, donde acude turismo de pocos días o de fines de semana.

Causas del problema

Las causas identificadas en el potencial turístico subutilizados son:

- a) La existencia de diferentes niveles de desarrollo en los municipios, la escasa cantidad de productos turísticos integrales que propicien que el turista permanezca mayor número de días en los destinos turísticos, aunado a la falta de integración regional en estos productos que impulsen el desarrollo equilibrado en los municipios.
- b) La carencia de instrumentos de planeación de la actividad turística y de proyectos intermunicipales de largo plazo para la gestión de recursos, y
- c) El desaprovechamiento del patrimonio turístico, al contar con escasa oferta que pueda recibir a los visitantes.

Las causas identificadas de esta problemática:

- **Oferta en destino.** Falta de diversificación e innovación en la oferta turística, que motive la visita a los municipios del interior del estado; falta de infraestructura y productos turísticos orientados a la atención de segmentos de cultura y naturaleza. Ausencia de una política de fomento a la inversión privada en productos turísticos que diversifiquen la oferta recreativa y cultural. Instrumentos de Planeación desaprovechados al no promover la cartera de proyectos identificados, complicado marco regulatorio para apertura de negocios, difícil tramitología que causa desaliento en el inversionista, desconocimiento de apoyos disponibles para la creación de negocios.
- **Conectividad con mercados emisores.** Saturación y falta de mantenimiento de servicios carreteros y de protección al viajero en la red carretera.
- **Marketing.** Escasa comercialización de los destinos de Jalisco por tour operadores en mercados meta, falta de empresas que comercialicen de manera integral nuestros destinos.
- **Promoción.** Bajo nivel de promoción en mercados tradicionales y potenciales, difusión basada en atractivos más que en productos y experiencias. Concentración en productos de sol y playa. Escasa promoción de la potencialidad de los destinos del estado.
- **Difusión.** Alta percepción de seguridad que genera desconfianza para viajar a los destinos de Jalisco debido a mayor publicidad sobre la incidencia de delitos en el país, que a las virtudes de la oferta recreativa y cultural.

Áreas de oportunidad y propuestas de acción

- Potencial para el aprovechamiento sustentable de los atractivos culturales y naturales de los municipios del interior del estado.
- Disponibilidad de los Consejos de promoción y fomento turístico para impulsar el turismo en las regiones.
- Potencial para productos turísticos para segmentos no comercializados de turismo rural y de naturaleza.
- Potencial para proyectos orientados al retiro asistido en Chapala, Lagos de Moreno y Puerto Vallarta.

- Potencial para el turismo de playa y de naturaleza de Costalegre.
- Oferta de productos turísticos para el segmento de naturaleza en las rutas turísticas Sierra del Tigre, Rulfiana y del Peregrino.
- Aprovechar la infraestructura deportiva existente en la ZMG, para la atracción de actividades deportivas de carácter nacional y mundial.
- Oferta de turismo premium, con hoteles boutique y haciendas y casonas de Jalisco o establecimientos con distinciones como “Tesoros de México”.
- Contar con nombramientos de “Patrimonio cultural de la humanidad” en Guadalajara, Tequila y Lagos de Moreno como destinos culturales.
- Posicionamiento de la Ribera de Chapala como destino de jubilados, para atraer turismo de otros países diferentes a EE. UU. y Canadá.
- El patrimonio cultural y natural de los Pueblos Mágicos, las obras arquitectónicas en la Ruta del peregrino, la riqueza de las obras de Juan Rulfo en la Ruta rulfiana.
- Potencial para el turismo rural en rutas turísticas rulfiana, cristera y la zona de Sierra del Halo.
- Magnitud del turismo religioso en las rutas del peregrino y cristera para impulsar oferta complementaria en estas regiones.
- Posicionamiento de la Ruta del tequila para impulsar productos complementarios en los segmentos de naturaleza y rural.
- Existencia de asociaciones de prestadores de servicios para el fortalecimiento de la cadena de valor y el desarrollo de productos turísticos en las regiones del estado.

Apartado estratégico

De acuerdo con el diagnóstico presentado, los diversos actores de la sociedad civil y el gobierno deben implementar una serie de acciones coordinadas que poco a poco permitan lograr el objetivo de desarrollo del PED Jalisco 2013-2033: "Aumentar las oportunidades de negocio y la derrama económica de forma armónica con el medio ambiente, aprovechando el potencial turístico del estado". Para tal efecto, esos actores deben saber, con claridad, cuáles objetivos sectoriales tienen que obtener y cuáles estrategias son pertinentes para conseguirlos.

En coherencia con ello, el presente apartado busca ofrecer una guía, lo más clara y precisa posible, de los principales objetivos sectoriales y de las estrategias que se requiere implementar para lograr los objetivos prioritarios del sector turismo durante este periodo de gobierno (2013-2018). Esos objetivos y estrategias sectoriales son los siguientes:

Objetivos y estrategias

Objetivo 1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos

Estrategias

- 1.1. Mejorar la calidad del entorno urbano y la capacidad de soporte de la infraestructura y equipamiento en centros turísticos.
- 1.2. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos.
- 1.3. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto.
- 1.4. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino.
- 1.5. Definir un programa de comercialización integral de nuestros destinos y rutas por línea de productos y orientación a segmentos.
- 1.6. Formalizar convenios entre tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros y los locales para que comercialicen de manera integral los destinos de Jalisco.

Objetivo 2. Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional

Estrategias

- 2.1. Gestionar mayores niveles de financiamiento para emprendedores turísticos.
- 2.2. Brindar capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de proyectos turísticos sustentables.
- 2.3. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector.
- 2.4. Gestionar una mayor oferta de vuelos directos desde los mercados nacionales e internacionales.
- 2.5. Gestionar la modernización de los ejes troncales del estado y el

fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera

- 2.6. Diseño de campañas concertadas con socios cooperativos para la promoción eficaz de los destinos turísticos.
- 2.7. Impulsar la participación de prestadores de servicios turísticos en actividades de promoción, nacionales e internacionales, con un objetivo mercadológico para la venta de destinos.
- 2.8. Operar campañas en medios para difusión de Jalisco como destino seguro, amigable y atractivo.
- 2.9. Impulsar operativos de seguridad integral para ofrecer una experiencia satisfactoria a los visitantes.

Objetivo 3. Mejorar las capacidades turísticas locales

Estrategias

- 3.1. Consolidar a los Consejos regionales de turismo para la operación de observatorios turísticos.
- 3.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística en destinos del interior.
- 3.3. Promover estándares de calidad en los servicios turísticos de destinos del interior.
- 3.4. Brindar capacitación y asistencia técnica financiera para proyectos turísticos en destinos del interior.
- 3.5. Facilitar la tramitología y promover los apoyos para la creación de negocios en destinos del interior.
- 3.6. Fomentar la inversión en la modernización de la oferta de los destinos del interior del estado.
- 3.7. Gestionar la modernización de los ejes troncales y carreteras alimentadoras del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera.
- 3.8. Impulsar los servicios de autotransporte de pasajeros de calidad turística en rutas turísticas.
- 3.9. Diseño de campañas para la promoción de las rutas turísticas del interior.
- 3.10. Apoyar la participación de prestadores de servicios turísticos del interior en eventos de promoción nacionales e internacionales, para la venta de destinos.
- 3.11. Definir un programa de comercialización integral de destinos y rutas del interior por línea de productos y orientación a segmentos.
- 3.12. Formalizar convenios con tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros para que comercialicen las rutas y destinos del interior.

Evaluación y seguimiento

En coherencia con lo estipulado en la sección anterior, en este apartado se establecen los indicadores y las metas que permitirán monitorear y evaluar el cumplimiento de los objetivos del sector. Para ello se ha planteado como año base el 2013 y se han formulado metas para el 2015 y 2018. Así pues, cada objetivo planteado será monitoreado y medido a través de los siguientes indicadores:

Indicadores y Metas

Objetivo 1: Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de derrama económica turística	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo de Jalisco	100	118	140	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el total de la derrama económica de los visitantes nacionales y extranjeros que arriban al Estado de Jalisco por cualquier medio de transporte.</p> <p>DET Jal t = (Det t / Det 2012) x 100. Dónde: DET Jal t = Índice de derrama económica en el año t. Det t = Derrama económica en el año t. Det 2012 = Derrama económica en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de PIB turístico	Porcentaje de Crecimiento	Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (IIEG)	100	123	162	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide la riqueza generada en el sector turístico. Un valor mayor al registrado en el año base supone una mayor disponibilidad de bienestar general para la población.</p> <p>IPIB Jal t = (PIBT t / PIBT 2012) x 100. Dónde: IPIB t = Índice de PIB turístico en el año t. PIBT t = PIB turístico en el año t. PIBT 2012 = PIB en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Nivel de ocupación hotelera	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo Jalisco	100	104	108	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide la cantidad de unidades rentables promedio disponibles que fueron ocupadas en el Estado de Jalisco.</p> <p>IOH t = (OH t / OH 2012) x 100. Dónde: IOH t = Índice de ocupación hotelera en el año t. OH t = Porcentaje de ocupación hotelera en el año t. OH 2012 = Porcentaje de ocupación hotelera en el año base.</p>						

Objetivo Sectorial 2: Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de afluencia turística	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo Jalisco	100	104	110	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el incremento del total de visitantes nacionales y extranjeros que arriban al Estado de Jalisco por cualquier medio de transporte.</p> <p>IAT Jal t = (AT t / AT 2012) x 100. Dónde: IAT t = Índice de afluencia turística en el año t. AT t = Afluencia turística en el año t. AT 2012 = Afluencia turística en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de oferta de asientos de avión en vuelos de Jalisco	Porcentaje de Incremento	Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP)	100	118	140	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el incremento de la oferta de asientos en vuelos de llegada a los aeropuertos de Jalisco. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor conectividad con los mercados emisores de turistas nacionales e internacionales.</p> <p>IOTA t = (OTA t / OTA 2012) x 100. Dónde: IOTA t = Índice de oferta de asientos de avión en vuelos a Jalisco en el año t. OTA = Oferta de asientos de avión en vuelos de llegada a Jalisco en el año t. OTA 2012 = Oferta de asientos de avión en vuelos de llegada a Jalisco en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Porcentaje de inversión privada en productos turísticos no hoteleros	Porcentaje de inversión privada en proyectos no hoteleros	Secretaría de Turismo Jalisco, SECTUR	22	25	35	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el porcentaje de la inversión privada en proyectos del sector turístico no hoteleros respecto al total de la inversión privada en productos turísticos.</p> <p>IIT nh Jal t = (ITnh Jal t / ITT Jal t) x 100. Dónde: IIT nh Jal t = Índice de inversión privada en productos turísticos no hoteleros en el año t. ITnh Jal t = Inversión privada en productos turísticos no hoteleros en el año t. ITT Jal t = Inversión privada total en productos turísticos en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de conectividad carretera estatal	Flujo de vehículos a destinos turísticos	Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco (IEEG)	100	104	123	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el flujo de vehículos particulares y autobuses por las carreteras hacia los destinos turísticos más importantes del estado. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor conectividad carretera con los mercados emisores de turistas.</p> <p>ICC t = (TDPA t / TDPA 2012) x 100. Dónde: ICC t = Índice de conectividad carretera en el año t. TDPA t = Tránsito de vehículos particulares y autobuses promedio diario anual en carreteras a destinos turísticos de Jalisco en el año t. TDPA 2012 = Tránsito de vehículos particulares y autobuses promedio diario anual en carreteras a destinos turísticos de Jalisco en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de inversión privada en el sector turístico	Porcentaje de Inversión Privada en proyectos del sector turismo	Secretaría de Turismo Jalisco, SECTUR	5.45	7	10	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el porcentaje de la inversión privada en proyectos del sector turístico en Jalisco respecto al total nacional.</p> <p>$IIPT\ Jal\ t = (IPT\ Jal\ t / IPT\ Mex\ t) \times 100$.</p> <p>Dónde:</p> <p>$IIPT\ Jal\ t$ = Índice de Inversión privada en el sector turístico en Jalisco en el año t.</p> <p>$IPT\ Jal\ t$ = Inversión privada en el sector turístico en Jalisco en el año t.</p> <p>$IPT\ Mex\ t$ = Inversión privada en el sector turístico en México en el año t.</p>						

Objetivo 3: Mejorar las capacidades turísticas locales.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de inversión privada en productos turísticos en destinos del interior	Porcentaje de Inversión en proyectos del sector turístico	Secretaría de Turismo de Jalisco	1.90%	4%	8%	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el porcentaje de la inversión pública y privada en proyectos del sector turístico en destinos del interior, respecto al total de la inversión pública y privada en productos turísticos en el estado.</p> <p>$IITi\ Jal\ t = (ITi\ Jal\ t / ITT\ Jal\ t) \times 100$.</p> <p>Dónde:</p> <p>$IITi\ Jal\ t$ = Índice de inversión privada en productos turísticos en destinos turísticos del interior en el año t.</p> <p>$ITi\ Jal\ t$ = Inversión privada en productos turísticos en destinos turísticos del interior en el año t.</p> <p>$ITT\ Jal\ t$ = Inversión privada total en productos turísticos en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de calidad de servicios turísticos en destinos del interior	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo de Jalisco, SECTUR	100	106	118	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el crecimiento de prestadores de servicios turísticos que están llevando a cabo procesos para incrementar la calidad de los servicios entregados en destinos del interior, medidos con base al número de establecimientos con Registro Nacional de Turismo, certificados de calidad en los programas H, Punto Limpio, M y Tesoros de México, en destinos del interior del estado.</p> <p>$ICSTi\ t = (ESTdci\ t / ESTdci\ 2012) \times 100$.</p> <p>Dónde:</p> <p>$ICSTi\ t$ = Índice de calidad en servicios turísticos en destinos del interior del estado en el año t.</p> <p>$ESTdci\ t$ = Establecimientos con registro nacional de turismo, Distintivo de Calidad H, Punto Limpio, M, y Tesoros de México, en destinos del interior en el año t.</p> <p>$ESTdci\ 2012$ = Establecimientos con registro nacional de turismo, Distintivo de Calidad H, Punto Limpio, M, y Tesoros de México, en destinos del interior en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de conectividad de rutas turísticas	Porcentaje de incremento	Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco (IIEG)	100	103	107	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide la capacidad de comunicación por vía terrestre, en un municipio o en una región del interior del estado, a partir de la combinación de la accesibilidad y la cobertura. La accesibilidad se relaciona con la calidad de los caminos y carreteras; al tiempo que la cobertura se refiere a la cantidad de los mismos.</p> <p>ICRT t = (ICCC t / ICC 2012) x 100.</p> <p>Dónde: ICRT t = Índice de conectividad de rutas turísticas en el año t. ICC t = Índice de conectividad de caminos y carreteras en el año t. ICC 2012 = Índice de conectividad de caminos y carreteras en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de concentración de la oferta turística	Porcentaje de concentración de oferta turística	Secretaría de Turismo de Jalisco	73	70	63	DESCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide la concentración de la oferta turística (unidades rentable + oferta complementaria) en los tres grandes destinos (ZMG, Puerto Vallarta y San Juan de los Lagos) respecto al total estatal. Un valor menor al registrado en el año base indica una mayor distribución de la oferta en otros destinos.</p> <p>ICOT t = (OT GT t / OT JAL t) x 100.</p> <p>Dónde: ICOT t = Índice de concentración de la oferta turística en el año t. OT GT t = Oferta turística en grandes destinos (ZMG, PVR, SJDLL) en el año t. OT JAL t = Oferta turística total en el estado en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de diversificación de destinos	Porcentaje de incremento	Secretaría de Turismo de Jalisco	14.68	17	21	ASCENDENTE
<p>Descripción general: este indicador mide el porcentaje de visitantes a destinos del interior (diferentes a la Zona Metropolitana de Guadalajara, Puerto Vallarta y San Juan de los Lagos), respecto al total de llegadas de visitantes a Jalisco. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor participación de los destinos del interior.</p> <p>IDD Jal t = (Vdi t / VJal t) x 100.</p> <p>Dónde: IDD Jal t = Índice de diversificación de destinos en el año t. Vdi t = Llegada de visitantes a destinos del interior en el año t. VJal t = Llegada de visitantes a Jalisco en el año t.</p>						

Cartera de acciones y proyectos

Objetivo 1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos

Se busca incrementar la contribución del estado al PIB nacional por servicios relacionados con el ramo turístico, a través del fortalecimiento y el incremento de la infraestructura y equipamiento turístico, así como los servicios complementarios. Todo esto por medio de la promoción de proyectos sustentables que permitan la creación de nuevas alternativas de recreación, que motiven el desplazamiento del turista y la generación de ingresos en las localidades; fortaleciendo la generación de empleos e impulsando iniciativas de desarrollo regional; promoviendo rutas, centros y corredores turísticos; impulsando la coordinación del sector público y el privado, además de estimular la modernización y profesionalización de los servicios turísticos mediante capacitación especializada y certificaciones.

Objetivo 1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos

Objetivo táctico 1.1. Fortalecer la atractividad y competitividad de nuestros destinos.

Estrategia 1.1.1. Mejorar la calidad del entorno urbano y la capacidad de soporte de la infraestructura y equipamiento en centros turísticos.

1.1.1.1. Crear y mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento en los destinos y sitios de interés turístico.

1.1.1.2. Generar información sobre proyectos turísticos de inversión pública y privada.

Estrategia 1.1.2. Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos.

1.1.2.1. Impulsar la certificación que incentive la calidad y calidez en los servicios turísticos y la profesionalización por línea de producto.

1.1.2.2. Instrumentar un programa de verificación del cumplimiento a la normatividad aplicable y la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

Objetivo táctico 1.2. Incrementar la oferta de productos turísticos competitivos para aumentar la afluencia, estadía y derrama en rutas y destinos.

Estrategia 1.2.1. Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto.

1.2.1.1. Desarrollar un sistema de información integral de la oferta y demanda turística por destino.

1.2.1.2. Concertar con la academia el impulso a la investigación aplicada, la capacitación, la profesionalización y la incubación de empresas turísticas.

1.2.1.3. Implementar el Sistema de Evaluación de Destinos Turísticos (Sedet).

Estrategia 1.2.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino.

1.2.2.1. Integrar agendas de competitividad por destino, que impulsen un modelo de desarrollo turístico integral con base en las características específicas de los destinos y los productos turísticos a detonar.

1.2.2.2. Crear y mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento en los destinos y sitios de interés turístico.

1.2.2.3. Incentivar iniciativas emprendedoras, creativas e innovadoras para potenciar la diversificación de la oferta con base a las características de las líneas de producto y la demanda potencial

Objetivo táctico 1.3. Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.

Estrategia 1.3.1. Definir un programa de comercialización integral de nuestros destinos y rutas por línea de productos y orientación a segmentos.

1.3.1.1. Integrar paquetes vacacionales segmentados para los principales destinos y rutas de Jalisco, con base en un catálogo de destinos y productos turísticos

1.3.1.2. Elaborar programas de comercialización para los principales destinos y rutas turísticas del Estado.

Estrategia 1.3.2. Formalizar convenios entre tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros y los locales para que comercialicen de manera integral los destinos de Jalisco.

1.3.2.1. Promover alianzas entre tour operadores en mercados emisores y agencias de turismo receptivo en los principales destinos de Jalisco.

1.3.2.1. Promover la asociación de prestadores de servicios para la integración de una comercializadora que venda los destinos de Jalisco.

1.3.2.2. Intensificar el uso de internet y las redes sociales para instrumentar estrategias de mercadotecnia en línea diferenciadas por mercado.

Objetivo 2. Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional

Se impulsará y diversificarán los mercados emisores de turismo que arriban al estado, potenciando la llegada de vuelos internacionales, así como de cruceros, incrementando la ocupación hotelera. Propone trabajar en el desarrollo de productos turísticos competitivos y la desconcentración de la inversión de la oferta de hospedaje en los municipios, y se enfoca en dirigirse a mercados emergentes que en el futuro se consoliden como grandes emisores de turismo, así como los diversos y novedosos segmentos a los cuales se pueden establecer y aprovechar.

Objetivo táctico 2.1. Incrementar la inversión pública y- privada en productos turísticos que diversifique la oferta

Estrategia 2.1.1. Gestionar mayores niveles de financiamiento para emprendedores turísticos.

2.1.1.1. Facilitar el otorgamiento de créditos a través de la calificación de proyectos turísticos sustentables.

2.1.1.2. Promover e inducir inversión en los destinos turísticos prioritarios.
 2.1.1.3. Gestionar estímulos a la inversión en proyectos turísticos detonadores de desarrollo regional y local.

2.1.1.4. Impulsar esquemas de simplificación y agilización de trámites en los tres órdenes de gobierno que incentiven la inversión.

Estrategia 2.1.2. Brindar capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de proyectos turísticos sustentables.

2.1.2.1. Fomentar la capacitación para que los emprendedores adquieran cultura financiera y desarrollen las habilidades gerenciales necesarias para el éxito de los negocios turísticos.

2.1.2.2. Establecer un sistema de asistencia técnica y seguimiento de proyectos para orientar el financiamiento hacia un desarrollo integral de los destinos.

2.1.2.3. Difundir la oferta de instrumentos financieros acordes con las necesidades del sector.

Estrategia 2.1.3. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector.

2.1.3.1. Generar información sobre portafolios de proyectos para inversionistas potenciales.

2.1.3.2. Establecer una plataforma de promoción de oportunidades de inversión turística.

2.1.3.3. Impulsar la participación del sector en espacios nacionales e internacionales que permitan la promoción de proyectos turísticos sustentables.

Objetivo táctico 2.2. Aumentar la oferta de asientos en vuelos directos hacia Jalisco y modernizar y equipar la red carretera troncal para facilitar el arribo a nuestros destinos turísticos.

Estrategia 2.2.1. Gestionar una mayor oferta de vuelos directos desde los mercados nacionales e internacionales.

2.2.1.1. Concertar una mayor oferta de vuelos directos desde los mercados nacionales e internacionales, a través de negociaciones con tour operadores mayoristas y líneas aéreas con la participación de las asociaciones de prestadores de servicios turísticos

Estrategia 2.2.2. Gestionar la modernización de los ejes troncales del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera.

2.2.2.1. Gestionar con gobierno federal la modernización de los ejes troncales del estado, el fortalecimiento del servicio de auxilio vial, y la promoción de la inversión privada de servicios turísticos de carretera.

Objetivo táctico 2.3. Lograr mayor eficacia en la promoción turística para potenciar el impacto en los mercados de más alto potencial de viajes.

Estrategia 2.3.1. Diseño de campañas concertadas con socios cooperativos para la promoción eficaz de los destinos turísticos.

2.3.1.1. Realizar campañas de promoción con medios y socios internacionales para difundir los avances y mejorar la imagen turística de Jalisco con la participación de los principales actores de los destinos

Estrategia 2.3.2. Impulsar la participación de prestadores de servicios turísticos en actividades de promoción, nacionales e internacionales, con un objetivo mercadológico para la venta de destinos.

Objetivo táctico 2.4. Crear una imagen de los destinos de Jalisco como destinos seguros, amigables y atractivos, para generar confianza en el turista para su arribo a Jalisco.

Estrategia 2.4.1. Operar campañas en medios para difusión de Jalisco como destino seguro, amigable y atractivo.

2.4.1.1. Realizar Campañas de promoción positiva de los destinos de Jalisco.

2.4.1.2. Mejorar la información turística en los destinos para crear una experiencia confiable y de calidad.

2.4.1.3. Diseñar políticas de comunicación y relaciones públicas basadas en la experiencia Jalisco asociada a testimonios de los propios visitantes extranjeros.

Estrategia 2.4.2. Impulsar operativos de seguridad integral para ofrecer una experiencia satisfactoria a los visitantes.

2.4.2.1. Diseñar e instrumentar un modelo de seguridad, asistencia y protección integral turística, con la participación de los tres niveles de gobierno y protocolos de atención para caso de contingencias.

2.4.2.2. Mejorar la asistencia a turistas mediante la capacitación y el uso de nuevas tecnologías.

2.4.2.3. Fortalecer los mecanismos de auxilio y asistencia turística en las zonas de mayor afluencia.

Objetivo 3. Mejorar las capacidades turísticas locales

Se busca el aprovechamiento del potencial turístico con la revaloración de las regiones con patrimonio natural y cultural, el rescatar de la imagen urbana tradicional y el impulso del surgimiento de nuevos productos turísticos de inversión privada; además de la diversificación de la oferta cultural y natural, así como de entretenimiento, para fortalecer la atractividad y competitividad de las rutas y destinos de la entidad, fortaleciendo los trabajos en los Consejos regionales de turismo y, por último, modernizar la conectividad e infraestructura de los municipios.

Se encargará de mejorar el desarrollo y la planeación de la actividad turística mediante el mejoramiento y adecuación del marco normativo y la formulación de diagnósticos turísticos municipales y regionales.

Objetivo táctico 3.1. Incrementar la oferta de hospedaje y productos turísticos competitivos en rutas y destinos del interior del Estado

Estrategia 3.1.1. Consolidar a los Consejos regionales de turismo para la operación de observatorios turísticos.

3.1.1.1. Fortalecer la participación e instrumentación de los Consejos regionales de Turismo.

3.1.1.2. Promover a través de los Consejos la generación de información turística municipal.

Estrategia 3.1.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística en destino del interior

3.1.2.1. Integrar agendas de competitividad por destino, que impulsen un modelo de desarrollo turístico integral con base en las características específicas de los destinos y los productos turísticos a detonar.

3.1.2.2. Crear y mejorar las condiciones de infraestructura y equipamiento en los destinos y sitios de interés turístico.

3.1.2.3. Incentivar iniciativas emprendedoras, creativas e innovadoras para potenciar la diversificación de la oferta con base a las características de las líneas de producto y la demanda potencial.

Estrategia 3.1.3. Promover estándares de calidad en los servicios turísticos de destinos del interior

3.1.3.1. Impulsar la certificación que incentive la calidad y calidez en los servicios turísticos y la profesionalización por línea de producto.

3.1.3.2. Instrumentar un programa de verificación del cumplimiento a la normatividad aplicable y la inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

Objetivo táctico 3.2. Incrementar la inversión pública y privada en productos turísticos que diversifique la oferta en rutas y destinos del interior del estado

Estrategia 3.2.1. Brindar capacitación y asistencia técnica financiera para proyectos turísticos en destinos del interior.

3.2.1.1. Fomentar la capacitación para que los emprendedores adquieran cultura financiera y desarrollen las habilidades gerenciales necesarias para el éxito de los negocios turísticos.

3.2.1.2. Establecer un sistema de asistencia técnica y seguimiento de proyectos para orientar el financiamiento hacia un desarrollo integral de los destinos.

3.2.1.3. Difundir la oferta de instrumentos financieros acordes con las necesidades del sector.

Estrategia 3.2.2. Facilitar la tramitología y promover los apoyos para la creación de negocios en destinos del interior.

3.2.2.1. Generar información sobre portafolios de proyectos para inversionistas potenciales.

3.2.2.2. Establecer una plataforma de promoción de oportunidades de inversión turística.

Estrategia 3.2.3. Fomentar la inversión en la modernización de la oferta de los destinos del interior del estado.

3.2.3.1. Generar inversión de acuerdo con las tendencias y necesidades de los turistas.

3.2.3.2. Promover inversión en tecnologías de información.

Objetivo táctico 3.3. Impulsar el transporte turístico y modernización y equipamiento de la red carretera troncal y alimentadora para facilitar el acceso a destinos turísticos del interior del estado

Estrategia 3.3.1. Gestionar la modernización de los ejes troncales y carreteras alimentadoras del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera.

3.3.1.1. Gestionar con gobierno federal la modernización de los ejes troncales del estado, el fortalecimiento del servicio de auxilio vial, y la promoción de la inversión privada de servicios turísticos de carretera

Estrategia 3.3.2. Impulsar los servicios de autotransporte de pasajeros de calidad turística en rutas turísticas.

3.3.2.1. Promover alianzas estratégicas con tour operadores.

Objetivo táctico 3.4. Impulsar la promoción turística de productos de turismo rural, de naturaleza y culturales para incrementar la afluencia y derrama en destinos del interior

Estrategia 3.4.1. Diseño de campañas para la promoción de las rutas turísticas del interior.

3.4.1.1. Instrumentar acciones de promoción diferenciada de las rutas turísticas en mercados nacionales e internacionales.

3.4.1.2. Alinear la estrategia de promoción a la diversificación y consolidación de las rutas turísticas.

Estrategia 3.4.2. Apoyar la participación de prestadores de servicios turísticos del interior en actividades de promoción nacionales e internacionales, para la venta de destinos.

3.4.2.1. Alinear la estrategia de asistencia a actividades con la participación de los municipios integrantes de las rutas turísticas.

Objetivo táctico 3.5. Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos del interior de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.

Estrategia 3.5.1. Definir un programa de comercialización integral de destinos y rutas del interior por línea de productos y orientación a segmentos.

3.5.1.1. Integrar paquetes vacacionales segmentados para los principales destinos y rutas de Jalisco, con base a un catálogo de destinos y productos turísticos.

3.5.1.2. Elaborar programas de comercialización para los principales destinos y rutas turísticas del Estado

Estrategia 3.5.2. Formalizar convenios con tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros para que comercialicen las rutas y destinos del interior.

3.5.2.1. Promover alianzas entre tour operadores en mercados emisores y agencias de turismo receptivo en los principales destinos de Jalisco.

3.5.2.1. Promover la asociación de prestadores de servicios para la integración de una comercializadora que venda los destinos de Jalisco.

3.5.2.2. Intensificar el uso de internet y las redes sociales para instrumentar estrategias de mercadotecnia en línea diferenciadas por mercado.

Anexo 1

Indicadores complementarios

Objetivo 1: Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de atraktividad turística	Turistas noche	Secretaría de Turismo Federal "Compendio Estadístico del Sector Turismo"	6.94	7.82	10.00	Ascendente
<p>Este indicador mide la atraktividad en términos del porcentaje de turistas-noche hospedados en Jalisco, con relación al total en el país. Este indicador evalúa el fortalecimiento de las ventajas competitivas para permitir un crecimiento superior al promedio nacional.</p> <p>ICAT = $(TN \text{ Jal } t / TN \text{ MEX } t) \times 100$.</p> <p>Dónde: ICAT = Índice de Atraktividad Turística en el año t. TN Jal t = Turistas-noche en Jalisco en el año t. TN QR-DF t = Turistas-noche en México en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de calidad en la prestación de los servicios turísticos	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo Federal	100	110	125	Ascendente
<p>Este indicador mide el crecimiento de prestadores de servicios turísticos que están llevando a cabo procesos para incrementar la calidad de los servicios entregados, medidos con base al número de establecimientos con certificados de calidad en los programas H, M Punto Limpio y Tesoros de México.</p> <p>ICPST = $(PST t / PST 2012) \times 100$.</p> <p>Dónde: ICPST = Índice de Calidad en la Prestación de Servicios Turísticos. PST t = Establecimientos con Distintivo de Calidad H, Punto Limpio, M, y Tesoros de México en el año t. PST 2012 = Establecimientos con Distintivo de Calidad H, Punto Limpio, M, y Tesoros de México en el año base.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de diversificación de la oferta turística	Porcentaje de Establecimientos diferentes a hospedaje	Secretaría de Turismo de Jalisco	46	58	76	Ascendente
<p>Este indicador mide el porcentaje de productos turísticos diferentes a establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, del total de productos turísticos de Jalisco. Se considera a servicios diferentes al H y A&B con objeto de identificar avances en la diversificación de la oferta. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor diversificación.</p> <p>DO Jal t = $(O \text{ nhr } t / O \text{ pt } t) \times 100$.</p> <p>Dónde: DO Jal t = Índice de Diversificación de la Oferta en el año t. O nhr t = Establecimiento de servicios turísticos distintos a hospedaje y A&B en el año t. O pt t = Total de establecimientos de servicios turísticos en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Gasto promedio por visitante	Pesos	Secretaría de Turismo de Jalisco	1,432	1,622	1,821	Ascendente
<p>Este indicador mide el crecimiento del gasto por visitante considerando la estadia y el gasto promedio diario.</p> <p>$GPV t = Det t / AT t$.</p> <p>Dónde: GPV t = Gasto Promedio por visitante en el año t. Det t = Derrama económica en el año t. AT t = Afluencia Turística en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de comercialización en mercados	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo de Jalisco	100	104	110	Ascendente
<p>Este indicador mide el crecimiento del número de operadores en mercados que comercializan los destinos de Jalisco.</p> <p>$ICM t = (TOM t / TOM 2012) \times 100$.</p> <p>Dónde: ICM t: Índice de Comercialización en Mercados en el año t. TOM t: Número de tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales en el año t. TOM 2012: Número de tour operadores y agencias de viaje que vendieron destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales en el año base 2012.</p>						

Objetivo 2: Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de diversificación de mercados internacionales	Porcentaje de Turistas nacionales distintas a EU	Secretaría de Turismo de Jalisco, Secretaría de Turismo Federal - CPTM	29.7	33	40	Ascendente
<p>Este indicador mide el porcentaje de visitantes de nacionalidades distintas a la de Estados Unidos que llegan a Jalisco del total de llegadas de visitantes internacionales. Se consideran países distintos a los Estados Unidos, con objeto de identificar avances en la diversificación de mercados. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor participación en otros mercados.</p> <p>$Dmi Jal = (Vi/VI) \times 100$.</p> <p>Dónde: Dmi Jal = Índice de Diversificación de mercados internacionales. Vi = Llegada de visitantes internacionales de nacionalidad distinta a EU. VI = Llegada de visitantes internacionales total.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de diversificación de mercados nacionales	Porcentaje de Turistas de otras entidades	Secretaría de Turismo de Jalisco	73.5	75	78	Ascendente
<p>Este indicador mide el porcentaje de visitantes de otras entidades que llegan a Jalisco del total de llegadas de visitantes nacionales. Se considera a entidades diferentes a Jalisco con objeto de identificar avances en la diversificación de mercado. Un valor mayor a la línea base del indicador refleja mayor participación en otros mercados.</p> <p>$Dmn\ Jal\ t = (Vn\ t / VN\ t) \times 100.$</p> <p>Dónde: $Dmn\ Jal =$ Índice de Diversificación de mercados nacionales en el año t. $Vn\ t =$ Llegada de visitantes nacionales de otras entidades en el año t. $VN\ t =$ Llegada de visitantes nacionales total en el año t.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de percepción de inseguridad	Porcentaje Población mayor de 18 que siente inseguridad	INEGI, Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE), Fiscalía General del Estado indicador GD1-001	61.5	60	55	Ascendente
<p>Este indicador muestra el porcentaje de la población de 18 años y más que se siente insegura en Jalisco.</p> <p>$GD1-001\ t = (PI > 18\ t / PT > 18\ t) \times 100.$</p> <p>Dónde: $GD1-001\ t =$ Índice de Percepción de Inseguridad en Jalisco en el año t. $PI > 18\ t =$ Población de 18 años o más que se siente insegura en el año t. $PT > 18\ t =$ Población total de 18 años o más en el año t.</p>						

Objetivo 3: Mejorar la capacidad turística locales.

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de afluencia turística en destinos del interior	Porcentaje de Incremento	Secretaría de Turismo de Jalisco	100	106	115	Ascendente
<p>Este indicador mide el incremento en los visitantes nacionales y extranjeros que arriban a destinos del interior de Jalisco (diferentes a la ZMG, Puerto Vallarta y San Juan de los Lagos).</p> <p>$IATi\ Jal\ t = (ATi\ t / ATi\ 2012) \times 100$.</p> <p>Dónde: $IATi\ Jal\ t$ = Índice de Afluencia Turística en destinos del interior en el año t. $ATi\ t$ = Afluencia Turística a destinos del interior en el año t. $ATi\ 2012$ = Afluencia Turística al estado en el año base 2012.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de derrama económica turística en destinos del interior	Porcentaje de Incremento	Secretaría de Turismo de Jalisco	100	125	160	Ascendente
<p>Este indicador mide la derrama económica de los visitantes nacionales y extranjeros que arriban a destinos del interior del estado (diferentes a la ZMG, Puerto Vallarta y San Juan de los Lagos).</p> <p>$DETi\ Jal\ t = (Di\ t / Di\ 2012) \times 100$.</p> <p>Dónde: $DETi\ Jal\ t$ = Índice de Derrama económica en destinos del interior en el año t. $Di\ t$ = Derrama económica en destinos del interior en el año t. $Di\ 2012$ = Derrama económica en destinos del interior en el año base 2012.</p>						

NOMBRE DEL INDICADOR	UNIDAD DE MEDIDA	FUENTE	LINEA DE BASE 2012	META 2015	META 2018	TENDENCIA DESEABLE
Índice de comercialización de destinos del interior en mercados	Porcentaje de Crecimiento	Secretaría de Turismo de Jalisco	100	105	115	Ascendente
<p>Este indicador mide el crecimiento del Número de tour operadores en mercados que comercializan los destinos del interior de Jalisco.</p> <p>$ICiM\ t = (TOM\ t / TOM\ 2012) \times 100$</p> <p>Dónde: $ICiM\ t$ = Índice de Comercialización de destinos del interior en Mercados en el año t. $TOM\ t$ = Número de tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos del interior de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales en el año t. $TOM\ 2012$ = Número de tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales en el año base 2012.</p>						

Anexo 2

Alineación de Indicadores básicos y complementarios con Objetivos Sectoriales, Objetivos Tácticos y Estrategias.

OBJETIVO SECTORIAL/INDICADORES	OBJETIVOS TÁCTICOS	ESTRATEGIAS	INDICADORES
1. Incrementar la derrama económica de los servicios turísticos. Indicador 1. Índice de derrama económica turística. Indicador 2. Índice de PIB turístico.	1.1 Fortalecer la atraktividad y competitividad de nuestros destinos.	1.1 Mejorar la calidad del entorno urbano y la capacidad de soporte de la infraestructura y equipamiento en centros turísticos. 1.2 Promover altos estándares de calidad en los servicios turísticos.	3. Índice de Atraktividad Turística. 4. Índice de calidad en la prestación de los servicios turísticos.
	1.2. Incrementar la oferta de productos turísticos competitivos para aumentar la afluencia, Estadía y derrama en Rutas y destinos.	1.3 Generar información, investigación y conocimiento sobre los destinos y líneas de producto. 1.4 Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística por región y destino.	5. Índice de diversificación de la oferta turística. 6. Gasto promedio por visitante.
	1.3 Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.	1.5. Definir un programa de comercialización integral de nuestros destinos y rutas por línea de productos y orientación a segmentos. 1.6. Formalizar convenios entre tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores para que comercialicen los destinos de Jalisco.	7. Índice de comercialización en mercados. 8. Índice de nivel de ocupación hotelera.

OBJETIVO SECTORIAL/INDICADORES	OBJETIVOS TÁCTICOS	ESTRATEGIAS	INDICADORES
<p>2. Incrementar y diversificar la afluencia turística nacional e internacional.</p> <p>Indicador 9. Índice de afluencia turística.</p>	<p>2.1 Incrementar la inversión privada en productos turísticos que diversifiquen la oferta.</p>	<p>2.1. Gestionar mayores niveles de financiamiento para emprendedores turísticos. 2.2. Brindar capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de proyectos turísticos sustentables. 2.3. Fortalecer los mecanismos de atracción y captación de inversión en el sector.</p>	<p>10. Índice de inversión privada en el sector turístico. 11. Porcentaje inversión privada en productos turísticos no hoteleros.</p>
	<p>2.2. Aumentar la oferta de asientos en vuelos directos hacia Jalisco y Modernizar y equipar la red carretera troncal para facilitar el arribo a los destinos turísticos de Jalisco.</p>	<p>2.4. Gestionar una mayor oferta de vuelos directos desde los mercados nacionales e internacionales. 2.5. Gestionar la modernización de los ejes troncales del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera.</p>	<p>12. Índice de oferta de asientos de avión en vuelos a Jalisco. 13. Índice de conectividad carretera estatal.</p>
	<p>2.3. Lograr mayor eficacia en la promoción turística para potenciar el impacto en los mercados de más alto potencial de viajes.</p>	<p>2.6. Diseño de campañas concertadas con socios cooperativos para la promoción eficaz de los destinos turísticos. 2.7. Impulsar la participación de prestadores de servicios turísticos en actividades y eventos de promoción, nacionales e internacionales, con un objetivo mercadológico para la venta de destinos.</p>	<p>14. Índice de diversificación de mercados internacionales. 15. Índice de diversificación de mercados nacionales</p>
	<p>2.4. Crear una imagen de los destinos de Jalisco como destinos seguros, amigables y atractivos, para generar confianza en el turista para su arribo a Jalisco.</p>	<p>2.8. Operar campañas en medios para difusión de Jalisco como destino seguro, amigable y atractivo. 2.9. Impulsar operativos de seguridad integral para ofrecer una experiencia satisfactoria a los visitantes.</p>	<p>16. Índice de percepción de inseguridad.</p>

OBJETIVO SECTORIAL/INDICADORES	OBJETIVOS TÁCTICOS	ESTRATEGIAS	INDICADORES
	3.1 Incrementar la oferta de hospedaje y productos turísticos competitivos en rutas y destinos del interior del estado.	3.1. Consolidar a los Consejos Regionales de turismo para la operación de observatorios turísticos. 3.2. Impulsar la innovación, diversificación y consolidación de la oferta turística en destinos del interior. 3.3. Promover estándares de calidad en los servicios turísticos de destinos del interior.	19. Índice de concentración de la oferta turística. 20. Índice de calidad de los servicios turísticos en destinos del interior.
3. Mejorar las capacidades turísticas locales.	3.2 Incrementar la inversión privada en productos turísticos que diversifiquen la oferta en rutas y destinos del interior del estado.	3.4. Brindar capacitación y asistencia técnica financiera para proyectos turísticos en destinos del interior. 3.5. Facilitar la tramitología y promover los apoyos para la creación de negocios en destinos del interior. 3.6. Fomentar la inversión en la modernización de la oferta de los destinos del interior.	21. Índice de inversión privada en productos turísticos en destinos del interior.
Indicador 17. Índice de afluencia turística en destinos del interior. Indicador 18. Índice de derrama económica turística en destinos del interior.	3.3 Impulsar el transporte turístico y modernización y equipamiento de la red carretera troncal y alimentadora para facilitar el acceso a destinos turísticos del interior del estado.	3.7. Gestionar la modernización de los ejes troncales y carreteras alimentadoras del estado y el fortalecimiento de los servicios turísticos de carretera. 3.8. Impulsar los servicios de autotransporte de pasajeros de calidad turística en rutas turísticas.	22. Índice de conectividad de rutas turísticas.
	3.4 Impulsar la promoción turística de productos de turismo rural, de naturaleza y culturales para incrementar la afluencia y derrama en destinos del interior	3.9. Diseño de campañas para la promoción de las rutas turísticas del interior. 3.10. Apoyar la participación de prestadores de servicios turísticos del interior en eventos de promoción nacionales e internacionales, para la venta de destinos.	23. Índice de diversificación de destinos.
	3.5 Contar con tour operadores y agencias de viaje que vendan los destinos del interior de Jalisco en los mercados tradicionales y potenciales.	3.11. Definir un programa de comercialización integral de destinos y rutas del interior por línea de productos y orientación a segmentos. 3.12. Formalizar convenios con tour operadores y agencias de viaje en los principales mercados emisores nacionales y extranjeros para que comercialicen las rutas y destinos del interior.	24. Índice de comercialización en destinos del interior.

Bibliografía

- Anuario Estadístico 2007-2013* () Guadalajara: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Padrón Nacional de Proyectos de Inversión*. 2006, 2007, 2008, 2010.
- Programa Sectorial de Turismo 2013-2018*. Sectur.
- Monitoreo de Mercados y Destinos* (2014) Consejo de Promoción Turística de México.
- Seijal () *Producto Interno Bruto por Entidad Federativa 2003-2012*.
- Compendio estadístico, 2000-2012 Datatur.
- Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco, Lagos de Moreno* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco, Tapalpa* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco, Mazamitla* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco, Tequila* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Diagnóstico de competitividad y sustentabilidad de los pueblos mágicos de Jalisco, San Sebastián del Oeste* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Agenda de competitividad de los destinos de México, San Juan de los Lagos* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Agenda de competitividad de los destinos de México, Puerto Vallarta* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Agenda de competitividad de los destinos de México, Guadalajara* (2013) Guadalajara: UdeG/Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco.
- Programa subregional de desarrollo turístico Andador del Peregrino*, Estado de Jalisco (2010)
- Programa de desarrollo turístico de Tonalá, Tlajomulco de Zúñiga, región del Lago de Chapala y La Manzanilla de la Paz*, estado de Jalisco (2010)
- Programa especial de desarrollo turístico de San Juan de los Lagos, Jalisco* (2008)
- Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta del Tequila en el paisaje agavero* (2008)
- Plan de competitividad de Puerto Vallarta como destino de cruceros* (2011)
- Programa de desarrollo turístico del Centro Histórico de Puerto Vallarta*, Estado de Jalisco (2012)
- Programa Subregional de Desarrollo Turístico Costalegre*, Estado de Jalisco (2011)
- Programa de desarrollo de los circuitos turísticos de la Zona Metropolitana de Guadalajara*, Estado de Jalisco (2014)

Directorio

Jesús Enrique Ramos Flores
Secretario de Turismo y Coordinador del Subcomité Sectorial de Turismo

Relación de los integrantes del Subcomité

José Palacios Jiménez
Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO)

Myriam Vachez Plagnol
Secretaría de Cultura

Roberto Dávalos López
Secretaría de Infraestructura y Obra Pública (SIOP)

María Magdalena Ruíz Mejía
Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial (Semadet)

Gustavo González Villaseñor
Presidente de la Comisión de Turismo del Congreso del Estado

Irma Leticia Leal Moya
Centro Universitario de los Altos (CUAltos)

María Felicitas Parga Jiménez
Centro Universitario de La Ciénega (CUCiénega)

Ricardo Xicoténcatl García Cauzo
Centro Universitario del Sur (CUSur)

Tomas Ortega Ojeda
Centro Universitario del Sur (CUSur)

Alfredo Tomás Ortega Ojeda
Centro Universitario de la Costa Sur (CUCSur)

Jesús Medina García
Centro Universitario de la Costa Sur (CUCSur)

Marco Antonio Cortés Guardado
Centro Universitario de la Costa (CUCosta)

José Luis Santana Medina
Centro Universitario de los Valles (CUValles)

Marco Tulio Daza
Centro Universitario de los Valles (CUValles)

Gerardo Alberto Mejía Pérez
Centro Universitario del Norte (CUNorte)

José Alberto Castellanos Gutiérrez
Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (Cucea)

Salvador Gómez Nieves
Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (Cucea)

Carlos Wollstein
Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara (OVCG)

Carlos Moreno
Oficina de Visitantes y Convenciones de Guadalajara (OVCG)

Ignacio Cadena Beraud
Asociación de Hoteles y Moteles de Puerto Vallarta

Gustavo Staufert Buclon
Asociación de Hoteles de Jalisco

Ana Karla Ahumada
Asociación de Hoteles de Jalisco

Jesús Manuel García Leños
Asociación Mexicana de Agencias de Viajes del Occidente

Jorge Humberto Cuevas Dávalos
Asociación de Hoteles Moteles y Desarrolladores de la Costalegre

Miguel Ángel Domínguez Morales
Consejo Regulador del Tequila (Ruta del Tequila AC)

Martha Irene Venegas Trujillo
Consejo Regulador del Tequila (Ruta del Tequila AC)

Margarita Dueñas García
Comité Pueblo Mágico San Sebastián del Oeste

Sergio Montaña Santos
Comité Pueblo Mágico Mazamitla

Octavio Ríos Ramírez
Pueblo Mágico de Tequila

Antonio Landeros Sandoval
Pueblo Mágico de Tequila

Jesús Preciado
Consejo de Promoción y Fomento Turístico Sierra Occidental

Juan Alberto Castro
Consejo de Promoción y Fomento Turístico Sierra Occidental

Alejandro Rubio Beltrán
Consejo de Promoción y Fomento Turístico Sierra de Amula

Participantes en el taller de planeación del subcomité para la formulación del programa

Ramón Godínez Ortiz
Turismo Guadalajara

Teresa Macías Salazar
Turismo Zapopan

Julia Nambo Mariscal
Turismo Tlaquepaque

Norma Angélica Martínez Barrios
Turismo Tonalá

Martha Leticia Alcázar Chávez
Turismo Tlajomulco de Zúñiga

Frania Martín Guzmán
Turismo Talpa de Allende

Teresa Esqueda Olivares
Turismo San Juan de Los Lagos

Juan Rodríguez Medina
Turismo de Jamay

Carlos Moreno
Expo Guadalajara

José de Jesús Mora de Dios
Asociación de Agencias receptoras de Jalisco

Mauricio Margules Sevilla
Asociación Mexicana de Turismo de Aventura (AMTAVE)

Jorge Ramírez Esteban
Asociación Regional de Líneas Aéreas de Guadalajara (ARLAG)

Roció Armenta Malpica
Centro de Convenciones de Puerto Vallarta

Hugo Becerra
Asturilago AC

Arnulfo López Hernández
Asturilago AC

Armando Agredano Carbajal
Universidad del Valle de Atemajac (UNIVA)

Sally Rangel Delgado
Asociación de Haciendas y Casonas Rurales

Martha Raquel Huerta Anaya
Universidad Autónoma de Guadalajara (UAG)

Equipo coordinador y técnico para la formulación del programa sectorial

Víctor Manuel Mijangos Castellanos
Director General de Planeación y Desarrollo de Destinos Turísticos

Miguel González González
Director General de Promoción Turística

Jorge González Moncayo
Director General de Enlace Institucional para el desarrollo regional

Germán Roberto Figueroa Meza
Director General Administrativo

Jesús Josafat Tirado Fuentes
Dirección General de Planeación y Desarrollo de
Destinos Turísticos

Juan Carlos Cadena Villaseñor
Dirección General de Planeación y Desarrollo de
Destinos Turísticos

Paulina Herrera Batres
Dirección General de Planeación y Desarrollo de
Destinos Turísticos

Verónica Citlalli Hernández Noguera
Dirección General de Promoción Turística

Tania Citlalli Gallegos González
Dirección General de Promoción Turística

Alma Fernández Cadena
Dirección General de Promoción Turística

Jorge Alejandro Pérez Díaz
Dirección General de Enlace Institucional para el desarrollo regional

Comité de Planeación para el Desarrollo del Estado

Jorge Aristóteles Sandoval Díaz
Gobernador Constitucional del Estado de Jalisco
Presidente del Coplade

Ricardo Villanueva Lomeli
Secretario de Planeación, Administración y Finanzas
Coordinador General del Coplade

David Gómez Álvarez
Subsecretario de Planeación y Evaluación
Secretario Técnico del Coplade

Coordinadores de Subcomités Sectoriales de la Dimensión Economía Próspera e Incluyente

Eduardo Almaguer Ramírez
Secretaría del Trabajo y Previsión Social

José Palacios Jiménez
Secretaría de Desarrollo Económico

Héctor Padilla Gutiérrez
Secretaría de Desarrollo Rural

Roberto Dávalos López
Secretaría de Infraestructura y Obra Pública

Jesús Enrique Ramos Flores
Secretaría de Turismo

Jaime Reyes Robles
Secretaría de Innovación, Ciencia y Tecnología

Subsecretaría de Planeación y Evaluación

Equipo de la Dirección General de Planeación, coordinación
y revisión metodológica

Humberto Gutiérrez Pulido
Director General

Víctor Armando Ortiz Ortega
Director de Planeación Institucional

José Martínez Graciliano
Director de Planeación Regional y Metropolitana

Mario Alberto Morales Martínez
Enlace y coordinador del Programa Sectorial

Carmen Lucía García Castro
Auxiliar de proyecto

Equipo de edición y diseño

René Valencia Rivera
Coordinador de la producción editorial, Subsecretaría

Francisco Xavier Segura Domínguez
Estilo

Informática y diseño

Luciano Romero Arreola
Alfonso Ávalos Juárez
Brenda Jasmín Palomera Pérez
Carlos Ulloa Romero
Diseño gráfico y diagramación

Edición

Secretaría General de Gobierno

Roberto López Lara
Secretario General de Gobierno

Francisco Javier Morales Aceves
Oficial Mayor de Gobierno

Álvaro Ascencio Tene
Director de Publicaciones y Periódico Oficial
del Gobierno del Estado de Jalisco

Christian Zacarías Ponce
Jefe de Administración

Nathaly Alejandra Guillén Valenzuela
Encargada de Diseño

Luis Gabriel Fierros Manzo
Jefe de Producción

Fernando Encisco Cabral
Coordinador Operativo

Gobierno del Estado de Jalisco
Secretaría de Planeación Administración y Finanzas
Subsecretaría de Planeación y Evaluación

PROGRAMAS SECTORIALES

La diagramación estuvo a cargo de la Unidad de Desarrollo Multimedia de la Subsecretaría de Planeación y Evaluación del Gobierno del Estado de Jalisco y se terminó de editar el día 30 de septiembre de 2014.

Guadalajara, Jalisco, México.

JALISCO
GOBIERNO DEL ESTADO



BIENESTAR
MERECE ESTAR BIEN