

Al margen Escudo del Estado de México.

Acuerdo por el que el Consejo Consultivo de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México expide el Programa Estatal de Turismo Sostenible del Estado de México, en ejercicio de las facultades contenidas en los artículos 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30 y 31 de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México publicada en el Periódico Oficial “**Gaceta del Gobierno**” el 6 de enero de 2021.

PROGRAMA ESTATAL DE TURISMO SOSTENIBLE DEL ESTADO DE MÉXICO

PRESENTACIÓN

El turismo se ha venido desempeñando desde hace varias décadas como uno de los sectores más dinámicos y en constante crecimiento para las economías de los países y las regiones que han apostado por su desarrollo en virtud de los beneficios económicos y sociales que genera, convirtiéndose en una actividad cada vez más competitiva y enormemente competitiva.

El gran dinamismo y fortalecimiento que presentó esta actividad en los años recientes a nivel internacional lo destacan como un sector que, gestionado deliberadamente, puede convertirse en uno de los motores más importantes para el crecimiento económico y social de los países por su contribución al Producto Interno Bruto (PIB), por los empleos y las divisas que genera, por la atracción de inversión, por ser una actividad de exportación, por la derrama económica que propicia, porque genera riqueza y permite su distribución, por contribuir a atenuar la pobreza, la emigración y la marginación, y por involucrar a un gran número de actores e industrias dentro de su cadena de valor, entre otras razones.

El Estado de México es una de las entidades del país que más posee importantes ventajas comparativas y competitivas que le otorgan un gran potencial para el desarrollo turístico, como su ubicación geográfica, la enorme cantidad y diversidad de recursos naturales y culturales en prácticamente todas sus regiones, el desarrollo industrial, entre otras. La entidad tiene avances significativos en el desarrollo de la actividad turística, sin embargo, es necesaria mejorar su competitividad, diversificación e innovación turística para incrementar los beneficios y promover una mejor distribución entre las diversas comunidades que lo integran.

Es de destacar que en el contexto en el que se desarrolla este Programa, el turismo está enfrentando el reto más significativo de toda su historia por las afectaciones derivadas de la pandemia de Covid-19 registrada a nivel mundial, sobre todo en 2020, provocadas principalmente por factores como el confinamiento obligatorio, la reducción de la movilidad, la interrupción de actividades comerciales y turísticas que no fueran prioritarias, así como el cierre de fronteras que dictaron las autoridades para salvaguardar la salud de los miembros de la sociedad en México y en los países del mundo.

El freno a la movilidad de una gran cantidad de las actividades sociales y productivas provocaron daños graves a la economía mundial impactando en la mayoría de sus sectores, siendo el turismo uno de los más afectados a nivel global y por supuesto también en México.

No obstante, el turismo es una actividad caracterizada por su alta vulnerabilidad ante el surgimiento de crisis de cualquier tipo como pueden ser económicas, sociales, políticas, y por causas naturales y de salud, como la que se presentó, también se le reconoce por su gran capacidad de resistencia y recuperación relativamente rápida, si se reacciona de forma pertinente y oportuna.

En 2021, la pandemia permitió algunas etapas de relativa recuperación para algunos países, ante un mayor conocimiento para su gestión y los avances en la vacunación a nivel internacional, sin embargo, al cierre del año los indicadores demuestran que las afectaciones al turismo continuaron, ante la parcial apertura de los negocios turísticos, de las fronteras, y una relativa mayor movilidad.

Aunado a lo anterior, se agregan las complicaciones que presenta el sector turístico a nivel nacional ante la necesidad de un mayor reconocimiento como sector prioritario de la economía, la problemática por la escasez de recursos presupuestales para políticas y programas estratégicos como son la promoción y el Programa Pueblos Mágicos, entre otros, y de la respuesta limitada a la demanda de apoyo y acciones para enfrentar los retos, principalmente para los micro, pequeños y medianos empresarios turísticos ante la situación de emergencia por la pandemia de la Covid-19.

A nivel estatal, se señala en el Plan Estatal de Desarrollo que “los principales retos que enfrenta el Estado de México en materia de desarrollo económico se pueden resumir en tres grandes rubros: I) Incrementar la productividad en todos los sectores de nuestra economía; II) Generar las condiciones necesarias para ser más competitivos y atraer y retener inversiones generadoras de empleo; III) Ampliar y fortalecer los mecanismos que permitan un desarrollo económico sostenido, equilibrado e inclusivo.”¹

¹ Plan Estatal de Desarrollo del Estado de México 2019-2023. p. 116

En este contexto se lleva a cabo la actualización y fortalecimiento del Programa Estatal de Turismo del Estado de México que tiene como propósito establecer la política turística que guíe el quehacer del turismo de la entidad para hacer de esta una sector competitivo, sostenible e innovador, orientado a su reactivación y a la contribución para la recuperación de la economía del estado, que propicie mejoras en el bienestar de los mexiquenses, aprovechando la gran diversidad de recursos naturales y culturales así como su estratégica situación geográfica en el país.

De esta forma el Programa tiene como objetivo fundamental fortalecer el desarrollo competitivo, sostenible y la innovación del turismo en la presente administración del gobierno estatal con una visión hacia el futuro de la actividad turística en la entidad.

Asimismo, el valor económico y social que representa el turismo lo convierten en uno de los instrumentos idóneos para contribuir al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, que tienen como propósitos globales erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Para el cumplimiento de esta agenda la ONU plantea que todos deben hacer su parte: los gobierno, el sector privado y la sociedad civil.

Por lo antes mencionado, el documento que se presenta, además de que está alineado a los principales instrumentos establecidos en la normatividad federal y estatal de desarrollo y turística, se adhiere a los objetivos de la Agenda 2030 de desarrollo sostenible en lo relacionado al turismo.

Como una breve descripción de la estructura del documento se tiene en el primer capítulo el desarrollo del diagnóstico con el análisis de la situación de los principales indicadores del turismo internacional, nacional y del estado; aborda el estudio del funcionamiento actual del sistema turístico estatal, así como los principales temas relacionados con la actividad turística, así como se enumeran los principales hallazgos y un análisis estratégico o FODA.

En el segundo capítulo, se desarrolla un análisis especializado de la contribución económica del turismo al estado, donde se exponen los indicadores más importantes como son la participación del PIB turístico en la economía de la entidad, se aborda información sobre las unidades económicas, la contribución del turismo en el empleo, aspectos de las remuneraciones al personal ocupado e información sobre la formación bruta de capital fijo turístico.

En el tercer apartado, se hace un análisis de la estrategia de promoción y marketing turístico, principalmente en los que se refiere al posicionamiento y presencia digital del Estado de México en los medios, a través de la utilización de diversas técnicas, así como su comparación con otros destinos turísticos del centro del país. En el capítulo 4 se presenta la determinación del portafolio de productos por región turística como una acción de la planeación turística como base del desarrollo sostenible del turismo en la entidad, este apartado tiene como objetivo contribuir a la diversificación de la oferta de los productos, segmentos, destinos y mercados turísticos con el fin de mejorar la competitividad turística estatal y su posicionamiento.

Por último, en el quinto capítulo se desarrollan los lineamientos estratégicos, donde se establecen razones fundamentales para impulsar el turismo en el Estado de México, los principales retos para el despegue detectado, las condiciones estratégicas y la definición de los objetivos estratégicos para el desarrollo turístico del estado, integrando sus estrategias y acciones, como base de un plan de acción.

I. DIAGNÓSTICO DEL TURISMO DEL ESTADO DE MÉXICO

Con el fin de profundizar en el conocimiento de los atributos y dinámica distintivas de la actividad turística en el Estado de México se desarrolla este apartado que analiza el comportamiento de los principales indicadores del desempeño del turismo en los últimos años y en la actualidad, retomando datos del contexto internacional, nacional y estatal, el estudio del funcionamiento del sistema turístico estatal, así como de los principales temas que tienen que ver con el proceso que ha mostrado el desarrollo de la actividad turística en la entidad.

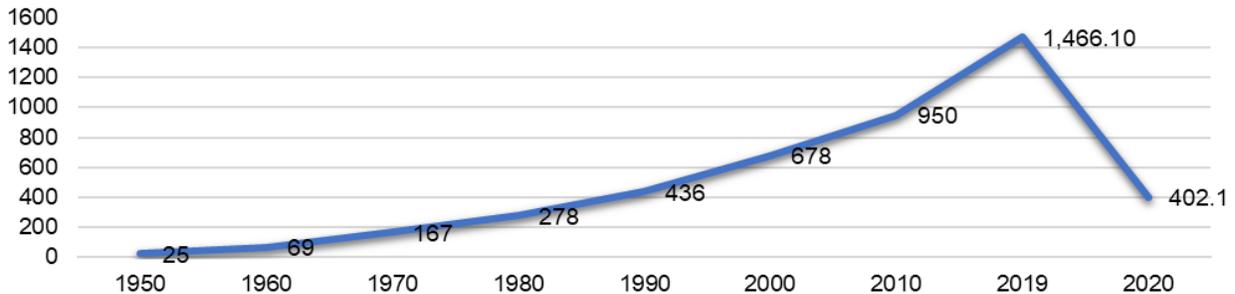
1. Contexto internacional

La evolución del turismo a nivel internacional indica que el sector ha experimentado un gran dinamismo a lo largo de las últimas décadas manteniendo un constante ritmo de crecimiento, cabe apuntar que hasta el 2019 se cumplieron 10 años de observarse, año con año, un incremento sostenido del 4.1% en promedio anual, al alcanzar 1,466.1 millones de llegadas de turistas en el mundo y de ingresos por turismo se registró un monto de 1,465.8 miles de millones de dólares.

Si bien, como se comentaba previamente, el turismo ha enfrentado etapas complicadas por crisis de diversos tipos: sociales, económicas, conflictos políticos, naturales o de salud, que se han suscitado en alguna o varias regiones del mundo, no ha dejado de demostrar su capacidad de resistencia y relativa pronta recuperación, así lo indica la tendencia de crecimiento en los datos de las llegadas y el gasto de los turistas registrados a lo largo de los años, con tasas importantes de crecimiento, y para la última década entre 2010-2020, en términos "normales" la OMT proyectaba un crecimiento del 4.8%, sin embargo el pronóstico no se cumplió por las reducciones en las llegadas de turistas de finales del 2019 en algunos países al iniciar la pandemia (cuando creció en 3.8%) (Gráfica 1)

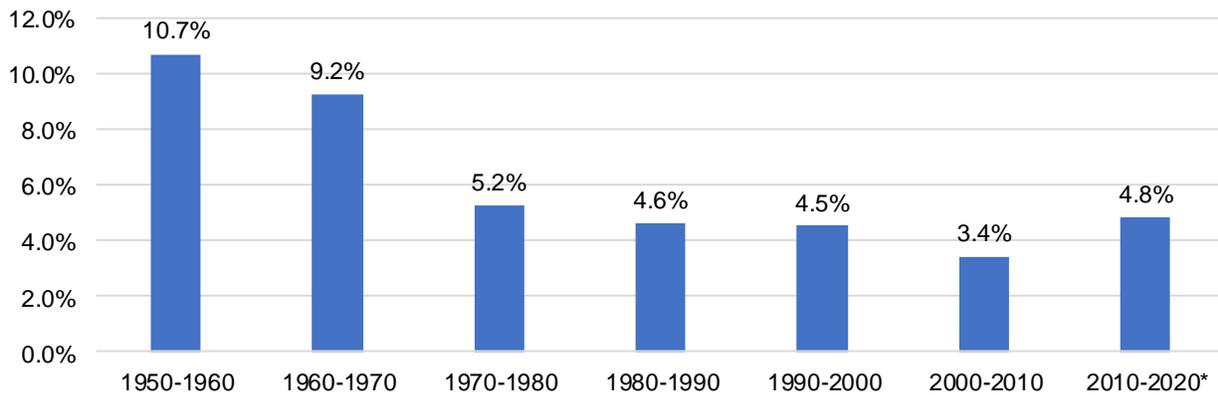
En 2020, fue el año donde se manifestó totalmente la crisis de salud de forma histórica, nunca se había registrado un fenómeno similar en el turismo, que fue generada por la pandemia de la Covid-19, al reducirse en un 93% las llegadas de turistas internacionales a los destinos del mundo, al pasar de 1,466.1 millones de llegadas a solo 402.1 millones debido a factores como el cierre de fronteras, la reducción de la movilidad, cierres de establecimientos comerciales y turísticos afectando los mercados emisores y los destinos turísticos. (Gráfica 1. y Gráfica 2.)

**Gráfica 1. Evolución de la llegada de turistas internacionales en el mundo.
Millones de llegadas
1950-2020**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

**Gráfica 2. Evolución tasa media anual de crecimiento de llegadas de turistas internacionales en el mundo
1950-2020. (%)**



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

1.1. El turismo mundial en cifras

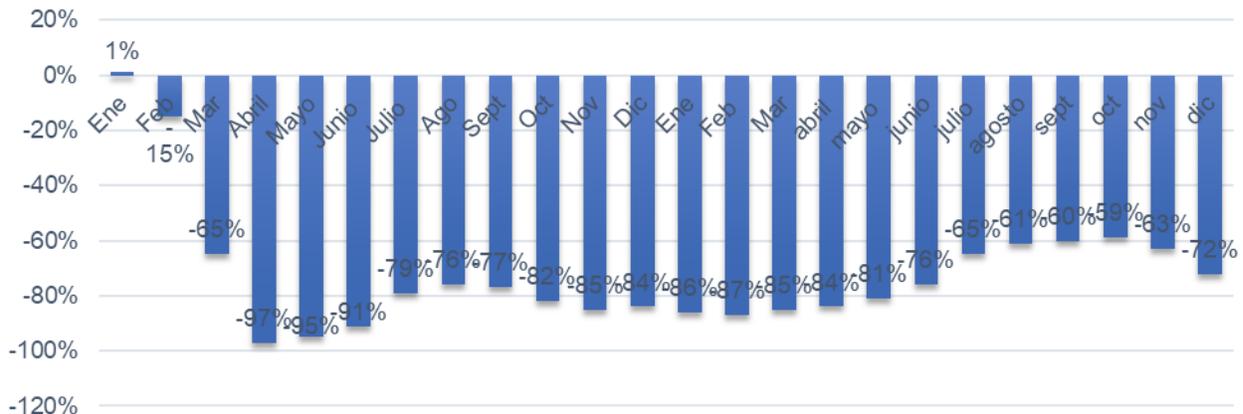
El crecimiento del turismo mundial parecía imparable e incluso se identificaba hasta el último tercer trimestre de 2019 un segundo *boom* turístico en los años recientes, ya que era constante su ritmo de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a los destinos del mundo, así como su consecuente generación de ingresos y beneficios.

El turismo representa una importante aportación para las economías y las sociedades donde se desarrolla la actividad. Considerando hasta el año 2019, previo a la pandemia, de acuerdo con el World Travel & Tourism Council (WTTC) las cifras por viajes y turismo representaba en términos económicos las siguientes cifras:

- ❖ 1 de cada 4 de los nuevos empleos creados en todo el mundo, es decir, el 10.6% del total de los empleos (334 millones)
- ❖ El 10.4% del Producto Interno Bruto mundial (US \$ 9.2 billones)
- ❖ En 2019, el gasto de los visitantes internacionales ascendió a US \$ 1.7 billones.
- ❖ El 6.8% del total de las exportaciones mundiales, el turismo es la tercera mayor actividad exportadora.
- ❖ El 27.4% de las exportaciones mundiales de servicios.

Sin embargo, el impacto de la pandemia en 2020, que se podría considerar como el año más afectado del periodo de duración de esta crisis, se tradujo en una drástica e histórica reducción del 73% en 2020 y del 72% en 2021, respecto al 2019 en la llegada de los turistas internacionales a los destinos del mundo y del 64% de decrecimiento en los ingresos por este tipo de turismo (Gráfica 3.)

Gráfica 3. Evolución porcentual de las llegadas de turistas internacionales en el Mundo. 2020-2021/2019



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

En lo que se refiere a los ingresos por el turismo internacional, la OMT señaló que “la contribución económica del turismo en 2021 (medida en producto interior bruto directo del turismo) se estima en 1.9 billones de dólares, por encima de los 1.6 billones de dólares de 2020, pero todavía muy por debajo del valor pre-pandémico de 3.5 billones de dólares.

Los ingresos por exportaciones del turismo internacional podrían superar los 700.000 millones de dólares en 2021, una pequeña mejora respecto a 2020 debido al mayor gasto por viaje, pero menos de la mitad de los 1.7 billones de dólares registrados en 2019.²

1.2. La Pandemia Covid-19 y el turismo.

Como se puede observar en las gráficas anteriores, en 2020 el turismo enfrentó la etapa más complicada de su historia de la cual no se tiene registrado algún precedente similar, esto debido a las afectaciones derivadas de la pandemia por el virus SARS-Cov-2 que produce la enfermedad COVID-19, que según la información oficial apareció en China a finales del 2019 e iniciada y padecida en prácticamente todo el mundo durante el año 2020 y el 2021. Esta es una situación se prevé que marcará un parteaguas en el antes y después de la actividad turística mundial.

Las medidas de seguridad establecidas por los organismos internacionales encargadas de la salud y los gobiernos nacionales para contener los contagios como son el confinamiento de la sociedad, la reducción de la movilidad, los cierres de los establecimientos comerciales, la suspensión de viajes del transporte sobre todo aéreo, así como los cierres de las fronteras en el mayor número de países de todas las regiones del mundo, causando la reducción a tasas históricas de los flujos turísticos, la transportación aérea internacional, el comercio, las actividades de recreación, causando efectos negativos para la mayoría de los eslabones de la cadena de valor del turismo.

La gran incertidumbre experimentada en el sector turístico mundial en los números y las proyecciones que se fueron ajustando periódicamente durante el transcurso del año 2020 primero y luego aunándose el 2021 conforme avanzaba la pandemia y una serie de rebrotes que se suscitaban tanto en los principales países emisores de turismo como en los principales mercados receptores, se hizo suponer un evidente grave escenario que se vislumbraba para el cierre del 2020 sobre todo con una ligera recuperación en algunos destinos en 2021, al reactivarse en número limitado el transporte aéreo y las actividades comerciales y turísticas.

Sin embargo, ante el empeoramiento de la pandemia al incrementarse el número de contagios y el surgimiento de nuevas variantes del virus, varios países restablecieron restricciones de viajes más estrictas, incluyendo pruebas obligatorias, cuarentenas, certificaciones de vacunas y, en algunos casos, el cierre total de las fronteras y los confinamientos locales, que obstaculizaron la reanudación de los viajes internacionales. Además, la llegada de las vacunas y su administración fueron más lentas de lo esperado, retrasando aún más el reinicio del turismo, al momento de realizar este documento las

² Con datos del Barómetro de la OMT del Turismo Mundial de enero de 2022.

afectaciones, según los organismos representantes del turismo mundial de acuerdo con sus investigaciones fueron las siguientes:

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT)³:

- *El turismo sufrió en 2020 la mayor crisis de su historia.*
- *Las llegadas de turistas internacionales cayeron hasta un 73%, con las siguientes consecuencias:*
 - *Mil millones menos de llegadas y cifras similares a las de hace 30 años.*
 - *Pérdida en exportaciones mundiales del turismo (incluido el transporte de pasajeros) de casi 1,1 billones de dólares de los EE. UU. (diez veces superior a la pérdida registrada en la crisis económica de 2009), lo que representa el 42% del descenso total de las exportaciones mundiales;*
- *Pérdida de alrededor de 2 billones de dólares de los EE.UU. en producto interior bruto turístico directo, más del 2% del PIB mundial; y*
- *Entre 100 y 120 millones de empleos turísticos directos en riesgo.*
- *En agosto y septiembre de 2021, las llegadas fueron un 63% inferiores a las de 2019, un dato que perfila los mejores resultados mensuales desde el inicio de la pandemia.*
- *El aumento de la demanda durante el tercer trimestre de 2021 se debe en parte a la mejora de la confianza del viajero, que ha aumentado a la luz del firme avance de la vacunación y el relajamiento de las restricciones de entrada en muchos destinos.*
- *Los ingresos por turismo internacional podrían alcanzar los 700.000 u 800.000 millones de dólares de los EE.UU. en 2021, lo cual supondría una pequeña mejora con respecto a 2020, aunque esas cifras continuarían siendo menos de la mitad de los 1,7 billones que se registraron en 2019.*
- *La contribución económica directa del turismo se estima en 1,9 billones de dólares de los EE.UU. para 2021 (en términos de producto interior bruto turístico directo), un valor que se sitúa muy por debajo de la cifra de 3,5 billones que se registró en el momento anterior a la pandemia.*

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (World Travel & Tourism Council, WTTC) calcula las siguientes afectaciones (de acuerdo con un análisis realizado en 185 países de 25 regiones del mundo)⁴:

- *El sector de Viajes y Turismo sufrió una pérdida de casi US\$4,5 billones para alcanzar los US\$4,7 billones en 2020.*
- *La contribución al PIB cayó en un asombroso 49,1% en comparación con 2019;*
- *Una disminución del PIB del 3,7% de la economía mundial en 2020.*
- *En 2019, el sector de Viajes y Turismo contribuyó con un 10,4% al PIB mundial; una proporción que disminuyó al 5,5% en 2020 debido a las continuas restricciones a la movilidad.*
- *En 2020 se perdieron 62 millones de empleos, lo que supone una caída del 18,5%, dejando apenas 272 millones de empleados en todo el sector a nivel mundial, frente a los 334 millones de 2019. La amenaza de pérdida de empleos persiste, ya que muchos empleos están actualmente respaldados por esquemas de retención del gobierno en algunos países del mundo y horas reducidas, que sin una recuperación completa de Viajes y Turismo podrían perderse.*
- *El gasto de los visitantes nacionales disminuyó un 45%, mientras que el gasto de los visitantes internacionales disminuyó en un 69.4% sin precedentes.*
- *En 2020, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) cayeron 73%, siendo los meses de abril y mayo los que alcanzaron la mayor reducción del 97% y 95%, respectivamente, es decir en este periodo prácticamente se frenaron los flujos turísticos en todo el mundo.*

Proyecciones hacia la reactivación

De acuerdo con la OMT, en las proyecciones al cierre del 2021 la recuperación dependerá de la velocidad de la contención de la epidemia, el ritmo y cobertura de la vacunación, así como la duración de las restricciones de las fronteras. Se calcula que el retorno a los niveles del 2019 podría tomar de dos y medio a cuatro años.

El escenario se basa en una serie de factores como la mejora de la situación epidemiológica, un proceso de vacunación continua, una mejora significativa en la confianza del viajero, así como un levantamiento importante de las restricciones de viaje, en particular en Europa y en las Américas.

³ OMT: Barómetro OMT del Turismo Mundial.

⁴ WTTC: Travel & Tourism. Economic Impact 2021 (junio 2021)

La OMT señaló los siguientes cambios en las tendencias de viaje del consumidor, al iniciar el 2022:⁵

- Más cerca: el turismo interno ha mostrado signos positivos en muchos mercados, ya que las personas tienden a viajar más cerca. Los viajeros van por '*staycations*' o vacaciones cerca de casa.
- Más responsable: sostenibilidad, autenticidad y localidad: los viajeros creen en la importancia de crear un impacto positivo en las comunidades locales, buscando cada vez más la autenticidad.
- Aléjate, escápate: La naturaleza, el turismo rural y los viajes por carretera se han convertido en opciones de viaje populares debido a las limitaciones y la búsqueda de experiencias al aire libre.
- Estancias más largas y mayor gasto: 2021 ha visto un aumento significativo en el gasto por viaje y estadía más larga.

De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC)⁶ señala que las lecciones y medidas implementadas hay muchas para gestionar la propagación del virus Covid-19. Esta crisis reveló fortalezas y debilidades en las formas de trabajar y que las personas pudieran unirse para trabajar por el bien común. Entre las lecciones aprendidas están las siguientes:

- La colaboración y la coordinación son parte integral de la gestión de crisis.
- Las asociaciones son clave.
- Enfoque en la humanidad.
- El apoyo gubernamental es fundamental para la gestión de crisis y la recuperación.
- Los sistemas flexibles tienden a ser más resistentes.
- Generar confianza con todas las partes interesadas es una actividad continua.
- La salud y la higiene son la nueva normalidad.
- El amplio impacto de los viajes y el turismo.
- La sostenibilidad es nuestra responsabilidad colectiva.
- La salud mental es vital para una vida sana y próspera.
- El hogar no siempre es un "espacio seguro".
- La adopción digital a gran escala es posible.

En suma, un tema por destacar es que debido al cierre de las fronteras y limitaciones para el transporte aéreo internacional, el comportamiento en los viajes cambió, al motivarse el desplazamiento a regiones y destinos dentro del mismo país, esta situación contribuyó a reactivar en primer lugar el turismo doméstico, lo que propició un aumento en los flujos de turistas entre destinos nacionales y con ello cierta reactivación del sector localmente, tendencia que al menos en el corto plazo puede beneficiar a entidades como el Estado de México que su perfil del turista es principalmente regional y nacional, así como por las características de sus principales regiones turísticas. Contexto nacional

El turismo en México ha observado una expansión destacada en las últimas décadas, con resultados importantes en sus indicadores, crecimiento y diversificación de la oferta turística, ampliación y diversificación de la demanda basado en la variedad y riqueza de sus recursos naturales y culturales existentes a lo ancho y largo del país en casi todas sus entidades.

Es cada vez más evidente que el turismo es un sector que ha demostrado que puede convertirse en un motor de desarrollo económico y social cuando se impulsa deliberadamente, de forma planeada, organizada y respetuosa con las comunidades y los recursos naturales y culturales. Contribuye al desarrollo regional, ya que puede dinamizar zonas donde existen pocas opciones de crecimiento o en su caso, como un sector complementario importante de las actividades económicas existentes.

En concordancia con la evolución a nivel internacional, en México, el turismo observó entre los años 2000 al 2019 una tendencia de crecimiento constante, registrando incluso cifras históricas en sus principales indicadores turísticos y económicos.

1.3. Aportaciones del turismo a la economía nacional

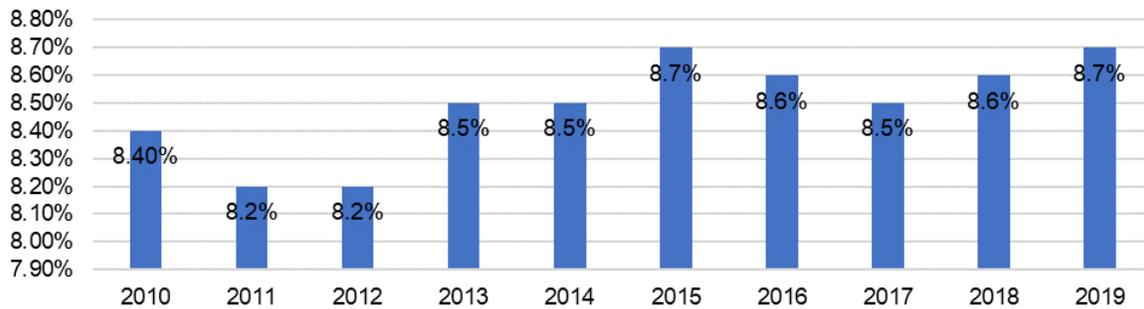
Para examinar la dimensión y aportaciones del turismo a la economía nacional, es necesario exponer sus contribuciones de los indicadores más importantes como son el empleo, el Producto Interno Bruto, la balanza turística, entre otros. De esta forma, los resultados más importantes obtenidos en los años recientes, previos a la pandemia, son los siguientes:

⁵ Con datos del Barómetro OMT del Turismo Mundial. Enero 2022. [220118-Barometersmall.pdf \(amazonaws.com\)](https://www.wttc.org/2022/01/22/2021-18-Barometersmall.pdf)

⁶ Citado en COVID-19 Hub del WTTC. <https://wttc.org/COVID-19>. Diciembre 2021.

- Entre los años 2015 y 2019, el Producto Interno Bruto (PIB) Turístico representó el 8.7% del PIB nacional, de acuerdo con cifras de la Cuenta Satélite del Turismo en México del INEGI, 2019. Esta es una participación equivalente a sectores como la industria, actividad alimentaria, la fabricación de equipo de transporte y la construcción (Gráfica 4.)
- En 2019, los servicios participaron con el 7.8% del PIB nacional y los bienes lo hicieron con el 0.8%.
- Para el 2020, el sector de servicios turísticos se estima preliminarmente que participe con el 6.0% del PIB nacional y el sector de bienes turísticos lo haga con el 0.7%, a precios constantes, disminución por las afectaciones causadas por la pandemia.

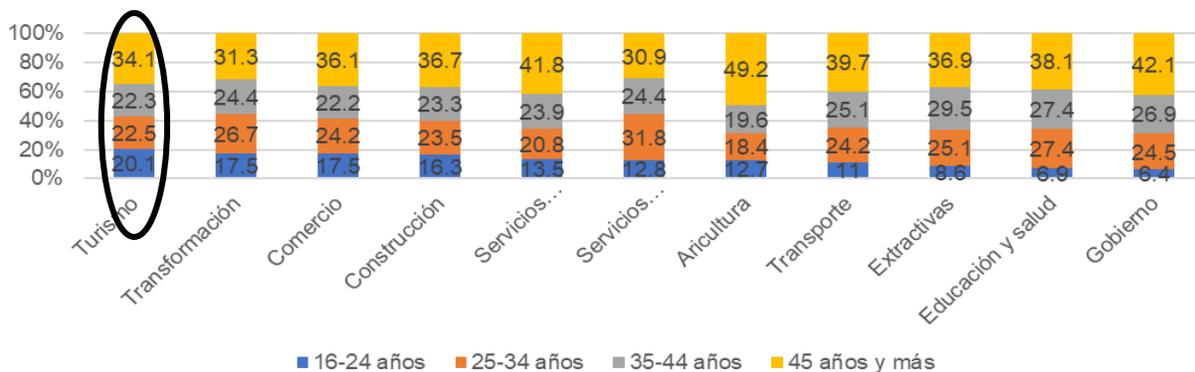
Gráfica 4. Evolución de la participación porcentual del PIB turístico en el PIB nacional. 2010-2019



Fuente: Elaboración propia con datos de la Cuenta Satélite de Turismo de México, INEGI. 2019

- En 2019, 3.8 millones de empleos se contabilizaron como los ocupados en el sector turístico
- Cabe destacar que el Turismo es el sector de la actividad económica que emplea al mayor porcentaje de jóvenes entre 16 y 24 años, cifra superior al 17.5% que ocupan los sectores de la Transformación y de Comercio (Gráfica 5.)
- Asimismo, es importante mencionar que el turismo es de los sectores que más empleo brindan a las mujeres, 54.5% (es decir más de la mitad), solo después de los sectores de educación (64.6%) y salud (58.5%), de acuerdo con los datos del Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, 2021⁷ (Gráfica 6.)
- Respecto al consumo turístico, el consumo interno aportó el 82.1% del gasto total, mientras que los turistas extranjeros o turismo receptivo fue del 17.9%.
- El saldo de la Balanza Turística muestra una participación positiva en comparación con la Balanza comercial, la Balanza petrolera y la Balanza manufacturera (Gráfica 7.)

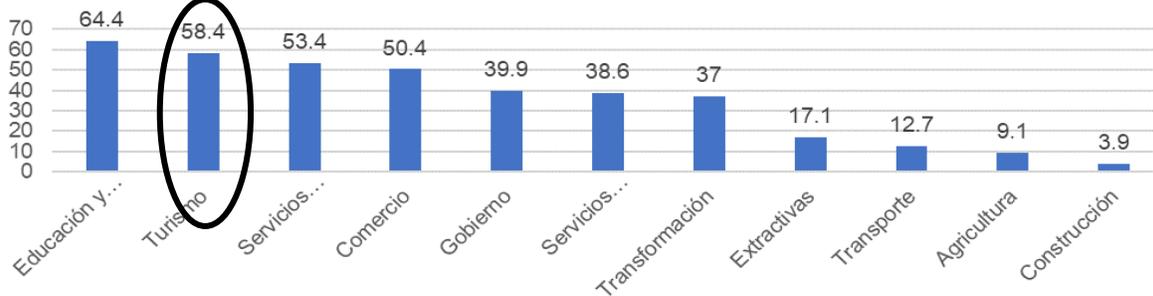
Gráfica 5. Proporción de personas ocupadas por edad y actividad económica. 2021



Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Laboral de StyPS.

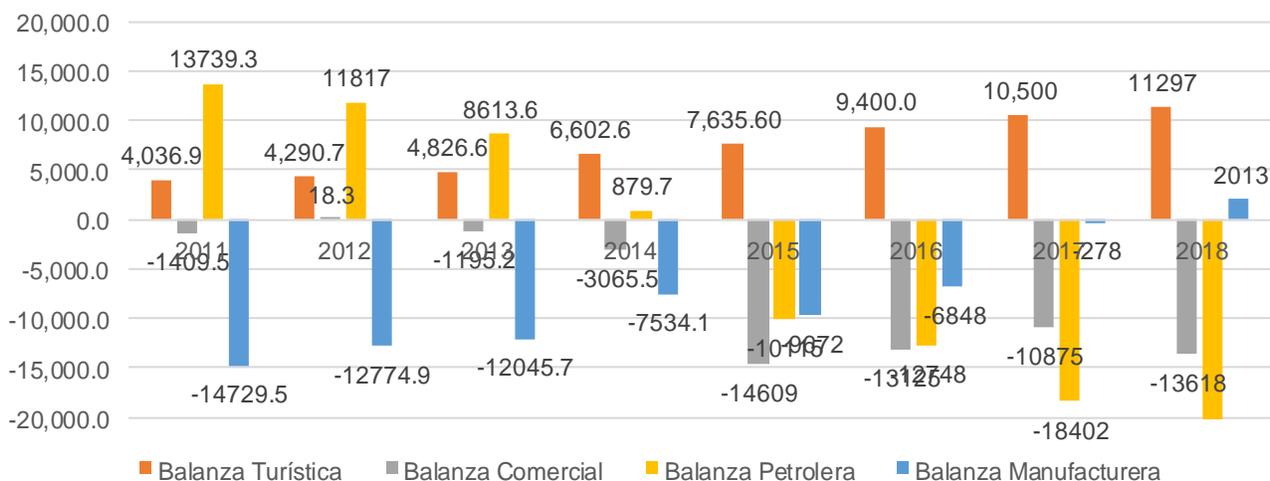
⁷ De acuerdo con el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, para el primer trimestre del 2021, se seguían contabilizando 3,8 millones de empleos en el sector turístico.

Gráfica 6. Proporción de las mujeres en el personal ocupado por actividad económica. 2021



Fuente: elaboración propia con datos del Observatorio Laboral de StyPS.

Gráfica 7. Saldos de las Balanzas Turística, Comercial, Petrolera y Manufacturera. 2012-2018 (millones de dólares)



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Esta expansión del turismo se registró en el país sobre todo hasta el 2019, el dinamismo observado experimentó una reducción debido a diversos factores, a nivel internacional, por el inicio de una desaceleración económica, sobre todo en los principales mercados emisores; y a nivel nacional, por el cambio de las políticas de la administración del gobierno federal en 2019 (como las reducciones en el presupuesto para el sector turismo a nivel nacional, la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México, la eliminación del presupuesto para el Programa Pueblos Mágicos, entre otros), los problemas derivados por la inseguridad pública que han afectado algunas zonas y destinos turísticos del país, y recientemente, en los años 2020, 2021 e inicios del 2022 por los efectos derivados de la pandemia del Covid-19, que ha tenido en el turismo uno de los sectores más afectados de la economía nacional.

A pesar de la expansión y dinamismo observado en las últimas décadas a nivel internacional y nacional, el turismo sigue siendo una actividad que requiere de mayor valoración como sector prioritario para el desarrollo.

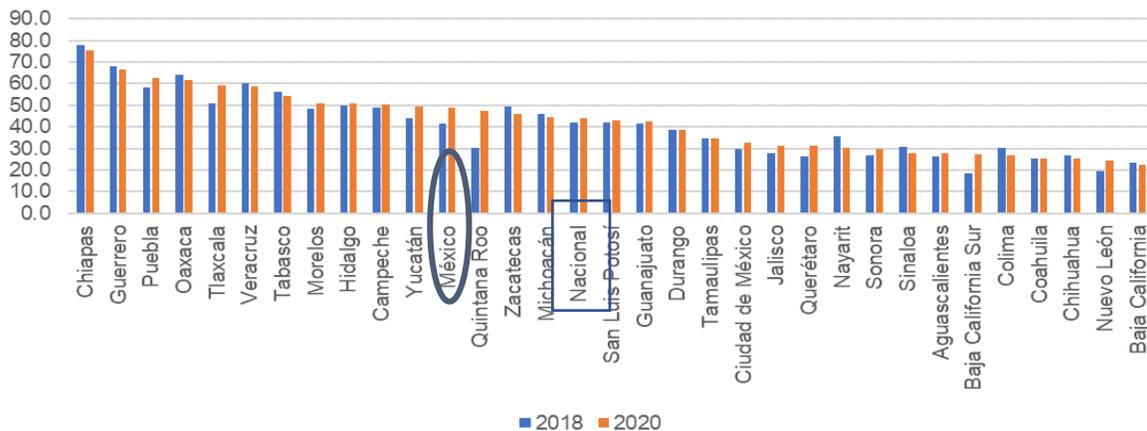
Por lo anterior, es necesario demostrar que su aporte en lo social puede ser fundamental, ya que ofrece oportunidades y contribuye a combatir la pobreza, la emigración y la marginación en las regiones y las comunidades donde no existen opciones de desarrollo, así mismo es necesario incidir para asegurar una distribución de la riqueza más equitativa porque los atractivos y recursos turísticos se ubican en las regiones y las comunidades.

En este sentido, es innegable que en el país aún existen zonas con cifras muy altas de personas en pobreza, y como se observa en la (gráfica 8.) entre 2018 y 2020, el porcentaje de la población en situación de pobreza aumentó de 41.9% a 43.9% a nivel nacional, mientras que el número de personas en esta situación pasó de 51.9 a 55.7 millones de personas⁸.

⁸ De acuerdo con cifras del CONEVAL en el Informe donde presenta las estimaciones de pobreza multidimensional 2018-2020, publicado en agosto de 2021.

Para el caso del Estado de México, ubicado por arriba del promedio nacional, su proporción de personas en pobreza pasó del 41.8% al 48.9%, es decir un incremento de 7 puntos porcentuales en solo dos años; 8.3 millones de habitantes tiene esta condición en el estado, ocupa el lugar número 12 de las entidades del país en esta situación. Si a esto se agrega que una de las consecuencias de la pandemia por el Covid-19 sea precisamente el agravamiento de la situación, es imprescindible tomar decisiones para diversificar la economía e impulsar sectores como el turismo que pueden convertirse en un motor de desarrollo en las regiones con menores posibilidades de desarrollo.

Gráfica 8. Porcentaje de la población en pobreza por entidad federativa 2018-2020



Fuente: Elaboración propia con datos del CONEVAL. 2020

1.4. Principales indicadores del turismo nacional

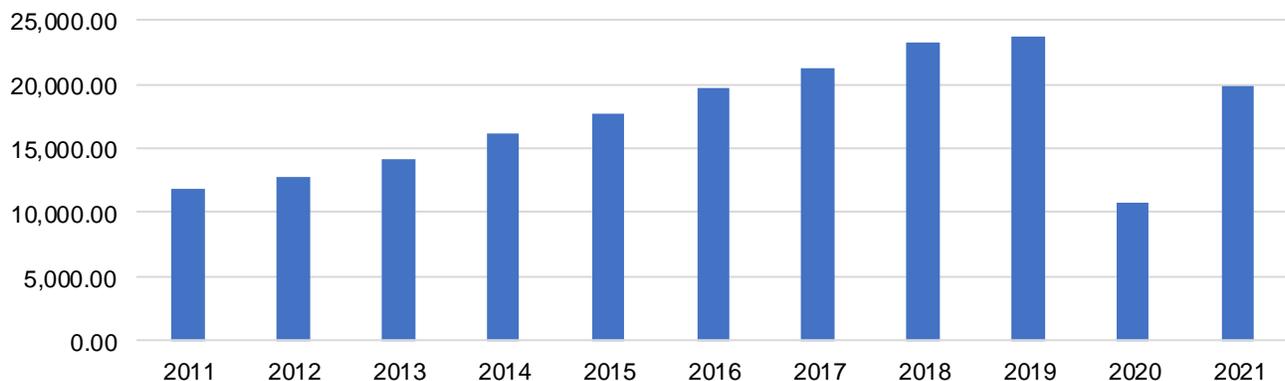
Ingreso de divisas por visitantes internacionales

Durante el periodo 2011 - 2019, el ingreso de las divisas por todos los visitantes internacionales que llegaron al país pasó de 11,868.8 a 24,573.2 millones de dólares, lo que representó un incremento promedio del 9.5%, alcanzándose una cifra histórica en este indicador.

Estos resultados permitieron posicionar a México en la séptima posición del ranking global de llegadas de turistas internacionales de la Organización Mundial del Turismo y en la décimo sexta en la captación de divisas.

Sin embargo, para el 2020 se registró un dramático decremento del 55.3% con respecto al 2019, aun cuando el país mantuvo las fronteras abiertas para el turismo internacional, los factores ya comentados relacionados con la reducción de la movilidad, los cierres de fronteras y los confinamientos impuestos en los territorios de los principales mercados emisores de turismo internacional para México por la pandemia del Covid-19 dejaron severas afectaciones. En el 2021 se registró una recuperación del 80% con respecto a 2020 (Gráfica 9.)

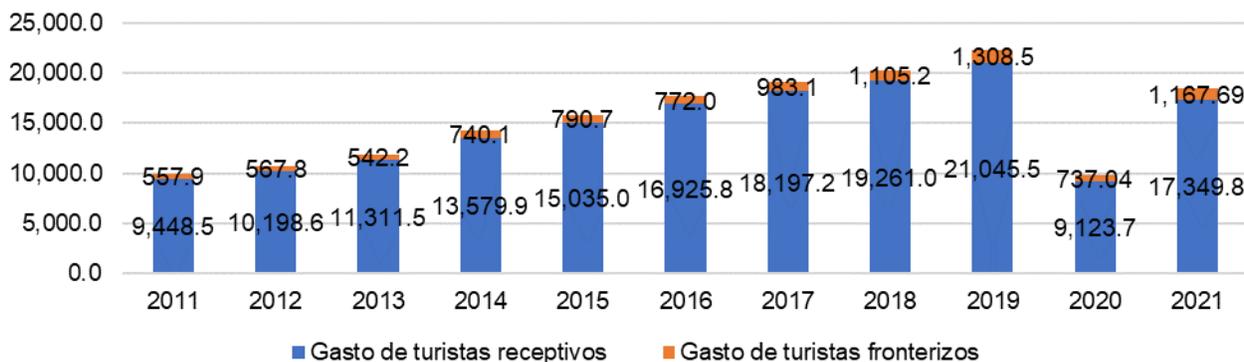
Gráfica 9. Ingreso de divisas por el gasto de los visitantes internacionales 2011-2021



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México y el INEGI

Es necesario señalar que la aportación al ingreso de divisas de turistas internacionales proviene principalmente del turismo no fronterizo o turismo receptivo en un 94%, es decir el que se interna en el territorio nacional, mientras que el resto lo aporta el turismo fronterizo que pernocta en algún destino de la franja fronteriza del país (Gráfica 10.)

Gráfica 9. Composición del gasto de turistas internacionales por turistas receptivos y fronterizos 2011-2021 (millones de dólares)

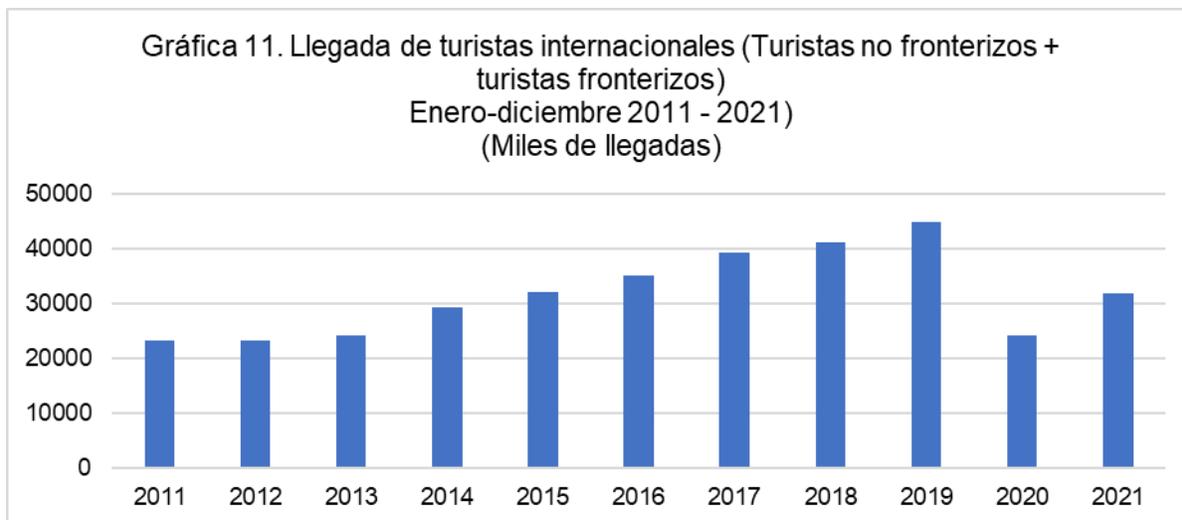


Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México y el INEGI.

Llegadas de turistas internacionales a México

Los turistas internacionales, que integran tanto a los turistas no fronterizos o receptivos como a los fronterizos con pernocta, entre el 2011 y el 2019 sus llegadas crecieron en promedio anual en 8.5%. Haciendo una comparación entre las llegadas registradas en 2011 con respecto al 2019, se observa un aumento del 92.4%. En 2019, se contabilizaron 45 millones de turistas internacionales. Sin embargo, en 2020, este indicador marcó una reducción del 46.1%, y en 2021 de 29.2%, ambos respecto a 2019 (Gráfica 11.)

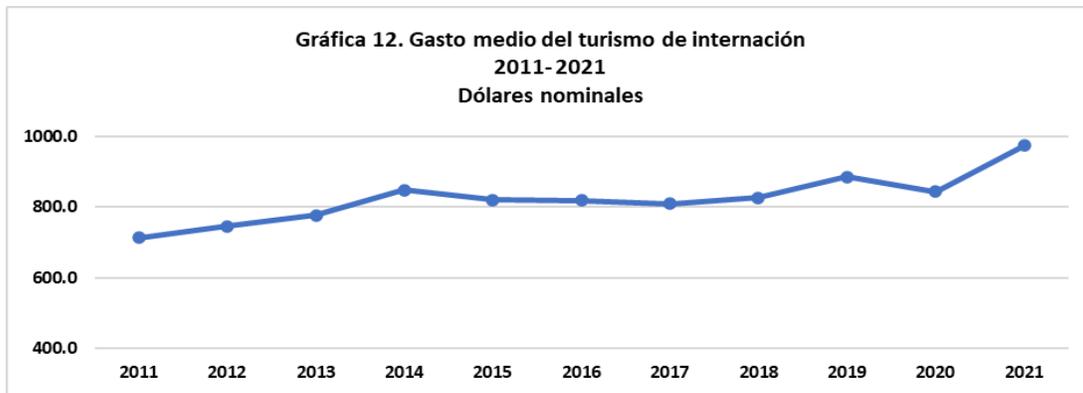
Gráfica 11. Llegada de turistas internacionales (Turistas no fronterizos + turistas fronterizos) Enero-diciembre 2011 - 2021 (Miles de llegadas)



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México y el INEGI.

Gasto medio de los turistas internacionales

Para analizar la evolución del gasto medio de los turistas internacionales se retoman los datos del turismo de internación o receptivo. Este es uno de los principales retos del turismo del país, el incremento de los niveles de gasto medio del turismo internacional. Si se toma en cuenta el periodo 2011- 2019, se obtiene que el crecimiento medio anual del gasto ha sido del 2.7%. Entre el 2019 y 2020 se redujo en 4.8%. Sin embargo, en 2021, con respecto al 2019, se registró un aumento de 89.1 dólares.



Fuente: elaboración propia con datos del Banco de México e INEGI

Principales efectos de la pandemia del Covid 19 en México.

- Como a nivel internacional, el turismo en México es uno de los sectores económicos que han tenido una mayor afectación por la emergencia causada por el Covid-19, que en el país frenó el avance que se había logrado en indicadores, tanto económicos como en los turísticos, como es el caso de las llegadas de turismo internacional, así como del correspondiente ingreso de divisas que se habían alcanzado en los últimos años.
- El panorama de incertidumbre causado por las diversas olas de la epidemia, los avances en la vacunación, las nuevas variantes del virus que van surgiendo, los confinamientos, las restricciones de vuelos por los cierres de fronteras, entre otros factores, retrasaron la normalización de los viajes.
- A pesar de que México mantuvo una política de apertura de sus fronteras para los vuelos internacionales, se registraron afectaciones muy importantes en el desempeño turístico.
- Un punto para destacar es la falta de apoyos contundentes por parte del gobierno federal hacia los micro, pequeños, medianos empresarios turísticos para aminorar las afectaciones, como se han realizado en otros países.

Los destinos turísticos se han esforzado por implementar protocolos de bioseguridad para la recepción de turistas, medida que ha ayudado sin duda a atraer flujos turísticos.

3. FUNCIONAMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO EN EL ESTADO DE MÉXICO.

El Estado de México es una entidad muy rica en recursos naturales y diversidad cultural afines con las características de su territorio, ubicación geográfica en el centro del país, conectividad, así como por su distribución territorial y poblacional que es muy heterogénea, caracterizada por diversos factores como su cultura, historia, naturaleza, desarrollo económico y social en sus 125 municipios que lo integran.

Para llevar a cabo el estudio del Sistema Turístico Estatal es preciso analizar diversos factores determinantes en el desarrollo actual de la actividad turística, incluyendo tanto características generales relacionadas con la distribución socio-demográfica, geopolítica de su territorio, principales destinos y zonas turísticas, así como aspectos eminentemente turísticos como los indicadores más importantes referentes a la demanda y a la oferta.

3.1. Características generales

- El Estado de México es la entidad que ocupa el primer lugar a nivel nacional por el tamaño de su población que habitan en sus 125 municipios.
- En 2020, vivían 16 millones 992 mil 418 habitantes de acuerdo con cifras del último Censo de Población y Vivienda del INEGI, le siguen la Ciudad de México con 9.1 millones y Veracruz con 8,5 millones de habitantes.⁹ Asimismo, cuenta con el quinto y onceavo municipios más poblados a nivel nacional como son Ecatepec (1.5 millones de habitantes) y Nezahualcóyotl (1.1 millones).
- El estado colinda con 7 entidades del centro del país: Ciudad de México, Morelos, Tlaxcala, Puebla, Hidalgo, Querétaro, Michoacán y Guerrero.
- En México se cuenta con varias zonas metropolitanas, la más grande es la que conforman diversos municipios del Estado de México fronterizas con la mayoría de las alcaldías de la Ciudad de México, además de uno del estado de Hidalgo, que juntos integran la Zona Metropolitana del Valle de México donde se registran 20 millones 804 mil 515 habitantes, que representan juntos casi el 16% de la población total del país.
- En la entidad, 87% de su población vive en localidades urbanas (679), mientras el 13% en rurales (4,215 localidades), promedio superior al nivel nacional donde el 79% vive en zonas urbanas y 21% en rurales.

⁹ Cifras citadas en INEGI: Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa 2021.

- Su densidad poblacional es alta, sobre todo en sus zonas urbanas, ya que en promedio viven 760 personas por Km², solo después de la Ciudad de México que es de 6,163 personas por Km². Su extensión territorial representa el 1.1% de la superficie del país (22,351.8 km².)
- Al año 2020, el grado promedio de escolaridad fue de 10.1 años en la población de 15 años y más, ubicándose por arriba del promedio nacional que era de 9.7 años.
- El estado cuenta con una relevante diversidad cultural, se caracteriza por tener población indígena de diversas culturas, para 2020 había 417,603 personas mayores de 3 años que hablaban una lengua indígena, es decir el 2.6% de la población, entre estas lenguas están el Mazahua, Otomí, Náhuatl y Mixteco.
- Destaca que, a nivel nacional, el Estado de México ocupa el lugar 15 donde las mujeres son jefas de familia, es decir que se ocupan de la manutención familiar. ¹⁰ En 2018, el Estado de México ocupó el lugar 14 de los estados del país, por el número de mujeres en pobreza.
- La pobreza en el Estado de México es un gran reto para el gobierno estatal, ya que de acuerdo con las últimas cifras publicadas por el Coneval¹¹ que analiza dos enfoques de análisis, el de bienestar económico y el de derechos sociales, la entidad pasó del 41.8% al 48.9% de la población en esta situación entre el 2018 y el 2020.
- De acuerdo con el Coneval la tendencia en la distribución de la pobreza municipal obliga a plantear estrategias diferenciadas, por un lado, reducirla en los municipios con mayor porcentaje, predominantemente rurales, pequeños y dispersos que integran el 3.7% de los habitantes (como son Donato Guerra, Luvianos, Ixtapan del Oro, Sultepec, Villa de Allende y Morelos) a la vez que disminuir el número de habitantes en pobreza en los municipios urbanos con alta concentración de personas que representan el 26.7% a nivel estatal (como son Ecatepec, Chimalhuacán, Toluca, Ixtapaluca y Valle de Chalco).
- Adicionalmente a lo anterior, en materia de marginación, el estado ocupa el lugar 21 a nivel nacional, con un grado Bajo de marginación, sin embargo, se registran 12 municipios con alto grado, (que en su mayoría coinciden con los de mayor porcentaje en pobreza, principalmente los ubicados en la zona sur (en los límites con Guerrero) y el poniente del estado (en los límites con Michoacán). Mientras el 11.2% de los municipios tienen un índice de marginación media, el 20.6% es baja, y en el 58.4% es muy bajo.

Mapa del Estado de México con sus 125 municipios



¹⁰ Datos del INEGI. Censo de Población y Vivienda 2020.

¹¹ Coneval: Informe de pobreza y evaluación 2020. Estado de México. 2020

Cuadro 1. Relación de municipios y población del Estado de México¹²

No	Municipio	Habitantes	No	Municipio	Habitantes	No.	Municipio	Habitantes
1	Acambay de Ruíz Castañeda	67,872	43	Xalatlaco	30,687	85	Temascalcingo	66,414
2	Acolman	171,507	44	Jaltenco	28,217	86	Temascaltepec	35,014
3	Aculco	49,2660	45	Jilotepec	87,671	87	Temoaya	105,766
4	Almoloya de Alquisiras	15,333	46	Jilotzingo	19,877	88	Tenancingo	104,677
5	Almoloya de Juárez	174,587	47	Jiquipilco	76,826	89	Tenango del Aire	11,359
6	Almoloya del Río	12,694	48	Jocotitlán	69,264	90	Tenango del Valle	90,518
7	Amanalco	23,675	49	Joquicingo	15,428	91	Teoloyucan	65,459
8	Amatepec	25,244	50	Juchitepec	27,116	92	Teotihuacán	58,507
9	Amecameca	53,441	51	Lerma	170,327	93	Tepetlaoxtoc	32,564
10	Apaxco	31,898	52	Malinalco	28,155	94	Tepetlipa	20,500
11	Atenco	75,489	53	Melchor Ocampo	61,220	95	Tepotzotlán	103,696
12	Atizapán	12,984	54	Metepec	242,307	96	Tequixquiac	39,489
13	Atizapán de Zaragoza	523,674	55	Mexicaltzingo	13,807	97	Texcaltitlán	18,482
14	Atlacomulco	109,384	56	Morelos	33,164	98	Texcalyacac	5,736
15	Atlautla	31,900	57	Naucalpan de Juárez	834,434	99	Texcoco	277,562
16	Axapusco	29,128	58	Nezahualcóyotl	1,077,208	100	Tezoyuca	47,044
17	Ayapango	10,053	59	Nextlalpan	57,082	101	Tianguistenco	84,259
18	Calimaya	68,489	60	Nicolás Romero	430,601	102	Timilpan	16,414
19	Capulhuac	36,921	61	Nopaltepec	10,351	103	Tlalmanalco	49,196
20	Coacalco de Berriozábal	293,444	62	Ocoyoacac	72,103	104	Tlalnepantla de Baz	672,202
21	Coatepec Harinas	38,643	63	Ocuilan	36,223	105	Tlatlaya	31,762
22	Cocotitlán	15,107	64	El Oro	36,937	106	Toluca	910,608
23	Coyotepec	40,885	65	Otumba	36,331	107	Tonatico	12,912
24	Cuautitlán	178,847	66	Otzoloapan	4,891	108	Tultepec	157,645
25	Chalco	400,057	67	Otzolotepec	88,783	109	Tultitlán	516,341
26	Chapa de Mota	31,737	68	Ozumba	30,785	110	Valle de Bravo	61,590
27	Chapultepec	12,772	69	Papalotla	4,862	111	Villa de Allende	53,275
28	Chiautla	30,045	70	La Paz	304,088	112	Villa del Carbón	51,498
29	Chicoloapan	200,750	71	Polotitlán	14,985	113	Villa Guerrero	69,086
30	Chiconcuac	27,692	72	Rayón	15,972	114	Villa Victoria	108,196
31	Chimalhuacán	705,193	73	San Antonio la Isla	31,962	115	Xonacatlán	54,633
32	Donato Guerra	37,436	74	San Felipe del Progreso	144,924	116	Zacazonapan	5,109
33	Ecatepec de Morelos	1,645,352	75	San Martín de las Pirámides	29,182	117	Zacualpan	13,522
34	Ecatzingo	10,827	76	San Mateo Atenco	97,418	118	Zinacantepec	203,872
35	Huehuetoca	163,244	77	San Simón de Guerrero	6,692	119	Zumpahuacán	18,833
36	Hueyoptla	46,757	78	Santo Tomás	9,729	120	Zumpango	280,455
37	Huixquilucan	284,965	79	Soyaniquilpan de Juárez	14,323	121	Cuautitlán Izcalli	555,163
38	Isidro Fabela	11,929	80	Sultepec	24,145	122	Valle de Chalco Solidaridad	391,731
39	Ixtapaluca	542,211	81	Tecámac	547,503	123	Luvianos	28,822
40	Ixtapan de la Sal	36,911	82	Tejupilco	79,282	124	San José del Rincón	100,082
41	Ixtapan del Oro	6,475	83	Temamatla	14,130	125	Tonanitla	14,883
42	Ixtlahuaca	160,139	84	Temascalapa	43,593			

¹² INEGI: Censo de Población y Vivienda. 2020

3.2. Regionalización geopolítica y económica del Estado de México¹³

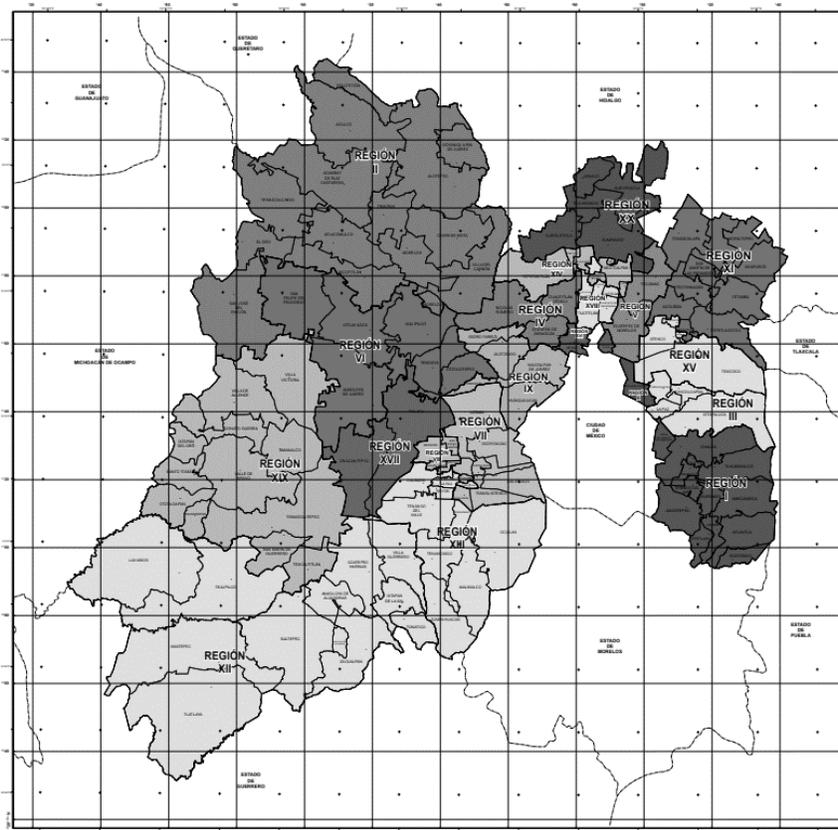
Para conocer la distribución territorial del estado, se analiza la regionalización geopolítica actual que considera aspectos relacionados con su dimensión, geografía, distribución espacial de la población y dinámica social y económica compuesta por 20 regiones donde se integran los 125 municipios, que con base en el *Dictamen de la División Regional del Gobierno estatal*, señala que busca la “continuidad geográfica en aspectos orográficos e hidrográficos, equitativa poblacionalmente, tiene el objetivo de ejercer la política gubernamental de manera efectiva, privilegiando la cobertura y el desarrollo sostenible de las comunidades, garantizar las condiciones de accesibilidad e igualdad en el desarrollo de las comunidades, de los municipios y de la propia región”.

Además el dictamen señala que es “fundamental la vocación económica y social de cada región, donde el sector económico y la distribución de las actividades productivas forman agrupamientos de diversa índole: existen regiones especializadas en el sector agropecuario, actividades comerciales y de servicios o forman parte de importantes concentraciones industriales, por lo que los aspectos antes mencionados deberán considerarse en la elaboración de programas de desarrollo regional a fin de constituir los instrumentos de planeación más cercanos a la población, conteniendo la política gubernamental que habrá de seguir la administración pública en las regiones de la entidad”.

Regiones	Municipios incluidos
REGIÓN I AMECAMECA	Amecameca, Atlautla, Ayapango, Chalco, Cocotitlán, Ecatzingo, Juchitepec, Ozumba, Temamatla, Tenango del Aire, Tepetlaxpa, Tlalmanalco y Valle de Chalco Solidaridad
REGIÓN II ATLACOMULCO	Acambay, Aculco, Atlacomulco, Chapa de Mota, El Oro, Jilotepec, Jocotitlán, Morelos, Polotitlán, San José del Rincón, Soyaniquilpan de Juárez, Temascalcingo, Timilpan y Villa del Carbón.
REGIÓN III CHIMALHUACÁN	Chicoloapan, Chimalhuacán, Ixtapaluca y La Paz
REGIÓN IV CUAUTITLÁN IZCALLI	Cuautitlán Izcalli, Nicolás Romero y Atizapán de Zaragoza
REGIÓN V ECATEPEC	Ecatepec de Morelos y Tecámac
REGIÓN VI IXTLAHUACA	Almoloya de Juárez, Ixtlahuaca, Jiquipilco, Oztolotepec, San Felipe del Progreso y Temoaya
REGIÓN VII LERMA	Atizapán, Capulhuac, Lerma, Ocoyoacac, Texcalyacac, Tianguistenco y Xalatlaco
REGIÓN VIII METEPEC	Chapultepec, Metepec, Mexicaltzingo, San Mateo Atenco
REGIÓN IX NAUCALPAN	Huixquilucan, Isidro Fabela, Jilotzingo, Naucalpan de Juárez y Xonacatlán
REGIÓN X NEZAHUALCÓYOTL	Nezahualcóyotl
REGIÓN XI OTUMBA	Acolman, Axapusco, Chiautla, Nopaltepec, Otumba, Papalotla, San Martín de las Pirámides, Temascalapa, Teotihuacán y Tepetlaoxtoc
REGIÓN XII TEJUPILCO	Almoloya de Alquisiras, Amatepec, Coatepec Harinas, Ixtapan de la Sal, Luvianos, Sultepec, Tejupilco, Tlatlaya, Tonatico, Villa Guerrero y Zacualpan
REGIÓN XIII TENANCINGO	Almoloya del Río, Calimaya, Joquicingo, Malinalco, Ocuilan, Rayón, San Antonio La Isla, Tenancingo, Tenango del Valle y Zumpahuacán
REGIÓN XIV TEPOTZOTLÁN	Coyotepec, Tepotzotlán, Tonanitla, Teoloyucan, Jaltenco, Melchor Ocampo y Nextlalpan
REGIÓN XV TEXCOCO	Atenco, Chiconcuac, Texcoco y Tezoyuca
REGIÓN XVI TLALNEPANTLA	Tlalnepantla de Baz
REGIÓN XVII TOLUCA	Toluca y Zinacantepec
REGIÓN XVIII TULTITLÁN	Coacalco de Berriozábal, Cuautitlán, Tultepec y Tultitlán

¹³ Mapa y dictamen de regionalización publicado en la Gaceta del Gobierno del Estado de México el 7 de septiembre de 2018.

REGIÓN XIX VALLE DE BRAVO	Amanalco, Donato Guerra, Ixtapan del Oro, Otzoloapan, San Simón de Guerrero, Santo Tomás, Temascaltepec, Texcaltitlán, Valle de Bravo, Villa de Allende, Villa Victoria y Zacazonapan
REGIÓN XX ZUMPANGO	Apaxco, Hueypoxtla, Huehuetoca, Tequixquiac y Zumpango



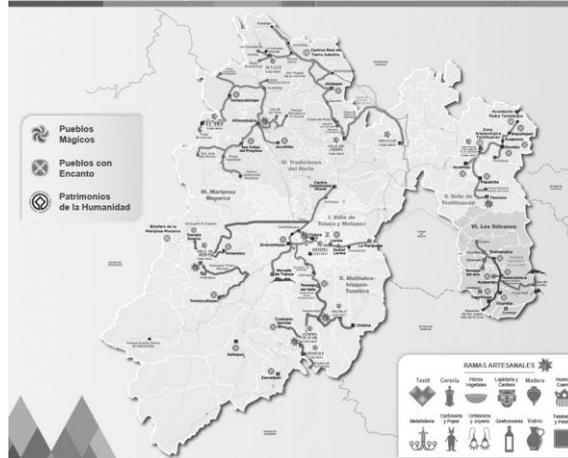
3.3. Regionalización turística

La regionalización turística actual en el Estado de México, territorialmente hablando, integra prácticamente a todo el estado. Así como en la regionalización geopolítica general, es importante tomar en cuenta los parámetros que señala en cuanto a que es necesario considerar las diversas vocaciones económicas y sociales dominantes o complementarias de los municipios para definir los instrumentos de planeación lo más cercano a la población dentro de las regiones.

Para el caso del turismo las necesidades para la regionalización tienen que considerar factores específicos que determinan su vocación turística, entre estos están que cuenten con recursos o productos naturales, culturales, características y atractivos singulares, que tengan o puedan contar con accesibilidad, conectividad, en general la posibilidad de contar con oferta, pero también con demanda turística, potencialmente hablando. Actualmente, se observa un desarrollo desigual de los principales destinos turísticos, algunos cuentan con mayor madurez y posicionamiento y existen varios emergentes que están en proceso de involucrarse a la actividad turística. Se tienen establecidas 6 regiones turísticas que incluyen 46 de los 125 municipios, donde a la vez se determinan 7 rutas turísticas, que integran los principales destinos turísticos de la entidad.

Lo importante de la regionalización turística es propiciar que estos municipios o destinos turísticos integrados consigan, en su radio de influencia regional, incluir en los beneficios que se deriven de la actividad turística a otros municipios, que en una primera etapa, no estén aun preparados suficientemente con la infraestructura urbana y turística necesaria para recibir visitantes, previendo que en un futuro puedan interactuar o incorporarse activamente a determinada región, contribuyendo a mejorar aspectos relacionados con su distribución territorial, disparidad en sus condiciones económicas, sociales, culturales, ambientales y de seguridad.

La regionalización turística deberá considerar lineamientos de la regionalización estatal, aunque por ser el turismo una actividad económica con requerimientos y dinámica específica se requiere contar con zonas homogéneas, sostenibles y funcionales.

Mapa de la regionalización turística del estado.

Fuente: Secretaría de Turismo y Cultura del Estado de México

A manera de conclusión se pueden realizar los siguientes comentarios:

- Debido a las condiciones de dispersión territorial del estado y de aspectos como la oferta y demanda turística existentes actualmente se requieren varios centros de distribución para su visita: de Toluca para el centro, sur y poniente del estado. Las zonas norte y oriente dependen en gran medida de la Ciudad de México como centro de distribución e incluso de entidades como Querétaro e Hidalgo.
- Existen diversos municipios con importantes atractivos naturales e histórico-culturales que, aunque están dentro de las regiones turísticas territorialmente hablando, por factores como tener un crecimiento económico incipiente, dispersión poblacional, pobreza y marginación o problemas de seguridad y falta de desarrollo de productos turísticos han quedado fuera de las rutas turísticas, que podrían desarrollarse en futuras etapas.
- Asimismo, el estado tiene varios municipios con muy alta concentración poblacional, sin relevante oferta turística, que, por sí mismos, funcionan o pueden funcionar como importantes mercados emisores de turismo interno hacia las otras regiones turísticas del mismo estado.
- La actividad turística del estado cuenta con un avance relevante en su oferta al contar con centros turísticos distinguidos como patrimonio de la humanidad (4), Pueblos Mágicos (11) y Pueblos con Encanto (21) en diversas regiones del estado, que algunos casos pueden convertirse en centros ancla o de distribución hacia otros sitios de una misma región.
- El estado cuenta con una conectividad importante en términos generales, el mayor número de visitantes llega a los destinos por vía terrestre principalmente por automóvil. Sin embargo, una problemática que se observa es que se requiere mejorar la interconexión y medios de transporte público más eficientes y suficientes para vincular las regiones turísticas que mejoren la movilidad de los visitantes, reducir tiempos de traslado y que logren ampliar el flujo de turistas.
- La conexión aérea es limitada actualmente por la disminución de operaciones del Aeropuerto Internacional de Toluca para viajes al estado por esta vía, se depende principalmente del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México para llegar a destinos del norte, centro y oriente del estado.
- Actualmente, se observa que los turistas visitan directamente los centros turísticos con mayor posicionamiento sin realizar sus viajes de forma regional, ni existe aún el funcionamiento adecuado ni conocimiento suficiente de las rutas turísticas, por lo que es importante su difusión.
- El contenido de la mayoría de las rutas turísticas es atractivo, sin embargo, habrá que revisar que incluyan actividades de segmentos y actividades variadas y complementarias, así como una revisión mercadológica de sus nombres para que sean más atractivas y reflejen la gran riqueza cultural, histórica, artesanal y natural que integran.
- En el caso de las regiones V y VI las rutas establecidas bien podrían subdividirse para hacerlas más atractivas y funcionales.
- Uno de los sitios más importantes del estado como es la zona del Nevado de Toluca no se distingue como tal, por lo que se sugiere evaluar su mención dentro de la ruta correspondiente. (Cuadro 2.)
- Asimismo, a partir de la construcción del nuevo aeropuerto Felipe Ángeles en el municipio de Zumpango de Ocampo, y los planes para la construcción del nuevo parque industrial, es necesario integrar esta zona a la regionalización turística, por la importancia que representará.

CUADRO 2. Zonas y Rutas turísticas, municipios y segmentos turísticos del estado de México		
Regiones	Rutas turísticas	Municipios
I. VALLE DE TOLUCA Y METEPEC	Del Corazón Mexiquense	Toluca, Metepec (PM), Lerma (PE), Zinacantepec (PE), Ocoyoacac, Temoaya y Calimaya.
II. MALINALCO-IXTAPAN DE LA SAL- TONATICO	Energía y salud	Malinalco (PM), Ixtapan de la Sal (PM), Tonatico (PM), Tenango del Valle (PE) (zona arqueológica), Coatepec Harinas (PE), Tenancingo.
III. MARIPOSA MONARCA	Aventuras en Valle	Valle de Bravo (PM), Donato Guerra (PE), Amanalco (PE), Temascaltepec (PE).
IV. TRADICIONES DEL NORTE	Guardianes del Norte	El Oro (PM), Temascalcingo (PE), San Felipe del Progreso, San José del Rincón, Acambay, Jocotitlán y Atlacomulco.
	Leyendas del Camino Real	Villa del Carbón (PM), Tepotzotlán (PM), Jilotepec (PE), Aculco (PM), Polotitlán.
V. VALLE DE TEOTIHUACAN	Lugar de los Dioses	Acolman (PE), Teotihuacán (PM) (SPCH), San Martín de las Pirámides (PM), Otumba (PE), Axapusco (PE), Nopaltepec (PE), Papalotla (PE), Texcoco.
VI. LOS VOLCANES	Encuentro con Sor Juana	Tlalmanalco (PE), Amecameca (PE) (Parque Nacional Popo Park), Ozumba (PE), Tepetlixpa (PE) (incluye Nepantla), Ayapango (PE), Tenango del Aire.

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Cultura y Turismo del estado de México.
(PM) Pueblos Mágicos (PE) Pueblos con Encanto

4. DEMANDA TURÍSTICA DEL ESTADO

En este apartado se hace un análisis de los principales indicadores que conforman la demanda turística para conocer su comportamiento, su situación actual y potencial con la información disponible.

Es importante señalar, que se observa la necesidad imperante de generar un sistema de información estadística como base para caracterizar los atributos fundamentales, dimensionar la actividad turística estatal y municipal, la real aportación del turismo a la economía y para la adecuada toma de decisiones para el desarrollo turístico de la entidad.

Por otro lado, es importante precisar que los destinos turísticos del Estado de México reciben una cantidad muy significativa de visitantes o excursionistas que no pernoctan, por lo que es necesario contar con un adecuado registro, debido a que, aunque no utilizan hoteles, demandan otros elementos de la oferta y realizan una derrama importante en bienes y servicios turísticos a nivel local.

4.1. Análisis de la información estadística

Para analizar los principales indicadores de la demanda turística se toman en consideración las llegadas de turistas a cuartos de hotel que produce Datatur de la Secretaría de Turismo federal, por ser los disponibles y confiables. En la mayoría de los indicadores se realiza principalmente el análisis del periodo hasta el 2019 para tener una aproximación en “condiciones de normalidad”, sin considerar aun los efectos de la pandemia por la Covid-19, sin embargo, también se da cuenta de las afectaciones que tuvo la misma en 2020 con respecto del año anterior en los flujos turísticos al estado.

Evolución de la demanda

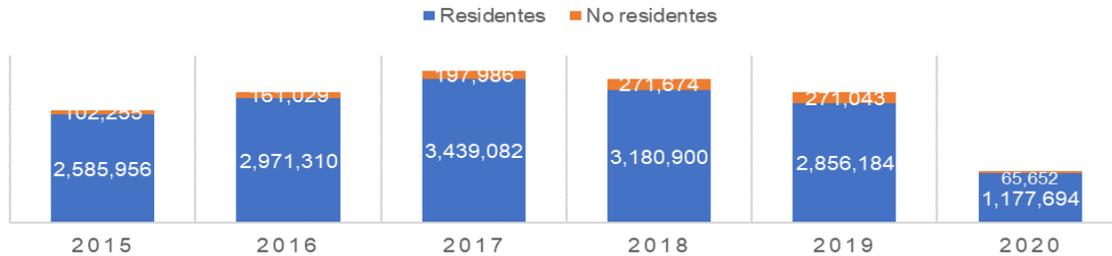
La entidad mantuvo un ritmo de crecimiento promedio anual en la llegada de turistas totales a cuartos de hotel del 3.9% durante el periodo 2015 al 2019 al pasar de 2.7 a 3.6 millones. Mientras que los turistas residentes en el país crecieron en este periodo en 2.5%, los turistas no residentes consiguieron un aumento del 27.6%.

Haciendo una comparación entre el año 2019 contra el 2015 se indica que la demanda se incrementó en 16.3% en las llegadas totales de turistas a hoteles, las de los residentes crecieron en 10.4%, mientras que los no residentes mantuvieron un aumento relevante en 5 años del 165.1%.

Sin embargo, el sector turístico, como a nivel mundial, nacional y también a nivel estatal, se vio afectado en 2020 principalmente y en 2021 por la pandemia del Covid-19, trayendo como consecuencia una reducción con respecto al 2019 del 60.2% en las llegadas de turistas totales, del 58% en los turistas residentes y del 75.8% en los no residentes en el país (Gráfica 13.)

El origen del mercado de turistas que viajan al Estado de México es principalmente de residentes en el país que representan más del 90% del total, por ende, el turismo extranjero que visita la entidad representa menos del 10%.

GRÁFICA 13. LLEGADAS DE TURISTAS A CUARTOS DE HOTEL EN EL ESTADO 2015-2020



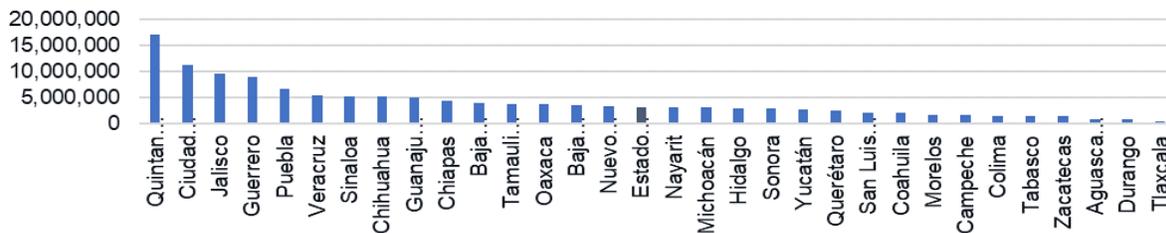
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR. 2020

Posicionamiento del estado de México a nivel nacional.

En cuanto al posicionamiento del Estado de México en el número de **llegadas totales** de turistas a hoteles, en 2019 se ubicó en el lugar número 16 de las 32 entidades del país con 3'127,227 turistas. El estado de Quintana Roo se posicionó en primer lugar (Gráfica 14.)

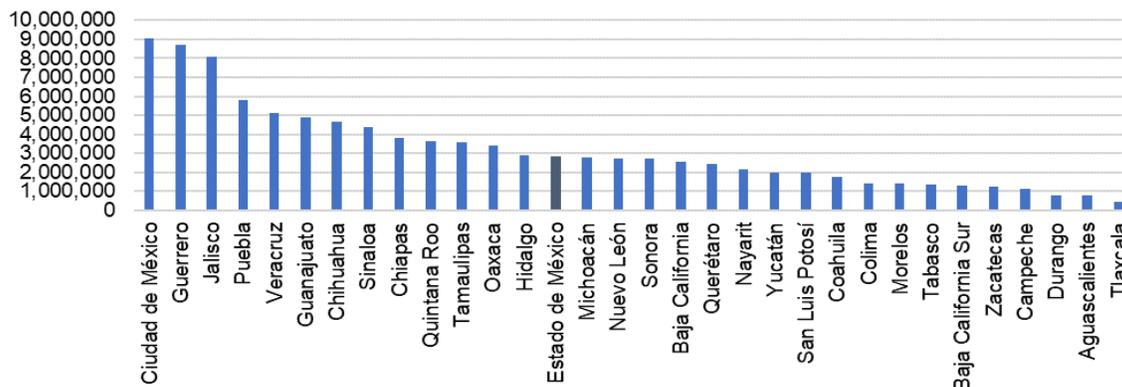
En las llegadas de turistas **residentes en el país** a hoteles, el estado se ubicó en el lugar número 14, donde la Ciudad de México ocupa el primer lugar (Gráfica 15.) En relación con las **llegadas de turistas no residentes** a hoteles se tiene que el Estado de México se ubica en el lugar número 16, donde por mucho el estado de Quintana Roo es la entidad que ocupa el primer lugar en la recepción de este tipo de turistas (Gráfica 16.)

Gráfica 14. Llegada de turistas totales a cuartos de hotel por entidad federativa 2019



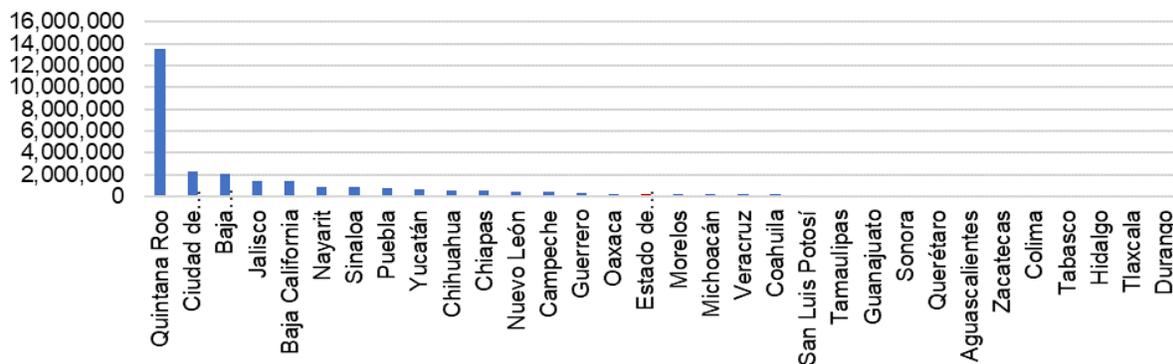
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR. 2020

Gráfica 15. Llegada de turistas residentes a cuartos de hotel por entidades 2019



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR. 2020

Gráfica 16. Llegada de turistas no residentes a cuartos de hotel por entidad federativa 2019



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR. 2020

En cuanto a la estadía de los turistas, en 2019 se registró en el promedio total y en los turistas residentes 1.4 noches, mientras que los turistas no residentes fue 1.8 noches (Gráfica 17.)

Gráfica 17. Estadía de turistas totales, residentes y no residentes. 2019



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR. 2020

Principales centros turísticos del estado de México

Analizando las llegadas de turistas a hoteles en los centros turísticos del estado que están incorporados al Sistema Datur, se observa que los 5 centros como son Toluca, Valle de Bravo, El Oro e Ixtapan de la Sal participaron en 2019 con el 41.3% del total de las llegadas de turistas a hoteles del estado. La ciudad de Toluca participó con poco más de una cuarta parte (27.1%), en segundo lugar, Ixtapan de la Sal con 7.1%, en tercer lugar, Valle de Bravo 6.7%.

Centro Turístico	Llegadas de turistas totales a hoteles de los principales centros turísticos Datur					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toluca	619,967	774,301	985,400	916,554	846,054	350,779
Valle de Bravo	103,789	132,581	187,015	216,006	208,338	92,646
El Oro	0	0	0	17,088	15,138	7,218
Ixtapan de la Sal	300,978	315,397	342,099	273,719	222,432	80,420
Subtotal	1,024,734	1,222,279	1,514,514	1,423,367	1,291,962	531,063
Total estado	2,688,211	3,132,339	3,637,068	3,452,574	3,127,227	1,243,345
Part. % Toluca	23.1	24.7	27.1	26.5	27.1	28.2
Part. % Valle de Bravo	3.9	4.2	5.1	6.3	6.7	7.5
Par % El Oro	0.0	0.0	0.0	0.5	0.5	0.6

Part. Ixtapan de la Sal	11.2	10.1	9.4	7.9	7.1	6.5
Part % 4 centros	38.1	39.0	41.6	41.2	41.3	42.7

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo

En cuanto al origen de los turistas a hoteles en los principales centros turísticos de la entidad, se observa que estos 4 centros participan con alrededor del 40% de los **turistas residentes** en el país que visitaron el estado en 2019, Toluca recibe más de un cuarto del total estatal (27,8%) en segundo lugar está Valle de Bravo (7.8%) y en tercero Ixtapan de la Sal (6.0%).

Llegada de Turistas residentes a hoteles de los principales centros turísticos						
Centro Turístico	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toluca	579,122	719,212	925,182	817,870	751,345	327,508
Valle de Bravo	102,489	130,653	184,367	213,144	203,259	92,108
El Oro	0	0	0	17,088	15,138	7,218
Ixtapan de la Sal	287,021	293,562	306,407	245,487	191,459	70,399
Subtotal	968,632	1,143,427	1,415,956	1,293,589	1,161,201	497,233
Estado	2,585,956	2,971,310	3,439,082	3,180,900	2,856,184	1,177,694
Part. % Toluca	22.4	24.2	26.9	25.7	26.3	27.8
Part. % Valle de Bravo	4.0	4.4	5.4	6.7	7.1	7.8
Part. % El Oro	0.0	0.0	0.0	0.5	0.5	0.6
Part. Ixtapan de la Sal	11.1	9.9	8.9	7.7	6.7	6.0
Part. % 4 centros	37.5	38.5	41.2	40.7	40.7	42.2

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo

En lo que se refiere a las llegadas de turistas **no residentes** a hoteles del estado, se observa que estos cuatro centros turísticos recibieron en 2019 casi la mitad del total, Toluca registró el 35.4%, más de la tercera parte, y en segundo lugar Ixtapan de la Sal con 15.3%, Valle de Bravo recibió solo el 0.8%, del total.

Centro Turístico	Llegada de Turistas no residentes a hoteles de los principales centros turísticos					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Toluca	40,845	55,089	60,218	98,684	94,709	23,271
Valle de Bravo	1,300	1,928	2,648	2,862	5,079	538
El Oro	0	0	0	0	0	0
Ixtapan de la Sal	13,957	21,835	35,692	28,232	30,973	10,021
Subtotal	56,102	78,852	98,558	129,778	130,761	33,830
Estado	102,255	161,029	197,986	271,674	271,043	65,652
Part. % Toluca	39.9	34.2	30.4	36.3	34.9	35.4
Part. % Valle de Bravo	1.3	1.2	1.3	1.1	1.9	0.8
Part. % El Oro	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Part. Ixtapan de la Sal	13.6	13.6	18.0	10.4	11.4	15.3
Part. % 4 centros	54.9	49.0	49.8	47.8	48.2	51.5

Fuente: Elaboración propia con datos de la Secretaría de Turismo

Con relación al apartado de la demanda turística del Estado de México se destacan los siguientes comentarios:

- Es preciso enfatizar sobre la importancia de contar con un sistema de información estadística que permita contar con información para:
 - Conocer la cantidad de turistas que se hospedaron en los principales destinos turísticos, los que se hospedaron en casas de familiares y amigos y otros tipos de alojamiento.
 - Estimación del total de visitantes o excursionistas que llegaron al estado que no pernoctaron, lo que impide hacer una medición real del tamaño de los flujos del turismo que recibe el estado, por ende, cifras reales de la derrama económica.

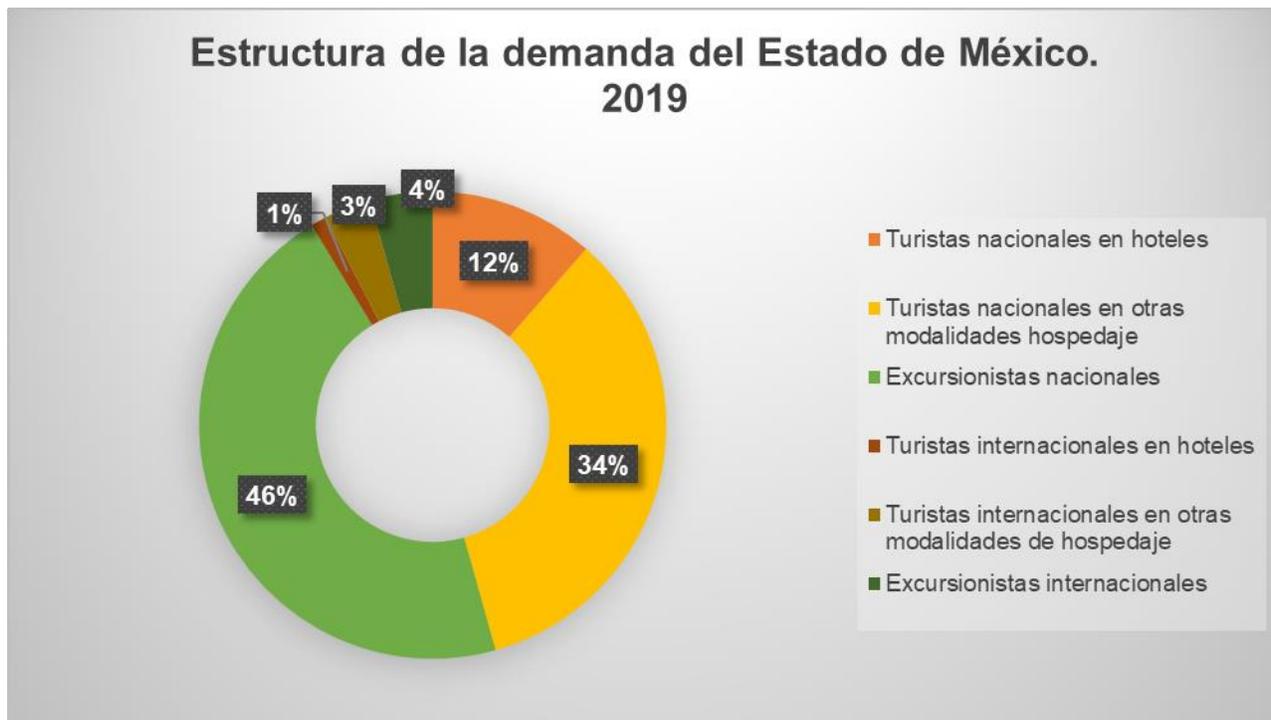
- Los principales mercados de turismo para la entidad son los regionales y nacionales que representan alrededor del 90%, por lo que un área de oportunidad que se presenta es incrementar los turistas del mercado internacional.
- Otro reto es incrementar la estadía de los turistas que llegan a hoteles que actualmente es de 1.4 noches en promedio, por lo que es necesario el desarrollo de productos y actividades que propicien ampliar la estadía de los visitantes.
- De acuerdo con los datos disponibles de los principales centros turísticos del estado, Toluca recibió en 2019 (año considerado normal antes de la pandemia) el 26.3% de las llegadas totales a hoteles del estado. Los destinos de Toluca, Valle de Bravo, El Oro e Ixtapan de la Sal concentran más del 40% de las llegadas de turistas al estado. Después de Toluca, Ixtapan de la Sal es quien más turistas no residentes en el país recibe.

Estimación de la demanda

La estimación de la demanda turística total del estado es uno de los pendientes importantes que en materia estadística tiene el Estado de México para poder contar el dimensionamiento real del mercado turístico que visita la entidad, se retoman datos de 2019 por ser un año “normal en la llegada de turistas”, por tal razón se realiza un ejercicio de cálculo conforme a indicadores y factores existentes, principalmente sobre el turismo nacional que representa el 90% de los turistas que visitan la entidad.

Para el mercado nacional	Mercado internacional
<ul style="list-style-type: none"> • Se considera que por cada hospedado existen 3 que pernoctan en otras modalidades de hospedaje. • Por cada viaje con pernocta se realizan 4 viajes sin pernocta para identificar a los visitantes o excursionistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera que por cada hospedado existen 3 que pernoctan en otras modalidades de hospedaje. • Por cada viaje con pernocta se realizan 4 viajes sin pernocta para identificar a los visitantes o excursionistas
<p>Con base en la valoración realizada bajo cifras conservadoras, considerando la metodología del CICOTUR se puede calcular que el número de visitantes totales (turistas con pernocta y excursionistas) e incluyendo a los visitantes residentes como no residentes que llegaron al estado asciende a un total de:</p>	
<p>25'017,806 de visitantes recibió el Estado de México en 2019</p>	

La estructura de la demanda se estima de la siguiente forma:



Fuente: elaboración propia de acuerdo con la metodología CICOTUR- Anáhuac

Transporte aéreo

El Estado de México cuenta con el Aeropuerto Internacional de Toluca para vuelos comerciales. Revisando la evolución del número de pasajeros que recibió durante los últimos 15 años se observa que su tendencia es de decrecimiento ya que durante este periodo se redujo en 5.7% en promedio anual. Desde el 2008, que fue cuando recibió el mayor número de pasajeros al alcanzar casi los 4 millones, para el 2019 solo recibió 689 mil pasajeros en total. Para los años 2020 y 2021 continuó su reducción de pasajeros, teniendo como uno de los factores la pandemia por el Covid-19 (Gráfica 18.)

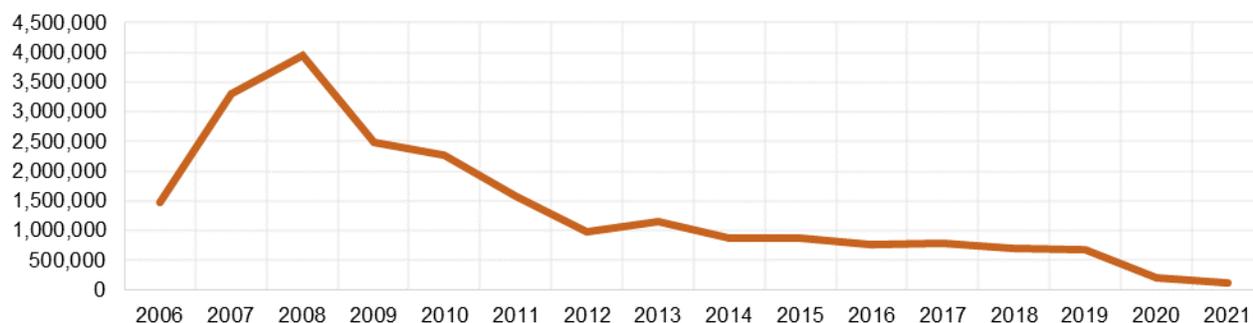
En cuanto al origen de los pasajeros, más del 90% fueron nacionales y el resto internacional, observándose en ambos casos la misma tendencia de decrecimiento (Gráfica 19.)

Haciendo una comparación para conocer la posición que ocupa el Aeropuerto Internacional de Toluca respecto a los 60 aeropuertos del país que recibieron pasajeros en 2019, se observa que por el **total** de pasajeros se ubicó en el lugar 29, mientras que en la recepción de pasajeros **nacionales** ocupó la posición 26 (Gráfica 20.)

En los primeros días de diciembre de 2021 se informó de la cancelación de operaciones de vuelos comerciales de las dos aerolíneas que realizaban vuelos a ciudades como Cancún, Puerto Vallarta y Monterrey, en virtud de la “baja rentabilidad”.

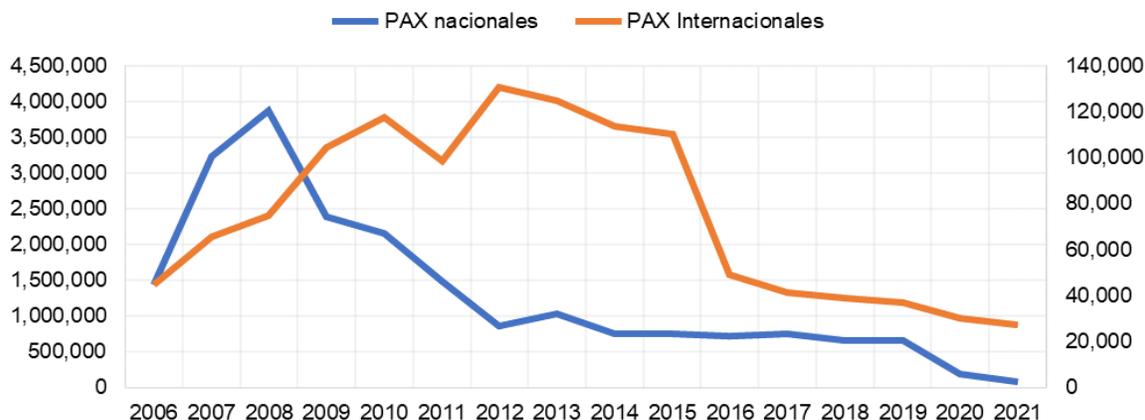
Este sin duda se convierte en uno de los grandes retos que tiene el turismo estatal, dinamizar las operaciones de vuelos, aerolíneas y pasajeros para incrementar los flujos turísticos hacia la entidad, independientemente de que la expectativa que se tiene con la construcción en el municipio de Zumpango del nuevo Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles, que finalmente el gobierno federal actual decidió cambiarlo de Texcoco a Santa Lucía.

GRÁFICA 18. EVOLUCIÓN DE LA LLEGADA TOTAL DE PASAJEROS AÉREOS AL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE TOLUCA 2006-2021



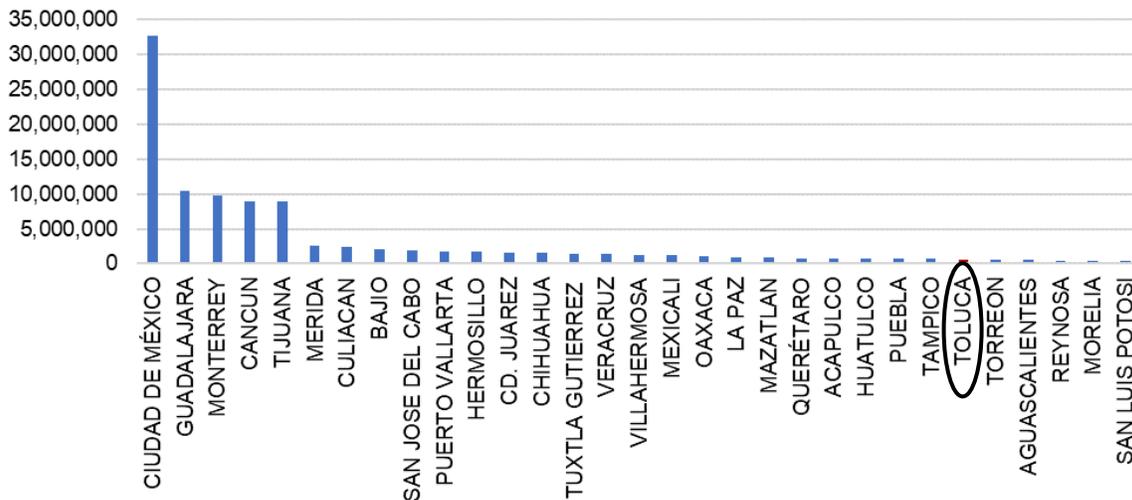
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT.

Gráfica 19. Evolución de la llegada de pasajeros nacionales e internacionales al Aeropuerto Internacional de Toluca 2006-2021



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT.

Gráfica 20. Llegadas de pasajeros nacionales a los principales aeropuertos del país. 2019



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT.

Breve caracterización de la demanda

A manera de conclusión se exponen los siguientes aspectos característicos de la demanda en la entidad:

- Es preciso enfatizar sobre la importancia de contar con un sistema de información estadística que permita contar con información para:
 - Conocer la cantidad de turistas que se hospedaron en los principales destinos, los que se hospedaron en casas de familiares y amigos y otros tipos de alojamiento.
 - Estimación del total de visitantes o excursionistas que llegaron al estado que no pernoctaron, lo que impide hacer una medición real del tamaño de los flujos del turismo que recibe el estado, por ende, cifras reales de la derrama económica.
- Los principales mercados de turismo son los regionales y nacionales.
- La estadía de los turistas en hoteles de 1.4 noches.
- De acuerdo con datos disponibles de los principales centros turísticos del estado: Toluca recibió en 2019 el 26.3% de las llegadas totales a hoteles del estado.
- Los destinos de Toluca, Valle de Bravo, El Oro e Ixtapan de la Sal concentran más del 40% de las llegadas de turistas a hoteles de la entidad.
- Después de Toluca, Ixtapan de la Sal es quien más turistas recibe no residentes en el país.
- Por segmento turístico no existe información confiable

5. LA OFERTA TURÍSTICA

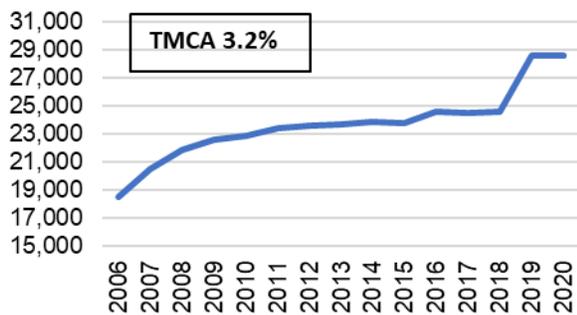
El presente apartado se propone analizar el comportamiento de los principales indicadores y variables de la oferta turística del estado considerando su competitividad a nivel nacional y regional, oferta complementaria, así como lo relacionado con sus principales destinos y segmentos turísticos.

5.1. Oferta hotelera

La oferta de cuartos de alojamiento estatal ha crecido en los últimos 15 años en 3.2% en promedio anual y en 3.9% en el número de establecimientos, para registrar en 2020 los 28,648 cuartos y 951 establecimientos en total de todas las categorías (Gráfica 21.) y (Gráfica 22.)

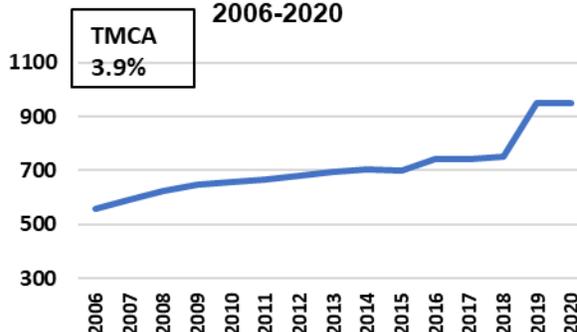
A nivel nacional, en 2020 la entidad ocupó el noveno lugar entre los estados del país en número total de cuartos con participación del 3.4% (Gráfica 23.) y del 3.9% por el número de establecimientos (Gráfica 24.)

Gráfica 21. Evolución del número de cuartos en el Estado de México. 2006-2020



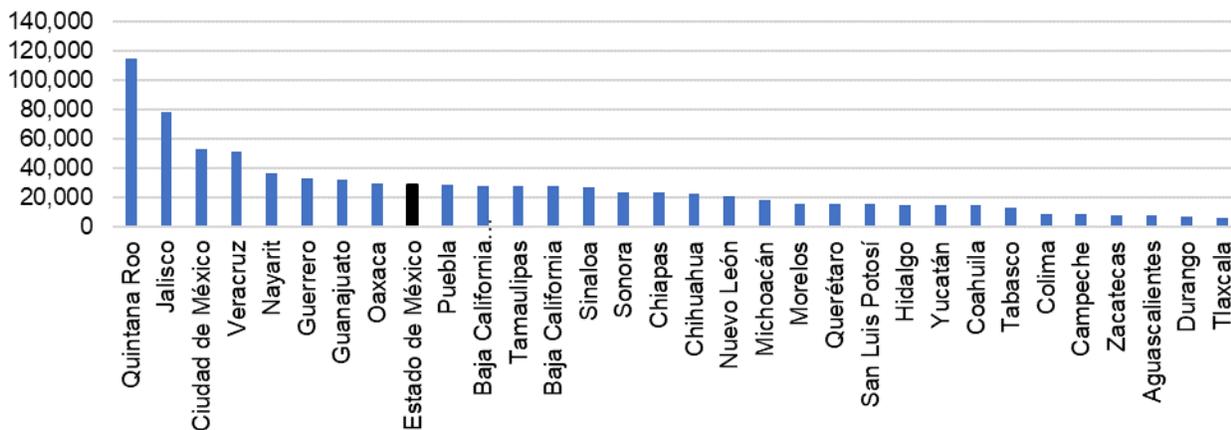
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Gráfica 22. Evolución del número de establecimientos en el Estado de México. 2006-2020



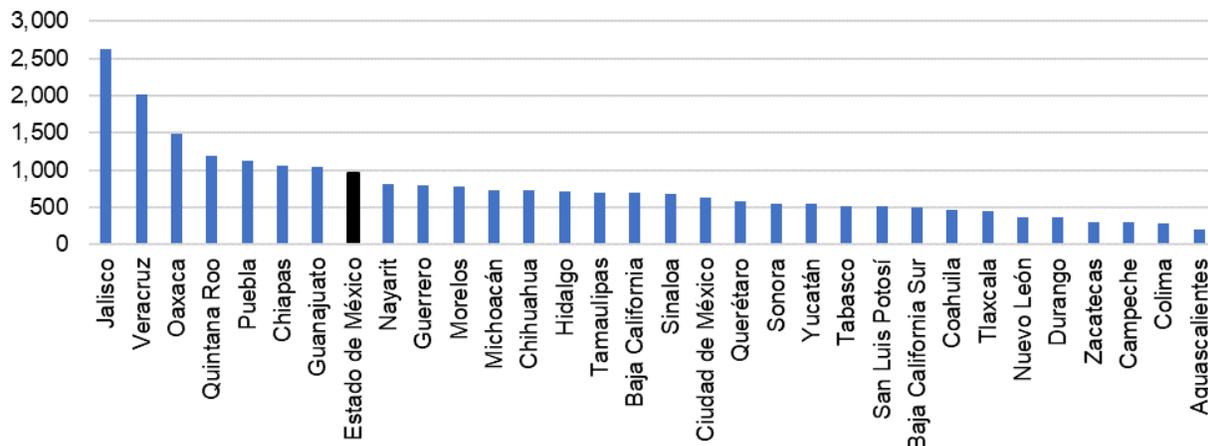
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Gráfica 23. Participación del Estado de México en el número de cuartos a nivel nacional. 2020



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Gráfica 24. Participación del Estado de México en el número de establecimiento a nivel nacional. 2020



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

En cuanto a la oferta de cuartos y establecimientos de alojamiento en 2020, es importante destacar que de los 28,645 cuartos de hospedaje casi la mitad (48.5%) no cuentan con categoría turística.

La oferta hotelera del estado con categoría turística se concentra en los cuartos de 3 y 4 estrellas que suman el 68.8% del total, mientras solo el 9.1% corresponde a 5 estrellas.

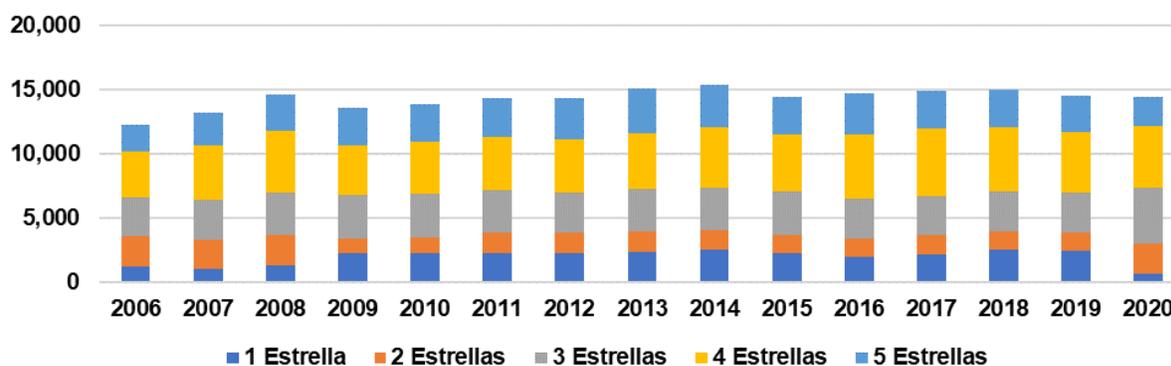
Número de cuartos y establecimientos de alojamientos por categoría turística en el Estado de México 2020							
Categoría	Número de cuartos				Número de establecimientos		
	Total	% part. del total	% part. con categoría turística	Total	% part. del total	% part. con categoría turística	
Con categoría Turística	1 estrella	746	2.6	5.1	40	4.2	11.5
	2 estrellas	2,512	8.8	17.0	77	8.1	22.2
	3 estrellas	5,003	17.5	33.9	139	14.6	40.1
	4 estrellas	5,140	17.9	34.9	73	7.7	21.0
	5 estrellas	1,342	4.7	9.1	18	1.9	5.2
Sin Categoría		13,905	48.5		604	63.5	
Total		28,648	100.0	(14,743)	951	100.0	(347)

Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Evolución de la oferta de alojamiento con categoría turística

Entre 2006 y 2020, la oferta hotelera de los 14,743 cuartos con categoría turística, los que más se incrementaron fueron los de 1 estrella (5.9%), después los de 4 estrellas (2.2%) y 5 de estrellas (2.1%), los de 2 estrellas se redujeron en -4.1%. En 2020, se registró una reducción importante de los cuartos de 5 estrellas en 18.7% (Gráfica 25.)

Gráfica 25. Evolución de los cuartos disponibles por categoría turística en el Estado de México. 2006-2020



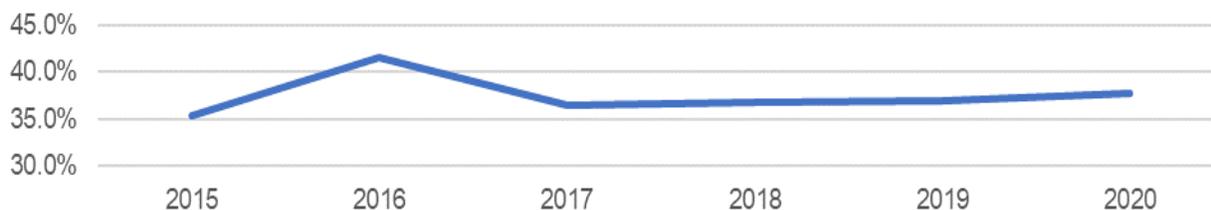
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Ocupación hotelera

Durante el periodo 2015-2020, en el estado la ocupación hotelera se ha mantenido constante entre el 36% y 37% anual, a excepción del 2016 cuando tuvo un incremento al llegar al 41.5%. En 2020, no registró una disminución sino al contrario un ligero aumento (37.7%) (Gráfica 26.)

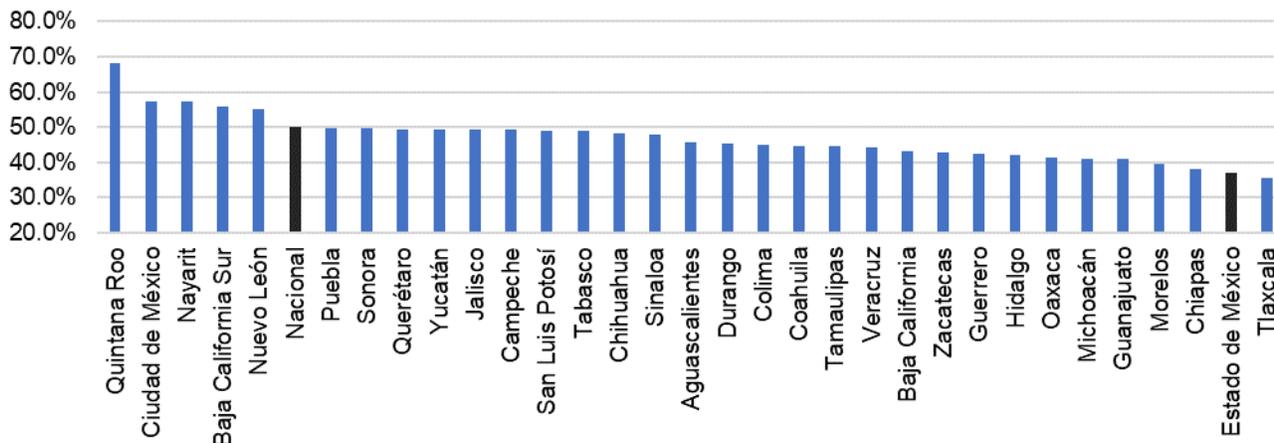
De esta forma, a nivel nacional, la entidad ocupó en 2019 el penúltimo lugar en materia de ocupación hotelera total con el 36.9%. Este dato incluye tanto a los turistas residentes (25.8%) como a los no residentes (3.5%), muy por debajo del promedio nacional que fue del 50.2% (Gráfica 27.)

Gráfica 26. Evolución de la ocupación hotelera anual en el Estado de México. 2015-2020



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

Gráfica 27. Participación del Estado de México en el porcentaje de ocupación hotelera a nivel nacional. 2019



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR

Competitividad de la actividad hotelera del estado de México en la región centro del país.

Para hacer una comparación de la posición del Estado de México en 2019, en un contexto “normal”, previo a la pandemia de Covid-19, entre las 8 entidades de la zona centro del país con quienes comparte en la mayor parte sus límites territoriales, a excepción de Guanajuato y salvo la Ciudad de México que se excluye por no resultar comparable dada su mayor actividad turística, se puede observar en los siguientes cuadros, marcado con naranja los estados que ocupan los primeros lugares en los indicadores que se establecen:

- En número de establecimientos está Puebla en primer lugar seguido de Guanajuato, y en número de cuartos en primer lugar Guanajuato y segundo el Estado de México.
- En cuanto a las llegadas de turistas totales, Puebla ocupa el primer lugar, mientras Guanajuato el segundo, el Estado de México estaría en tercero, aunque recibe casi la mitad de los turistas que recibe Puebla.
- El estado que capta el mayor número de turistas nacionales es Puebla seguido de Guanajuato, el Estado de México se ubica en cuarto lugar después de Hidalgo.
- En cuanto a la recepción de turistas extranjeros, en primer sitio está Puebla y en segundo lugar el Estado de México, seguido por Morelos.

Competitividad de la actividad hotelera del estado de México en la región centro del país. 2019					
Estado	Establecimientos	cuartos	Llegada de turistas total	Llegada de turistas nacionales	Llegada de turistas extranjeros
Estado de México	951	28,648	3,127,227	2,856,184	271,043
Guanajuato	1,039	33,054	5,026,515	4,875,305	151,210
Hidalgo	691	14,658	2,925,426	2,896,782	28,644
Michoacán	711	17,961	3,005,225	2,764,187	241,038
Morelos	652	14,212	1,659,199	1,392,821	266,377
Puebla	1,125	28,554	6,608,202	5,817,054	791,148
Querétaro	572	16,639	2,520,716	2,422,415	98,301
Tlaxcala	471	6,113	458,161	437,135	21,027

Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR

- Respecto a la estadía de los turistas total y nacionales, primero está Michoacán, seguido de Querétaro, el Estado de México se ubica en el último sitio, mientras que en lo que se refiere a la estadía de extranjeros, en primer sitio está Querétaro seguido de Guanajuato.
- Sobre la ocupación hotelera, el mayor porcentaje anual de forma total lo comparten Hidalgo y Michoacán, el Estado de México se ubica en penúltimo lugar.
- El porcentaje de ocupación de turistas extranjeros es mayor en Morelos, seguido de Puebla y para los nacionales es principalmente Hidalgo, seguido de Michoacán.

Competitividad de la actividad hotelera del estado de México en la región centro del país.						
Estadía y ocupación. 2019						
Estado	Estadía Total	Estadía Nacionales	Estadía Extranjeros	% Ocupación Total	% Ocupación Extranjeros	% Ocupación Nacionales
Estado de México	1.0	1.0	1.1	34.0%	3.7%	30.2%
Guanajuato	1.3	1.3	2.4	39.8%	2.9%	37.0%
Hidalgo	1.2	1.1	1.3	56.0%	0.7%	55.3%
Michoacán	1.9	1.9	2.2	56.6%	5.0%	51.6%
Morelos	1.2	1.2	1.0	43.7%	7.0%	36.7%
Puebla	1.7	1.7	1.7	52.2%	6.9%	45.2%
Querétaro	1.8	1.8	2.6	53.4%	4.2%	49.3%
Tlaxcala	1.2	1.2	1.1	29.3%	1.2%	28.1%

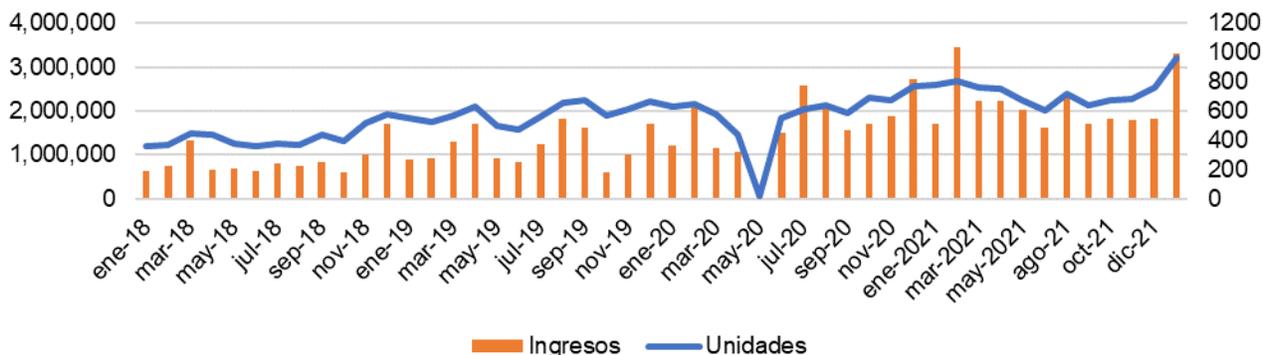
Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR

OPERACIÓN DE HOSPEDAJE DE PLATAFORMAS DIGITALES

Con el propósito de tener una idea de la operación que tienen las plataformas digitales en el alojamiento en el estado, se incluye un análisis del caso de Valle de Bravo de la plataforma Airbnb en el periodo de enero de 2018 a diciembre de 2021.

En cuanto a la variación de los ingresos obtenidos en diciembre de 2021 en comparación con diciembre 2019 se puede observar un incremento del 21.5%, de acuerdo con la siguiente gráfica:

Gráfica 28. Operación Airbnb Valle de Bravo
Evolución mensual: ingresos y unidades.
Enero 2018-diciembre 2021

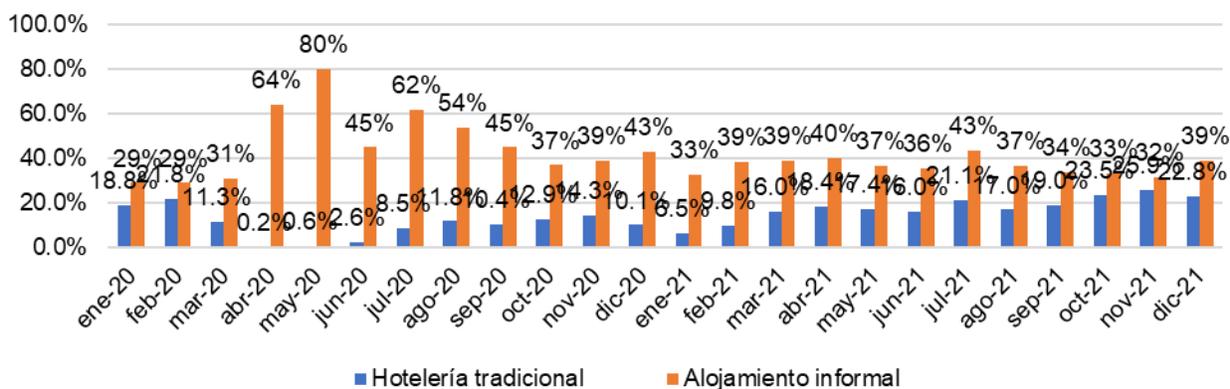


Fuente: elaboración propia con datos de Airdn

Haciendo una comparación en lo que se refiere a la ocupación promedio entre el periodo de enero de 2020 en comparación con diciembre 2021 entre el tipo de alojamiento, es decir entre el hotelería formal contra el alojamiento informal, se obtienen tasas más bajas de ocupación en alojamiento formal que el informal, de acuerdo con la gráfica 29.

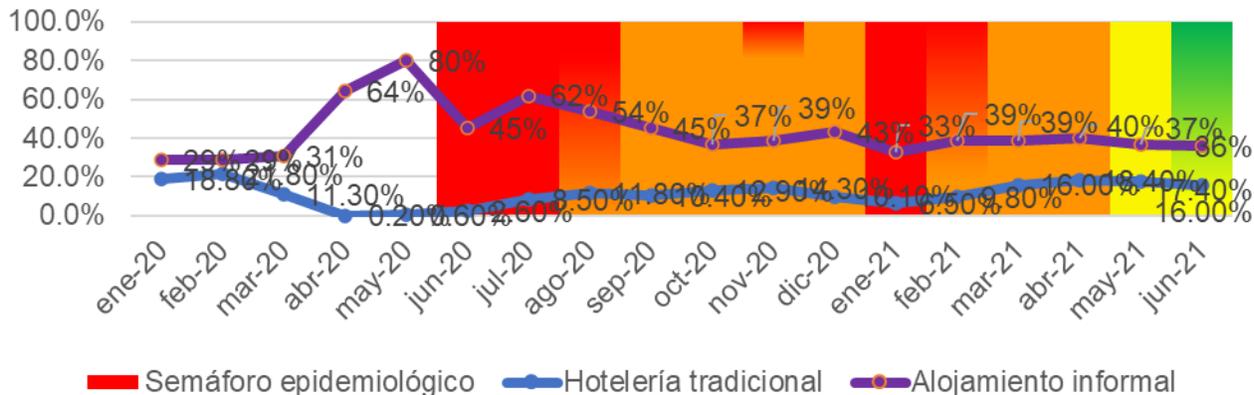
Por otro lado, se hace el análisis de la ocupación promedio entre el periodo enero 2020 a junio de 2021 de cómo se comportó la evolución de la ocupación durante los principales meses de mayor afectación de la Pandemia en Valle de Bravo de acuerdo con el color del semáforo epidemiológico (Gráfica 30.)

Gráfica 29. Valle de Bravo
Ocupación promedio enero 2020-diciembre 2021.
Hotelería formal vs alojamiento informal



Fuente: elaboración propia con datos de Airdna y Datur

Gráfica 30. Valle de Bravo. Ocupación promedio enero 2020-junio 2021. Hotelaría formal vs alojamiento informal y semáforo epidemiológico



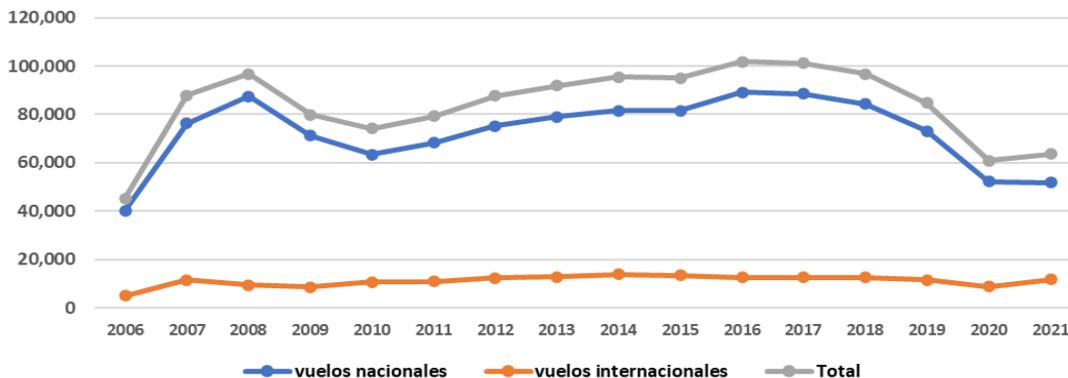
Fuente: elaboración propia con datos de Airdna y Datur

5.2. Transportación aérea

Como se mencionó previamente, el estado cuenta con el Aeropuerto Internacional de Toluca para vuelos comerciales, que hasta hace 3 años mantenía mayor operación y función como uno de los aeropuertos alternos al de la Ciudad de México. Su principal nicho de mercado ha sido el turismo doméstico (Gráfica 31.)

Desde el 2019, ha venido disminuyendo su operación de vuelos comerciales. En los últimos meses del 2021 se suspendieron la operación de vuelos de las rutas a Monterrey, Guadalajara y Cancún que tenía establecidas por cuestiones de rentabilidad. A finales del 2021, el Aeropuerto Internacional de Toluca mantuvo principalmente sus operaciones para transporte de fletamento tanto nacional como internacional.

Gráfica 31. Evolución de los vuelos en el Aeropuerto Internacional de Toluca. 2006-2021



Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT.

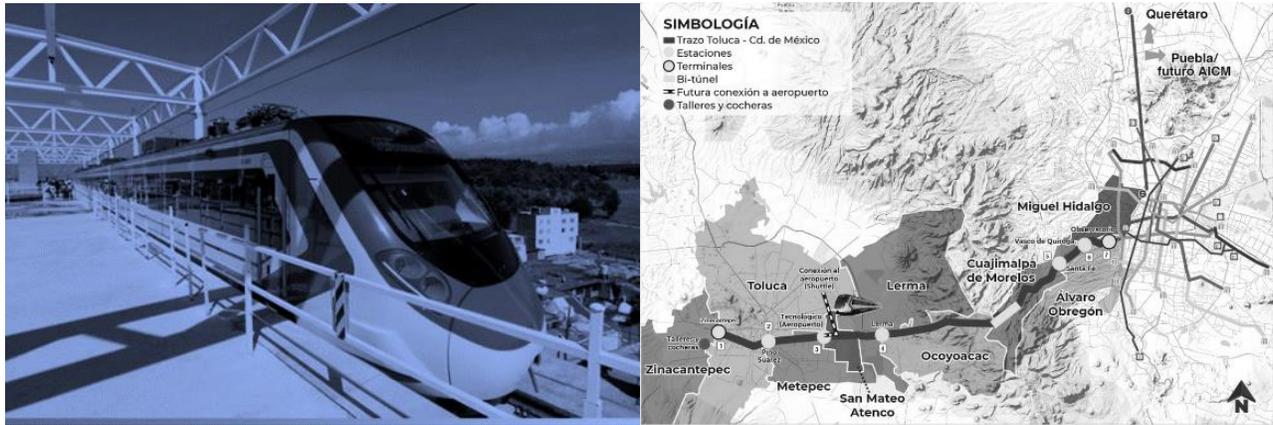
Próximamente, en marzo 2022, inicia operaciones el Aeropuerto Internacional Felipe Ángeles en el municipio de Zumpango de Ocampo del Estado de México, este nuevo aeropuerto contribuirá a una mayor competitividad a la región Nororiente del estado y a la región centro del país en materia turística.

5.3. Tren interurbano México-Toluca

El estado contará próximamente con el tren interurbano, considerado el primero en su tipo en América Latina, que conecta la Ciudad de México con el Valle de Toluca, aunque ya cuenta con el tren suburbano que corre hacia las ciudades del nororiente de la entidad.

Esta nueva alternativa de transporte contribuirá a la interconexión entre ambas ciudades de una forma más rápida y funcional, turísticamente hablando, se prevé que propiciará mayores flujos de turistas del mercado de la Ciudad de México de forma directa y de estados aledaños indirectamente. Se tiene prevista su inauguración para el año 2023.

La ruta del tren tendrá un recorrido de 57.7 kilómetros, con 7 estaciones en total, 2 terminales y 5 estaciones intermedias, 4 de las cuales corresponden a la entidad: Zinacantepec, Pino Suárez (terminal de autobuses), Tecnológico (con conexión al aeropuerto de Toluca) y Lerma. Se prevé que beneficiará de forma directa a los municipios de Zinacantepec, Toluca, Metepec, Lerma, Ocoyoacac.



5.4. Infraestructura turística complementaria

- La ubicación del Estado de México en el centro del país, le permite mantener una muy buena conectividad terrestre con autopistas hacia los demás estados de la región, como son la Ciudad de México, Querétaro, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Michoacán y Morelos de forma directa, y de paso para la zona occidente y norte del país, así como hacia el oriente, entre otros.
- La Infraestructura vial primaria libre de peaje en la entidad es de 4,326.67 kms., divididos en 4,032.97 kms. pavimentados y 293.70 kms. revestidos, con base en información de la Junta de Caminos del Estado.
- Además, cuenta con infraestructura turística complementaria de buena calidad para la atención de los turistas, como 3,173 establecimientos de alimentos y bebidas; 393 agencias de viajes; 37 arrendadoras de autos, 21 campos de golf, 2 centros de convenciones.
- Destaca la oferta de 66 centros de enseñanza turística: 9 de nivel medio, 53 de nivel superior, 4 de nivel de maestría y 1 de doctorado.
- Cuenta con 18 zonas arqueológicas y 8 museos administrados por el INAH.

5.5. Principales segmentos, destinos y productos turísticos

El Estado de México cuenta con un territorio muy diverso y con un gran potencial, con un patrimonio natural y cultural enorme que lo diferencia de otras entidades y que le da un importante atractivo. Asimismo, su vocación industrial, agrícola y económica le otorga características específicas que es preciso aprovechar para el desarrollo turístico de la entidad. En este apartado se da cuenta de los principales segmentos, destinos y productos turísticos que son la materia prima para propiciar el desarrollo que se requiere para mejorar su actividad turística.

Turismo cultural

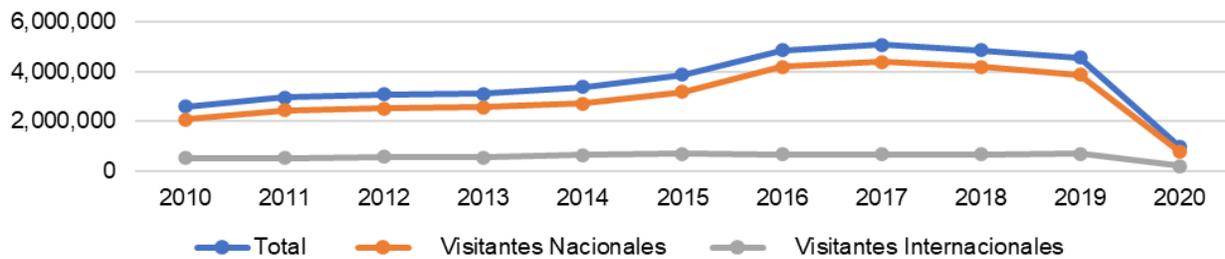
Este segmento, sin duda, representa uno de los pilares de la oferta turística del Estado de México. Actualmente la entidad cuenta con una oferta amplia de recursos y atractivos de gran valor para el desarrollo turístico. El turismo cultural representa los viajes que el visitante realiza motivados específicamente para realizar alguna actividad cultural o que se realizan de forma complementaria a actividades de otros segmentos como el turismo de naturaleza, sol o playa o de negocios, turismo deportivo, entre otros.

Como parte del turismo cultural, se pueden señalar los siguientes elementos: lo relacionado directamente con la cultura, museos, actividades culturales, arte, música, arquitectura, la gastronomía, las artesanías, las zonas arqueológicas, culturas originarias o indígenas, historia, las costumbres y tradiciones, festivales, festividades y actividades religiosas, las comunidades como las distinguidas como Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto, entre otras. Por esta razón se identifican los siguientes elementos fundamentales de la oferta de turismo cultural que distinguen al Estado de México:

ZONAS ARQUEOLÓGICAS Y MUSEOS.

En primer lugar, están las zonas arqueológicas y los museos que atraen a un número relevante de visitantes a la entidad. En el periodo 2010- 2019, la cifra de los visitantes a ambos sitios en conjunto, crecieron en 6.4% en total, los visitantes nacionales en 7.1%, mientras los extranjeros en 3.3%. Solo en el 2019, el estado recibió 4.6 millones de visitas en total, el 85% fueron de origen nacional (Gráfica 32.)

Gráfica 32. Visitantes a museos y zonas arqueológicas del Estado de México administradas por el INAH 2010-2020



▪ **Zonas arqueológicas**

La importancia que tienen específicamente las zonas arqueológicas para el segmento del turismo cultural se representa con la existencia de 18 zonas en el estado que son administradas por el INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia). Asimismo, es importante señalar que, en el ranking nacional de las 20 zonas arqueológicas más importantes del país por el número de visitantes, están las de Teotihuacán y de Malinalco del Estado de México. Además, existen varias zonas arqueológicas administradas por el gobierno del estado.

En 2019, Teotihuacán ocupó el primer lugar en la recepción total de visitantes a las zonas arqueológicas del país al captar 3'459,528 visitantes que representaron el 21.6% del total nacional. De estos visitantes el 80.3% fueron nacionales y el resto extranjeros, éstos últimos solo después de Chichen Itzá, que recibió más de 1.5 millones de visitantes de otros países.

Por otro lado, está la Zona Arqueológica de Malinalco, ubicada en el lugar 11. En 2019, recibió 253,913 visitantes, de los cuales el 99.3% fueron nacionales, como lo muestra el siguiente cuadro:

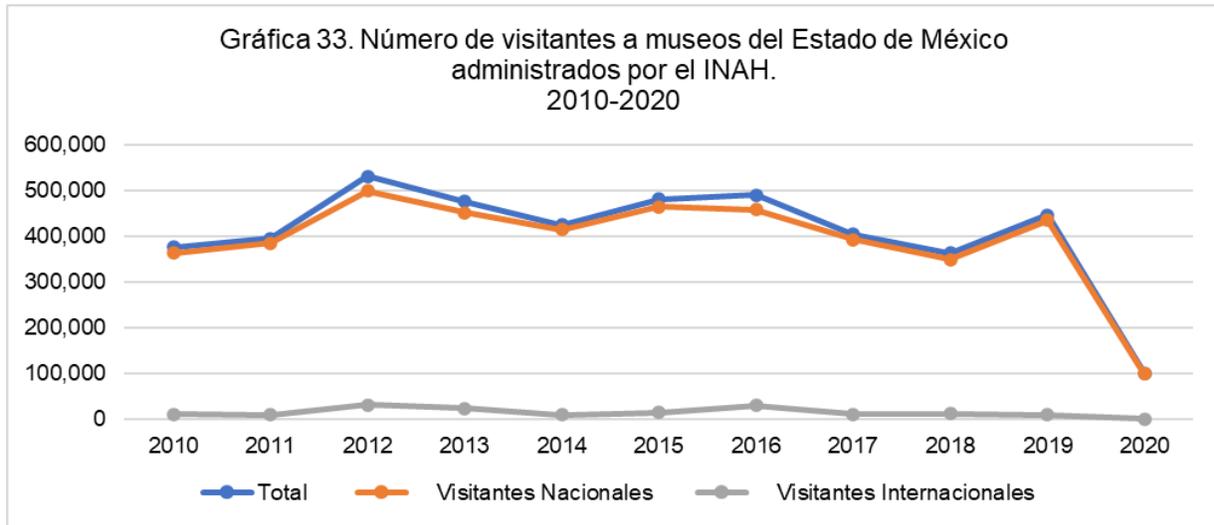
Participación del estado en el Ranking de las 20 Zonas Arqueológicas del país. 2019						
Posición	Estado	Nombre zona arqueológica	Nacionales	Extranjeros	Total	Part. %
1	Estado de México	Teotihuacán (con Museo de Sitio)	2'779,408	680,120	3'459,528	21.6
2	Yucatán	Chichén Itzá	827,855	1'537,699	2'365,554	14.8
3	Quintana Roo	Tulum	851,337	1'145,207	1'996,544	12.5
4	Chiapas	Palenque y museo "Alberto Ruz L'Huiller"	617,938	206,373	824,311	5.2
5	Quintana Roo	Cobá	140,664	609,449	750,113	4.7
6	Puebla	Cholula con museo de sitio	573,925	57,220	631,145	3.9
7	Oaxaca	Monte Albán con museo de sitio	455,988	61,598	517,586	3.2
8	Veracruz	El Tajín	421,633	4,543	426,176	2.7
9	Morelos	Tepozteco	313,704	56,754	370,458	2.3
10	Yucatán	Uxmal con museo de sitio	199,647	116,274	315,921	2.0
11	Estado de México	Malinalco	251,720	2,193	253,913	1.6
12	Hidalgo	Tula con museo de sitio	220,192	5,978	226,170	1.4
13	Jalisco	Teuchitlán	153,107	24,968	178,075	1.1
	Otros...					

Fuente: elaboración propia con base en información de SECTUR.

▪ **Museos**

- El estado cuenta con 8 museos administrados por el INAH. Los visitantes a estos sitios han crecido marginalmente en 1.9% en los 10 años del periodo comprendido entre 2010 y el 2019 (Gráfica 33.)

En 2019, se recibieron en total 447,985 visitas, el 61.7% correspondió al Museo Nacional del Virreinato ubicado en el municipio de Tepotzotlán al atraer a 276,665 visitantes, principalmente nacionales. Cabe destacar que este museo es el único del estado que está posicionado en el ranking nacional de los 20 museos con mayor afluencia, al ocupar el quinto lugar.



Fuente: elaboración propia con base en información de SECTUR.

PROGRAMAS PUEBLOS MÁGICOS Y PUEBLOS CON ENCANTO

Estos programas tienen componentes importantes del turismo cultural, ya que integra a los municipios que se distinguen por contar con atractivos culturales tanto tangibles como intangibles de gran riqueza como su arquitectura, costumbres, tradiciones, gastronomía, festividades, artesanías, entre otros.

Programa Pueblos Mágicos

Es un programa federal creado en el 2001 para el desarrollo y consolidación de los destinos turísticos en el territorio nacional que cuentan con infraestructura y servicios turísticos suficientes, en un entorno arquitectónico pintoresco y tradicional, que cumplen con los requisitos y lineamientos establecidos para la incorporación y permanencia.

Entre los puntos que se evalúan están que cuenten con la conformación y funcionamiento del Comité Pueblo Mágico, el cumplimiento de planes y programas municipales, contar con un sistema de información estadística, integración de un informe anual de actividades, oferta turística, acceso a servicios públicos, profesionalización y certificación de prestadores de servicios turísticos. Entre los beneficios de pertenecer a este programa están su posicionamiento en el mapa turístico nacional, mayor capacitación para prestadores de servicios turísticos, mayor promoción, crecimiento económico, orgullo de pertenencia de los habitantes, fortalece identidad del municipio, rescate de tradiciones y patrimonios, ventajas en tema de gestión de recursos y propicia inversión pública y privada. El Estado de México cuenta con 10 Pueblos mágicos correspondientes a 11 municipios ubicados en prácticamente todas las regiones turísticas, los cuales se han convertido en un elemento fundamental de la oferta turística de la entidad.

No.	Municipio
1	Tepotzotlán
2	Valle de Bravo
3	Malinalco
4	El Oro
5	Metepac
6	Aculco
7	Ixtapan de la Sal
8, 9	Teotihuacán / San Martín de las Pirámides
10	Villa del Carbón
11	Tonatico

▪ **Programa Pueblos con Encanto**

Es un programa estatal creado en 2006 que tiene por objeto distinguir a los municipios mexiquenses que mantienen un estilo conservador, respetando la arquitectura característica, resaltando la singularidad de un típico “pueblo” mexiquense.

9 municipios obtuvieron la denominación de Pueblo Mágico después de haber sido Pueblo con Encanto: Malinalco (2010), El Oro (2011), Metepec (2012), Aculco, Ixtapan de la Sal, Teotihuacan, San Martín de la Pirámides, Villa del Carbón (2015) y Tonatico (2020). Actualmente se cuenta con 23 con el distintivo de Pueblo con Encanto.

Entre los principales puntos a evaluar en estos Pueblos está la integración de un Consejo Ciudadano, tener máximo 10,000 habitantes en su cabecera municipal, cumplimiento de planes y programas municipales, oferta turística, acceso a servicios públicos, estar incorporado a los diversos sistemas de información turística de la Secretaría, contar con atractivo turístico, arquitectura, fiestas y tradiciones, producción artesanal, producto turístico, cocina tradicional, singularidad.

No	Pueblos con Encanto		
1	Ayapango	13	Papalotla
2	Coatepec Harinas	14	Sultepec
3	Amanalco	15	Tepetlixpa
4	Otumba	16	Nopaltepec
5	Temascaltepec	17	Axapusco
6	Tlalmanalco	18	Ozumba
7	Amecameca	19	Lerma
8	Temascalcingo	20	Tenango del valle
9	Acolman	21	Zinacantepec
10	Zacualpan	22	Jocotitlán
11	Donato Guerra	23	San Felipe del Progreso
12	Jilotepec		

DESARROLLO ARTESANAL

Esta actividad artística y productiva mexiquense, que forma parte de la cadena de valor del turismo en el estado tiene “un papel fundamental por ser expresión auténtica de los valores culturales, raíces históricas, tradiciones y costumbres de un estado lleno de riquezas”. Por su relevancia cultural, económica y social para las comunidades, se desarrolla en un siguiente apartado.

TURISMO RELIGIOSO

El turismo religioso que podría considerarse como uno de los subsegmentos importantes del turismo cultural, tiene en el Estado de México un importante potencial y nicho de mercado, al contar con uno de los santuarios más visitados del país.

El santuario de Chalma es catalogado como uno de los sitios que atraen un gran número de visitantes, aunque no se disponen de cifras oficiales, las autoridades religiosas calculan en 5 millones los feligreses que reciben en promedio anualmente. Solamente en la temporada de Semana Santa se calcula alrededor de un millón de visitantes. Se ubica en los municipios de Malinalco y Ocuilán en la región sur.

Por su importancia religiosa, turística y económica para las comunidades locales, regionales y nacionalmente, este sitio tiene un gran potencial de crecimiento, por lo que requiere de un programa específico que avance hacia su consolidación como destino turístico, que incluya acciones de coordinación de programas entre los dos municipios donde se ubica el templo, que contenga acciones de acondicionamiento, ordenamiento del comercio ambulante, mejoramiento de la accesibilidad en materia de infraestructura carretera y transporte, rehabilitación de rutas, caminos y senderos para las peregrinaciones peatonales, ampliación de los servicios turísticos de calidad, tanto de alojamiento como de alimentos y bebidas, y acciones de seguridad pública y turística para los visitantes.

Asimismo, la entidad cuenta con otros sitios relevantes en materia de turismo religioso que atraen a un número significativo de excursionistas, principalmente, son los santuarios de:

Nuestra Señora de Guadalupe “El Cerrito”, ubicado en el municipio de Cuautitlán al que se calcula visitan alrededor de 3 millones de personas al año.

- La Virgen de Tonatico, en el municipio de Tonatico, en la región sur, que se estima recibe alrededor de 2 millones de visitantes al año.

- El señor del Sacromonte, en el municipio de Amecameca, en la región de los Volcanes, al oriente del estado, sitio que también registra una importante afluencia de personas, principalmente durante la Semana Santa.

Finalmente, en la entidad existe una enorme cantidad de atractivos adicionales para el turismo cultural, como son los exconventos, exhaciendas, iglesias, sitios históricos, entre otros, y por supuesto la amplia riqueza gastronómica en las diversas regiones de la entidad, que por sí misma, representa un importante motivador de viaje.

Turismo de naturaleza

El Estado de México posee un patrimonio natural extraordinario y biodiverso propicio para el desarrollo del turismo de naturaleza, localizado en una gran cantidad de sus municipios. Este tipo de turismo se subdivide en 3 subsegmentos por el tipo de actividades: el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo rural.

La entidad ha realizado importantes acciones para fomentar el segmento a través del tiempo, identificando zonas propicias para su desarrollo, construyendo infraestructura y creando productos turísticos en algunas regiones con diversos tipos de recursos naturales, principalmente en la zona oriente, norte y centro del estado, sin embargo, presenta un gran potencial para avanzar en la consolidación del segmento, generando productos que coadyuven a proteger los sitios naturales, de forma respetuosa con el medio ambiente y los ecosistemas, anteponiendo sobre todo los principios de sostenibilidad.

La mayoría de las zonas con vocación específica para el turismo de naturaleza de la entidad cuentan con una particularidad muy importante como en pocos estados del país, y es que en este tipo de zonas se conjugan los recursos naturales con diversos recursos culturales, como son la coexistencia con vestigios prehispánicos y zonas arqueológicas, evidencias de hechos históricos, población, costumbres y tradiciones de culturas originarias de gran significado, elaboración de artesanías típicas realizadas con productos naturales de la región, actividades de agroindustria, una rica y singular gastronomía, entre otros, que le dan un gran valor agregado a los productos y a la experiencia turística de los visitantes.

Por otro lado, las nuevas tendencias turísticas a nivel internacional y nacional advierten en este segmento a uno de los de mayor potencial para reactivar la industria turística local, regional y nacional debido a los aprendizajes postpandemia y una mayor conciencia por la sostenibilidad, los visitantes buscarán cada vez más zonas verdes abiertas, que les genere bienestar y que les permita mayor conocimiento, convivencia con la naturaleza y reconocimiento a las comunidades locales.

El turismo de naturaleza requiere una inversión menor que otros segmentos turísticos para su desarrollo, con los recursos naturales y culturales ya se cuenta, faltaría mejorar el programa específico de fomento del segmento, que propicie el ordenamiento territorial, el diseño de productos y actividades diferenciadas e innovadoras, que articule las acciones donde participen los sectores público, empresarial y las comunidades locales para aprovechar esta importante área de oportunidad y avanzar hacia su consolidación, ya que al mismo tiempo que se genera desarrollo local y regional, se contribuye con los objetivos de desarrollo sostenible y para amortiguar los efectos del cambio climático.

Entre el rico patrimonio natural con que cuenta la entidad sobresalen los siguientes recursos naturales:

Se calcula que el 43% del territorio lo ocupan zonas integradas en Áreas Naturales Protegidas, ya sea de competencia federal o estatal. Estas 16 áreas son parte del programa nacional que “constituyen una de las estrategias de la política ambiental gubernamental para frenar los procesos de deterioro ambiental, conservar la diversidad biológica y fomentar el uso sustentable de los recursos naturales, asimismo estas ANP’s se caracterizan por ser unidades productivas estratégicas, generadoras de corrientes vitales de beneficio social y por producir importantes servicios ecológicos”.¹⁴

- En estas ANP’s se pueden realizar diversas actividades de ecoturismo y turismo de aventura como la convivencia familiar, el ejercicio al aire libre, senderismo, escalada en roca, rappel, ciclismo de montaña, ciclismo de ruta sobre circuito vial, campismo, visitas guiadas, actividades de educación ambiental (conferencias, cursos-taller, exposiciones, proyección de películas ambientales, etc.)

Áreas Naturales Protegidas en el Estado de México		
Áreas Naturales Protegidas Federales ¹⁵		
Nombre de la ANP	Superficie territorial	Municipios que abarca
Reserva de la Biósfera Mariposa Monarca (comparte con Michoacán)	56,259.27 has.	Estado de México: Temascalcingo, San Felipe del Progreso, Donato Guerra y Villa de Allende Michoacán: Contepec, Senguio, Angangueo, Ocampo, Zitácuaro y Aporo.

¹⁴ Citado en el Programa de Manejo de la Reserva de la Biósfera de la Mariposa Monarca de la CONAMP.

¹⁵ Con información de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

Parque Nacional Lagunas de Zempoala (compartida con Morelos)	4,790 has.	Estado de México: Ocuilán de Arteaga Morelos: Huitzilac
Parque Nacional Iztaccíhuatl-Popocatepetl. (comparte con Puebla y Morelos)	39,819.086 has. Edomex: 28,307.48 has. (71.1%) Puebla: 11,072.91 has. (27.81%) Morelos: 438.68 has. (1.1%)	Estado de México: Texcoco, Ixtapaluca, Chalco, Tlalmanalco, Amecameca, Atlautla y Ecatzingo. Puebla: Santa Rita Tlahuapan, San Salvador el Verde, Huejotzingo, San Nicolás de los Ranchos y Tochimilco. Morelos: Tetela del Volcán.
Área de Protección de Flora y Fauna Nevado de Toluca (Xinantécatl)	53,590.28 has.	Almoloya de Juárez, Amanalco de Becerra, Calimaya, Coatepec Harinas, Temascaltepec, Tenango del Valle, Toluca, Villa Guerrero, Villa Victoria y Zinacantepec.
Área de Protección de Flora y Fauna Ciénegas del Lerma (En 2004 fueron catalogadas por la ONU dentro de la Lista de Humedales de Importancia Internacional)	1,598.94 has.	Lerma, Santiago Tianguistenco, Almoloya del Río, Capulhuac, San Mateo Atenco, Metepec y Texcalyacac.
Área de Protección de Recursos Naturales Cuencas de los ríos Valle de Bravo, Malacatepec, Tilostoc y Temascaltepec	140,234.42 has.	Amanalco, Donato Guerra, Ixtapan del Oro, Oztoloapan, San Simón de Guerrero, Santo Tomas, Temascaltepec, Valle de Bravo, Villa de Allende, Villa Victoria y Zinacantepec.
Parque Nacional Insurgente Miguel Hidalgo y Costilla (La Marquesa)	1,889.96 has.	Estado de México: Huixquilucan, Lerma y Ocoyoacac Ciudad de México: Alcaldía Cuajimalpa.
Áreas Naturales Protegidas Estatales¹⁶		
Parque Estatal Sierra de Guadalupe	5,293.40 has.	Coacalco, Ecatepec, Tlalnepantla, Tultitlán.
Parque estatal Sierra Hermosa	504.34 has.	Tecámac
Parque Estatal Sierra de Tepotzotlán	9,768.20 has.	Tepotzotlán, Huehuetoca
Parque Estatal Sierra Patlachique	3,123 has.	Tepetlaoxtoc, Chiautla, Acolman, Teotihuacán, San Martín de las Pirámides
Parque Estatal Cerro Gordo	3,027 has.	Axapusco, San Martín de las Pirámides, Temascalapa
Parque Ecológico Melchor Ocampo	9,511 m2	Melchor Ocampo
Parque Ecológico Ehécatl (Jardín Botánico)	8.9 has.	Ecatepec
Parque Ambiental Bicentenario	100.93 has.	Metepec
Parque urbano Las Sequoias	9.09 has.	Jilotepec
Otros		
Parque ecológicos y reservas		12 municipios
Parque Nacional Nevado de Toluca		Calimaya, Zinacantepec, Tenango del Valle y Villa Guerrero
Parque Estatal Sierra de Nanchititla		Valle de Toluca
Parque San Sebastián Luvianos		Luvianos
Reserva Estatal Monte Alto		Luvianos
Parque Hermenegildo Galeana		Valle de Bravo

Fuente: elaboración propia con datos de la CONAMP y la Secretaría de Medio Ambiente del gobierno del estado de México

- Por su importancia, es necesario destacar dos parques nacionales, el Parque Nacional Iztaccíhuatl-Popocatepetl (la mayor parte del territorio se ubica dentro del Estado de México) y Parque Nacional Nevado de Toluca, por sus

¹⁶ Información de la Secretaría del Medio Ambiente del gobierno del estado de México. <https://sma.edomex.gob.mx/ecoturismo>

características naturales y su singularidad alpina, contribuye a diferenciar al estado con respecto a otras entidades del país, por lo que es necesario avanzar en su desarrollo y consolidación como destinos turísticos destacados.

- Asimismo, el Estado de México tiene otros parques nacionales, parques ecológicos o ecoturísticos en sus distintas regiones y municipios que pueden funcionar como productos turísticos que motiven específicamente su visita o sean complementarios de otros segmentos del turismo.
- Destaca la construcción del Parque Ecológico Lago de Texcoco, aunque es un proyecto federal se encuentra ubicado en municipios del Estado de México en la zona donde se tenía contemplado construir el Nuevo Aeropuerto de la Ciudad de México, que finalmente fue cambiado al municipio de Zumpango, el cual traerá beneficios a los municipios cercanos de Texcoco y Atenco, principalmente, en materia turística, específicamente para la práctica del turismo de naturaleza.
- Por otra parte, la entidad tiene un amplio potencial para el desarrollo del turismo rural, ya que cuenta con gran cantidad de comunidades rurales de gran tradición y cultura, principalmente con economías basadas en actividades agrícolas y pecuarias, con potencial de realizar un programa amplio para impulsar el desarrollo y posicionamiento de las zonas rurales mediante diversas acciones como el rescate y difusión de tradiciones, cultivos ancestrales, la gastronomía local, trabajo artesanal, potenciar la producción y economías locales para la generación de cadenas productivas sostenibles para generar crecimiento económico y empleos. Algunas de estas localidades están incluidas ya en los programas de Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto del estado.

Turismo de Reuniones

El turismo de reuniones es otro de los segmentos importantes de la actividad turística que poco a poco ha adquirido relevancia en el Estado de México, con el incremento de infraestructura especializada como sus 2 centros de convenciones y algunos hoteles con recintos adecuados. Este tipo de turismo incluye actividades como reuniones grupales y corporativas, congresos de asociaciones, viajes de incentivo, convenciones y ferias y exposiciones comerciales.

El turismo de reuniones puede complementar de forma importante la oferta turística del estado, aprovechando su relevante actividad industrial, su infraestructura turística en algunos destinos del estado, así como su cercanía, accesibilidad, conectividad terrestre y aérea con importantes centros urbanos e industriales del país.

Este tipo de turismo, en destinos donde lo han consolidado, genera una destacada actividad económica por la diversidad de actores y sectores productivos y la amplia cadena de valor que interviene para su desarrollo, ya que requiere hoteleros, restauranteros, salones para eventos, centros de convenciones, organizadores de eventos, banqueteros, proveedores de servicios audiovisuales, catering, montaje, operación, entre otros. Asimismo, fomenta actividades como la transportación, la proveeduría de bienes y servicios, derrama en compras de artesanías, uso de agencias de viajes, guías de turistas, y la compra de artículos no característicos para las etapas de organización y durante el viaje de los participantes.

Avanzar en la consolidación del turismo de reuniones es uno de los retos del turismo del estado por los beneficios económicos y sociales que puede atraer para las ciudades y comunidades donde se impulse, además porque este tipo de turismo ha sido uno de los segmentos más afectados como consecuencia de la pandemia de la Covid-19, y de acuerdo con las tendencias se plantea que será uno de los últimos en lograr recuperarse debido, entre otros factores, a los costos que genera, a la situación económica de las empresas, su particularidad de actividad presencial que lo caracteriza y a los avances tecnológicos y digitales que están sustituyendo desplazamientos para reuniones y eventos.

La Secretaría de Cultura y Turismo cuenta con avances al dedicar un área especializada para el desarrollo del segmento en su estructura, tiene algunos recintos adecuados para su desarrollo, sobre todo en la ciudad de Toluca.

Asimismo, se han identificado las ciudades con mayor potencial, en una primera etapa, como son además de Toluca que cuenta con 7 hoteles, los destinos de Metepec (4), Ixtapan de la Sal (6), Valle de Bravo (5), Tlalneantla (6) y Naucalpan (7).

Finalmente, es preciso mencionar que uno de los sectores económicos que destaca al Estado de México es su relevante actividad industrial, ya que cuenta con 111 parques y zonas industriales que albergan cerca de 2 mil empresas, destacándose las del ramo automotriz, alimenticio, químico y plástico. Los municipios que concentran el mayor número son Tlalneantla de Baz, Cuautitlán Izcalli, Toluca, Tultitlan y Ecatepec de Morelos.

Por lo anterior, se desprenden los siguientes comentarios:

- El turismo de reuniones es una de las áreas de oportunidad que se presentan para el estado, tanto por la actividad industrial, como por otros factores que pueden contribuir a atraer actividades de negocios, como son la infraestructura urbana y turística en algunas zonas, accesibilidad y cercanía a mercados importantes.
- Aunque se han hecho esfuerzos importantes para el desarrollo del segmento, aún se puede considerar al Estado de México como un destino emergente en el tema.
- Se cuenta con 2 centros de convenciones para el desarrollo de diversos tipos de eventos grandes, medianos y pequeños, que es necesario reactivar para impulsar su aprovechamiento y desarrollo del segmento de reuniones.
- Uno de los aspectos fundamentales para mejorar la competitividad es fomentar la profesionalización, a través de la capacitación a todos los actores, públicos y privados de la cadena de valor de este segmento turístico.

- La estrecha coordinación con los sectores público y privado relacionados permitirá contar con un inventario amplio de los recintos y la oferta turística con que cuenta el estado para su desarrollo, acciones de difusión y promoción, el registro estadístico oportuno y real de los eventos que se realizan, los participantes, los beneficiarios de la cadena de valor y la derrama económica para poder evaluarlo en su justa dimensión, con lo cual poder tomar las decisiones necesarias para avanzar en su desarrollo.

Otros segmentos turísticos

La entidad cuenta con destinos y atractivos para el desarrollo de otros segmentos turísticos, sin embargo, no existe información suficiente para su caracterización, como es el caso del turismo de salud, turismo urbano, turismo deportivo, turismo de romance, turismo educativo, turismo de compras y aunque no se desarrollen en este apartado se tendrán presentes en el planteamiento estratégico que más adelante se presenta.

5.6. Oferta del territorio

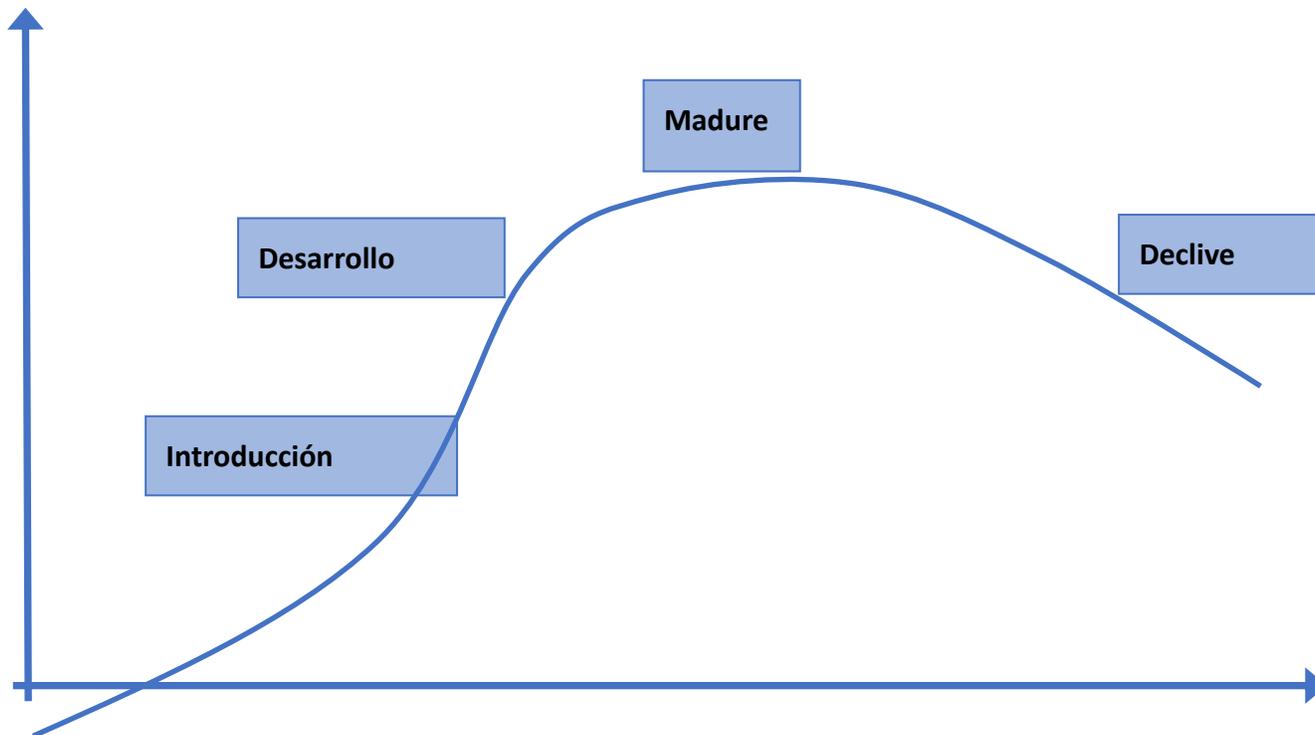
Con el propósito de poder identificar los destinos turísticos con mayor nivel de desarrollo o potencial de conseguirlo, así como su clasificación y características, se desarrolla este apartado de análisis de la oferta del territorio turístico que permite definir propósitos y acciones estratégicas para impulsar la actividad en las zonas turísticas de la entidad, con base en la investigación realiza en los anteriores apartados del diagnóstico.

Clasificación de los destinos turísticos

Como parte de la planeación turística y con la finalidad de contar con una tipificación del nivel de desarrollo de los destinos turísticos y su competitividad, se realiza un análisis del funcionamiento real de la oferta turística territorial, por lo que se lleva a cabo la caracterización y la clasificación de los principales centros turísticos del estado, aplicando como guía primero, la teoría clásica del ciclo de vida de los destinos de Richard Buttler¹⁷ y en segundo lugar el análisis metodológico del CICOTUR Anáhuac, así como se toma como guía el planteamiento actual de la regionalización turística y establecimiento de rutas con que cuenta la Secretaría de Cultura y Turismo estatal donde se incluyen los principales destinos. Esta metodología coadyuva también para compensar la falta de información de un inventario o atlas turístico y de cifras estadísticas sobre el comportamiento de los flujos turísticos por destinos y municipios.

De esta forma, la teoría del ciclo de vida de los destinos permite identificar el nivel de madurez de un destino en función de las etapas de que consta el modelo, aplicadas a la realidad de la entidad: las de introducción, de crecimiento, de madurez y de declive.

Modelo del ciclo de vida de los destinos



¹⁷ Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos. R. Buttler. 1980

- Para complementar el análisis dependiendo de su grado de desarrollo de los destinos, en la metodología se le otorgan los niveles de desarrollo (del 1 al 3) que permitirán definir su condición de prioridad para el impulso y la reactivación de la actividad turística en la entidad. El nivel 4 no se incluye debido a que no cuenta con ningún destino en declive.

Clasificación de los principales destinos turísticos del estado.		
Nivel	Clasificación	Características de los destinos
Nivel 3	Destino en fase de madurez	Cuentan con oferta y demanda turística, con adecuado funcionamiento de su sistema turístico, mantiene flujos de turistas y visitantes, con posicionamiento turístico nacional e internacional. Con mejores condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. Requieren del acompañamiento y coordinación del organismo estatal al gobierno municipal.
Nivel 2	Destino en fase de crecimiento	Destinos que cuentan con las características anteriores, aunque con limitaciones en su infraestructura básica y turística, en general en su sistema turístico; con menor afluencia que en la fase anterior, con potencialidades para mejorar su posicionamiento y oferta de productos actuales y potenciales en menor tiempo. Requiere del fortalecimiento de su sistema turístico, infraestructura básica, información turística y promoción para avanzar al siguiente nivel. Requieren de un acompañamiento y coordinación más cercana del organismo estatal de turismo con el gobierno municipal.
Nivel 1	Destino en fase de introducción	Los destinos están incorporados a la actividad turística, en proceso de construcción de su sistema turístico, requieren conseguir su posicionamiento, con limitaciones en su infraestructura básica y turística, necesitan construir su oferta de alojamiento, alimentación, etc. Recibe una menor afluencia turística que en los dos niveles anteriores. Con importantes atractivos turísticos en el destino y sus alrededores, son limitados sus productos con valor agregado y sus actividades turísticas. Requiere de mayor intervención y coordinación del organismo turístico estatal y fortalecimiento de la gestión municipal, tanto pública como privada para impulsar su desarrollo y que consigan subir de nivel. Los destinos con incipiente desarrollo cuentan con atractivos y recursos sobresalientes que permiten el desarrollo de productos, requieren de construir un sistema turístico, construir la infraestructura básica y turística necesaria, requieren de la intervención del órgano estatal de turismo y fortalecimiento de la gestión municipal pública y privada, para conseguir subir de nivel.

- En un segundo término, se elabora la clasificación que identifica los principales *cluster* turísticos de acuerdo con la tipología establecida y sus características con base en el nivel de desarrollo de los destinos, así como se mencionan los municipios en lo que se localizan y los distintivos y programas a los que pertenecen, con lo que se permite completar el análisis.
- Cabe mencionar que debido a factores como el tiempo y la necesidad de reactivar la actividad turística de la entidad se consideran dos escenarios, el primero incluye los principales destinos del estado que cuentan con las mayores posibilidades de desarrollo turístico en el corto plazo y sobre el que se hará el planteamiento estratégico. Se incluye para un segundo escenario un cuadro de *cluster* con destinos que presentan la potencialidad de desarrollarse para un mediano y largo plazos.

Primer escenario

Cluster turístico por tipo de destinos y etapa en el ciclo de vida		
Cluster	Tipos de destinos	Etapa en el ciclo de vida
Nivel 3 Fase de madurez		
Toluca	Macrocentro turístico de estadia y distribución	Madurez

Zona arqueológica de Teotihuacán (PH) (San Juan Teotihuacán (PM) y San Martín de las Pirámides (PM))	Centro turístico de excursión	Madurez
Nivel 2 crecimiento		
Valle de Bravo (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Ixtapan de la Sal (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Malinalco (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Ciudades industriales de Tlalnepantla, Naucalpan	Centros de estadía y excursión	Introducción
Nivel 1 introducción		
Chalma (Malinalco (PM) y Ocuilan)	Centro turístico de excursión	Introducción
Tepotzotlán (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
Aculco (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
El Oro (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción

Segundo escenario

<i>Cluster turístico por tipo de destinos y etapa en el ciclo de vida</i>		
<i>Cluster</i>	<i>Tipos de destinos</i>	<i>Etapas en el ciclo de vida</i>
Nivel 3 Destinos en fase de madurez		
Toluca	Macrocentro turístico de estadía y distribución	Madurez
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH) (San Juan Teotihuacán (PM) y San Martín de las Pirámides (PM))	Centro turístico de excursión	Madurez
Nivel 2. Destinos en fase de crecimiento		
Valle de Bravo (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo- madurez
Malinalco (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo- madurez
Ixtapan de la Sal (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo- madurez
Ciudades industriales (Tlalnepantla, Naucalpan)	Centros de estadía y excursión	Desarrollo- madurez
Nivel 1. Destinos en fase de introducción		
Tepotzotlán (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Introducción
Chalma (Malinalco (PM) y Ocuilan)	Centro turístico de excursión	Introducción
Aculco	Centro turístico de excursión	Introducción
El Oro (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
Villa del Carbón	Centro turístico de excursión	Introducción
Toluca-Metepec (PM)- Lerma (PE)	Corredor de estadía, distribución y excursión	Introducción

Ixtapan de la Sal (PM) – Tonatico (PM)	Corredor turístico de estadía y excursión	Introducción
Corredor Valle de Bravo- Mariposa monarca (PH) (Valle de Bravo (PM)- Donato Guerra (PE))	Corredor turístico de estadía y excursión	Introducción
Corredor Acolman (PE) -Teotihuacán (PM)- Nopaltepec (PE) (-Otumba (PE)- Axapusco (PE))	Corredor de excursión	Introducción
Corredor Camino Real Tierra Adentro (PH) (Aculco (PM), Jilotepec (PE), Villa del Carbón (PM))	Corredor turístico de estadía y excursión	Introducción
Parque Nevado de Toluca (Zinacantepec (PE), Calimaya)	Centro turístico de excursión	Introducción
Parque Nacional Iztaccíhuatl- Popocatepetl (Amecameca (PE))	Centro turístico de excursión	Introducción
Corredor Amecameca (PE), Ayapango (PE), Ozumba (PE), Tepetlixpa (PE), Tlalmanalco (PE)	Corredor turístico en potencia	Introducción
Parque ecológico Lago de Texcoco (Texcoco, Atenco)	Núcleo turístico	Introducción
<ul style="list-style-type: none"> • Resto de Pueblos Mágicos • Resto de Pueblos con Encanto • Resto de ciudades • Resto de localidades 	Núcleos turísticos	Introducción

Planes de desarrollo de FONATUR en el Estado de México.

El Fondo Nacional de Fomento al Turismo del gobierno federal, dentro de sus competencias está la asistencia técnica y desarrollo de proyectos de viabilidad para ciertas regiones o destinos turísticos de importancia turística del país, entre ellos se encuentran los 14 programas regionales que ha realizado para determinadas destinos y zonas del estado de México. (Ver siguiente cuadro)

Por su relevancia turística y técnica, sería conveniente hacer una revisión de los avances de los programas e identificar los que son necesario actualizar para avanzar una etapa más en el desarrollo y/o consolidación de los destinos turísticos que contemplan, como podrían ser algunos estratégicos para la entidad como el Corredor Teotihuacán- Acolman- Otumba, Corredor Oriente Sor Juana Inés de la Cruz, el desarrollo turístico de Chalma, entre otros.

Planes de desarrollo elaborados por FONATUR para el Estado de México	Fecha de elaboración
Programa Regional de Desarrollo Turístico del Corredor Teotihuacán - Acolman - Otumba, México.	16/01/2008
Programa de Desarrollo Turístico de Ecatepec, México	08/06/2012
Programa Regional de Desarrollo Turístico del Corredor Oriente "Ruta de Sor Juana Inés de la Cruz", México	29/06/2010
Programa Municipal de Desarrollo Turístico de Cuautitlán Izcalli, México	08/06/2012
Programa de Desarrollo Turístico de Malinalco, México	08/06/2012
Programa Municipal de Desarrollo Turístico del Camino Real de Tierra Adentro en Tepetzotlán, México.	12/06/2012
Programa Municipal de Desarrollo Turístico del Camino Real de Tierra Adentro en Aculco, México	06/06/2012
Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Atlacomulco, México.	08/09/2015
Programa Parcial de Desarrollo Turístico de Chalma, México	05/10/2015
Programa de Desarrollo Turístico de Teotihuacán y sus Alrededores, México.	05/10/2015

Programa de Desarrollo Turístico del Municipio de Valle de Bravo, México	08/09/2015
Programa de Desarrollo Turístico Regional del Valle de Toluca, México	02/09/2016
Programa Regional de Desarrollo Turístico del Corredor Ixtapan de la Sal - Tonatico, México.	02/02/2017
Programa de asesoría y calificación de proyectos	

6. Calidad turística

La calidad turística puede considerarse como el conjunto de elementos, normas, requisitos mínimos, atributos o cualidades que deben cumplir las diversas instalaciones, los servicios y los productos turísticos que se comercializan en los destinos. Es necesario que los servicios y productos que se ofrezcan cuenten con los estándares básicos para la atención y satisfacción del cliente, que contribuya a la diferenciación del producto y servicio, a la innovación y a la competitividad del destino en general.

En el Estado de México si bien se han realizado esfuerzos importantes en la materia, es necesario ampliar el programa estatal para el fomento de la calidad turística, que contenga un diagnóstico actualizado de los avances y necesidades en los principales destinos, el establecimiento de acciones para dar cumplimiento de los requisitos mínimos, como agregar valor a la oferta de productos y servicios, ampliar el número de certificaciones a establecimientos de hospedaje, alimentos y bebidas, entre otros, que expiden las instituciones oficiales, como los distintivos H, Programa Moderniza de la Secretaría de Turismo federal.

La calidad en el turismo si bien se ha considerado un tema imprescindible, es a partir de la situación coyuntural que se está viviendo a consecuencia de la pandemia por la COVID-19, que se vuelve una condición prioritaria tanto, por el lado de la oferta, para los prestadores, como para la demanda turística, ya que los nuevos turistas exigirán mayores estándares de higiene, seguridad y calidad en los servicios e instalaciones que utilicen.

Entre los principales programas que está desarrollando o participando el sector turístico del Estado de México están los siguientes:

	Programas de calidad en el Estado de México
Programas de calidad y seguridad turística	Programa Estatal Alerta Silenciosa
	Programa Estatal Espacio Naranja
	Programa Nacional de Certificación Turística
	Registro Nacional de Turismo y Sistema de Clasificación Hotelera
	Sello de Calidad Punto Limpio V2020
	Programa de Calidad MODERNIZA
	Programa de Manejo Higiénico de los alimentos, Distintivo H
	Segmentos especializados
	Certificación de playas
	Cursos sobre los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes

7. Capital humano

Como es sabido el capital humano es un elemento fundamental del desarrollo turístico, de su profesionalización y condiciones laborales dependerá la buena marcha de la actividad, la competitividad, innovación y sostenibilidad de los destinos turísticos del estado. Este tema se aborda desde tres vertientes: la capacitación, la cultura y la educación turística.

7.1. Capacitación y cultura turística

En el Estado de México se han realizado diversas acciones para avanzar en los procesos de capacitación de los prestadores turísticos en diversas competencias y áreas laborales del turismo, sin embargo, en los últimos dos años hubo

reducción en los cursos, por lo que es preciso impulsarla de forma conjunta entre el estado, los municipios en coordinación con la federación, por ser un tema relevante para mejorar la profesionalización del sector turístico.

La cultura turística es “el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que fortalecen la identidad de los habitantes del destino turístico; fomentan el buen trato al turista, promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, reconoce al turismo como mecanismo de desarrollo sostenible de la entidad y fomenta la participación conjunta del sector público y privado, con la finalidad de lograr el desarrollo turístico sostenible”¹⁸.

La difusión de la cultura turística es un tema necesario y permanente para sensibilizar a los actores de los diferentes sectores, público, privado y social, tanto para avanzar en el reconocimiento del turismo como una actividad prioritaria para el desarrollo económico y social, como para concientizar en la necesidad de brindar buen trato al turista. El estado tiene programado llevar a cabo el siguiente programa de cursos tanto de capacitación como de cultura turística:

Programas de Capacitación Turística Estatal y Municipal¹⁹	
Programa de capacitación	Curso Sello Safe Travels
	Curso Sello de Calidad Punto Limpio
	Curso Regreso Seguro ante COVID 19
	Noches Emprendedoras con el IME
	Curso Tecnología Aplicada al Turismo
	Curso Impulso al Programa Nacional de Certificación Turística
	Curso Cultura Turística para Personal de Contacto
Programa de cultura turística	Acreditación de Guías
	Curso Brindemos Servicios de Calidad
	Curso Cultura Turística para Personal de Contacto

7.2. Educación turística

En 2020, la entidad registró 66 centros de enseñanza turística, tanto de carácter público como privado, lo que lo convirtió en el cuarto estado con mayor oferta educativa especializada, solo después de Guerrero, Coahuila y Yucatán.

En estos centros educativos mexiquenses, el 80.3% imparte carreras de nivel superior, el 13.6% de nivel medio, de posgrados solo el 6.1% de maestrías y el 1.5% doctorado²⁰.

Asimismo, la entidad cuenta con un número importante de carreras acreditadas por el Consejo Nacional para la Calidad de la Educación Turística (CONAET), a nivel nacional y algunas por la Organización Mundial del Turismo a nivel internacional.

Son varias las instituciones educativas públicas y privadas que cuentan con carreras de Licenciatura en Turismo, Gastronomía, Dirección Internacional de Hoteles, Dirección de Restaurantes, Administración de Empresas Turísticas, en campus de diversos municipios como en Toluca, Tenancingo, Texcoco, Huixquilucan, Lomas Verdes (Naucalpan), Lago de Guadalupe (Cuautitlán Izcalli), Zumpango, Valle de Bravo, Ixtlahuaca, Coacalco, Teotihuacán, Los Reyes la Paz, Chimalhuacán, Zumpango y Temascaltepec.

- Un tema pendiente sería incrementar los programas de posgrado, maestrías y doctorados, para avanzar en la profesionalización del sector, así como los centros de investigación aplicada, para aumentar la especialización turística en los diversos municipios, principalmente los de mayor actividad turística, para contribuir a la innovación y competitividad del sector turístico.

8. Seguridad

La seguridad es una de las condiciones esenciales para el adecuado desarrollo de la actividad turística en los destinos, es preciso analizarla para identificar los retos y áreas de oportunidad en la planeación turística del territorio del estado.

El gobierno estatal ha reconocido en su Plan Estatal de Desarrollo que “el mayor desafío que enfrentamos es recuperar la seguridad. Para hacer del Estado de México uno de los más seguros del país, el Pilar de Seguridad busca impulsar la

¹⁸ Definición de la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México. 2021

¹⁹ Información proporcionada por la Secretaría de Cultura y Turismo del Estado de México.

²⁰ De acuerdo con información del Compendio de la SECTUR. 2020

modernización de las instituciones de seguridad y justicia; la capacitación y depuración de policías; el fortalecimiento de la inteligencia policial y de las capacidades de los Ministerios Públicos.”²¹

Para contar con información sobre la situación actual del Estado de México en materia de seguridad que sin duda tiene una importante influencia en el desarrollo del turismo, se analizan 3 fuentes de información relevantes: la Alerta de viajes o *Warning of Travel Advisory* que emite el Departamento de Estado de los Estados Unidos para los viajes a México; los datos que emite el INEGI y el Sistema de Seguridad Pública sobre la incidencia delictiva en los estados del país, específicamente sobre el Estado de México; y los resultados sobre la percepción de inseguridad que tienen los habitantes de las principales ciudades del país.

8.1. Alerta de Viajes a México

El gobierno de Estados Unidos tiene emitida una alerta de viajes a México, que lo tiene clasificado como país en el Nivel 3 que significa reconsiderar los viajes.

En el panorama estatal, el Estado de México se ubica en el Nivel 3 de 4 de la alerta de viajes junto con 10 estados del país; se pide reconsiderar los viajes de los turistas estadounidenses a la entidad. Específicamente la alerta señala que se “reconsideren los viajes debido a la delincuencia y el secuestro. Tanto los delitos violentos como los no violentos son comunes en todo el Estado de México. Tener cuidado en zonas fuera de las áreas turísticas frecuentadas, aunque los delitos menores también ocurren con frecuencia en las áreas turísticas. Ciudadanos estadounidenses y LPR han sido víctimas de secuestro. No hay restricciones en los viajes para los empleados del gobierno de los Estados Unidos”. Solamente Campeche y Yucatán están considerados como las entidades más seguras para los viajes turísticos al país de acuerdo con el siguiente cuadro: ²²

Nivel 4 No viajar	Nivel 3 Reconsiderar el viaje	Nivel 2 Tener más precaución	Nivel 1 Tomar precauciones normales	
Colima	Baja California	Aguascalientes	Campeche	
Guerrero	Chihuahua	Baja California Sur	Yucatán	
Michoacán	Coahuila	Chiapas		
Sinaloa	Durango	Hidalgo		
Tamaulipas	Guanajuato	Ciudad de México		
	Jalisco	Nuevo León		
	Estado de México	Oaxaca		
	Morelos	Puebla		
	Nayarit	Querétaro		
	Sonora	Quintana Roo		
	Zacatecas	San Luis Potosí		
		Tabasco		
		Tlaxcala		
		Veracruz		

8.2. Medición de la incidencia delictiva

Respecto a la medición más reciente de la incidencia delictiva por entidad que elabora el INEGI, en 2020 el Estado de México se ubicó entre los 2 estados con mayor incidencia solo después de la Ciudad de México, muy por encima del promedio nacional y arriba de entidades como Morelos, Tabasco y Quintana Roo. La entidad mexiquense pasó del tercer lugar en 2019 al segundo lugar en 2020. Por el contrario, los estados de Veracruz y Chiapas fueron los que registraron menor incidencia delictiva (Ver siguiente cuadro).

²¹ Citado en el Plan de Desarrollo del Estado de México 2017-2023, P.17)

²² Información del Departamento de Estado de Estados Unidos. [https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/mexico-travel-advisory.html#Mexico%20state%20\(Estado%20de%20Mexico\)](https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories/mexico-travel-advisory.html#Mexico%20state%20(Estado%20de%20Mexico)), Diciembre, 2021

²³ Información del Departamento de Estado de los Estados Unidos

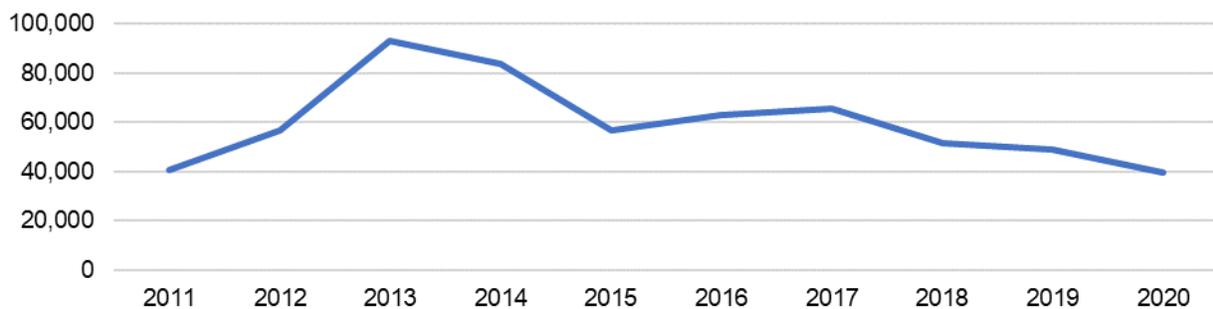
Sin embargo, destaca que la evolución de las cifras registradas para el Estado de México, durante el periodo del 2011 al 2020, indican una tendencia a la baja, por lo que pareciera que la incidencia delictiva estaría disminuyendo, lo que sería una señal positiva para la entidad si se mantuviera esta situación (Gráfica 34.)

Entidad	Cuadro. Incidencia delictiva en el país, casos por cada 100 mil habitantes 2011-2020									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Ciudad de México	40,790	49,198	51,786	59,545	52,718	49,913	68,954	69,716	62,008	53 334
Estado de México	40,416	56,752	93,003	83,566	56,835	62,751	65,381	51,520	48,916	39 539
Morelos	25,775	35,750	36,524	43,584	43,419	43,749	48,528	45,312	40,298	35 794
Tabasco	21,357	24,368	32,037	29,508	30,409	31,664	45,604	36,546	32,148	35 677
Quintana Roo	37,725	40,279	35,245	41,381	35,639	32,862	33,269	33,243	35,535	33 342
Jalisco	29,351	49,083	47,278	43,076	49,317	41,874	43,023	40,543	34,703	33 248
Sonora	39,029	34,126	31,155	26,384	40,466	42,624	39,759	50,861	25,646	33 098
San Luis Potosí	33,878	35,124	39,558	41,384	25,838	25,867	31,673	32,342	29,384	32 136
Puebla	29,350	27,318	31,662	32,690	27,530	31,331	42,343	37,647	33,014	31 685
Querétaro	22,860	27,197	27,975	31,572	30,991	26,860	35,395	32,756	36,034	31 664
Guerrero	27,040	33,762	35,366	42,690	53,875	47,392	45,006	43,051	30,864	30 769
Nacional	29,200	35,139	41,563	41,655	35,497	37,017	39,369	37,807	33,659	30 601
Aguascalientes	25,511	32,368	24,711	39,453	35,457	41,254	39,912	36,500	48,443	29 984
Guanajuato	26,705	34,391	34,110	40,737	33,154	33,384	29,231	38,067	50,894	29 106
Nuevo León	28,516	37,076	32,552	28,720	26,221	32,819	32,407	27,805	28,319	29 064
Baja California	29,446	39,297	57,066	56,632	32,758	51,286	43,921	42,725	35,655	27 377
Tlaxcala	22,387	18,530	26,660	33,700	30,699	27,707	33,847	40,336	30,177	27 130
Colima	22,287	25,169	26,309	30,535	27,045	29,449	27,074	28,376	29,280	26 793
Coahuila	26,558	17,870	25,451	18,318	24,800	25,215	25,299	24,813	21,896	26 383
Chihuahua	30,562	35,952	31,669	24,295	31,274	34,920	28,857	28,622	23,133	25 690
Campeche	21,704	29,097	30,597	29,306	22,114	28,892	28,283	26,466	18,595	25 390
Entidad	Cuadro. Incidencia delictiva en el país, casos por cada 100 mil habitantes 2011-2020									
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hidalgo	25,106	21,874	23,468	23,211	21,159	23,564	22,135	25,987	20,732	23 605
Durango	21,540	27,631	22,512	30,080	25,640	23,283	22,566	22,586	21,373	22 970
Baja California Sur	28,884	31,049	23,747	34,700	25,577	29,939	25,690	28,377	18,887	22 739
Nayarit	28,751	26,006	26,609	32,936	21,288	26,260	33,105	23,670	18,214	22 099
Oaxaca	20,991	18,009	20,749	29,073	24,961	27,897	22,152	26,221	22,069	22 060
Sinaloa	29,838	33,231	30,287	29,139	22,750	23,257	28,748	29,507	25,945	22 026
Michoacán	24,346	24,362	25,126	26,340	23,876	26,366	22,624	22,999	20,414	21 521

Zacatecas	18,772	20,506	27,290	30,058	21,501	24,160	34,642	26,670	22,363	21 510
Yucatán	16,599	22,945	23,728	31,857	25,862	23,736	24,098	26,462	17,686	21 348
Tamaulipas	20,645	25,255	19,417	33,414	21,363	23,318	23,706	25,368	21,954	20 594
Veracruz	22,579	23,411	28,101	20,832	22,157	19,892	18,300	25,350	19,542	18 778
Chiapas	13,663	12,827	19,215	19,160	16,687	20,055	20,464	19,409	13,903	15 689

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.

Gráfica 34. Evolución de la tasa de incidencia delictiva en el Estado de México por cada 100,000 habitantes. 2011-2020

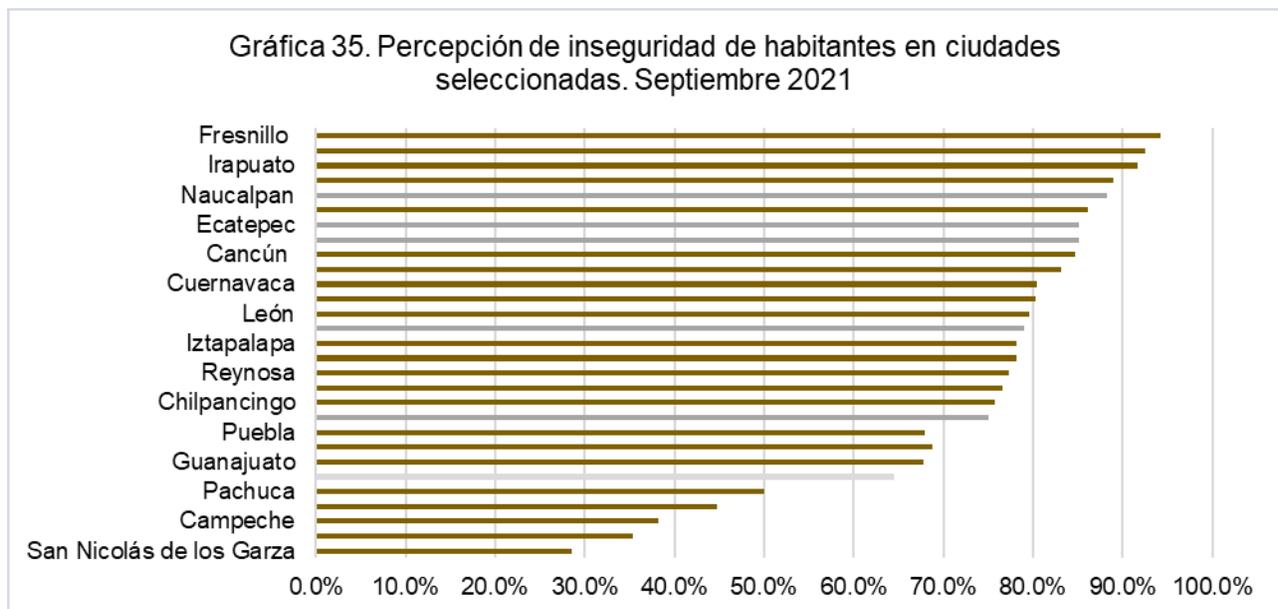


Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.

8.3. Percepción de inseguridad en principales ciudades del país

En cuanto a la percepción de inseguridad de los habitantes de las principales ciudades del país, correspondientes al mes de septiembre del 2021, el Estado de México ubicó 4 ciudades entre las 15 que tienen los mayores porcentajes de percepción de inseguridad de sus ciudadanos, entre ellas están Naucalpan en el quinto lugar con el 88.3%; le siguieron Ecatepec y Tlalnepanitla en el séptimo y octavo lugar, ambas con el 85.1%; y Cuautitlán en el lugar 14 con el 79%. La capital Toluca se ubicó en el sitio 20 con un 75% de sus habitantes que perciben problemas de inseguridad en la ciudad, arriba del promedio nacional que fue del 64.5%. Asimismo, entre las ciudades que señalan menores porcentajes están San Nicolás de los Garza, Mérida y Campeche.

Gráfica 35. Percepción de inseguridad de habitantes en ciudades seleccionadas. Septiembre 2021



Fuente: Elaboración propia con base en datos del INEGI

9. Gobernanza turística

La gobernanza turística es un tema estratégico para el desarrollo turístico. El turismo es un sector, como pocos, que requiere de la participación y competencia de diversos actores, que se expresan en una intensa transversalidad, intervención interinstitucional, intergubernamental e intersectorial, donde se demanda la colaboración de prácticamente todos los sectores de la sociedad, del sector público, del privado y del social.

Hay múltiples conceptualizaciones sobre la gobernanza turística, de ellas se extraen diversos elementos que en términos prácticos coadyuvan a su comprensión. En el turismo confluyen de forma fundamental el sector público, que son las instituciones y los tres niveles de gobierno, el sector empresarial, que representan las diferentes industrias y el sector social, que son las comunidades que habitan los territorios donde se localiza la oferta, los productos y se desarrolla la práctica del turismo, el sector académico y los medios de comunicación.

¿Porque es necesario consolidar el modelo de gobernanza turística en el estado de México? Lo que en términos generales implica la gobernanza es la búsqueda de la existencia de una coordinación adecuada y permanente entre todos los sectores participantes con la finalidad de lograr un efecto multiplicador en la aplicación de recursos de todo tipo. Madrid (2014) señala que “De manera adicional al trabajo conjunto y a la responsabilidad compartida de los actores se mencionan los siguientes principios o rasgos de la gobernanza: transparencia, rendición de cuentas, confianza, trabajo en redes, orientación a resultados, fortalecimiento de las capacidades locales, poder compartido y delegado y eficacia en la gestión”.²⁴

Con el fin de hacer el análisis de los órdenes de gobierno, los instrumentos normativos, las instituciones y organizaciones de la sociedad que participan en la gestión del turismo, se hace la descripción, en primer lugar, de las instancias oficiales a las cuales queda alineado este Programa, en segundo lugar, se hace la descripción de las instancias de gobernanza que están relacionadas directamente a la Secretaría de Cultura y Turismo para la gestión turística.

9.1. Alineación a las instancias oficiales

Alineación al ámbito federal

- **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos:**

Artículo 26: El Estado organizará un sistema de planeación democrática del desarrollo nacional que imprima solidez, dinamismo, competitividad, permanencia y equidad al crecimiento de la economía para la independencia y la democratización política, social y cultural de la nación.

- **Ley de Planeación:**

Artículo 2: - La planeación deberá llevarse a cabo como un medio para el eficaz desempeño de la responsabilidad del Estado sobre el desarrollo equitativo, incluyente, integral, sustentable y sostenible del país, con perspectiva de interculturalidad y de género, y deberá tender a la consecución de los fines y objetivos políticos, sociales, culturales, ambientales y económicos contenidos en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

- **Ley General de Turismo:**

Artículo 1. La presente Ley es de orden público e interés social, de observancia general en toda la República en materia turística, correspondiendo su aplicación en forma concurrente al Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Turismo, y en el ámbito de sus respectivas competencias a las Dependencias y Entidades de la Administración Pública Federal, así como a los Estados, Municipios y la Ciudad de México. La interpretación en el ámbito administrativo corresponderá al Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Turismo.

Artículo 9. Corresponde a los Estados y a la Ciudad de México, de conformidad con lo dispuesto en esta Ley y las leyes locales en materia turística, las siguientes atribuciones:

- I. Formular, conducir y evaluar la política turística local;
- II. Celebrar convenios en materia turística conforme a lo previsto en la presente Ley;
- III. Aplicar los instrumentos de política turística previstos en las leyes locales en la materia, así como la planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística que se realice en bienes y áreas de competencia local;
- IV. Formular, ejecutar y evaluar el Programa Local de Turismo, las directrices previstas en el Plan Nacional de Desarrollo y el Programa Sectorial de Turismo.

- **Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024:**

Apartado III. Economía,

Objetivo 1: Crecimiento Económico Sostenido y sustentable.

Acción 1.1. Fortalecer el impulso de nuestros destinos turísticos.

²⁴ Citado en Madrid, Francisco. 2014. Gobernanza Turística=Destinos exitosos. El caso de los Pueblos Mágicos. P.263

▪ **Programa Sectorial de Turismo 2020-2024**

Objetivo 1: Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.

Objetivo 2: Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México

Objetivo 3: Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.

Objetivo 4: Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

Alineación al ámbito estatal

▪ **Constitución Política del Estado Libre y Soberano de México**

Artículo 77.- Son facultades y obligaciones de la Gobernadora o del Gobernador del Estado

VI.- Planear y conducir el desarrollo integral del Estado; formular, aprobar, desarrollar, ejecutar, controlar y evaluar el Plan Estatal de Desarrollo, planes sectoriales, metropolitanos y regionales, y los programas que de éstos se deriven. En los procesos de planeación metropolitana y regional deberá consultarse a los ayuntamientos;

▪ **Ley de Planeación del Estado de México y Municipios**

Artículo 18.- Compete a las dependencias, organismos, entidades públicas y unidades administrativas del Poder Ejecutivo, en materia de planeación democrática para el desarrollo:

V.- Proponer los programas sectoriales, regionales y especiales, en el ámbito de su competencia

Artículo 26.- Para los efectos de la integración y ejecución de la estrategia contenida en los planes de desarrollo, se deberán elaborar programas sectoriales, regionales y especiales que permitan alcanzar sus objetivos y metas.

Artículo 30.- Las dependencias, entidades públicas, organismos y unidades administrativas participarán en la integración de programas sectoriales y regionales de corto, mediano y largo plazo congruentes entre sí y con las estrategias contenidas en los planes de desarrollo, que regirán las actividades de la administración pública y se considerarán para la conformación del presupuesto por programas, salvo el caso de programas especiales cuyo plazo de ejecución podrá ser distinto.

▪ **Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México**

Artículo 1. La presente Ley es de orden público, interés social y de observancia general en el territorio del Estado de México en materia de turismo sostenible y desarrollo artesanal; corresponde su aplicación al Ejecutivo del Estado, por conducto de la Secretaría de Cultura y Turismo, al IIFAEM y a los Ayuntamientos en el ámbito de sus respectivas competencias.

TÍTULO TERCERO De la Política y Planeación de la Actividad Turística

CAPÍTULO I: Del Programa Estatal de Turismo Sostenible

Artículo 24. La Secretaría elaborará el Programa Estatal de Turismo Sostenible, para su aprobación por el Titular del Ejecutivo Estatal, y que se sujetará a los objetivos y metas establecidas para el sector en los Planes Estatal y Nacional de Desarrollo.

Artículo 25. El Programa planteará acciones para la modernización del sector turístico del Estado, a través de la diversificación y consolidación de este, buscando el desarrollo de la competitividad y sostenibilidad de las regiones, de acuerdo con su vocación turística.

Artículo 26. El Programa determinará las políticas, objetivos, prioridades, metas, lineamientos y acciones a impulsar conforme a esta Ley, y tendrá que referirse, de manera enunciativa y no limitativa, a los siguientes aspectos (Fracciones I al XII)

▪ **Plan Estatal de Desarrollo del Estado de México**

PILAR ECONÓMICO

2.1. OBJETIVO: Recuperar el dinamismo de la economía y fortalecer sectores económicos con oportunidades de crecimiento

2.1.1. ESTRATEGIA: Promover una mayor diversificación de la actividad económica estatal, especialmente aquella intensiva en la generación de empleo.

Líneas de acción

- Potenciar el sector turístico en todas sus variantes
- Generar alianzas de triple hélice para crear nuevos servicios turísticos

2.1.8. ESTRATEGIA: Definir e impulsar una agenda de desarrollo regional a partir de las vocaciones productivas de cada región.

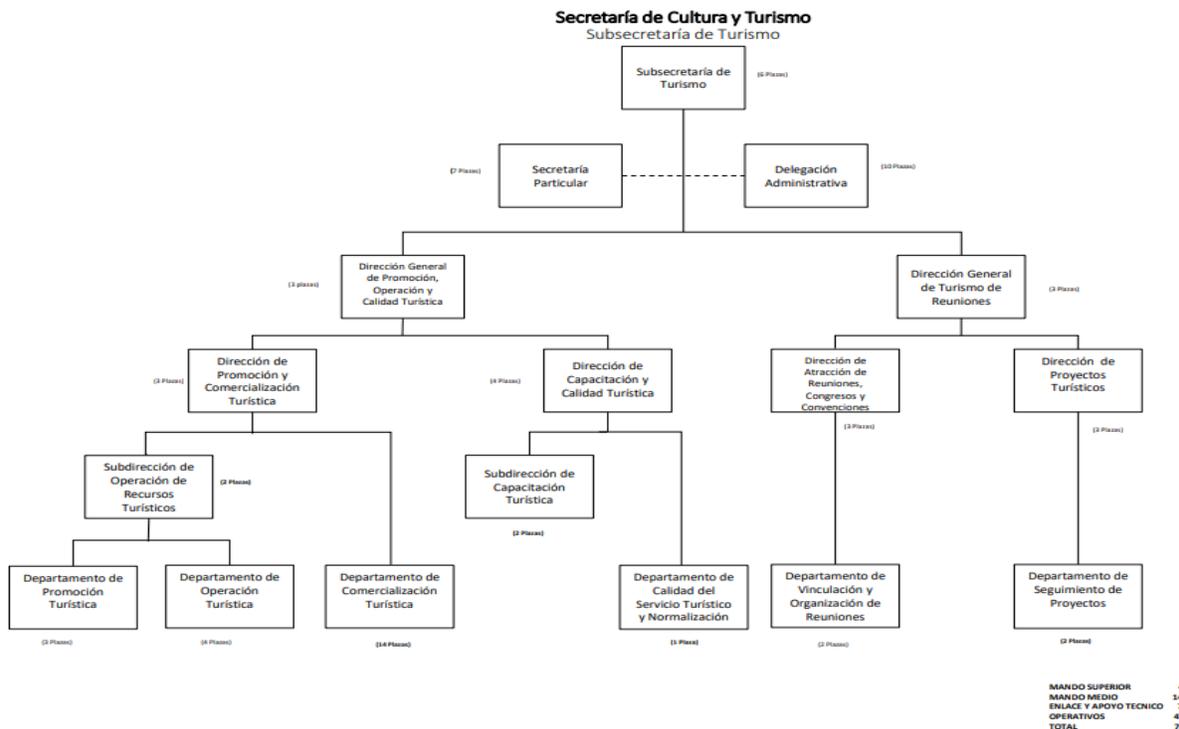
Líneas de acción

- Implementar programas y acciones de fomento económico y competitividad, derivadas de la agenda de desarrollo de la Zona Centro del Valle de Toluca a partir de la atracción de industrial de alto valor agregado y potencial turístico.
- Fortalecer la operación del Aeropuerto Internacional de Toluca, a fin de aprovechar su infraestructura, ubicación estratégica e interconexión con el Tren Interurbano México - Toluca, y las nuevas autopistas Toluca - Naucalpan, Lerma - La Marquesa y la autopista Chamapa Lechería - La Venta.

9.2. Las instancias de gobernanza de la Secretaría de Cultura y Turismo.

- **Secretaría de Turismo del gobierno federal**, como órgano rector del turismo del país mediante el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024, que es el documento rector de la política turística que atiende los ordenamientos jurídicos que conforman el Sistema Nacional de Planeación Democrática para el Desarrollo Nacional, establecido en el marco normativo.
- **Secretaría de Cultura y Turismo del gobierno estatal**, a través de la Subsecretaría de Turismo específicamente, acompañada del Instituto de Investigación y Fomento a las Artesanías, que está sectorizada en esta Secretaría.

En septiembre de 2020, la Secretaría de Turismo del estado se fusionó con la Secretaría de Cultura, designando una Subsecretaría para la gestión turística de la entidad, quedando estructurada con 72 servidores públicos distribuidos en las áreas que se muestran en el siguiente organigrama:



- **Consejo Consultivo de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México:** órgano colegiado interinstitucional, en el que participan funcionarios del sector público y representantes del sector social, es una instancia de consulta, asesoría y opinión técnica directa de la Secretaría y otras dependencias y organismos auxiliares del Ejecutivo en materia turística y artesanal, propiciando la coordinación activa, comprometida y responsable de los sectores público, social y privado. Está presidido por el titular del Ejecutivo Estatal y en su ausencia, por el titular de la Secretaría de Cultura y Turismo; está integrado por los representantes de las dependencias y entidades de la administración pública estatal relacionados en materia turística y artesanal, el presidente de la Comisión Legislativa de Desarrollo Turístico y Artesanal de la entidad, miembros del sector académico y por presidentes municipales.

- **Gobiernos municipales:** los municipios que cuentan con distinción de Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto tienen su dirección de turismo específicamente para gestionar la actividad en su localidad, a excepción de los Pueblos

Mágicos de Ixtapan de la Sal y Metepec. De acuerdo con la Ley de Turismo del estado, los municipios deben contar también con su Programa Municipal de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal, alineado al Plan Estatal de Desarrollo y al Programa de Turismo del estado. Es importante mencionar que los primeros días de enero de 2022, inició el nuevo periodo de la administración en los 125 municipios del estado, con lo que se contará con un nuevo programa municipal del turismo.

- **Consejos Consultivos Municipales de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal:** así como a nivel estatal, también la Ley de Turismo del Estado, establece que los municipios deben contar con estos consejos consultivos, los cuales están presididos por el presidente municipal y conformados por los funcionarios municipales que tengan a su cargo la materia turística, dos representantes de los prestadores de servicios turísticos, dos representantes de los artesanos, y un ciudadano, que sean habitantes del municipio.
- **Programa Pueblos Mágicos:** se integra como uno de los instrumentos porque este programa justamente está diseñado y creado para ser un modelo de gobernanza turística que implica la colaboración, participación y coordinación de todos los sectores de la comunidad local relacionados con la actividad turística. El estado cuenta con 11 municipios integrados en el programa.
- **Comité Ciudadano del Pueblo Mágico:** está estructurado como un órgano autónomo, incluyente y plural, representativo de la sociedad, integrado por actores relacionados con el sector turístico de un Pueblo Mágico, cuyo objeto es impulsar la planeación democrática y participativa, coadyuvando en la implementación de acciones que promuevan el bienestar y el desarrollo turístico sostenible.
- **El Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal.** Tiene como propósito la administración de los recursos obtenidos por la recaudación del Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje, señalados en el artículo 69 F del Código Financiero del Estado de México y Municipios, con la finalidad de colaborar en el desarrollo y fomento del Sector Turístico del Estado de México, mediante el otorgamiento de apoyos económicos a proyectos que cumplan con los requerimientos y características establecidas en las Reglas de Operación. Está presidido por la Secretaría de Cultura y Turismo y se integra por servidores públicos con injerencia en la materia turística, pudiendo participar representantes del sector privado, previa invitación expresa del Comité Técnico.

A manera de conclusión se pueden realizar los siguientes comentarios:

- El Estado de México cuenta con importantes instrumentos en materia de gobernanza turística y un sector público estructurado.
- Los cambios gubernamentales recientes de fusionar la Secretaría de Turismo a la Secretaría de Cultura y dejar la gestión turística a nivel de Subsecretaría, presenta dos escenarios, por un lado, requiere de un mayor enfoque estratégico en los programas y acciones que se establezcan para el desarrollo turístico y la reactivación del sector. Por otro lado, la fusión con el sector cultural contribuye a conjuntar y multiplicar la gestión de las acciones culturales para el aprovechamiento turístico de una forma más coordinada.
- La Subsecretaría de Turismo cuenta con un organigrama oficial con 72 servidores públicos entre mandos medios, superiores, técnicos y operativos. En la estructura no quedan explícitas las áreas responsables de la planeación, el desarrollo de productos, ni para el análisis de la información estadística, ni evaluación. Existe toda una dirección general para el turismo de reuniones. Se sugiere hacer una revisión de la estructura para equilibrar mejor las áreas de atención y programas relevantes en la gestión del desarrollo turístico.
- Es necesario fortalecer las capacidades de gestión y cultura turística a nivel municipal, así como la integración inmediata al sector, ante el reciente relevo de todos los presidentes municipales del estado, principalmente en los municipios con vocación turística en una primera etapa, para asegurar la continuidad de acciones y programas para el desarrollo turístico local.
- La coordinación y colaboración entre los actores públicos, entre los 3 niveles de gobierno, con los actores privados del estado, de todas las industrias relacionadas, con la inclusión de la sociedad se hace fundamental sobre todo en esta época coyuntural que está viviendo el estado con el propósito de multiplicar recursos, capacidades y continuidad en los programas turísticos.
- Los cambios gubernamentales en la gestión pública del turismo en el estado, los relevos municipales y la coyuntura que se presenta al turismo y a la economía en general son factores que podrían impedir el cumplimiento de la Ley Estatal de Turismo.
- Es necesario priorizar las acciones y recursos para evitar la tendencia en las que prevalezca la inercia sobre la estrategia.
- Se requiere fortalecer las campañas de cultura turística para promover, en la mayoría de los destinos turísticos una mayor participación y convencimiento en la comunidad de la importancia y contribución que puede tener el turismo como un sector productivo para su crecimiento económico y social.

10. Desarrollo artesanal

A nivel estatal, la actividad artesanal es considerada de suma importancia para el desarrollo económico y turístico de las comunidades y la entidad, establecida en la Ley de Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal del Estado de México.

La entidad se distingue por la gran variedad, singularidad y calidad de productos artesanales, de diseños distintivos, elaborados en su mayor parte con materia prima natural, típica de las comunidades o regiones, que cuentan con una gran tradición y son símbolos de su identidad cultural.

En esta actividad artesanal participan una gran cantidad de habitantes representantes de diversas comunidades que dependen de la actividad económica por lo que es necesario impulsar, tanto desde los sectores del desarrollo económico como desde el ámbito turístico.

Con el objetivo de preservar y fomentar el arte popular y las artesanías mexiquenses el gobierno estatal creó hace 26 años el Instituto de Investigación y Fomento de las Artesanías (IIFAEM). La existencia del IIFAEM ha contribuido a fomentar y promover esta actividad milenaria a través de un programa establecido que ha beneficiado a este sector integrado por habitantes de las comunidades locales y convertirse en un atractivo relevante para la oferta turística de los destinos turísticos. Actualmente se cuenta con 47,561 artesanos registrados en el Instituto, distribuidos en las ramas artesanales de textiles (52%), fibras vegetales (16%), alfarería y madera (12%) y gastronomía (10%).

Actualmente, el IIFAEM, organismo descentralizado, está sectorizado a la Secretaría de Cultura y Turismo.

Entre los servicios y beneficios que otorga el Instituto está la capacitación y asistencia técnica, asesoría para la organización, concursos de arte popular, servicios y beneficios enfocados a la comercialización en ferias y exposiciones, venta de artesanías en red de tiendas de artesanías Casart y venta en línea. Ya existen tiendas operando en diversos municipios como Toluca (matriz), Atlacomulco, Ixtapan de la Sal, Valle de Bravo, Texcoco y Torres Bicentenario, Toluca, para apertura están Fundadores, Tenancingo, Temascalcingo y Chalco.²⁵

En los diversos instrumentos normativos relacionados con el turismo, se establece que esta actividad artesanal deberá estar considerada explícita o implícitamente en las acciones que se lleven a cabo para el desarrollo turístico.

11. Los principales hallazgos y análisis estratégico. FODA

Como resultado del Diagnóstico y con base en el análisis realizado en los apartados antes expuestos que permiten conocer la situación actual del turismo del Estado de México a través del comportamiento de las diversas variables, indicadores y temas que dan cuenta de su desempeño turístico, se hace a manera de conclusiones la identificación de los principales hallazgos que es necesario plantear por ser claves para el desarrollo del turismo estatal.

Asimismo, como resultado del diagnóstico se realiza un análisis estratégico destacando las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (análisis FODA) identificadas que son aspectos que guiarán el plan de acción que se desarrolla en el capítulo 5 de este documento.

11.1. Principales hallazgos

- El potencial del turismo en el estado es enorme
- El turismo es un sector de tradición que requiere de más convicción
- La prioridad del turismo como sector debe ser consecuente
- La coordinación entre los actores público, privado y social es un pendiente
- Fortalecer la articulación de la ejecución de políticas y programas entre los niveles de gobierno es una condición
- La calidad de productos y servicios debe mejorarse como base de la evolución
- La diversificación de los mercados, destinos y productos turísticos es necesario para fortalecer el turismo del estado.

11.2. Análisis estratégico del turismo del estado de México

Fortalezas	Oportunidades
1. Enorme diversidad del patrimonio cultural y natural en las regiones	1. Ubicación geográfica privilegiada
2. Coexistencia del turismo con la actividad industrial	2. La oferta puede atender nuevas tendencias de los turistas

²⁵ Citado en la presentación del Instituto de Investigación y fomento de las Artesanías del estado de México.

<ol style="list-style-type: none"> 3. Conectividad suficiente 4. Diversidad y potencial de segmentos turísticos 5. Oferta estructurada en Pueblos Mágicos y Programa Pueblos con Encanto 6. Desarrollo artesanal sobresaliente 7. El turismo es una actividad con tradición y estructura 8. Infraestructura para turismo de reuniones (Valle de Toluca) 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Reactivación del Aeropuerto Internacional de Toluca 4. Tren interurbano México- Valle de Toluca, 5. Consolidación y diversificación de nuevos segmentos 6. Digitalización de la economía del turismo 7. Diversificación de mercados 8. Fomento al turismo de reuniones 9. Atracción de eventos de alta relevancia 10. El turismo como opción de desarrollo de los ODS 2030 11. Construcción del Atlas turístico del estado 12. Creación del Observatorio Turístico 13. Fomento al desarrollo artesanal en las comunidades.
Debilidades	Amenazas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Inseguridad en regiones del estado 2. Gobernanza turística por consolidar 3. Cultura turística y profesionalización por mejorar 4. Calidad de oferta por innovar y fortalecer 5. Falta un plan de promoción turística y marketing, con énfasis en lo digital 6. Comercio ambulante 7. Alta estacionalidad 8. Baja estadia y gasto 9. El sistema de información estadística consistente es un gran pendiente 10. Sin conectividad aérea directa 11. Distribución de los beneficios por mejorar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eliminación de presupuesto para Pueblos Mágicos 2. Desaceleración de la economía nacional e internacional 3. Continuación y efectos de la pandemia por la Covid-19 4. Mayor competitividad de estados competidores 5. No es una prioridad nacional el turismo 6. Sin recursos federales para promoción y desarrollo del turismo 7. Falta de cumplimiento de planes de manejo ambiental 8. Control insuficiente de la inseguridad

I. ANÁLISIS ESPECIALIZADO DE LA CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA DEL TURISMO DEL ESTADO.

Para llevar a cabo este análisis el Centro de Investigación y Competitividad Turística (Cicotur) Anáhuac, elaboró el documento denominado *La huella del turismo en el Estado de México*, en el que se da cuenta con detalles de una amplia argumentación sobre la importancia económica del turismo en la entidad.

De acuerdo con lo anterior, se presenta una aproximación a la contribución del turismo a la generación del PIB estatal; como parte de esta estimación se identifican, también, el valor del consumo intermedio y el consumo turístico total en la entidad.

De igual forma, se realiza un análisis detallado de temas relacionados con el empleo turístico en la entidad y se reporta información sobre la formación bruta de capital e inversión derivada de la actividad turística.

Finalmente, aprovechando el módulo de turismo de los Censos Económicos 2019, se detallan elementos que permiten tener una visión amplia de la conformación empresarial relacionada con el turismo en el estado.

El objetivo es proporcionar un panorama extenso de la importancia de las contribuciones que realiza el turismo en la entidad, a partir de lo cual se pueda construir una narrativa más poderosa sobre el papel fundamental que desempeña el turismo para beneficio de la sociedad mexicana.

1. PIB Turístico Estatal

De acuerdo con los análisis realizados para estimar el Producto Interno Bruto Turístico del Estado de México a valores corrientes se determinó lo siguiente:

2018	2019
\$136,114.6 millones de pesos	\$130 mil millones de pesos

En cuanto a la participación del turismo en PIB estatal del Estado de México se estimó que en 2018 fue equivalente al **8.5%**. Para el año 2019, el PIB turístico del Estado de México ascendió a \$130,029.5 millones de pesos, equivalente al 8.2% del PIB Estatal, de acuerdo con las gráficas siguientes (Gráficas 36. y 37.)

Gráfica 36. Participación porcentual del turismo en el PIB estatal del Estado de México. 2018



Gráfica 37. Participación porcentual del turismo en el PIB estatal del Estado de México. 2019



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.

2. Unidades Económicas.

De acuerdo con la metodología de la Cuenta Satélite del Turismo hay dos tipos de unidades económicas en turismo:

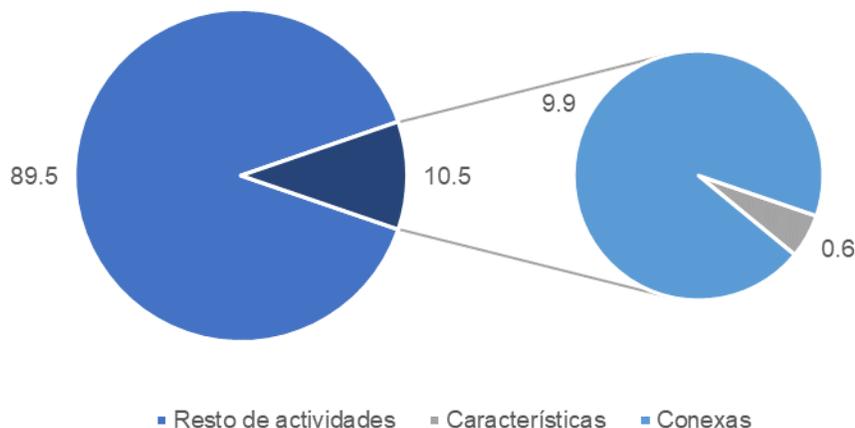
- **Características**
- **Conexas**

De acuerdo con la información del Censo Económico 2019 del INEGI, en el Estado de México hay 3,564 Unidades económicas dedicadas a actividades características del turismo y 61,679 unidades económicas que desarrollan actividades conexas al turismo.

Unidades económicas en el Estado de México 2018	
Actividades características	3,564
Actividades conexas	61,679

En este sentido, la participación porcentual de las actividades económicas características y conexas del turismo en el total de actividades económicas del Estado de México en 2018, se representa en la siguiente gráfica 38.

Gráfica 38. Participación porcentual de las actividades económicas en el total. Estado de México. 2018



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Las actividades económicas características están distribuidas en seis sectores. Dentro de las actividades características, destacan las unidades económicas dedicadas a la venta de artesanías, así como a los establecimientos de hospedaje.

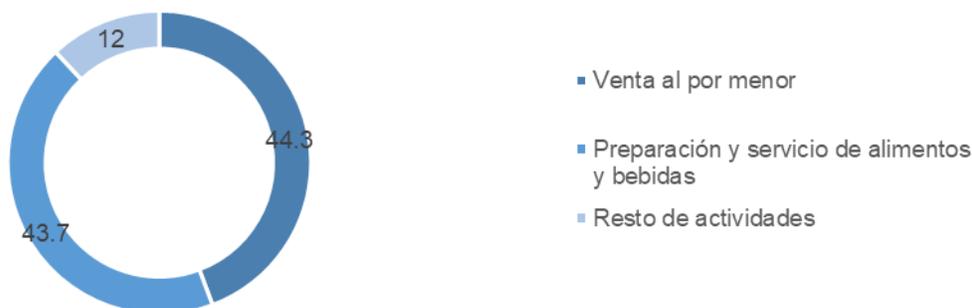
Gráfica 39. Distribución porcentual de las unidades económicas en actividades características del turismo en el Estado de México, 2018



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Las actividades económicas conexas están distribuidas en 11 sectores económicos que en conjunto son 149,107 unidades económicas; sin embargo, solamente 61,679 unidades económicas (41.3%) desarrollan actividades relacionadas con el turismo. Las actividades conexas destacan en primer sitio diversos giros de comercio al por menor, seguido por los establecimientos de preparación y servicio de alimentos y bebidas.

Gráfica 40. Distribución porcentual de las unidades económicas en actividades conexas del turismo en el Estado de México, 2018



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI.

3. Empleo turístico

Una de las principales contribuciones que realiza el turismo a la economía y a la sociedad es la generación de empleos.

En este sentido, en total las unidades económicas turísticas del Estado de México ocuparon en 2018 a 309,694 personas, por lo que el sector turístico representa el 12.3% del personal ocupado total en la entidad.

Gráfica 41. Proporción de personal ocupado en turismo frente a otras actividades en el Estado de México, 2018



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

En cuanto a la distribución del personal ocupado en el sector turismo de acuerdo con las principales actividades tanto del tipo características como conexas se tiene la siguiente distribución:

Personal ocupado en principales actividades características y conexas del turismo en el Estado de México, 2018	
Tipo de unidad económica	Personal ocupado
Estatal, total	2'527,280
Turísticas	309,253
<i>En actividades características</i>	40,619
Hospedaje (rama 72)	12,058
Transportes (rama 48-49)	9,433
Servicios inmobiliarios (rama 53)	5,315
Otros	13,813
<i>En actividades conexas</i>	269,075
Comercio al por menor (rama 46)	117,474
Servicios diversos de preparación de alimentos y bebidas (rama 72)	98,735
Servicios educativos (15,556
Otros	37,310

Fuente: elaboración propia con datos del INEGI

Es necesario mencionar que no todo el personal ocupado representa empleos formales. Para analizar las condiciones del personal ocupado, debe tomarse en cuenta las siguientes condiciones del trabajador:

- Tiene una *relación contractual* con una razón social determinada
- Desempeña su ocupación en un *establecimiento* de la misma razón social con quien tiene un contrato, o en establecimiento de un tercero.
- Presta sus servicios durante toda la *jornada laboral* o sólo lo hace parcialmente
- Recibe *dirección* u órdenes de un superior, o cuenta con autonomía en el ejercicio de su trabajo
- Recibe un *sueldo o salario de forma fija y periódica*, es remunerado por algún otro esquema o carece de remuneración en absoluto

Por tanto, el personal ocupado se clasifica, en primer lugar, en dependiente o no dependiente de la razón social.

El personal dependiente está sujeto a la dirección y control de una razón social dada, trabajando para ella al menos una tercera parte de la jornada laboral. Generalmente, estas personas tienen un sueldo o salario que les es pagado regularmente como contraprestación por sus servicios; sin embargo, algunas personas dependientes de la razón social podrían no tener remuneración, cuando son:

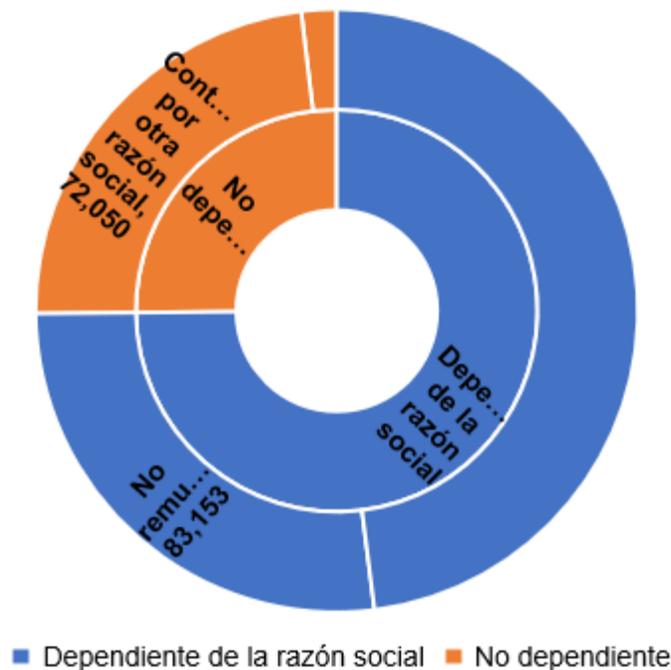
- Familiares que colaboran en las actividades de un negocio familiar
- Socios
- Practicantes, aprendices o prestadores de servicio social
- Personal que trabaja exclusivamente por propinas

Por otro lado, el personal no dependiente de la razón social pueden ser personas que trabajan de forma independiente o contratados por un tercero, como cuando:

- Están empleados por una razón social distinta a la del establecimiento donde laboran (como en el caso del *outsourcing*, subcontratación para realizar labores específicas, o cuando el desarrollo de las actividades laborales contratadas se lleva a cabo en el local del cliente)
- Trabajan exclusivamente por comisión
- Son prestadores de servicios que trabajan exclusivamente por honorarios

En el Estado de México, el 74.8% del personal ocupado en turismo depende de la razón social, siendo la mayoría de ellos personal remunerado. Por otra parte, el 25.2% del personal ocupado total no depende de la razón social, la mayoría de ellos son contratados por otra razón social.

Gráfica 42. Composición del personal ocupado total en el turismo del Estado de México. 2018



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI

Por su parte, en 2018 las remuneraciones turísticas ascendieron a un monto total de \$16,862.1 millones de pesos, que equivalen al 11.0% de las remuneraciones en la entidad.

Gráfica 43. Participación del turismo en el total de remuneraciones en el Estado de México, 2018



Fuente: elaboración propia con datos del INEGI, 2019

Finalmente, a manera de comentarios generales, se pueden destacar los siguientes aspectos que caracterizan al turismo, como actividad económica en el Estado de México dentro del contexto nacional, de acuerdo con información del Censo Económico 2019 del INEGI:

- Destaca como primer estado con el mayor número de unidades económicas (características y conexas): 65,243 unidades económicas
- Ocupa el tercer lugar con el mayor volumen de personal ocupado total en actividades turísticas (características y conexas): 309,694 personas (297,536 por debajo de la entidad líder)
- Es el segundo estado con la mayor cantidad de remuneraciones pagadas: 16,862.1 millones de pesos (24,582 millones por parte de la entidad líder)
- Es el tercer estado con el mayor monto de consumo intermedio con 73,503.2 millones de pesos (153,464 millones del estado líder y 5,314 millones por debajo de la segunda entidad).
- Es la cuarta entidad con la mayor formación bruta de capital fijo: 3,193.8 millones de pesos (9,490 millones de la entidad líder).

III. ANÁLISIS DE LA ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN Y MARKETING TURÍSTICO.

La promoción y marketing turístico es esencial para posicionar al turismo del estado y comercializar sus principales productos y destinos turísticos, por lo que este análisis se aborda desde dos vertientes: por un lado, están las acciones que realiza la Secretaría de Cultura y Turismo y el Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal y por otro, se hace un análisis de la estrategia de promoción que realiza la entidad en medios digitales.

1. Acciones de promoción de la Secretaría de Cultura y Turismo.

- En la actualidad la Secretaría tiene en proceso de elaboración su Plan de promoción y marketing, como resultado de los recientes cambios.
- Entre las acciones que se realizaron en años previos, principalmente con el CPTM están:

CAMPAÑAS COOPERATIVAS DE PROMOCIÓN					
2012	Bipartita	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Revista NATIONAL GEOGRAPHIC (inserción página doble) ▪ TV Local TELEVISA (spot de 20") ▪ TV Paga TELEVISA NETWORKS (spot de 20") ▪ GET – IT (100 mil folletos distribuidos en diferentes puntos de la CDMX) 	2016	Bipartita	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Travel Report (spots de radio, inserciones en sitio web) ▪ El Castor (Reportajes en sitio web, publicaciones en facebook y twitter) ▪ EISA (inserciones en periódico Viaje) ▪ PRICE TRAVEL (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet)

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MÉXICO DESCONOCIDO (Guía Estado de México) ▪ Revista LIVE SANTA FE (inserción página doble) ▪ Revista LA TEMPESTAD (inserción página T/C) <p>Tripartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reino Animal (espectaculares) ▪ Bioparque (espectaculares) ▪ Hotel El Santuario (suplemento en el periódico Reforma) ▪ MUMCI (espectaculares) ▪ ISSEMYM (inserciones en prensa nacional y regional) 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viajes Palacio (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ CONSOLID (banners, e-mailing en su portal de internet) ▪ Mundo Joven (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ Moteles Misión (inserciones en prensa) <p>Tripartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grupo Vallas (Vallas, pantallas, muros en la CDMX) ▪ Imagen en Servicios Urbanos AICM (Videowall, cintillo hexagonal, Jumboled, migración) ▪ Revista Viva Toluca (inserción) ▪ Get-It (100 mil folletos distribuidos en diferentes puntos de la CDMX) ▪ Google (banners, cortinillas en su portal de internet)
CAMPAÑAS COOPERATIVAS DE PROMOCIÓN			
<u>2013</u>	<p>Bipartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ SDPnoticias.com (banners y cortinillas) ▪ Televisa (spots 20") ▪ Exteriores (espectaculares) ▪ Inserciones en prensa nacional y regional ▪ Inserciones en revistas <p>Tripartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Reino Animal (espectaculares) ▪ El Nido (Dovelas en el metro, panel en el metro) ▪ Tepotzotlán (Inserciones en prensa) ▪ Grupo Herradura (publicidad impresa en porta boletos, boletines) ▪ Volar en Globo (banner en internet, inserciones en prensa) ▪ Hoteles Misión (inserciones en prensa) ▪ MUMCI (espectaculares) ▪ ISSEMYM (inserciones en prensa nacional y regional) 	<u>2017</u>	<p>Bipartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Travel Report (spots de radio, inserciones en sitio web) ▪ El Castor (Reportajes en sitio web, publicaciones en facebook y twitter) ▪ EISA (inserciones en periodico Viaje) ▪ Grupo Vallas (Vallas, pantallas, muros en la CDMX) ▪ Travepedia (banners, cortinillas en su portal de internet) ▪ AICM (Videowall, cintillo hexagonal, Jumboled, migración) ▪ DGM Consulty Mexico S.A de C.V (banners, cortinillas en Google) <p>Tripartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Viajes Palacio (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet, video en sus stands) ▪ CONSOLID (banners, e-mailing en su portal de internet) ▪ Mundo Joven (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ Hoteles Misión (inserciones en prensa)
<u>2014</u>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ BEST DAY (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ DESPEGAR (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ PRICE TRAVEL (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ VAKACIONA (Inserciones en prensa local y e-mailing con sus clientes) ▪ VIAJES BOJÓRQUEZ (Inserciones en prensa local y e-mailing con sus clientes) ▪ TURISSSTE (Inserciones en prensa local y e-mailing con sus clientes) 	<u>2020</u>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Experiencias EDOMÉX (Pata de Perro, Alonso Vera, episodios de Pueblos Mágicos en TV Mexiquense) ▪ Revista Chilango (inserción de los atractivos del EDOMÉX) ▪ E- Magazine, con México Desconocido (revista digital alojada en la página de México Desconocido para promover los atractivos del EDOMÉX)

<u>2015</u>	<p>Bipartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Travel Report (spots de radio, inserciones en sitio web) ▪ El Castor (Reportajes en sitio web, publicaciones en facebook y twitter) ▪ EISA (inserciones en periódico Viaje) ▪ BEST DAY (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ PRICE TRAVEL (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ DESPEGAR (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ Viajes Palacio (banners, cortinillas, e-mailing en su portal de internet) ▪ CONSOLID (banners, e-mailing en su portal de internet) ▪ Hoteles Misión (inserciones en prensa) <p>Tripartita</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Grupo Vallas (Vallas, pantallas, muros en la CDMX) ▪ Brands Travel (Inserción en Boletín Turístico y Revista Arqueología Mexicana) 	<u>2021</u>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconexión (Aron Diaz, promoción del EDOMÉX en YouTube)
--------------------	--	--------------------	---

2. Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal.

Para las acciones de promoción turística el estado cuenta este fideicomiso estructurado con un Comité Técnico, que es el máximo órgano de decisión, presidido por la Secretaría de Cultura y Turismo e integrado por personas servidoras públicas con injerencia en la materia turística, pudiendo participar representantes del sector privado, previa invitación expresa del Comité Técnico. Este Comité tiene además la obligación de brindar información a la Legislatura respecto al ejercicio de los recursos del Fideicomiso.

El propósito del fideicomiso es la administración de los recursos obtenidos por la recaudación del Impuesto sobre la Prestación de Servicios de Hospedaje del 4%, señalados en el artículo 69 F del Código Financiero del Estado de México y Municipios, con la finalidad de colaborar en el desarrollo y fomento del Sector Turístico del Estado de México, mediante el otorgamiento de apoyos económicos a proyectos que cumplan con los requerimientos y características establecidas. Opera a través de reglas de operación específicas. Tiene los siguientes propósitos:²⁶

- I) La promoción nacional e internacional del Estado de México como destino turístico.
- II) La promoción nacional e internacional del Estado de México para atraer congresos, convenciones, reuniones corporativas, ferias, exposiciones, programas de incentivos o cualquier tipo de reunión, evento o festival que genere la presencia de turistas y derrama económica al Estado de México.
- III) El desarrollo de proyectos, construcción y equipamiento de infraestructura turística.
- IV) Implementar las acciones necesarias para apoyar a los prestadores de servicios turísticos, a las y los artesanos en caso de presentarse fenómenos naturales o acontecimientos sociales extraordinarios que los afecten directamente.

3. Análisis de la estrategia digital de promoción y marketing turístico.

Para llevar a cabo este análisis se consideran diversas técnicas especializadas que permiten conocer a profundidad la aplicación de las acciones de promoción y marketing digital que se realizan en las páginas de turismo del gobierno del Estado de México, de esta forma se estudia el posicionamiento y presencia digital, mediante una visión general, el Set competitivo, métricas generales, métricas de interacción.

²⁶ Código Financiero del Estado de México y Municipios. P.93

VISITAS ÚNICAS
4,800

Tráfico orgánico
74,817 visitas mensuales

PÁGINAS VISITADAS PROMEDIO
3.21

3.1. Visión general



Porcentaje de rebote
49.5%

Tiempo de visita
8:16

AUTHORITY SCORE
68

3.2. Set competitivo

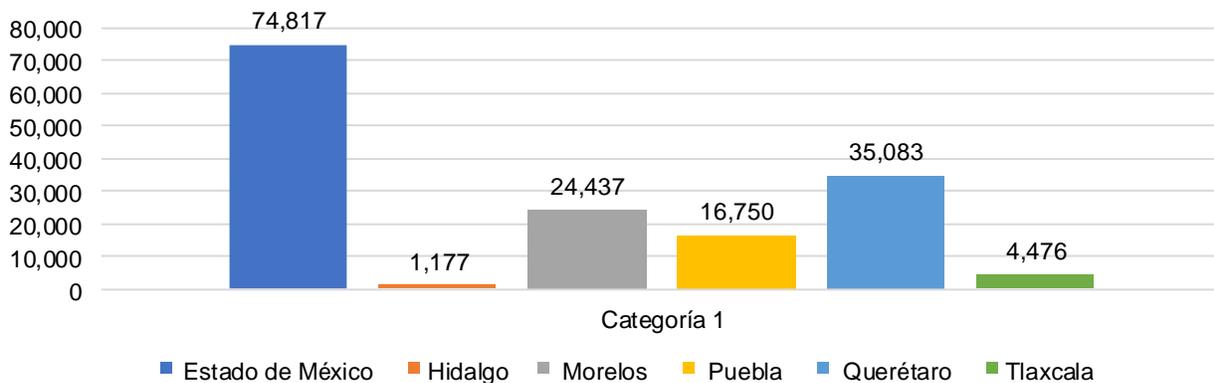


3.3. Métricas generales

3.3.1. Tráfico orgánico

El tráfico orgánico es una métrica de alta relevancia porque estos consumidores tienen un nivel de lealtad hacia el sitio de internet del destino. Como se observa en la siguiente gráfica (Gráfica 44.) el desempeño del sitio de internet del Estado de México es superior al del set competitivo. El diferencial supera en 2 a 1 sobre el siguiente estado (Querétaro).

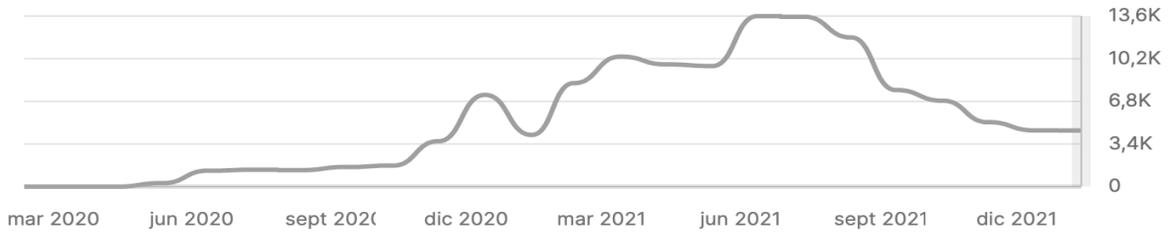
Gráfica 44. Tráfico orgánico: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero 2022



3.3.2. Evolución del tráfico orgánico diario. Últimos 24 meses.

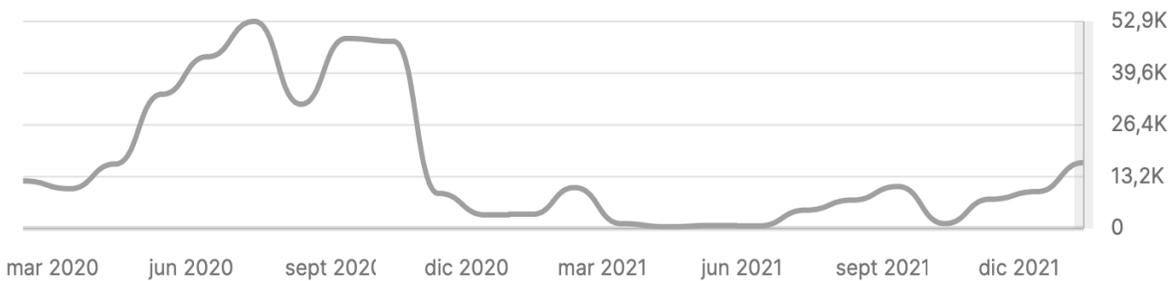
Tlaxcala

Tráfico orgánico Tráfico de pago |  Notas v



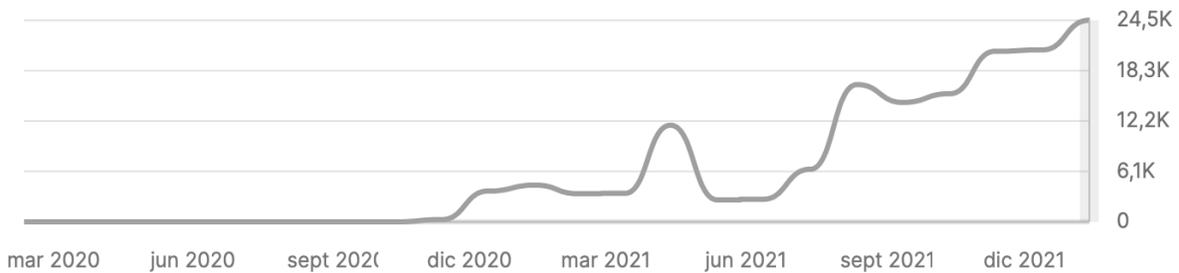
Puebla

Tráfico orgánico Tráfico de pago |  Notas v



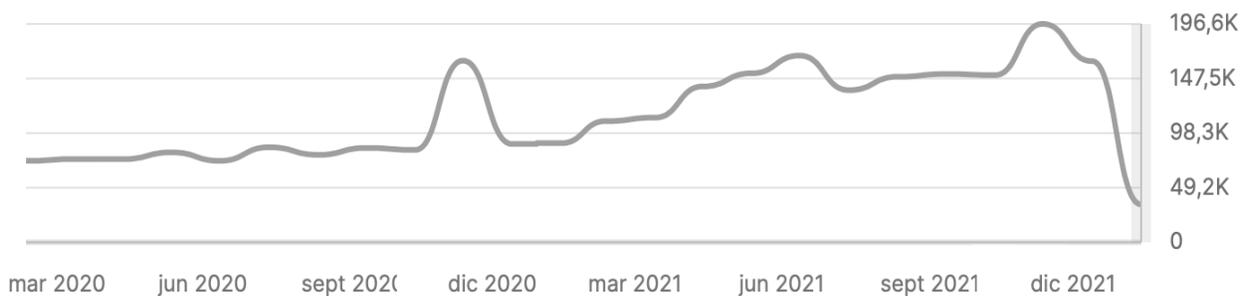
Morelos

Tráfico orgánico Tráfico de pago |  Notas v



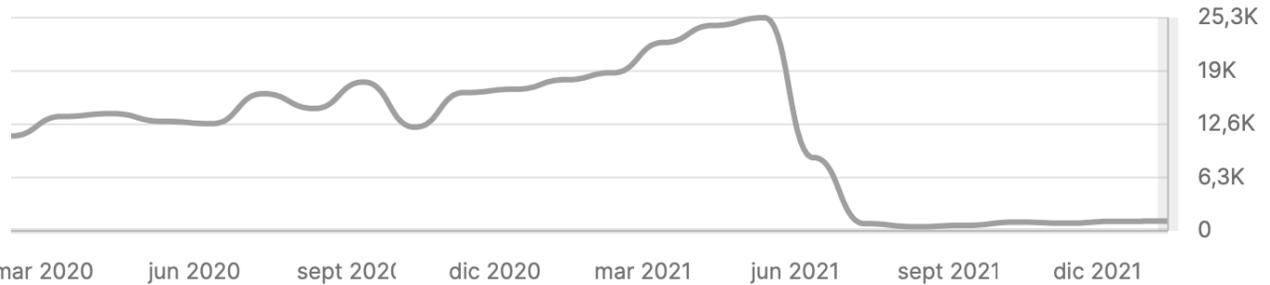
Querétaro

Tráfico orgánico Tráfico de pago |  Notas v



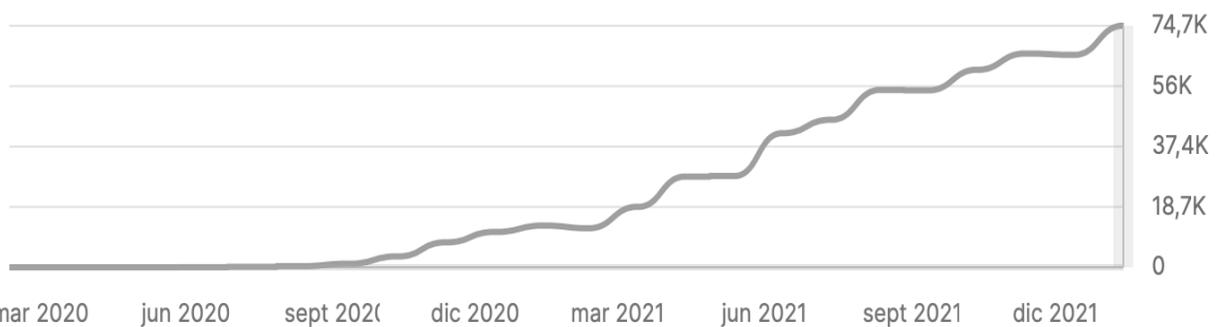
Hidalgo

Tráfico orgánico Tráfico de pago | ▾



Estado de México

Tráfico orgánico Tráfico de pago | ▾

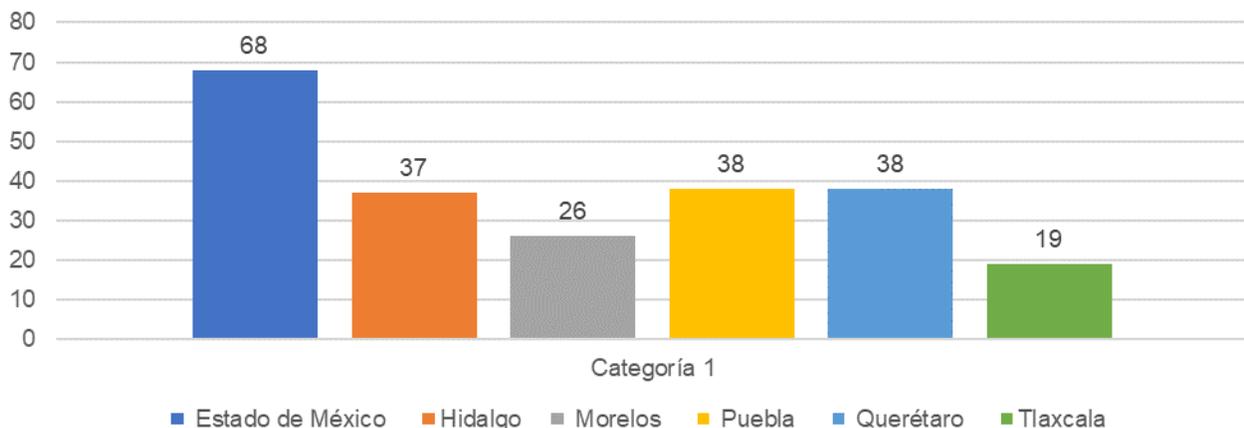


3.3.3. Authority score

Authority Score es una métrica que se utiliza para medir la calidad general del dominio y SU influencia en SEO. 100 es la máxima puntuación posible.

Aunque los niveles alcanzados en este indicador por los sitios de los destinos estudiados son más o menos similares, se puede apuntar que el del Estado de México es el que alcanza el mayor score (Gráfica 45.)

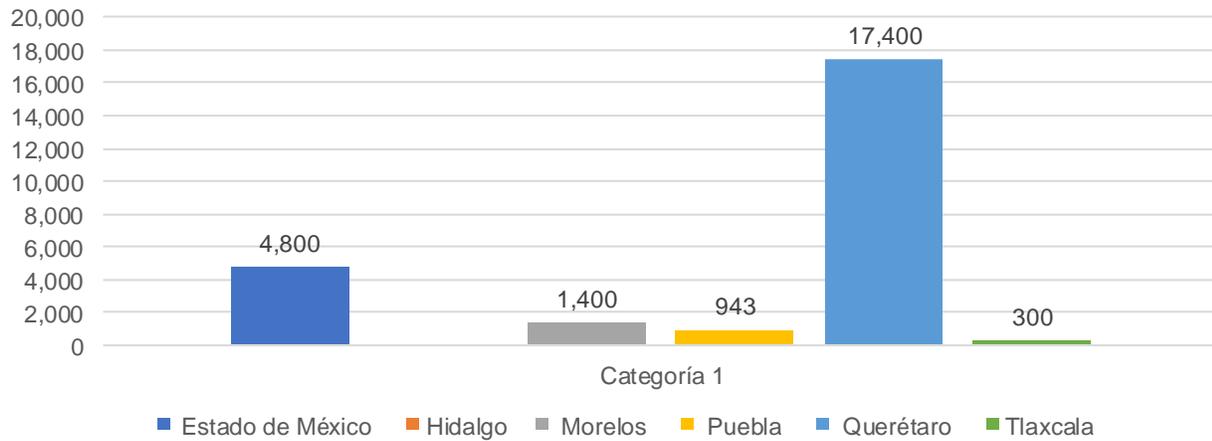
Gráfica 45. Authority Score: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero 2022



3.3.4. Visitantes únicos

Visitantes únicos es una estimación de las visitas únicas totales de la web en el mes seleccionado. Un mayor número de visitantes únicos potencializa un mayor número de consumidores. En este caso, Querétaro presenta el mejor desempeño, en tanto que Hidalgo no tiene valores representativos (Gráfica 46.)

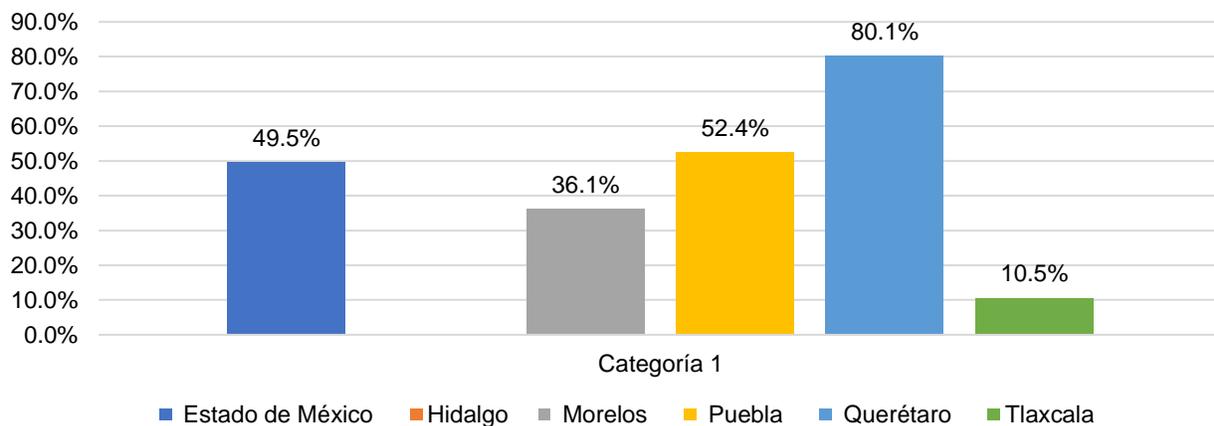
Gráfica 46. Visitantes únicos: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero de 2022



3.4. Métricas de interacción

La tasa de rebote es el porcentaje de usuarios que no visitan más allá de la primera página. Como se observa en la gráfica el mejor desempeño es el de Tlaxcala, pero es poco significativo por el bajo tráfico que tiene (Gráfica 47.)

Gráfica 47. Tasa de rebote: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero 2022



3.4.2. Páginas visitadas promedio

Como indica el nombre de esta métrica, en ella se indica el número de páginas promedio que visita un usuario. Puebla tiene el mayor número de páginas visitadas en promedio, lo que compensa, parcialmente, la elevada tasa de rebote (Gráfica 48.)

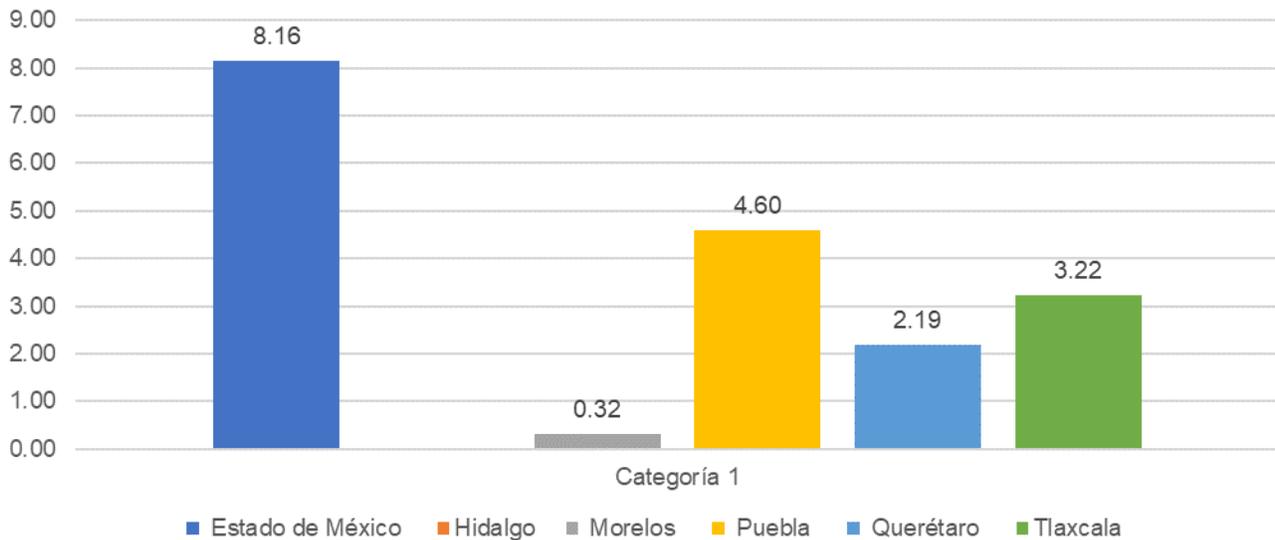
Gráfica 48. Páginas visitadas promedio: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero de 2022



3.4.3. Tiempo de permanencia en el sitio.

Alineado con los indicadores anteriores, el tiempo de permanencia en el Estado de México es muy alto (Gráfica 49.)

Gráfica 49. Tiempo de permanencia: Estado de México VS. SET Competitivo. Febrero 2022



IV. DETERMINACIÓN DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS POR REGIÓN TURÍSTICA.

La planeación turística es el pilar para el desarrollo sostenible del turismo, es el proceso que permite dar orden a la gestión territorial considerando sus características y necesidades para obtener los beneficios sociales y económicos que la actividad turística puede proporcionar y evitar en la mayor medida los efectos negativos.

La determinación del portafolio de productos por región turística es un análisis que se realiza como parte de los procesos de la planeación que tiene como objetivo contribuir a la diversificación de la oferta, de los productos, segmentos y destinos turísticos, con el propósito de mejorar la competitividad turística estatal y su posicionamiento en el mapa turístico nacional, que con base en el análisis realizado a lo largo del documento se observa la necesidad de seguir fortaleciéndola para avanzar hacia la consolidación de los principales destinos de la entidad y en el desarrollo de los destinos emergentes.

En cuanto a la metodología que se aplica para la construcción del portafolio de productos está basada en la investigación de la distribución territorial del estado, más que en una regionalización geo-política y turística estricta; su vasto patrimonio cultural y natural, su ubicación geográfica, su vocación turística y económica en general, lo que se puede concebir como sus ventajas comparativas y competitivas, además considerando el funcionamiento de su sistema turístico, actual o potencial.

Este portafolio de productos se realiza a través de matrices donde se incluyen los principales destinos del estado denominados *cluster*, los productos, segmentos y mercados identificados en el análisis de los capítulos anteriores del

documento; fueron designados con base en sus características, la regionalización propuesta, su accesibilidad, su infraestructura básica y turística, así como en su actividad turística actual o con la potencialidad suficiente para su desarrollo o reactivación turística de manera más inmediata y a mediano plazo.

Asimismo, se toman en consideración otros factores importantes que se están generando por la situación coyuntural que está viviendo el mundo, el país y el estado en particular con relación a los efectos que está produciendo en el sector turístico la pandemia por la Covid-19, referente a los cambios en las tendencias de viaje, así como en los hábitos y expectativas de los turistas.

Para el desarrollo de estos centros turísticos o *cluster* se requiere de la coordinación y participación entre el gobierno estatal y los gobiernos municipales junto con la intervención del sector empresarial y de la inclusión de las comunidades para consensar y multiplicar los recursos. Estos *cluster* pueden requerir, de acuerdo a su situación desde solo un mínimo acompañamiento o de la intervención amplia e inmediata del gobierno estatal para fortalecer las capacidades.

Por último, es preciso mencionar que, si un destino no se encuentra identificado actualmente, puede ser porque no cuenta con vocación turística suficiente que, aunque cuente con recursos turísticos, es necesario avanzar en el fortalecimiento de su infraestructura básica y turística para poder incorporarse al concentrado de los *cluster* turísticos.

1. Identificación de los principales cluster turísticos.

En primer lugar, se analizan los principales *cluster* turísticos como resultado de la investigación realizada en el Diagnóstico con base tanto en la regionalización geopolítica del gobierno del estado como de la regionalización turística que se tiene elaborada por parte de la Secretaría de Cultura y Turismo, incluyendo su programa de rutas turísticas que se tiene planteado desarrollar.

Considerando que el gobierno estatal establece que la regionalización “busca la continuidad geográfica en aspectos orográficos e hidrográficos, equitativa poblacionalmente, tiene el objetivo de ejercer la política gubernamental de manera efectiva, privilegiando la cobertura y el desarrollo sostenible de las comunidades, garantizar las condiciones de accesibilidad e igualdad en el desarrollo de las comunidades, de los municipios y de la propia región”

Se señala también que se considera “fundamental la vocación económica y social de cada región, donde el sector económico y la distribución de las actividades productivas forman agrupamientos de diversa índole: existen regiones especializadas en el sector agropecuario, actividades comerciales y de servicios o forman parte de importantes concentraciones industriales, por lo que los aspectos antes mencionados deberán considerarse en la elaboración de programas de desarrollo regional a fin de constituir los instrumentos de planeación más cercanos a la población, conteniendo la política gubernamental que habrá de seguir la administración pública en las regiones de la entidad”.

En este sentido, considerando que el turismo, es una actividad económica especializada, comercial y de servicios básicamente, presenta condiciones y requerimientos específicos para su adecuado desarrollo, que tienen que ver entre otras cosas, con condiciones de accesibilidad, infraestructura de comunicaciones, urbana y turística, contar con recursos y una oferta turística suficiente para atraer a los visitantes.

Por otro lado, es importante considerar que como resultado del análisis no hay evidencia de que en la actualidad los viajes que se realizan al estado, en términos generales, se lleven a cabo de a través de recorridos regionales ni mediante las rutas turísticas señaladas, por lo que se hace necesario identificar a los principales *clúster* turísticos, que sirvan como destinos ancla o centros de distribución hacia otros destinos cercanos de la misma región, y que una vez consolidados turísticamente hablando podrán fortalecer el desarrollo turístico regional y el desarrollo de rutas y recorridos turísticos.

De esta forma se retoma el análisis realizado para la clasificación de los destinos elaborada en el capítulo 1, dentro del apartado de la oferta territorial donde se determinan los centros turísticos, actuales o potenciales susceptibles de un desarrollo-consolidación más inmediata y que pueden contribuir a detonar el turismo en esos sitios o regiones del estado.

Estos centros turísticos que se identificaron se caracterizan por tener diferente nivel de madurez o porque son susceptibles de mejorarlos en el corto o mediano plazo, por contar con los requerimientos básicos para su desarrollo turístico, por ello se dividen por niveles dependiendo del tipo de destino y etapa en su ciclo de vida.

Cluster turístico por tipo de destinos y etapa en el ciclo de vida		
Cluster	Tipos de destinos	Etapas en el ciclo de vida
Nivel 3 Fase de madurez		
Toluca	Macrocentro turístico de estadía y distribución	Madurez

Zona arqueológica de Teotihuacán (PH) (San Juan Teotihuacán (PM) y San Martín de las Pirámides (PM))	Centro turístico de excursión	Madurez
Nivel 2 crecimiento		
Valle de Bravo (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Ixtapan de la Sal (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Malinalco (PM)	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Ciudades industriales de Tlalnepantla, Naucalpan	Centros de estadía y excursión	Introducción
Nivel 1 introducción		
Chalma (Malinalco (PM) y Ocuilán)	Centro turístico de excursión	Introducción
Tepotztlán (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
Aculco (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
El Oro (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción
Villa del Carbón (PM)	Centro turístico de excursión	Introducción

(PH) Sitio Patrimonio de la Humanidad

(PM) Pueblo Mágico

(PE) Pueblo con Encanto

2. Identificación de los principales segmentos turísticos.

Los segmentos se identifican con el propósito de avanzar en la diversificación del producto y destinos turísticos, bajo el principio de sostenibilidad. Para hacer la identificación de los principales segmentos turísticos del estado se consideran dos segmentos que sirven de marco para agruparlos, destacados de acuerdo con las características, recursos y potencialidades turísticas que se pueden considerar fundamentales para el desarrollo del turismo en el Estado de México.

<p style="text-align: center;">Segmento leisure.</p> <p style="text-align: center;">Este segmento se relaciona con los viajes y motivos de ocio, de placer o esparcimiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de naturaleza • Turismo de aventura • Turismo cultural/ gastronomía • Turismo arqueológico • Turismo religioso • Turismo rural / agroturismo • Turismo de salud • Turismo de romance • City breaks (visitas, escapadas a ciudades) • Turismo de interés especial (sitios micoturísticos, observación mariposas, aves) • Turismo social 	<p style="text-align: center;">Segmento ne-gocios</p> <p style="text-align: center;">Tiene que ver con actividades derivadas de acciones de negocios, contrarias al ocio o turismo de placer</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de reuniones (congresos, convenciones, ferias y exposiciones) • Negocios individuales • Artesanías • Premiun
--	--

Determinación del nivel de relevancia de los segmentos turísticos.

Los principales *cluster* identificados del estado, tienen un nivel de desarrollo diferente y también características diferentes en cuanto a sus recursos y productos que pueden ofrecer al turismo, por ello se realiza este análisis con la finalidad de

establecer el peso y la relevancia que tiene cada uno de los segmentos, ya sea actual o potencial para cada uno de los centros turísticos y en ese sentido tomar las decisiones para su fomento y promoción. De esta forma se presenta la siguiente matriz con las siguientes sus evaluaciones:

Nivel de relevancia de los segmentos

Alta (A)	El desarrollo del segmento está ya desarrollándose con aceptable condición y representa una importante oportunidad o potencial ya sea por los productos existentes, por la ubicación geográfica o por los recursos y atractivos turísticos que le brindan un importante potencial de seguir creciendo su aprovechamiento
Mediana (M)	El segmento se desarrolla con mediana capacidad, aunque mantiene posibilidades reales de seguir creciendo por los productos, recursos o atractivos con que cuentan los centros, corredores o áreas turísticas.
Baja (B)	El segmento se desarrolla en menor grado de actividad, o existe alguna posibilidad de que se reciban flujos turísticos para este segmento.

Asimismo, se indica tanto el nombre del *cluster* como de los municipios participantes. A estos municipios se les incluye, así como el tipo de distintivo que posee: **(PH)** Sitio Patrimonio de la Humanidad, **(PM)** Pueblo Mágico, **(PE)** Pueblo con Encanto

SEGMENTO OCIO

<i>Cluster</i>	Naturaleza	Aventura	Cultura/ gastronomía	Arqueológico	Religioso	Turismo rural / Agroturismo
Toluca	B	NA	A	NA	NA	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	B	NA	A	A	NA	NA
Valle de Bravo (PM)	A	M	M	NA	B	NA
Malinalco (PM)	M	M	A	A	B	B
Ixtapan de la Sal (PM)	B	NA	M	NA	B	NA
Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	NA	NA	B	NA	NA	NA
Chalma	M	NA	B	NA	A	NA
Tepotztlán (PM)	B	NA	A	NA	M	NA
Aculco	M	B	M	NA	NA	M
El Oro (PM)	M	B	A	NA	NA	A
Villa del Carbón (PM)	A	M	M	NA	NA	A

SEGMENTO OCIO 2

<i>Cluster</i>	Turismo de romance	City Breaks	Turismo de interés especial	Turismo social	Turismo de salud
Toluca	B	NA	A	M	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	B	NA	A	A	NA
Valle de Bravo (PM)	A	M	M	A	A

Malinalco (PM)	M	M	A	A	A
Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	NA	NA	B	NA	NA
Ixtapan de la Sal (PM)	B	NA	M	A	A
Chalma	M	NA	B	A	NA
Tepetzotlán (PM)	B	NA	A	M	NA
Aculco (PM)	M	B	M	M	B
El Oro (PM)	M	B	A	M	NA
Villa del Carbón (PM)	M	NA	B	A	B

SEGMENTO NEGOCIOS

Cluster	Turismo de reuniones	Negocios individuales	Artesanías	Premium
Toluca	A	A	A	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	NA	NA	A	NA
Valle de Bravo (PM)	M	M	A	A
Malinalco (PM)	B	B	A	M
Ixtapan de la Sal (PM)	M	M	A	B
Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	M	M	B	NA
Chalma	NA	NA	M	NA
Tepetzotlán (PM)	B	B	A	NA
Aculco (PM)	NA	NA	A	NA
El Oro (PM)	NA	NA	A	NA
Villa del Carbón (PM)	NA	NA	A	NA

3. Identificación del tipo de mercados turísticos

Con el fin de determinar qué tipo de mercado capta o puede atraer cada uno de los centros turísticos propuestos, se determinan los siguientes tipos de mercado turístico:

Con el fin de determinar qué tipo de mercado capta o puede atraer cada uno de los centros, corredores o áreas turísticas propuestas, se determinan los siguientes tipos de mercado turístico:

- Regional (R)
- Nacional (N)
- Internacional directo (ID)
- Internacional excursionista (IE)

Asimismo, se marca el status actual o potencial con los siguientes colores

- Verde: **mercado actual**, significa que el destino ya cuenta con afluencia de turistas de cada uno de los mercados indicados.
- Rojo: **mercado potencial**, indica que aún no se reciben flujos turísticos del mercado en cuestión o que tiene la factibilidad de incrementarlo, aunque el destino tiene los recursos, atractivos o productos suficientes para atraerlos.
- Los segmentos, destinos y la indicación de los mercados se establecen en las siguientes matrices:

SEGMENTO OCIO

Cluster	Naturaleza	Aventura	Cultural/ gastronomía	Arqueológico	Religioso	Turismo rural / Agroturismo
Toluca	R, N	NA	R, N	NA	NA	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	NA	NA	R, N, IE	R, N, IE	NA	NA
Valle de Bravo (PM)	R, N, ID	R, N, ID	R, N, ID	NA	R, N	NA
Malinalco (PM)	R, N, ID	R, N, ID, IE	R, N, ID	R, N, ID	R, N	R, N
Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	NA	NA	NA	NA	NA	NA
Ixtapan de la Sal (PM)	R, N	NA	R, N	NA	R, N	NA
Chalma	R, N	NA	R, N	NA	R, N, IE	NA
Tepetzotlán (PM)	R, N, IE	NA	R, N, IE	NA	R, N	NA
Aculco (PM)	R, N, IE	R, N, IE	R, N, IE	NA	NA	R, N, IE
El Oro (PM)	R, N	R, N	R, N	NA	NA	R, N
Villa del Carbón (PM)	R, N	R, N	R, N	NA	NA	R, N

SEGMENTO OCIO 2

Cluster	Romance	City breaks	Interés especial	Turismo social	Salud
Toluca	NA	R, N	NA	R, N	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	NA	NA	NA	R, N	NA
Valle de Bravo (PM)	R, N	R, N	NA	R, N	R, N
Malinalco (PM)	R, N	NA	R, N	R, N	R, N
Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	NA	R, N	NA	NA	NA
Ixtapan de la Sal (PM)	R, N	NA	NA	R, N	R, N
Chalma	NA	NA	NA	R, N	NA
Tepetzotlán (PM)	R, N	R, N	NA	R, N	NA
Aculco (PM)	R, N	NA	NA	R, N	R, N
El Oro (PM)	R, N	NA	R, N	R, N	R, N
Villa del Carbón (PM)	R, N	NA	R, N	R, N	R, N

SEGMENTO NEGOCIOS

Cluster	Reuniones	Negocios individuales	Artesanías	Turismo premiun
Toluca	R, N	R, N	R, N	NA
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)	NA	NA	R, N, IE	NA
Valle de Bravo (PM)	R, N	R, N	R, N	R, N
Malinalco (PM)	R, N	R, N	R, N	R, N

Ciudades industriales: Tlalnepantla, Naucalpan	R, N, ID	R, N, ID	R, N	NA
Ixtapan de la Sal (PM)	R, N	R, N	R, N	R, N
Chalma	NA	NA	R, N	NA
Tepetzotlán (PM)	R, N	R, N	R, N	NA
Aculco (PM)	NA	NA	R, N	NA
El Oro (PM)	NA	NA	R, N	NA
Villa del Carbón (PM)	NA	NA	R, N	NA

V. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS.

Se ha sostenido a lo largo del presente estudio la relevancia que tiene el turismo como un sector productivo de la economía, que adecuadamente estructurado puede convertirse en una de las principales actividades que contribuyan a producir los beneficios sociales y económicos que siguen siendo demandados por un gran número de mexiquenses en las zonas donde no ha llegado el suficiente desarrollo, así lo demuestran los datos de pobreza y marginalidad imperantes, así como la necesidad de generar oportunidades de empleos y crecimiento para todos los segmentos de la población, principalmente de los grupos vulnerables.

La vasta riqueza de recursos naturales y culturales, las ventajas comparativas y competitivas junto con las acciones gubernamental, privada y social han permitido construir un sector turístico que ha logrado avances importantes, sin embargo, el potencial y oportunidades para avanzar en el desarrollo del turismo sigue siendo enorme para alcanzar una etapa más especializada y enfocada estratégicamente.

El entorno actual en el que se desarrolla el turismo en México y el mundo es complejo, una situación económica incierta, problemas de seguridad, escasez de empleos, crecimiento poblacional, una crisis de emergencia por la pandemia de Covid-19 que ha impactado en la mayoría de los sectores económicos y fuertemente en el turismo, al considerársele la peor crisis de su historia, que ha dejado secuelas difíciles en la mayoría de los actores turísticos.

Sin embargo, la capacidad de resiliencia es uno de los rasgos por los que se reconoce al turismo, su relativa pronta recuperación en etapas de crisis, por lo que ahora más que nunca se requiere actuar para enfrentar los retos y aprovechar las oportunidades que se presentan.

Esta situación de crisis ha generado nuevas tendencias en los viajes y los turistas, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo²⁷, para la reactivación turística se priorizan los viajes a sitios cercanos, regionales y de turismo doméstico, mayor responsabilidad de los turistas en temas como la sostenibilidad, la autenticidad y la localidad, creen más en la importancia de crear un impacto positivo en las comunidades locales; la naturaleza, el turismo rural y los viajes por carretera, así como la búsqueda de experiencias al aire libre; con estancias más largas y mayor gasto.

En este sentido, como resultado de la investigación realizada y del análisis de las características, comportamiento de sus variables de la oferta y la demanda, la identificación de las fortalezas, retos y áreas de oportunidad, en este apartado se establecen los lineamientos estratégicos para generar un plan de acción para el desarrollo turístico que tenga como base los ejes de la competitividad, la innovación y la diversificación teniendo como enfoque la sostenibilidad en todas sus estrategias y acciones estratégicas, para lograr una actividad turística que genere y redistribuya beneficios sociales y económicos, y para el cumplimiento de los compromisos establecidos por los Objetivos.

Es importante insistir en que este plan solo se concretará con las siguientes condiciones: el posicionamiento del turismo en la agenda estatal de prioridades y políticas, con la adecuada colaboración y coordinación de todos los actores de la cadena de valor turística, con los diferentes órdenes de gobierno haciendo lo que la normatividad les dicta; la actuación con certidumbre y profesionalización del sector privado; la participación activa de las comunidades con conciencia turística para intervenir y proteger su legado cultural y natural, así como otros sectores como el académico y los medios de comunicación que desempeñan un papel importante en la especialización y difusión de la actividad turística.

De acuerdo con todo lo anterior, se deducen las siguientes razones trascendentales para impulsar el turismo, así como los retos que enfrenta en la actualidad el desarrollo turístico en el estado de México.

Las razones fundamentales para impulsar el turismo

- Diversificación de las actividades productivas
- Como mecanismo para agregar valor a las otras actividades económicas
- Fortalecimiento de la cadena de valor del sector industrial

²⁷ Barómetro OMT del Turismo Mundial. Enero 2022

- Como un instrumento de gran poder para combatir la pobreza, marginación y rezago social
- Como fuente de creación de riqueza y empleos en las regiones y comunidades
- Alternativa para el uso del tiempo libre de los mexiquenses
- Para fortalecer la identidad y el orgullo mexiquense

Los principales retos para el despegue del turismo en el Estado de México

Entre los retos más importantes que se han detectado para conseguir el despegue y fortalecimiento del desarrollo del turismo en el estado están los siguientes:

- La inseguridad en regiones del estado
- La coordinación pública (3 niveles de gobierno), privada y social
- La gestión de la enorme cantidad de recursos y productos turísticos ante una situación de contracción de recursos
- La profesionalización del sector turístico
- Concretar los principios de la sostenibilidad en la práctica
- La calidad en destinos, servicios y productos turísticos
- La distribución desigual de los beneficios del turismo
- Los impactos de la pandemia covid-19 en el sector turístico

Los proyectos estratégicos

Como parte del análisis realizado se enumeran una serie de proyectos que se considera contribuirían a detonar el turismo en diferentes destinos y regiones turísticas del estado, considerando sus características geográficas, sus recursos y productos turísticos en los principales segmentos previamente identificados. La viabilidad de estos proyectos dependerá de una serie de factores como la voluntad política del gobierno estatal, la disposición de recursos, la coordinación entre los diversos sectores, tanto público como privado, así como el consenso con las comunidades correspondientes.

- 1) Plan de seguridad para destinos turísticos
- 2) Programa de reactivación del Aeropuerto Internacional de Toluca
- 3) Consolidación del proyecto del Santuario de Chalma y área de influencia
- 4) Creación de una DMC o Buro de Visitantes y Convenciones del estado
- 5) Programa de inteligencia turística (sistema estadístico, observatorio, atlas turístico)
- 6) Programa de fomento y desarrollo del turismo de reuniones
- 7) Relanzamiento del Centro de Convenciones de Toluca
- 8) Programa de fortalecimiento y comercialización del desarrollo artesanal.
- 9) Programa de aprovechamiento turístico del nuevo tren interurbano (en zonas de influencia de estaciones mexiquenses)
- 10) Definición de Zona de Desarrollo Turístico Sustentable
- 11) Programa de mantenimiento de Pueblos Mágicos y Pueblos con Encanto
- 12) Programa de gobernanza y acompañamiento de los principales destinos turísticos y emergentes.
- 13) Programa de diversificación de productos y destinos turísticos: turismo rural, turismo religioso
- 14) Programa de emprendedurismo turístico
- 15) Programa de destinos inteligentes
- 16) Proyecto de parque temático en el valle de Toluca
- 17) Proyecto de creación de Geoparque o Geosito de la UNESCO
- 18) Proyecto de parque temático de turismo alpino
- 19) Programa de paradores turísticos, por regiones
- 20) Programa de desarrollo turístico para la zona de influencia del Lago de Texcoco

Las condiciones estratégicas

1. Aspectos coyunturales de política de la gestión turística

El posicionamiento público del turismo para garantizar la efectividad turística.

- Aplicación de inversión turística
- Gobernanza de los destinos

2. Elementos coyunturales de política referentes a las nuevas tecnologías

Digitalización de la economía turística

- Reducir la brecha digital en las MiPymes y destinos turísticos
- Énfasis en la capacitación
- Enfoque en la creatividad y el emprendedurismo

3. Elementos coyunturales de política con los nuevos viajeros

- Hacia patrones de consumo responsable
- Hacia nuevos segmentos de demanda
- Hacia destinos y productos seguros
- Hacia un turismo sostenible, respetuoso con el medio ambiente y las comunidades

4. Orientación estratégica a resultados

- Mas turistas
- Mayor estadía
- Más gasto

Indicador técnico	Línea base: (2016) situación actual	Referente nacional	2023	2030	Vinculación con la agenda	
Número de visitantes anuales	3.1 millones	35 millones	3 millones	3.6 millones	Alineado a la meta: 8.3	Alineado al indicador 8.3.1
Estadía	1.3 días	1.8 días	1.6 días	1.8 días	8.9	8.9.1.

1. La misión y la Visión del turismo del Estado de México.

Visión

En 2030 el turismo es reconocido como un sector prioritario para el crecimiento socio económico de las comunidades, las regiones y el estado, que se opera bajo los principios de gobernanza, sostenibilidad, innovación e inclusión; con empresas y destinos turísticos competitivos; y turistas satisfechos por la calidad, singularidad y autenticidad de las experiencias que viven gracias al abundante patrimonio natural y cultural del territorio mexiquense.

Misión

Conducir el desarrollo turístico de forma competitiva, innovadora, sostenible e inclusiva propiciando siempre la colaboración activa y consensuada de los actores de la cadena de valor del turismo, privilegiando las acciones que faciliten la redistribución social de los beneficios del turismo y el fortalecimiento de la identidad cultural mexiquense.

2. Los objetivos estratégicos del turismo del Estado de México.

Como la conclusión de la investigación y análisis de los diversas variables, indicadores y temas expuestos en los cuatro capítulos anteriores, se hace el planteamientos de los lineamientos estratégicos, expresados en objetivos, estrategias y acciones estratégicas que conforman el plan de acción alineados a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, específicamente los relacionados directamente con el turismo que son los objetivos 8, 12 y 14 que se refieren al trabajo decente y el crecimiento económico, la producción y el consumo responsables, y la vida submarina, respectivamente, que sin embargo, de forma indirecta puede contribuir con varios objetivos más (Anexo 1).

Estos objetivos, estrategias y acciones estratégicas se plantean como una necesidad desarrollar para mejorar la diversificación, competitividad y sostenibilidad de la actividad turística del Estado de México, así como para llevar a cabo la reactivación y desarrollo del sector turístico en el corto y mediano plazos, a partir de la crisis económica y de salud que se está experimentan a nivel estatal, nacional e internacional.



Objetivo estratégico 1. Consolidar el posicionamiento político, económico y social del turismo del estado.		
Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
1.1 Establecer un modelo de inteligencia turística estatal.	1.1.1. Generar las capacidades y recursos para el establecimiento del modelo de inteligencia turística. 1.1.2. Diseñar y operar el Observatorio Turístico del Estado de México, con bases tecnológicas. 1.1.3. Establecer convenios con universidades para la creación y en su caso operación conjunta del observatorio turístico estatal y/o municipal. 1.1.4. Establecer acciones de coordinación con la Secretaría de Turismo federal para la capacitación e integración en etapas de los municipios turísticos al Sistema Datatur. 1.1.5. Desarrollar y difundir los lineamientos para el establecimiento e innovación del sistema de información estadística y geográfica con dependencias relacionadas y gobiernos de los municipios turísticos. 1.1.6. Establecer convenios de coordinación con los municipios turísticos del estado para la recopilación e intercambio de información estadística y geográfica. 1.1.7. Celebrar convenios con las asociaciones empresariales turísticas para la concientización e integración, generación y alimentación de la información turística y geográfica para el Sistema Datatur. 1.1.8. Potenciar el conocimiento a través de la realización de estudios innovadores de los principales indicadores estadísticos (p.e. incorporar el registro de visitantes con o sin pernocta) y temáticas estratégicas del mercado turístico.	Objetivos 8, 9

Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
<p>1.2. Fortalecimiento de la gobernanza turística estatal.</p>	<p>1.2.1. Fortalecer la estructura organizacional y capacidad operativa del organismo responsable de la gestión pública del turismo en áreas las estratégicas.</p> <p>1.2.2. Empezar una campaña de concientización permanente para ampliar el apoyo y difundir la importancia del turismo como instrumento para el desarrollo sostenible, social y económico del estado entre los actores turísticos públicos y privados y las comunidades.</p> <p>1.2.3. Impulsar la alineación a la política turística en los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal.</p> <p>1.2.4. Elaborar un programa de integración y articulación de acciones conjuntamente entre el Consejo Consultivo Turístico del Estado y los Consejos Turísticos municipales existentes o el gobierno municipal, con la participación de los sectores público, privado, social, académico.</p> <p>1.2.5. Llevar a cabo un programa de acompañamiento y profesionalización de los gobiernos municipales en materia turística en etapas, por prioridad o mayor potencial turístico.</p> <p>1.2.6. Acompañar la creación y operación de los consejos municipales de turismo en etapas, priorizando el grado de madurez o de mayor potencial turístico de los municipios, asegurando la inclusión de las comunidades.</p> <p>1.2.7. Evaluar la procedencia de constituir una DMO para los destinos Toluca-Metepec-Lerma con la participación de los sectores público y privado, para el desarrollo de la estrategia de viajes y turismo a largo plazo.</p>	<p>Objetivos 8, 9, 10, 17</p>
<p>1.3 Diseñar y operar un sistema de planeación turística estatal.</p>	<p>1.3.1. Definir las bases para el diseño, digitalización, alimentación y mantenimiento del Atlas turístico del estado en coordinación con los municipios y empresas del sector.</p> <p>1.3.2. Fortalecimiento de las áreas de planeación turística del gobierno del estado y los municipios.</p> <p>1.3.3. Actualizar de forma permanente el Registro Estatal de Turismo y alimentar el Registro Nacional.</p> <p>1.3.4. Diseñar y operar el sistema de evaluación de la política pública estatal de turismo.</p> <p>1.3.5. Diseñar un sistema de indicadores turísticos para la planeación y evaluación.</p> <p>1.3.6. Promover el desarrollo de un programa de ordenamiento turístico estatal, acorde con la normatividad federal y estatal vigente, en coordinación con las instituciones competentes y los gobiernos municipales para la definición de zonas de vocación turística.</p> <p>1.3.7. Promover la creación de un programa de regularización y tenencia de la tierra en las zonas turísticas del estado conjuntamente entre las instituciones competentes y los gobiernos municipales.</p> <p>1.3.8. Promover el establecimiento del marco legal para la regularización de plataformas tecnológicas para el alojamiento, transporte y otros servicios turísticos.</p>	<p>Objetivos 9, 10, 17</p>

Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
<p>1.4 programa seguridad.</p> <p>Promover un de permanente de</p>	<p>1.4.1. Fomentar entre las dependencias correspondientes la actuación en materia de seguridad turística estatal.</p> <p>1.4.2. Crear un programa de seguridad turística, que contenga acciones como coordinación interinstitucional y e intergubernamental, definición de riesgos potenciales, control y prevención de delitos en carreteras, rutas y destinos turísticos.</p> <p>1.4.3. Considerar la creación de Comités estatales y municipales de seguridad en los destinos turísticos con la participación de la industria turística y la sociedad.</p> <p>1.4.4. Desarrollar acciones de información y orientación a los turistas para la prevención de delitos en los municipios turísticos.</p> <p>1.4.5. Establecer una línea de atención al turista, en coordinación con las dependencias competentes y los municipios turísticos.</p> <p>1.4.6. Considerar el establecimiento de la estrategia de cinturones de seguridad en destinos turísticos en coordinación con los gobiernos municipales y dependencias públicas competentes.</p> <p>1.4.7. Creación de un gabinete de crisis con la participación de las autoridades correspondientes del gobierno estatal y municipal, con la participación de las comunidades.</p>	<p>Objetivo 11, 17</p>
<p>Objetivo estratégico 2. Diversificar los mercados y mejorar sistemáticamente la satisfacción de la experiencia de viaje de los visitantes para incrementar el número de turistas a la entidad.</p>		
Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
<p>2.1. Generación de información estratégica para caracterizar los mercados actuales e identificar los potenciales.</p>	<p>2.1.1. Desarrollar estudios para la consolidación de los mercados y nichos actuales, para conocer las características, procedencia, hábitos de consumo y expectativas de viaje de los visitantes.</p> <p>2.1.2. Llevar a cabo un análisis para la identificación de los mercados potenciales regionales, nacionales e internacionales.</p> <p>2.1.3. Desarrollar un análisis del mercado, identificando los nichos y segmentos acordes con las necesidades del consumidor relacionados con los productos más representativos y rentables del estado para enfocar las acciones de promoción.</p> <p>2.1.4. Realizar sistemáticamente encuestas representativas de satisfacción de los turistas en los principales destinos turísticos, que contribuyan a la toma de decisiones.</p>	<p>Objetivos 8, 12</p>
<p>2.2. Desarrollo de Información turística.</p>	<p>2.2.1. Realizar inversiones en inteligencia sobre las preferencias, conductas y tendencias del consumidor.</p> <p>2.2.2. Establecer un sistema integral de información turística que establezca los lineamientos y acciones generales para la generación de información del estado, la industria y los municipios.</p> <p>2.2.3. Desarrollar y actualizar los folletos informativos de los principales destinos y atractivos turísticos en formato impreso y digital para ampliar su distribución.</p> <p>2.2.4. Crear la plataforma oficial en internet para la promoción turística del estado con estrategias de marketing digital, incluyendo el manejo de redes sociales, así como reforzar las capacidades para la trasmisión de los mensajes con contenido relevante y actualizado.</p>	<p>Objetivos 8, 9, 12, 17</p>

	2.2.5. Fortalecer e innovar el programa de módulos de información turística en los destinos, en coordinación con los gobiernos de los municipios turísticos y el sector empresarial, con énfasis en la utilización de las nuevas tecnologías y aplicaciones digitales.	
Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
2.3. Promoción turística innovadora.	<p>2.3.1. Desarrollar el Plan Estatal de Promoción y Marketing en coordinación con el Consejo Consultivo Turístico y el Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal.</p> <p>2.3.2. Elaborar un programa integral de promoción turística a nivel estatal, los destinos turísticos y las líneas de productos con mayor rentabilidad y potencialidad.</p> <p>2.3.3. Reestructurar, articular y alinear todos los esfuerzos aislados de promoción que se realizan en el estado, los destinos y empresas turísticas.</p> <p>2.3.4. Desarrollar un amplio programa de relaciones públicas que genere información que contribuya a mejorar la imagen turística del estado y los destinos turísticos.</p> <p>2.3.5. Mejorar las capacidades de la industria participante tanto para consolidar el mercado nacional en primera instancia, así como en el mercado internacional.</p> <p>2.3.6. Impulsar el uso de medios digitales, incluyendo las redes sociales, en las acciones de promoción de destinos y productos turísticos.</p>	Objetivos 8, 9, 17
2.4. Comercialización turística	<p>2.4.1. Transformar el sitio de internet en el escaparate comercial con mayor visibilidad de las experiencias, segmentos, productos y destinos turísticos.</p> <p>2.4.2. Preparar los esquemas de comercialización y promoción del nuevo tren interurbano.</p> <p>2.4.3. Incentivar la creación de integradores y comercializadores de la oferta turística.</p> <p>2.4.4. Promover en la industria el establecimiento de un sistema digital de comercialización turística de los destinos y productos turísticos y artesanales en los segmentos y nichos de mercado más rentables.</p> <p>2.4.5. Participar en los principales eventos de comercialización nacional para mejorar la imagen, posicionamiento y promoción del estado, sus destinos y productos turísticos y artesanales.</p> <p>2.4.6. Desarrollar un programa intensivo para impulsar el turismo de reuniones mediante la organización de grandes eventos, ferias, festivales y exposiciones para la comercialización de los productos y destinos turísticos a nivel regional, nacional e internacional, en coordinación con el Consejo Consultivo Turístico estatal y el Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo y Artesanal.</p> <p>2.4.7. Crear e impulsar un programa estratégico para la atracción de convenciones, ferias y exposiciones regionales, nacionales e internacionales en</p>	Objetivos 8, 9, 17

	<p>coordinación con el Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo y Artesanal y los municipios turísticos con infraestructura especializada.</p> <p>2.4.8. Elaborar un programa de aprovechamiento permanente de los centros de convenciones de la ciudad de Toluca para disminuir la estacionalidad y aumentar la productividad.</p>	
Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
2.5. Cultura turística	<p>2.5.1. Diseñar y establecer una campaña permanente para fomentar la cultura turística entre prestadores de servicios turísticos y la comunidad para la atención de calidad al turista y la importancia del turismo.</p> <p>2.5.2. Crear un programa de sensibilización turística para las autoridades municipales.</p> <p>2.5.3. Promover acuerdos con los medios de comunicación para la divulgación de las campañas.</p> <p>2.5.4. Establecer un programa de incentivos y premios estatales para difundir la cultura turística entre la industria y los gobiernos municipales.</p>	Objetivos 8, 9, 10, 12, 17
2.6. Formación turística	<p>2.6.1. Programa de revisión y mejoramiento de la calidad de la oferta educativa institucional relacionada con las carreras de turismo en el estado.</p> <p>2.6.2. Fortalecer el programa de capacitación turística mediante la realización de un diagnóstico de detección de necesidades específicas en las empresas y destinos turísticos en coordinación con las organizaciones del sector empresarial, los gobiernos municipales y las instituciones de educación media y superior.</p> <p>2.6.3. Promover la alineación y vinculación escuela-empresa para la integración de los egresados de carreras turísticas a la fuerza productiva turística.</p> <p>2.6.4. Fomentar el incremento de postgrados especializados en áreas del turismo en coordinación con las universidades.</p> <p>2.6.5. Promover la acreditación de las carreras turísticas por organismos nacionales e internacionales.</p> <p>2.6.6. Fomentar acciones de investigación turística aplicada en las principales universidades que contribuyan a la especialización del sector.</p> <p>2.6.7. Impulsar un amplio programa de emprendedores turísticos en coordinación con la universidades y dependencias de gobierno competentes.</p>	Objetivos 4, 5, 8

	<p>2.6.8. Realizar un programa de desarrollo técnico y comercialización artesanal en coordinación con las instituciones públicas competentes, las instituciones educativas y centros de capacitación y los gobiernos municipales.</p>	
--	---	--

Objetivo estratégico 3. Fomentar la competitividad e innovación empresarial del sector turístico mexiquense.

Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
3.1. Promover el financiamiento y la inversión turística.	<p>3.1.1. Promover la generación de programas e instrumentos públicos y privados para el financiamiento e inversión empresarial en coordinación con las dependencias de gobierno competentes, la banca de desarrollo y comercial.</p> <p>3.1.2. Establecer un programa de difusión y asesoramiento para el aprovechamiento de los instrumentos de financiamiento de la banca de desarrollo y privada para la creación y fortalecimiento de las MiPymes turísticas.</p> <p>3.1.3. Fomentar el desarrollo de un programa de desregulación, asesoría y facilitación de acceso al financiamiento público y privado para pequeñas y mediana empresas turísticas, mediante el desarrollo de una ventanilla única.</p> <p>3.1.4. Promover la creación de un programa de incubación empresarial para las micro y pequeñas empresas turísticas sociales, con el apoyo de las dependencias públicas competentes y las instituciones educativas.</p> <p>3.1.5. Promover la multiplicación de empresas turísticas al interior del estado para la generación de empleos.</p>	Objetivos 5, 8, 9, 17
3.2. Impulsar empresas competitivas y servicios turísticos de excelencia.	<p>3.2.1. Impulsar la innovación y diversificación de las empresas turísticas en las diversas industrias componentes de la actividad turística, en coordinación con las organizaciones empresariales turísticas y los municipios.</p> <p>3.2.2. Establecer un amplio programa para innovar y fomentar la calidad de las empresas y los servicios turísticos en coordinación con los tres órdenes de gobierno y las organizaciones empresariales.</p> <p>3.2.3. Reforzar el programa de certificación turística de empresas con distintivos federales y/o estatales en municipios turísticos y emergentes para mejorar la calidad, higiene, seguridad y requisitos sanitarios.</p> <p>3.2.4. Promover la incorporación de las empresas al Registro Estatal de Turismo y alimentar el Registro Nacional en coordinación con las organizaciones empresariales y gobiernos municipales.</p>	Objetivos 8, 9, 12, 17
3.3. Transformación digital de la economía turística.	<p>3.3.1. Establecer convenios y alianzas con las dependencias y empresas competentes para la transformación digital y el uso de las nuevas tecnologías en las empresas del sector turístico.</p> <p>3.3.2. Promover apoyos financieros para la digitalización de las pymes turísticas.</p>	Objetivos 8, 9, 12, 17

	<p>3.3.3. Promover un programa de concientización de la necesidad de incorporar la transformación digital en las empresas del sector turístico en coordinación con las organizaciones turísticas y los municipios.</p> <p>3.3.4. Establecer un programa de inducción al uso de las nuevas tecnologías para pymes turísticas.</p>	
Estrategia	Acciones estratégicas	Alineado ODS
3.4. Impulsar el desarrollo de productos y experiencias turísticas.	3.4.1. Impulsar un programa de desarrollo de experiencias y productos innovadores en las empresas del sector, en coordinación con las organizaciones empresariales y los municipios.	Objetivos 8, 9, 10, 11, 12
	3.4.2. Desarrollar una estrategia para estimular la operación de empresas integradoras de oferta en el estado y principales destinos turísticos.	
	3.4.3. Desarrollar el programa de desarrollo del turismo de reuniones, considerando el turismo de negocios individuales, en los principales centros industriales del estado, en coordinación con el Fideicomiso para la Promoción del Turismo Sostenible y Desarrollo Artesanal.	
	3.4.4. Impulsar el programa de competitividad del turismo de naturaleza con proyectos específicos para mejorar la infraestructura y equipamiento sostenible.	
	3.4.5. Promover un programa de competitividad del turismo cultural, incluyendo subsegmentos y productos de gran valor: además de la cultura e historia, el gastronómico, el arqueológico, el etnográfico, el religioso y artesanal.	
	3.4.6. Desarrollo y lanzamiento del programa del turismo rural o agroturismo, como segmento turístico y alternativa productiva para la inclusión de las localidades rurales, para la conservación y difusión de las tradiciones e identidad cultural.	
	3.4.7. Elaborar un programa de <i>scouting</i> de segmentos y productos turísticos con un importante potencial para impulsar su desarrollo en el mediano y largo plazo como el turismo de romance, turismo de salud, turismo deportivo, el turismo urbano o <i>city breaks</i> , turismo de compras, turismo educativo y turismo médico.	
3.5. Fomentar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos.	3.5.1. Desarrollar un programa estatal de profesionalización turística para los prestadores de servicios en coordinación con las organizaciones empresariales y los municipios turísticos.	Objetivos 4, 8, 9
	3.5.2. Establecer convenios de colaboración con las universidades y principales centros de capacitación del estado para la elaboración de manuales e impartición de cursos de capacitación temáticos, por puestos y por competencias.	

4. Impulsar la competitividad, diversificación e innovación de los destinos y productos turísticos con base en los principios de la sostenibilidad.

Para fortalecer la competitividad, la diversificación e innovación de los destinos y productos turísticos se establecen las siguientes consideraciones:

<p>El potencial de recursos y destinos para el turismo en el estado de México es enorme.</p>	<p>La situación coyuntural que se enfrenta de limitación de recursos, cambios gubernamentales estatales y municipales y la necesidad de reactivación turística en un contexto de post pandemia, genera escenarios complejos que requieren definir prioridades y metas en el corto, mediano y largo plazo.</p>	<p>Por ello, se han determinado los siguientes niveles de destinos turísticos con base en su tipología, principales características y recomendación estratégica.</p>
--	---	--

Objetivo estratégico 4. Impulsar la competitividad, diversificación e innovación de los destinos y productos turísticos con base en los principios de la sostenibilidad.

Cluster	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 3. Destinos en fase de madurez			
<p>Toluca</p>	<p>Macrocentro turístico en fase de desarrollo cercano a la consolidación. Reúne características de un centro turístico, tanto de estadía como de distribución.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Destinos con funcionamiento de su sistema turístico, mantiene afluencia de turistas y visitantes, con flujo turístico irregular. • Productos y atractivos turísticos actuales y potenciales que es necesario mejorar la calidad y competitividad. Posicionamiento turístico nacional requiere de mayor promoción. • Adecuada infraestructura de comunicaciones, transporte terrestre, posible aéreo, con potencial de fortalecerse. • Zonas comerciales, infraestructura básica, servicios públicos y tecnológicos apropiados. • Mejorable profesionalización de los actores de la cadena turística. • Requiere acompañamiento y coordinación del organismo estatal con los gobiernos municipales. 	<p>Acompañamiento y transferencia de competencias, manteniendo liderazgo en proyectos emblemáticos. Impulso a la creación de una DMO con participación pública privada.</p>
<p>Zona arqueológica de Teotihuacán (PH)</p>	<p>Centro cercano a la consolidación. Requiere de la actuación pública-privada para consolidarlo y estancamiento o declive. Tiene características de un centro turístico de excursión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Destino con oferta y demanda turística, mantiene flujos de turistas y visitantes, con posicionamiento turístico nacional e internacional. • Con condiciones mejorables de innovación y profesionalización de los actores de la cadena turística y en la infraestructura básica, turística, de comunicaciones, transporte y seguridad. • Requiere del acompañamiento y coordinación estrecha del organismo estatal de turismo con el gobierno federal y los gobiernos municipales. 	<p>Cuenta con valor estratégico para el turismo estatal y nacional, su atención debe desarrollarse en coordinación cercana con el gobierno federal y municipales.</p>

Cluster	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 2. Destinos en fase de desarrollo			
Valle de Bravo (PM)	<p>Centro en desarrollo hacia su consolidación.</p> <p>Requiere de la actuación pública-privada para consolidarlo</p> <p>Tiene características de un centro turístico de estadía y excursión.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En funcionamiento su sistema turístico, mantiene afluencia de turistas y visitantes, con flujos turísticos irregulares. • Productos y atractivos turísticos actuales y potenciales que es necesario mejorar la calidad y competitividad. Posicionamiento turístico nacional y reducido internacional, con acciones de promoción. • Adecuada infraestructura de comunicaciones, mejorable el transporte terrestre, con potencial de fortalecerse sobre todo en el desarrollo e innovación de productos y servicios turísticos. • Con infraestructura básica, servicios públicos y mejorables los tecnológicos. • Mejorables condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. 	Acompañamiento y coordinación del organismo estatal de turismo con el gobierno municipal.
Ixtapan de la Sal (PM)	<p>Centro turístico de estadía y excursión que se encuentra en proceso de desarrollo hacia su consolidación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Centro turístico con su sistema turístico funcionando, con infraestructura básica y turística y servicios públicos, con menor afluencia regional y nacional principalmente que en el nivel anterior, con potencialidad para mejorar su posicionamiento y oferta turística en menor tiempo. • Requiere del fortalecimiento de su oferta turística, sofisticación en el desarrollo de productos y servicios turísticos, • Necesaria la profesionalización de los prestadores de servicios y mayores esfuerzos de promoción para avanzar al siguiente nivel. 	Acompañamiento y coordinación del organismo estatal de turismo y el gobierno municipal.
Malinalco (PM)	<p>Centro turístico de estadía y excursión en fase de crecimiento rumbo a la madurez, con potencial de desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En funcionamiento su sistema turístico, mantiene afluencia de turistas y visitantes, aunque con flujos turísticos irregulares. • Productos y atractivos turísticos actuales y potenciales que es necesario diversificar y mejorar la calidad y competitividad. Posicionamiento turístico nacional y reducido internacional, con acciones de promoción que requiere incrementar. • Mejorable su infraestructura de comunicaciones, transporte terrestre turístico, desarrollo e innovación de productos y servicios turísticos, infraestructura básica, servicios públicos y tecnológicos. • Mejorables condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. • Requiere acompañamiento y coordinación del organismo estatal de turismo al gobierno municipal. 	Acompañamiento, y coordinación del organismo estatal al gobierno municipal.

<i>Cluster</i>	<i>Tipología</i>	<i>Principales características</i>	<i>Recomendación estratégica</i>
Nivel 2. Destinos en fase de desarrollo			
Ciudades industriales Tlalnepantla Naucalpan	Centros de estadía y excursión con potencial de desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> •Centros con propiedades similares, con adecuada infraestructura de comunicaciones, transporte terrestre y aéreo (AICM). •Cuenta con zonas comerciales, infraestructura básica, servicios públicos y tecnológicos apropiados. •Como grandes ciudades con vocación industrial los perfila para el desarrollo potencial de segmentos como el turismo de reuniones, con énfasis en las reuniones individuales. •Requiere del desarrollo de productos, profesionalización de los actores turísticos, fortalecimiento y adaptación de la oferta turística y servicios, posicionamiento turístico y acciones de promoción. Requiere de Intervención del organismo estatal y los gobiernos municipales, así como el sector empresarial. 	Acompañamiento y direccionamiento de la oficina estatal de turismo en coordinación con los gobiernos municipales.
Nivel 1. Destinos en fase de introducción			
Chalma (Malinalco (PM) y Ocuilán)	Centro turístico de excursión en etapa de introducción en proceso hacia su desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> •Centro turístico de excursión que cuenta aún con limitada infraestructura básica y turística y servicios públicos, limitada calidad y acceso carretero y de transporte público para turistas en la zona de influencia. •Con relevante posicionamiento y significativa afluencia de visitantes sin pernocta, con destacado potencial de desarrollo. •Requiere un plan de mejora del equipamiento de las zonas alrededor del santuario, ordenamiento del comercio y fortalecimiento de las rutas de acceso terrestre, infraestructura básica y turística, desarrollo de productos e información y promoción turística para avanzar al siguiente nivel. 	Acompañamiento, y coordinación estrecha del organismo estatal con los dos gobiernos municipales para el diseño y ejecución del plan de mejora.
Tepetzotlán (PM)	Centro turístico de excursión con potencial para convertirse en centro de estadía por su ubicación, se considera en fase de introducción hacia su desarrollo, con potencial de crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> •Mantiene afluencia de visitantes, con flujos turísticos irregulares. •Cuenta con productos y atractivos turísticos con potencial de diversificarlos a otros segmentos turísticos, requiere mejorar la calidad de servicios y productos. •Con posicionamiento turístico regional y nacional, reducido el internacional, pero con potencial de crecimiento. •Requiere ampliar las acciones de promoción. •Mejorable la profesionalización de los actores de la cadena turística. 	Acompañamiento y coordinación del organismo estatal con el gobierno municipal.

<p>Aculco (PM)</p>	<p>Centro turístico de excursión con potencial para convertirse en centro de estadía por su ubicación, se considera en fase de introducción con potencial de crecimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con limitada infraestructura básica y turística y servicios públicos, • Con menor afluencia de turistas de tipo regional sobre todo que en el nivel anterior, • Tiene potencialidades para mejorar su posicionamiento turístico y el fortalecimiento de su oferta, en general de su sistema turístico, infraestructura básica y turística, • Requiere información turística y promoción para avanzar al siguiente nivel. 	<p>Acompañamiento de la oficina estatal de turismo en coordinación con los gobiernos municipales.</p>
<p>El Oro (PM)</p>	<p>Centro turístico de excursión, se considera en fase de introducción con potencial de crecimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Centro turístico que cuenta con limitada infraestructura básica y turística y servicios públicos, con menor afluencia que en el nivel anterior, sobre todo regional y nacional, con potencialidad para mejorar su posicionamiento y la calidad de la oferta de segmentos y productos en el corto plazo. • Requiere del fortalecimiento de su sistema turístico, profesionalización de los prestadores de servicios, mejoramiento de la oferta, infraestructura básica y turística, información turística, y mayor promoción para avanzar al siguiente nivel. 	<p>Acompañamiento de la oficina estatal de turismo en coordinación con el gobierno municipal.</p>
<p>Villa del Carbón (PM)</p>	<p>Centro turístico de excursión, con potencial para convertirse de estadía, se considera en fase de introducción hacia su desarrollo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Centro turístico que cuentan con limitada infraestructura básica y turística y servicios públicos. • Registra menor afluencia que en el nivel anterior, sobre todo regional y nacional. • Con potencialidad para mejorar su posicionamiento y la calidad de la oferta de segmentos y productos en el corto plazo. • Requiere del fortalecimiento de su de su sistema turístico, profesionalización de los prestadores de servicios, mejoramiento de la oferta, infraestructura básica y turística, información turística, y mayor promoción para avanzar al siguiente nivel. 	<p>Acompañamiento de la oficina estatal de turismo en coordinación con el gobierno municipal.</p>

Objetivo 4. Impulsar la competitividad, diversificación e innovación de los destinos y productos turísticos con base en los principios de la sostenibilidad.

Estrategia	Acciones estratégicas generales	Alineado ODS
<p>4.1. Avanzar hacia la consolidación de destinos turísticos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Consensar y desarrollar una serie de programas, con la coordinación entre los diversos sectores y la obtención de recursos para su ejecución. • Fomento de mecanismos de financiamiento para la ejecución de acciones y proyectos relevantes para la consolidación de los destinos clasificados en los niveles 3 y 2 con la banca de desarrollo y comercial. • Coordinar con el gobierno federal las acciones necesarias para el desarrollo de proyectos estratégicos, que requieran de su competencia. 	<p>Objetivos 8, 9, 11, 12, 17</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar un amplio programa de inducción y profesionalización turística para los gobiernos municipales. • Impulsar una campaña para mejora de la competitividad empresarial, para diversificar y mejorar la calidad (sofisticación) de los productos, instalaciones y servicios turísticos. • Elaborar un programa de intervención para el desarrollo de los destinos clasificados en los niveles 1 y 2 en coordinación con los gobiernos municipales. • Determinar el portafolio de acciones para la preparación de los materiales y guías para el apoyo de los destinos con niveles 2 y principalmente 1. 	
	Acciones estratégicas	
Toluca	<p>4.1.1. Impulsar el segmento de turismo de reuniones, con el fin aprovechar los centros de convenciones existentes y toda la infraestructura urbana y turística y servicios de la ciudad.</p> <p>4.1.2. Impulsar la reactivación del Aeropuerto Internacional de Toluca para restablecer la conectividad aérea hacia nichos y mercados regionales, nacionales e internacionales estratégicos y como parte del sistema de aeropuertos del Valle de México.</p> <p>4.1.3. Fortalecer la diversidad y calidad de la oferta de entretenimiento, experiencias y productos turísticos culturales y de naturaleza bajo los principios de la sostenibilidad e inclusivos que contribuyan a incrementar la estadia y flujos turísticos.</p> <p>4.1.4. Promover la diversificación y desarrollo de segmentos y productos como el turismo de compras, turismo deportivo, turismo urbano o City breaks.</p> <p>4.1.5. Fortalecer las acciones de promoción y comercialización de la producción artesanal (centro artesanal, ferias, concursos).</p> <p>4.1.6. Impulsar un programa de fortalecimiento de la infraestructura urbana y turística, equipamiento y la movilidad hacia rutas y zonas turísticas cercanas, ante la próxima operación del tren interurbano México-Valle de Toluca, en coordinación con las dependencias correspondientes, los gobiernos municipales y el sector privado.</p> <p>4.1.7. Elaborar un portafolio de proyectos detonadores en las zonas del corredor, en función del tren interurbano México – Valle de Toluca.</p> <p>4.1.8. Valorar y en su caso impulsar la creación de una DMO del Valle de Toluca con la participación pública- privada, con el propósito de contribuir al fomento de los viajes, eventos, convenciones, en coordinación con la oficina estatal de turismo, el Consejo Consultivo, el sector empresarial y los gobiernos municipales.</p> <p>4.1.9. Potenciar el trabajo de promoción y marketing digital de los destinos y productos turísticos, así como un programa de relaciones públicas para mejorar la imagen de las ciudades.</p> <p>4.1.10. Impulsar un programa de seguridad para el turismo en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p>	Objetivos 8, 9 11, 12, 17
	Acciones estratégicas	
Zona arqueológica de Teotihuacán (PH) (San Juan Teotihuacán (PM) y San Martín de las	<p>4.1.11. Establecer un programa de rehabilitación, que integre acciones como ordenamiento del comercio ambulante, mejoramiento de la calidad de los servicios y ampliación de las actividades y oferta turística de la región, en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p>	Objetivos 8, 9, 11, 12, 17

<p>Pirámides (PM))</p>	<p>4.1.12. Impulsar los esquemas de comercialización y promoción de la zona arqueológica y la región en nichos y mercados estratégicos a nivel regional, nacional e internacional.</p> <p>4.1.13. Fomentar la exhibición y comercialización de artesanías mexiquenses en la zona arqueológica y en la región, a través de centros y tiendas artesanales.</p> <p>4.1.14. Promover programas de actividades y eventos turístico – culturales de forma periódica.</p> <p>4.1.15. Promover la mejora en la movilidad, rutas y transporte terrestre de calidad y seguras.</p>	
<p>Estrategia</p>	<p>Acciones estratégicas generales</p>	<p>Alineado ODS</p>
<p>4.2. Diversificación de los destinos turísticos.</p>	<p>4.2.1. Elaborar un programa de acompañamiento e intervención para el desarrollo turístico y proyectos detonadores de los destinos del nivel 1 y 2 para coadyuvar en el despegue socioeconómico de estas poblaciones que incluya acciones sobre cultura turística y sensibilización a la comunidad, capacitación y calidad para prestadores de servicios, propuestas de mejora de imagen urbana, equipamiento e infraestructura básica y turística, lineamientos para la promoción, en coordinación con los gobiernos municipales y las organizaciones empresariales.</p> <p>4.2.2. Promover los programas de ordenamiento turístico y zonas con interés turístico para la construcción de oferta turística, desarrollo de infraestructura básica y turística, para los destinos de los niveles 1 y 2.</p> <p>4.2.3. Promover la regularización de la tenencia de la tierra en las zonas con vocación turística, para los destinos de los niveles 1 y 2 en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p> <p>4.2.4. Promover un programa de mejoramiento de la movilidad, interconectividad terrestre entre y dentro de las regiones y principales destinos del estado en coordinación con los gobiernos municipales.</p> <p>4.2.5. Impulsar un programa señalización turística en las vías carreteras y dentro de los destinos turísticos.</p> <p>4.2.6. Promover un programa de seguridad pública y turística en los destinos turísticos.</p>	<p>Objetivos 8, 9, 11, 12</p>
<p>4.3. Promover la sostenibilidad como principio fundamental del modelo de desarrollo turístico del Estado de México.</p>	<p>4.3.1. Promover un programa de divulgación y estímulos para la incorporación al modelo de desarrollo sostenible de los destinos y empresas del sector turístico, en coordinación con las dependencias competentes, las organizaciones empresariales, los gobiernos municipales y la academia.</p> <p>4.3.2. Establecer un esquema de medición de los indicadores de sostenibilidad por destino turístico, aplicarlo y evaluarlo periódicamente, en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p> <p>4.3.3. Impulsar un programa de uso de energías limpias en las empresas y destinos turísticos en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p> <p>4.3.4. Generar información didáctica y difusión en materia de buenas prácticas de la sostenibilidad para las empresas y destinos del sector en coordinación con las dependencias correspondientes y la academia.</p> <p>4.3.5. Fomentar la atención de los planes de manejo de las ANP’s y parques ecoturísticos de las zonas turísticas del estado para el desarrollo de productos, en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p>	<p>Objetivos 8, 9, 11, 12</p>

Objetivo estratégico 5. Fomentar la participación de la comunidad en el desarrollo turístico y artesanal y en los beneficios que de este se deriven.		
<p>5.1. Fomentar la generación de actividades productivas y artesanales en las comunidades.</p>	<p>5.1.1. Elaborar un programa de identificación de las comunidades con recursos turísticos actuales o potenciales para incorporarse a la economía turística en coordinación con las dependencias competentes y los gobiernos municipales.</p> <p>5.1.2. Promover la generación de Mipymes turísticas en las comunidades con vocación turística y producción artesanal en las diversas regiones del estado.</p> <p>5.1.3. Establecer un programa de empleo turístico con prioridad para los habitantes locales, jóvenes y mujeres en coordinación con las dependencias competentes, el sector empresarial y los gobiernos municipales.</p> <p>5.1.4. Elaborar un programa de incubación y emprendimiento de empresas turísticas sostenibles considerando el perfil de la comunidad, en coordinación con las dependencias competentes y el sector empresarial.</p> <p>5.1.5. Apoyar con acciones de capacitación de calidad en áreas administrativas y puestos de las Mipymes turísticas de las comunidades, en coordinación con las dependencias competentes y la academia.</p>	<p>Objetivos 5, 8, 10, 11, 12</p>
<p>5.2. Concientizar a la población y los sectores público y privado municipal sobre los beneficios del turismo.</p>	<p>5.2.1. Realizar campañas permanentes de cultura turística y capacitación de la sostenibilidad para la población de las comunidades potenciales de incorporarse al programa.</p> <p>5.2.2. Promover la participación de las comunidades en el desarrollo turístico de los destinos del estado.</p> <p>5.2.3. Realizar talleres de concientización para las autoridades municipales sobre la importancia y beneficios del turismo.</p>	<p>Objetivos 5, 8, 10, 11, 12</p>
<p>5.3. Apoyar la comercialización y promoción de los productos distintivos del estado.</p>	<p>5.3.1. Diseñar y operar una campaña para la promoción y comercialización de los principales productos turísticos y artesanales distintivos del estado.</p> <p>5.3.2. Elaborar un programa de capacitación técnica y comercialización para los artesanos del estado.</p> <p>5.3.3. Asegurar la inclusión de la oferta de productos distintivos y artesanales de las comunidades en el portal turístico del estado.</p> <p>5.3.4. Impulsar la participación de artesanos, productores turísticos y gastronómicos locales en ferias y eventos turísticos regionales, nacionales e internacionales.</p> <p>5.3.5. Establecer ferias artesanales en los destinos turísticos y el premio estatal de artesanía.</p>	<p>Objetivos 5, 8, 10, 11, 12</p>

Anexo 1.

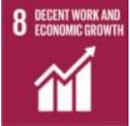
Contribución del turismo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. ²⁸

El turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos los objetivos. Concretamente, se ha incluido en algunas de las metas de los objetivos 8, 12 y 14 relacionados respectivamente con el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

El turismo sostenible tiene una posición firme en la Agenda 2030, pero para cumplir esta agenda hace falta un marco de aplicación claro, una financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructuras y recursos humanos.

	<p>OBJETIVO 1: FIN DE LA POBREZA</p>	<p>Siendo uno de los sectores económicos con mayores dimensiones del mundo, y uno de los que registra un crecimiento más rápido, el turismo se encuentra en una buena posición para fomentar el crecimiento económico y el desarrollo a todos los niveles y aportar ingresos mediante la creación de empleo. El desarrollo del turismo sostenible, y su incidencia en las comunidades, puede vincularse con los objetivos nacionales de reducción de la pobreza, con los relacionados con la promoción del emprendimiento y los pequeños negocios, y con el empoderamiento de los grupos menos favorecidos, en particular las mujeres y los jóvenes.</p>
	<p>OBJETIVO 2: HAMBRE CERO</p>	<p>El turismo puede estimular la productividad agrícola al promover la producción, el uso y la venta de productos locales en los destinos turísticos y su plena integración en la cadena de valor del sector. Además, el Agroturismo, un segmento en crecimiento, puede complementar las actividades agrícolas tradicionales. El crecimiento de los ingresos en las comunidades locales puede conducir a una agricultura más resiliente y a la vez aportar valor a la experiencia turística.</p>
	<p>OBJETIVO 3: SALUD Y BIENESTAR</p>	<p>La contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo también puede tener un efecto colateral en la salud y el bienestar. La entrada de divisas y los impuestos procedentes del turismo pueden reinvertirse en atención y servicios de salud, lo cual debería contribuir, entre otras cosas, a mejorar la salud maternal, reducir la mortalidad infantil y prevenir enfermedades.</p>
	<p>OBJETIVO 4: EDUCACIÓN DE CALIDAD</p>	<p>Para que el turismo prospere hace falta una fuerza de trabajo debidamente formada y competente. El sector puede aportar incentivos para invertir en educación y en formación profesional y ayudar a la movilidad laboral a través de acuerdos transfronterizos sobre cualificaciones, estándares y certificaciones. En particular, los medios dedicados a la educación deberían beneficiar a los jóvenes, las mujeres, las personas mayores, los pueblos indígenas y las personas con necesidades especiales, ya que el turismo tiene la capacidad de promover la inclusividad, los valores de una cultura de tolerancia y de paz así como la interactividad de la ciudadanía a escala global.</p>
	<p>OBJETIVO 5: IGUALDAD DE GÉNERO</p>	<p>El turismo puede empoderar a las mujeres de múltiples formas, y en particular mediante la provisión de puestos de trabajo y oportunidades de generación de ingresos en empresas, grandes, medianas y pequeñas, relacionadas con el turismo. Siendo uno de los sectores con un mayor porcentaje de mujeres empleadas y emprendedoras, el turismo puede servir para liberar el potencial de las mujeres y ayudarlas a participar plenamente y a emanciparse en todos los ámbitos de la sociedad.</p>

²⁸ Objetivos relacionados y contribuciones del turismo de acuerdo con información de la Organización Mundial del Turismo (OMT). <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>.

	<p>OBJETIVO 6: AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO</p>	<p>El turismo puede desempeñar un papel crucial para lograr el acceso al agua y la seguridad, así como la higiene y el saneamiento para todos. El uso eficiente del agua en el sector turístico, unido a medidas de seguridad apropiadas, gestión de aguas residuales, control de la contaminación y eficiencia tecnológica, pueden ser clave para salvaguardar nuestros recursos más preciados.</p>
	<p>OBJETIVO 7: ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE</p>	<p>Siendo un sector que requiere una aportación energética sustancial, el turismo puede acelerar el cambio hacia las energías renovables e incrementar su cuota en la matriz energética mundial. Por consiguiente, al promover unas inversiones sólidas y a largo plazo en fuentes de energía sostenibles, el turismo puede ayudar a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, mitigar el cambio climático e implantar soluciones energéticas nuevas e innovadoras en áreas urbanas, regionales y remotas</p>
	<p>OBJETIVO 8: TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	<p>El turismo es una de las fuerzas motrices del crecimiento económico mundial y actualmente responsable por creación de 1 de cada 11 puestos de trabajo. Dando acceso a oportunidades de trabajo decente en el sector turístico, la sociedad, y en particular los jóvenes y las mujeres, puede beneficiarse de la mejora de las capacidades y del desarrollo profesional. La contribución del sector a la creación de empleo se reconoce en la meta 8.9: «Hasta 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales».</p>
	<p>OBJETIVO 9: INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA</p>	<p>El desarrollo del turismo necesita infraestructuras públicas y de origen privado de calidad y un entorno innovador. El sector puede también incentivar a los gobiernos nacionales para que renueven sus infraestructuras y modernicen sus industrias, haciéndolas más sostenibles, más eficientes en términos de empleo de recursos y más limpias, ya que todo ello puede ser una forma de atraer a los turistas y a otras fuentes de inversión extranjera. Todo ello debería facilitar además una industrialización más sostenible, algo necesario para el crecimiento económico, el desarrollo y la innovación. development and innovation</p>
	<p>OBJETIVO 10: REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>	<p>El turismo puede ser una poderosa herramienta de progreso comunitario y reducción de la desigualdad si involucra en su desarrollo a la población local y a todos los agentes clave. El sector puede contribuir a la renovación urbana y al desarrollo rural, y a reducir los desequilibrios regionales, brindando a las comunidades la oportunidad de prosperar en su lugar de origen. El turismo es también un medio efectivo para que los países en desarrollo participen en la economía mundial. En 2014, los países menos adelantados (PMA) recibieron 16.400 millones de dólares de los EE.UU. en exportaciones derivadas del turismo internacional, cifra que suponía 2.600 millones de dólares en el año 2000. Este considerable aumento ha convertido al turismo en un importante pilar de sus economías (constituyendo el 7% del total de exportaciones) y ha ayudado a algunos a superar la condición de PMA</p>
	<p>OBJETIVO 11: CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>	<p>Una ciudad que no está acondicionada para sus ciudadanos no lo está para los turistas. El turismo sostenible tiene la capacidad de mejorar las infraestructuras urbanas y la accesibilidad universal, de promover la regeneración de áreas en decadencia y de preservar el patrimonio cultural y natural, activos de los que depende el turismo. Una mayor inversión en infraestructura verde (transportes más eficientes, menor contaminación del aire, conservación de los sitios del patrimonio y espacios abiertos, etc.) debería dar como resultado unas ciudades más inteligentes y verdes de las que podrían beneficiarse no sólo sus habitantes, sino también los turistas.</p>

	<p>OBJETIVO 12: PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLE</p>	<p>Un sector turístico que adopta prácticas de consumo y producción sostenibles puede tener un papel significativo en la transición hacia la sostenibilidad. Para ello, tal como se señala en la meta 12.b del objetivo 12, es imprescindible «Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales». El programa de turismo sostenible del marco decenal de programas sobre modalidades de consumo y producción sostenibles (10YFP) aspira a desarrollar esas prácticas del programa de desarrollo sostenible, que incluirán iniciativas de uso eficiente de los recursos que redundarán en unos mejores resultados económicos, sociales y ambientales.</p>
	<p>OBJETIVO 13: ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	<p>El turismo contribuye al cambio climático y a la vez se ve afectado por el mismo. Por ello, redundando en el propio interés del sector que éste tenga un papel protagonista en la respuesta global al cambio climático. Reduciendo el consumo de energía y utilizando fuentes renovables, especialmente en el sector del transporte y el alojamiento, el turismo puede ayudar a abordar uno de los retos más apremiantes de nuestra época.</p>
	<p>OBJETIVO 14: VIDA SUBMARINA</p>	<p>El turismo costero y marítimo, el mayor segmento turístico, especialmente para los pequeños estados insulares en desarrollo (PEID), depende de unos ecosistemas marinos saludables. El desarrollo del turismo debe formar parte de una ordenación integrada de las zonas costeras a fin de ayudar a conservar y preservar unos ecosistemas marinos frágiles y servir de vehículo para promover la economía azul, en consonancia con la meta 14.7: «Hasta 2030 aumentar los beneficios económicos que los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo».</p>
	<p>OBJETIVO 15: VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES</p>	<p>Disfrutar de paisajes majestuosos, bosques indemnes, una biodiversidad abundante y enclaves clasificados como patrimonio natural es a menudo una de las principales razones para que los turistas visiten un destino. El turismo sostenible puede desempeñar un papel importante, no sólo en la conservación y la preservación de la biodiversidad, sino también en el respeto de los ecosistemas terrestres, debido a sus esfuerzos por reducir los residuos y el consumo, la conservación de la flora y la fauna autóctonas, y las actividades de sensibilización.</p>
	<p>OBJETIVO 16: PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS</p>	<p>Puesto que el turismo está hecho de miles de millones de encuentros entre personas de contextos culturales diversos, el sector puede fomentar la tolerancia y el entendimiento multicultural e interconfesional, asentando así los cimientos de sociedades más pacíficas. El turismo sostenible, que beneficia e involucra a las comunidades locales, puede también constituir un medio de vida, reforzar la identidad cultural y fomentar actividades empresariales, ayudando así a evitar la violencia y el conflicto y a consolidar la paz en sociedades que han vivido un conflicto reciente.</p>
	<p>OBJETIVO 17: ALIANZA PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>	<p>Debido a su naturaleza intersectorial, el turismo tiene la capacidad de reforzar las asociaciones público-privadas y de involucrar a múltiples agentes interesados – internacionales, nacionales, regionales y locales – para trabajar conjuntamente con el fin de alcanzar los ODS y otros objetivos comunes. Efectivamente, la cooperación y las asociaciones público-privadas son un fundamento necesario y esencial para el desarrollo del turismo, como lo es también una mayor sensibilidad respecto al papel del turismo en el cumplimiento de la agenda para el desarrollo después de 2015.</p>

ATENAMENTE.- LCDA. MARÍA MARCELA GONZÁLEZ SALAS Y PETRICIOLI.- SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO.- RÚBRICA.