

Turismo

Secretaría de Turismo



PROSECTOR 2025 -2030

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO



Turismo

Secretaría de Turismo







Mensaje de la Secretaria de Turismo

Bajo el liderazgo de la Presidenta de México, la Doctora Claudia Sheinbaum Pardo, hemos trazado la ruta nacional para la transformación y modernización del sector turístico mexicano, a través de la elaboración del presente Programa Sectorial de Turismo, documento rector que marca los objetivos y las estrategias para contribuir mediante acciones concretas al bienestar social y al desarrollo regional, persiguiendo como meta última la Prosperidad Compartida. Su contenido es fruto del interés, la aportación y colaboración del sector turístico, que permitió ver las oportunidades e identificar los retos.

México ocupa un lugar importante en el escenario turístico global, por su grandeza y por todas sus cualidades, fortalezas, tesoros y capacidades. Por ello, se ha definido al Turismo como un sector prioritario en el desarrollo y en la construcción de un país más justo, a través de un modelo cuyos principios están arraigados en el Humanismo mexicano, y en los tres pilares de la sostenibilidad: el económico, social y ambiental.

Históricamente, el modelo turístico ha sido un motor de desarrollo concentrado en algunas zonas del país, pues se ha basado en la creación de destinos de sol y playa. Sin embargo, México cuenta con muchas maravillas turísticas por descubrir y por conocer en cada rincón de su territorio, cuyo valor hoy se reconoce e impulsa a través de la política de turismo comunitario, con el propósito de fortalecer la diversidad de experiencias y promover un crecimiento responsable y sostenible.

Hoy, México da pasos firmes y avanza para estar entre las cinco potencias turísticas del mundo y ser reconocido como parte de los líderes mundiales en la materia. Con la colaboración de todos —comunidades, sector privado, gobierno y visitantes— haremos del turismo una fuerza que inspira, conecta y transforma, construyendo un futuro vibrante y resiliente para nuestro país.



Sólo uniendo fuerzas se puede amplificar y distribuir mejor los beneficios derivados de su generoso efecto multiplicador, combatiendo la desigualdad y promoviendo la inclusión y bienestar de todas y todos los mexicanos, garantizando “que nadie se quede atrás”.

De esta forma, buscamos detonar todo el potencial para impulsar el desarrollo social y económico en las zonas menos favorecidas, donde nuestros pueblos originarios y afromexicanos son guardianes y herederos de una invaluable riqueza biocultural, gastronómica y territorial.

Avanzar hacia un modelo más inclusivo y sostenible, será posible fortaleciendo las alianzas estratégicas en el sector para tender puentes que nos permitan proyectar a nuestro país más allá de nuestras fronteras. Hoy nos motiva y nos impulsa a diario la visión de innovación, la formación y la capacitación para potenciar la calidad y competitividad necesaria para lograr estos objetivos.

Sirva el presente documento para guiar los siguientes pasos a las necesidades, los recursos y la vocación turística de cada estado de la República. Que sea el PROSECTUR 2025-2030 el faro que nos conduzca para posicionar a México como una potencia turística global y convertirnos en el quinto país más visitado del mundo.

Lic. Josefina Rodríguez Zamora
Secretaria de Turismo del Gobierno de México





Imagen 2. Espectáculo con Charreada en Xcaret, Riviera Maya, Quintana Roo, México.



1. Índice

1. Índice.....	7
2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa.....	8
3. Siglas y acrónimos.....	9
4. Fundamentonormativo.....	11
5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo.....	16
6. Objetivos.....	46
6.1. Relevancia del objetivo 1: <i>Fomentar el desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas</i>	48
6.2. Relevancia del objetivo 2: <i>Promover la atracción de inversiones en infraestructura turística en estados y municipios</i>	50
6.3. Relevancia del objetivo 3: <i>Desarrollar la política y gobernanza turística en beneficio del sector turístico nacional</i>	52
6.4. Relevancia del objetivo 4: <i>Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico</i>	54
6.5. Relevancia del objetivo 5: <i>Promover la sostenibilidad en destinos y productos turísticos en el territorio nacional</i>	58
6.6. Relevancia del objetivo 6: <i>Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional</i>	60
6.7. <i>Vinculación de los objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2025-2030</i>	63
7. Estrategias y líneas de acción.....	64
8. Indicadores y metas.....	98
9. Anexo1.....	120
10. Anexo2.....	123



2. Señalamiento del origen de los recursos del Programa

La totalidad de las acciones que se consideran en el Programa, incluyendo aquellas correspondientes a sus objetivos, estrategias y líneas de acción, así como las labores de coordinación interinstitucional para la instrumentación de dichas acciones, el seguimiento, reporte y rendición de cuentas de las mismas, se realizarán con cargo a los recursos aprobados a los ejecutores de gasto participantes en el Programa, en el Decreto de Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio respectivo.



3. Siglas y acrónimos

AFAC: Agencia Federal de Aviación Civil

ANP: Áreas Naturales Protegidas

APF: Administración Pública Federal

Agenda 2030: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible

BTB: Mejores Pueblos del Turismo (por sus siglas en inglés: *Best Tourism Villages*)

CONABIO: Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad

CPEUM: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

CSTM: Cuenta Satélite del Turismo de México

DATATUR: Sistema Nacional de Estadística Turística

DTC: Destinos de Turismo Comunitario

EVI: Encuestas de Viajeros Internacionales

FIFA: Federación Internacional de Fútbol Asociación

FONATUR: Fondo Nacional de Fomento al Turismo

IED: Inversión Extranjera Directa

INEGI: Instituto Nacional de Estadística Geográfica

INSTO: Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible, (por sus siglas en inglés: *International Network of Sustainable Tourism Observatories*)

MDD: Millones de dólares estadounidenses

MIPyMES: Micro, Pequeñas y Medianas Empresas

NOM: Norma Oficial Mexicana

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

ODS: Objetivos de Desarrollo Sostenible



ONU: Organización de las Naciones Unidas

ONU Turismo: Organización Mundial del Turismo

OTS: Observatorios Turísticos Sostenibles

PIB: Producto Interno Bruto

PND: Plan Nacional de Desarrollo

PROSECTUR 2025-2030: Programa Sectorial de Turismo 2025-2030

PSTC: Prestadores de Servicios de Turismo Comunitario

RAT: Resultados de la Actividad Turística

RNC: Red Nacional de Caminos

RNT: Registro Nacional de Turismo

SNCT: Sistema Nacional de Certificación Turística

SNE: Servicio Nacional de Empleo

TTDI: Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo

TUA: Tarifa de Uso de Aeropuerto

UNESCO: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

WEF: Foro Económico Mundial (por sus siglas en inglés, *World Economic Forum*)



4. Fundamento normativo

Es propósito de la actual administración del Gobierno de México impulsar el turismo como un sector prioritario, dentro del Eje General 3 del Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2025 - 2030: “Economía moral y trabajo”, que consiste en “Fomentar el desarrollo turístico para promover un crecimiento regional y comunitario sostenible, garantizando una distribución equitativa de sus beneficios”.

Es necesario referir que el Programa Sectorial de Turismo (PROSECTUR), al ser el documento rector de la política turística, tiene sustento en los siguientes ordenamientos del marco jurídico federal:



Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

El PROSECTUR 2025 - 2030 se alinea con lo dispuesto en los Artículos 1º y 25 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que indican que todas las autoridades, en el ámbito de sus competencias, tienen la obligación de promover, respetar, proteger y garantizar los derechos humanos reconocidos en la Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado mexicano sea parte; que el Estado deberá garantizar el desarrollo nacional de manera integral y sustentable, mediante la competitividad, el fomento del crecimiento económico y el empleo y una más justa distribución del ingreso y la riqueza, con pleno respeto a la libertad y la dignidad de los individuos, grupos y clases sociales. En el apartado A, del artículo 26, se establece que deberá existir un Sistema Nacional de Planeación Democrática del Desarrollo 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

Para la elaboración del PROSECTUR 2025 - 2030 se observaron los principios básicos de la Planeación Nacional del Desarrollo que establecen considerar las propuestas que presentaron las entidades del sector y los gobiernos de las entidades federativas, así como las que derivaron de los ejercicios de participación social.

También se incluye una visión a largo plazo de la política nacional de fomento económico congruente con el Plan. Tal como establecen los Artículos 16, fracción III, de dicho ordenamiento; que menciona que a las dependencias de la Administración Pública Federal (APF) les corresponde: "elaborar los programas sectoriales, considerando las propuestas que, en su caso, presenten las entidades del sector, los órganos constitucionales autónomos, y los gobiernos de las entidades federativas, así como las que deriven de los ejercicios de participación social y de los pueblos y comunidades indígenas interesados"; y el 21 bis, que establece que "[...] Los programas derivados del PND deberán guardar congruencia, en lo que corresponda, con el horizonte de veinte años y la Ley para Impulsar el Incremento Sostenido de la Productividad y la Competitividad de la Economía Nacional" de la Ley de Planeación.



Ley Orgánica de la Administración Pública Federal

Para el logro de estos objetivos, los Artículos 9 y 42 de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal establecen que la Secretaría de Turismo del Gobierno de México debe asumir la responsabilidad de formular el PROSECTUR definiendo las bases del desarrollo de la política turística que operará durante el nuevo periodo del gobierno federal 2025 – 2030.

En este sentido, la Secretaría de Turismo es la Dependencia responsable de coordinar la integración, publicación, ejecución, seguimiento y rendición de cuentas del PROSECTUR 2025 – 2030.

Ley General de Turismo

Indica en su Artículo 2 que se deberán establecer las bases para la política, planeación y programación en todo el territorio nacional de la actividad turística, bajo criterios de beneficio social, sustentabilidad, competitividad y desarrollo equilibrado de los estados, municipios y la Ciudad de México, a corto, mediano y largo plazo.

En este contexto y bajo el amparo de los Artículos 4, 6 y 7 de la misma Ley, se disponen como facultades de la Secretaría de Turismo: formular y conducir la política turística, trabajar de manera coordinada con los tres órdenes de gobierno, para promover e impulsar el desarrollo turístico del país y colaborar con las demás dependencias y entidades de la Administración Pública Federal para impulsar acciones comunes que beneficien al sector, a través de programas y actividades vinculadas con la política turística.

Reglamento de la Ley General de Turismo

A través del Artículo 23 del Reglamento de la Ley General de Turismo, se establecen los objetivos del Programa que incluyen el fortalecimiento del sector turístico a través de esquemas de colaboración y corresponsabilidad, impulsar la promoción turística para contribuir a la diversificación de mercados, fomentar el desarrollo sustentable de los destinos turísticos y ampliar los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras de la afluencia turística, mediante el fortalecimiento de la contribución del turismo a la conservación del patrimonio nacional y a su uso sustentable.



Plan Nacional de Desarrollo 2025 - 2030

El PND 2025 - 2030 es la guía de los objetivos y acciones del Gobierno de México para los próximos años, que consisten en consolidar la transformación del país bajo un modelo de desarrollo con bienestar, justicia social y sustentabilidad.

Es así que el PROSECTUR 2025 - 2030 contribuye al "Eje General 2: Desarrollo con bienestar y humanismo" a través del Objetivo 2.10 y al "Eje General 3: Economía Moral y Trabajo" por medio de los Objetivos 3.5, 3.7 y 3.11, que contienen cuestiones enfocadas a la promoción y fomento del desarrollo turístico. Además, se contribuye en los ejes transversales, T 2.1, T 3.2 y T 3.6.





5. Diagnóstico de la situación actual y visión de largo plazo

El turismo se ha consolidado como un instrumento fundamental para contribuir al desarrollo social y económico en México. La actual administración, en alineación con el PND 2025 - 2030, articula su política turística en torno a principios del Humanismo mexicano como el bienestar del pueblo de México, la justicia y la participación ciudadana. El sector busca contribuir a la Prosperidad Compartida, la igualdad sustantiva y el bienestar, considerando el cuidado ambiental.

Con miras a posicionar al país entre los cinco principales destinos turísticos del mundo, el Plan México 2025–2030 promueve la coordinación estratégica entre instituciones y sectores económicos relacionados con el turismo, fomentando la diversificación hacia nuevas regiones y fortaleciendo el consumo de productos y servicios “Hecho en México”. Esta estrategia, además de generar nuevas oportunidades laborales en el sector, favorecerá el desarrollo de la proveeduría local. El turismo ya genera grandes beneficios económicos, por lo que fomentar el consumo y producción nacional ayudará a traer más rápidamente la Prosperidad Compartida a un mayor número de personas.

La actividad turística nacional, a pesar de su gran dinamismo y resiliencia, enfrenta una competencia global cada vez más intensa y es susceptible a contingencias como fenómenos naturales, crisis económicas, sanitarias y conflictos geopolíticos.



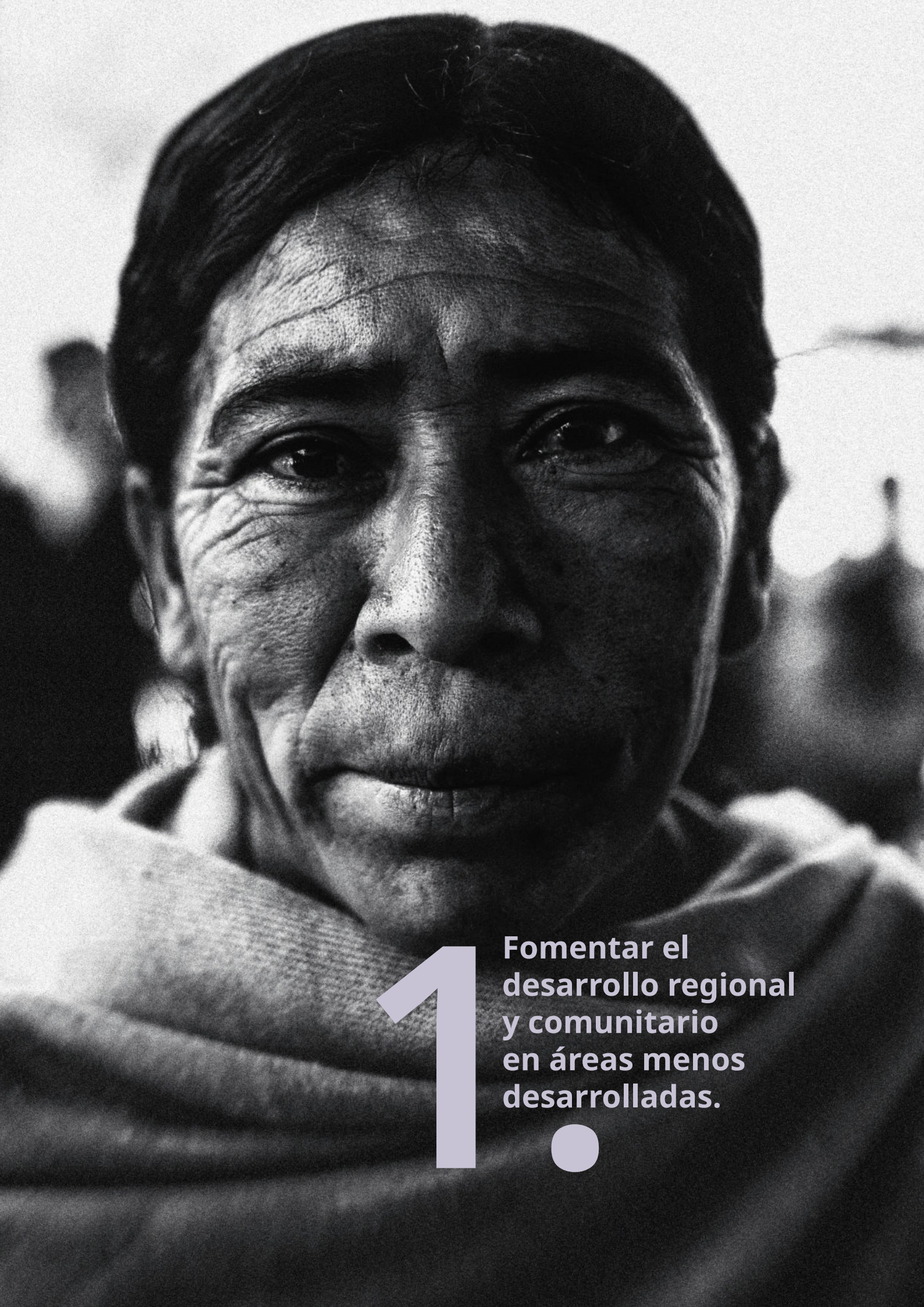
No obstante, cuando se impulsa de manera sistemática y coordinada, el turismo genera beneficios tangibles para la población. Por ello, la Secretaría de Turismo del Gobierno de México promueve un sector innovador, gestionado bajo principios de gobernanza eficaz y coordinada, con el objetivo de alcanzar un posicionamiento internacional que beneficie directamente a la población, tanto en territorios urbanos como rurales.

Con este propósito, el PROSECTUR 2025 - 2030 se establece como el instrumento estratégico para el desarrollo turístico. Su enfoque impulsa el progreso de las regiones, comunidades y población local, con especial atención a quienes participan directamente en el sector, así con un enfoque de turismo comunitario y sostenible a fin de fortalecer el desarrollo y economías al desarrollo de los pueblos y comunidades indígenas y afro mexicanas, fomentando simultáneamente acciones para reducir los impactos negativos en los ecosistemas donde habitan, mediante un enfoque hacia el turismo comunitario.

La razón de ser de este impulso a las regiones es que datos recientes confirman la persistencia de brechas regionales en la distribución de los beneficios turísticos. Entre enero y diciembre de 2024, los aeropuertos que concentraron el mayor número de turistas internacionales fueron Cancún, Ciudad de México, Los Cabos, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tulum y Silao, los cuales, en conjunto, representaron el 92.1% del total de llegadas internacionales. Por otra parte, la ocupación hotelera promedio en destinos de sol y playa fue de 65.8%, frente al 53.6% registrado en ciudades, de acuerdo con los Resultados de la Actividad Turística 2024 (RAT).

Estos datos evidencian la necesidad de transformar el modelo turístico nacional para revertir la histórica concentración de beneficios. Este cambio de paradigma busca potenciar el desarrollo de regiones y poblaciones con vocación turística, facilitando que más visitantes descubran los diversos atractivos del país y que los beneficios del turismo lleguen a más personas. Para lograrlo, es indispensable la participación coordinada de los sectores público, privado y social, así como de los tres órdenes de gobierno: federal, estatal y municipal.

Reconociendo el potencial del turismo para generar bienestar, crecimiento regional y comunitario, así como una distribución equitativa de los beneficios del sector, el PROSECTUR 2025-2030 se concretará mediante los siguientes seis objetivos:



1

Fomentar el
desarrollo regional
y comunitario
en áreas menos
desarrolladas.





México posee un vasto potencial turístico que no se aprovecha plenamente debido a una marcada polarización del sector. Una de las problemáticas centrales a enfrentar es la alta concentración del desarrollo turístico en ciertos destinos del país, lo que genera desigualdad regional, limitando el acceso equitativo a los beneficios del turismo para comunidades con potencial, entre las que se encuentran las que ofrecen los proyectos turísticos desarrollados por los pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas.

Esta situación se agrava porque la inversión, así como los recursos humanos y financieros, se concentran en destinos consolidados de sol y playa, relegando a un segundo plano a comunidades rurales y otras zonas del país con alto potencial de desarrollo turístico. Esta dinámica crea una brecha significativa en el desarrollo regional, donde localidades con una rica diversidad biocultural y atractivos únicos carecen de las oportunidades y la infraestructura necesarias para impulsar el turismo como un verdadero motor de bienestar y desarrollo inclusivo.

Esto implica impulsar un crecimiento equitativo y sostenible que extienda los beneficios del turismo más allá de los destinos tradicionales, fortaleciendo la competitividad del sector y asegurando que las comunidades participen y se beneficien de esta actividad.

Para impulsar un desarrollo regional, equilibrado y equitativo, es necesario fortalecer la articulación entre las comunidades originarias rurales. Ello permitirá construir cadenas de valor que conformen productos turísticos y logren acceder a mercados diversos. Es prioritario abordar la concentración de bienes y factores económicos en algunas ciudades y regiones del país, así como la exclusión, incidencia de segregación social por condiciones geográficas, de educación, actividad económica, origen étnico o género, entre otras, además los que producen la división político-territorial entre estados y municipios.

Asimismo, es oportuno considerar fenómenos globales como la relocalización de empresas, los flujos migratorios, los efectos del cambio climático y desastres naturales (ejemplo, lo sucedido en los municipios de Coyuca de Benítez y Acapulco, en Guerrero, por huracanes), así como problemáticas sociales de índole regional que generan dinámicas desfavorables para la actividad económica y turística.



Existen zonas con acceso limitado a oportunidades, especialmente aquellas con menor inversión y escasos factores de capital para desplegar actividades económicas, incluida la turística. En estas poblaciones, históricamente segregadas del desarrollo y en condiciones de precariedad, marginación y pobreza, es fundamental fomentar actividades económicas sostenibles que trasciendan la subsistencia, promoviendo la actividad turística como motor de bienestar y desarrollo.

Por otra parte, se identifica un aprovechamiento limitado de los instrumentos nacionales e internacionales orientados a la sostenibilidad turística. La participación restringida en iniciativas de la Organización Mundial de Turismo (ONU Turismo), la Agenda 2030 o programas nacionales de organismos como la Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO), disminuye la capacidad de respuesta frente a la degradación de ecosistemas y la pérdida de biodiversidad.

Una gestión inadecuada del turismo puede generar daños irreversibles en hábitat sensibles y especies nativas, así como la pérdida del patrimonio biocultural. El deterioro ambiental reduce la competitividad y el valor turístico, afectando directamente la calidad de vida de las comunidades receptoras, a través de problemas como la contaminación y la presión sobre los servicios públicos. Por consiguiente, es imperativo un compromiso firme con el futuro de la industria turística: la inacción conducirá a un modelo de crecimiento insostenible a largo plazo.

Incluso el Programa de "Pueblos Mágicos", de gran relevancia, requiere de actualizaciones, cabe señalar, que ha sido una iniciativa fundamental para el reconocimiento turístico y el posicionamiento nacional e internacional de poblaciones distintivas por sus atractivos culturales, históricos y gastronómicos. Sin embargo, después de 24 años de operación, requiere una modernización para su fortalecimiento. Esto se debe a problemáticas como el desarrollo turístico integral y sostenible limitado, que restringe su capacidad de generar cohesión social y derrama económica. Es necesario actualizar y adecuar estratégicamente el programa, reforzándolo con elementos de innovación, digitalización, nuevos modelos de promoción y gestión sostenible.

También es necesario impulsar el desarrollo de localidades mediante acciones de mejora en servicios turísticos, gobernanza, identidad y sostenibilidad.



Esto permitirá aprovechar su potencial turístico, elevar la calidad de la experiencia del visitante, fomentar el bienestar social, proteger el medio ambiente y actuar como motor económico. Se implementarán estrategias que integren estos principios para que el turismo contribuya al desarrollo integral.

Se requiere, además, optimizar sus activos turísticos, desarrollar productos turísticos diferenciados e implementar acciones de planeación y promoción para lograr el crecimiento del sector turístico local.

La identidad cultural, histórica o natural que distingue a un “Pueblo Mágico” no siempre se refleja en su narrativa turística, infraestructura o servicios. Esto impacta en su posicionamiento y dificulta su diferenciación, por lo que es necesario fortalecer una identidad local visible y coherente en diversos destinos.

La permanencia en el programa está condicionada al cumplimiento de criterios de fortalecimiento y mejora continua. Las localidades que no se adapten pueden perder su nombramiento, lo que afectaría su visibilidad y apoyo institucional.

El turismo es una de las principales fuentes de ingreso en los “Pueblos Mágicos”. Si los destinos pierden atractivo o calidad, la afluencia de turistas, el gasto turístico y la actividad para los emprendedores locales se reducen. Esto conlleva una pérdida de oportunidades de desarrollo social y económico, con menor generación de empleo, disminución de inversiones e ingresos para los negocios familiares, y un impacto en la calidad de vida de las comunidades que dependen de esta actividad.

El fortalecimiento de la gobernanza entre todos los actores políticos, económicos y sociales es fundamental para la implementación acciones de sostenibilidad turística en los “Pueblos Mágicos”.

Para lograr el fomento del desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas, el sector turístico debe transitar hacia un modelo más inclusivo y sostenible. Esto se logrará poniendo en valor el vasto potencial de nuestras regiones y comunidades y extendiendo equitativamente los beneficios de esta actividad económica. Así, se podrá aprovechar el potencial de todo el territorio nacional para generar prosperidad compartida.

A full-page background image showing a dirt road winding through a rocky, desert-like landscape. The sky is filled with dramatic, colorful clouds in shades of orange, red, and blue, with a crescent moon visible in the upper left. In the distance, a mountain range is silhouetted against the bright horizon.

2.

**Promover la atracción
de inversiones en
infraestructura turística
en estados y municipios.**



La concentración de inversión en infraestructura turística en las regiones con mayor flujo de visitantes, tanto nacionales como extranjeros, ha provocado que estados y municipios con vocación turística con menor afluencia, enfrenten el problema de una baja atracción de inversión pública y privada. Esta situación limita su desarrollo económico y social, impidiendo la diversificación, el pleno desarrollo y la competitividad de su sector turístico.

Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) no suelen ser los principales inversionistas en grandes proyectos de infraestructura (como aeropuertos o grandes carreteras), pero son actores fundamentales en la cadena de valor y en la creación de un ecosistema turístico robusto y atractivo para la inversión.

De acuerdo con datos de la Secretaría de Economía, en 2024 las MIPyMES representaron más del 99.8% del total de empresas en el país. Estas organizaciones reflejan la diversidad sociocultural de México y contribuyen al desarrollo económico y social, favoreciendo el fortalecimiento regional. Sin embargo, enfrentan barreras para acceder a mecanismos de financiamiento, inversión y vinculación que les permitan detonar proyectos turísticos de mayor escala.

En este contexto, uno de los principales desafíos es fomentar un entorno competitivo que brinde certidumbre jurídica, acceso a esquemas de financiamiento y procesos ágiles para incentivar la inversión en regiones con potencial turístico aún no consolidado. La falta de lineamientos claros, la complejidad de los trámites y la limitada coordinación entre niveles de gobierno han dificultado el aprovechamiento del capital disponible —público y privado— para el desarrollo de infraestructura estratégica.

Ante ello, es necesario promover esquemas mixtos de inversión, respaldados por instituciones financieras, bancas de desarrollo, cámaras empresariales y gobiernos locales. Esta colaboración debe reflejarse en la integración de una cartera nacional de proyectos turísticos con alto potencial, orientada a atraer capital nacional y extranjero, y a responder a las necesidades del desarrollo regional y comunitario.

La atracción de inversiones en infraestructura turística también requiere el fortalecimiento del marco normativo y la implementación de estrategias de coordinación entre los sectores público, privado y social. Esto permitirá elevar la competitividad de los destinos emergentes y posicionar la inversión como un pilar del desarrollo sostenible.



También es fundamental evitar que la inversión pública y privada continúe concentrándose en destinos consolidados. Esta dinámica ha profundizado las desigualdades regionales, limitando el crecimiento de nuevos destinos y generando riesgos asociados a la saturación de servicios, la presión ambiental y la vulnerabilidad ante crisis sanitarias, económicas o climáticas.

Un componente adicional para revertir esta situación es la capacitación orientada al diseño, estructuración y financiamiento de proyectos turísticos. En diversas regiones, funcionarios locales, empresarios y emprendedores carecen del conocimiento técnico necesario para formular propuestas viables, susceptibles de ser financiadas o respaldadas por esquemas de coinversión con fondos nacionales e internacionales. Esta brecha limita el desarrollo de proyectos con impacto territorial, retrasa su ejecución y compromete su sostenibilidad en el largo plazo.



3.

Desarrollar la política
y gobernanza turística
en beneficio del sector
turístico nacional.



En torno al turismo se observa una planificación predominantemente reactiva, esta situación es un obstáculo significativo para el aprovechamiento pleno del turismo como motor de desarrollo.

La información y los servicios de apoyo al turista se caracterizan por una baja calidad y por una cobertura territorial limitada, lo que deteriora gravemente la experiencia turística y reduce la competitividad de nuestros destinos. Esto responde, en gran parte, a la fragmentación de datos y a la necesidad de modernizar y ampliar los servicios de orientación al viajero.

El sector turístico mexicano ha reconocido históricamente la importancia de la asistencia al viajero y la recopilación de datos, sin embargo, el crecimiento y complejidad de la industria han superado la capacidad operativa de las estructuras existentes, afectando la eficacia de la política pública y de los mecanismos de gobernanza turística. A continuación, se presentan elementos clave que reflejan estos retos:

La corporación Ángeles Verdes, con una amplia trayectoria y presencia en todo el país, ha sido fundamental para brindar servicios gratuitos de información, orientación y asistencia en carretera, incluyendo apoyo mecánico de emergencia y colaboración con autoridades en casos de fenómenos naturales. Para garantizar su eficacia, se requiere un análisis integral que identifique retos operativos y de cobertura, y que permita asignar recursos humanos, financieros y materiales conforme a las necesidades actuales. Su reestructuración representa una condición básica para avanzar hacia una gobernanza más sólida.

La modernización de Ángeles Verdes debe contemplar ajustes normativos, incorporación de tecnología (aplicaciones móviles, geolocalización, inteligencia artificial para rutas y alertas), ampliación de su cobertura y diversificación de funciones. Esto incluiría no solo asistencia vial, sino también la provisión de información turística digital y promoción de destinos. Esta transformación fortalecería la percepción de México como un destino confiable y organizado, elemento central de una gobernanza eficaz.

El Sistema Nacional de Estadística Turística en México se caracteriza por la fragmentación de sus fuentes de datos e información y limitaciones en la cobertura, además de una plataforma web con contenido estático y desorganizado. La recopilación y procesamiento de datos turísticos por múltiples entidades con metodologías desarmonizadas ha resultado en



información dispersa. Esta situación impide una planeación turística basada en datos actualizados y en el uso de herramientas tecnológicas para análisis predictivo o en tiempo real. El potencial de las nuevas tecnologías y datos digitales está subutilizado, lo que resta competitividad y capacidad de respuesta al sector.

Los Observatorios Turísticos, México cuenta con cuatro OTS registrados ante la INSTO de ONU Turismo. Aunque su existencia representa un avance, la medición sistemática y oportuna del turismo requiere la implementación de OTS en todas las entidades federativas, con metodologías rigurosas y coordinación interinstitucional. Esto permitiría una mejor formulación de políticas públicas, basada en evidencia.

Respecto al RNT, opera con procesos predominantemente manuales y una plataforma digital que requiere un uso considerable de recursos humanos y temporales. Esto ha generado información desactualizada, limitando la observancia de la información en tiempo real de su base de datos y su integración con otros sistemas de información. Esta limitación histórica ha impactado la capacidad de la gobernanza para tener una visión clara y actualizada del sector.

La cultura turística y atención en fronteras aún cuenta con una brecha en la conciencia y participación ciudadana sobre su rol en este ecosistema. Existe una percepción de que el turismo es responsabilidad exclusiva del visitante, sin reconocer el rol de la comunidad local como anfitriona, promotora y cuidadora del patrimonio. Esta visión debe transitar hacia una ciudadanía que participe activamente como generadora de hospitalidad y experiencia.

Asimismo, la facilitación turística en fronteras por medio de la sensibilización del personal migratorio y aduanal, junto con la implementación de tecnologías digitales y procesos simplificados, pueden reducir tiempos de espera, eliminar barreras innecesarias y favorecer los flujos turísticos. Para ello, se impulsará la facilitación turística en puntos de acceso clave.

4

Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico.





La competitividad e innovación son elementos clave para el desarrollo del turismo. Sin embargo, el sector enfrenta un problema público, la oferta turística nacional, se encuentra desactualizada ante las nuevas tendencias del mercado y al uso de tecnologías digitales, lo que limita su competitividad y capacidad de atraer a nuevos perfiles de turistas. Esta brecha se manifiesta en una baja digitalización, capacitación, certificación, profesionalización, adopción de prácticas de turismo sostenible y una escasez de productos turísticos diversificados más allá de los modelos tradicionales de sol y playa. En consecuencia, el sector restringe oportunidades para atraer segmentos de mercado de alto valor, fortalecer su resiliencia ante crisis y competir eficazmente a nivel global.

México cuenta con recursos naturales y culturales que permiten diversificar la oferta turística, impulsar el desarrollo regional y generando beneficios económicos y sociales, especialmente en comunidades rurales e indígenas. Para lograrlo, es necesario consolidar segmentos turísticos con potencial de crecimiento, mediante modelos sostenibles, inclusivos y con enfoque territorial, como el turismo de naturaleza, cultural, de salud, deportivo y de reuniones.

La innovación en productos y destinos requiere intervenciones que fortalezcan las experiencias existentes y desarrollen nuevas propuestas de valor. Esto implica mejorar infraestructura, conectividad, capacitación del personal turístico y coordinación con otros sectores, con el fin de garantizar experiencias seguras, accesibles y de calidad.

El fortalecimiento de la oferta turística y la mejora de la gestión de destinos exige una planeación articulada, centrada en infraestructura, imagen urbana y equipamiento. Además, el desarrollo turístico local demanda mayores capacidades institucionales y recursos a nivel municipal para optimizar la prestación de servicios a visitantes, la capacitación, el fomento empresarial y la promoción. El objetivo es consolidar destinos que incrementen su atractivo, mejoren la percepción de seguridad y generen mayor derrama económica.

FONATUR ha participado en la creación y gestión de los Centros Integralmente Planeados (CIP), ubicados en destinos de sol y playa como Cancún, Ixtapa, Los Cabos y Huatulco. Estos proyectos impulsaron el crecimiento turístico y atrajeron inversiones relevantes. No obstante, los beneficios generados se concentraron en determinadas zonas.



Actualmente, las condiciones del turismo en México demandan que FONATUR reoriente sus esfuerzos hacia nuevas regiones con potencial turístico, bajo un enfoque estratégico alineado a los objetivos de la Secretaría de Turismo. Este enfoque debe promover un desarrollo más equitativo, inclusivo y sostenible, ampliando la cobertura territorial del turismo y adaptando los modelos existentes a las realidades actuales.

La diversificación de mercados, productos, experiencias y actividades turísticas es una estrategia clave para disminuir las brechas regionales. Iniciativas como “Best Tourism Villages” de la ONU Turismo, promueven enfoques innovadores para el desarrollo turístico rural, contribuyendo a los pilares económico, sociocultural y medioambiental de la sostenibilidad, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

En el caso de la conectividad aérea, según datos del Consejo Nacional Empresarial Turístico en su documento “El turismo: poderoso instrumento para impulsar la prosperidad compartida” el 91.2% de los turistas internacionales llega a través de cinco aeropuertos: Ciudad de México, Cancún, Guadalajara, Vallarta y Los Cabos. Esta proporción se ha mantenido en los últimos 20 años. La falta de diversificación en aeropuertos y destinos ha generado una concentración en los mercados consolidados, limitando la conectividad aérea de destinos emergentes.

En términos de conectividad carretera, el PND 2025- 2030 ha diagnosticado que el 34% de la Red Nacional de Caminos (RNC), está en malas condiciones, lo que requiere de esfuerzos continuos de mejoramiento y conservación para garantizar la seguridad vial y la eficiencia en el transporte.

El actual PND señala que, al inicio de la presente administración del gobierno federal, la infraestructura ferroviaria, representa el 19% del volumen total del transporte terrestre, limitando su potencial de crecimiento a pesar de ser eficiente y ecológico.

La infraestructura portuaria también requiere atención, ya que enfrenta rezagos tecnológicos, logísticos y regulatorios, lo que limita su competitividad y su papel en la economía nacional.



La conectividad debe basarse en un modelo de interconexión entre rutas aéreas, marítimas y terrestres, con infraestructura adecuada y operación eficiente, que permita competir en mercados nacionales e internacionales.

Adicionalmente, se requiere actualizar la normativa vigente sobre certificaciones y distintivos turísticos, así como implementar herramientas digitales que permitan evaluar la calidad de los servicios e instalaciones. La creación de una plataforma digital para un Sistema Nacional de Certificación Turística (SNCT) facilitaría la gestión de estos procesos.

El turismo es uno de los principales sectores empleadores de jóvenes en México. No obstante, datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) indican que casi el 50% de estos jóvenes solo cuenta con educación secundaria, y el 14% no alcanza ese nivel. Es necesario promover su profesionalización, el desarrollo de competencias y su incorporación efectiva al mercado laboral turístico.

Para mejorar la calidad del servicio, se propone capacitar al 15% del padrón de prestadores de servicios turísticos inscritos en el RNT, lo que representa 3 mil 549 personas de un total de 23 mil 662. Esta acción se enfocará en entidades con mayor dinamismo turístico y se ajustará a las necesidades específicas de cada región.

Finalmente, se requiere fortalecer la coordinación, concertación y articulación de investigaciones en materia turística, con el fin de generar evidencia útil para la planeación y toma de decisiones estratégicas.

5

Promover la
sostenibilidad en
destinos y productos
turísticos en el
territorio nacional.





El auge del turismo en México, si bien genera beneficios económicos significativos, ha impuesto una considerable presión sobre el medio ambiente, esto ha derivado en una expansión turística descontrolada que se traduce en una sobreexplotación de los recursos naturales y una infraestructura inadecuada para manejar el volumen de visitantes, lo que lleva a la degradación de ecosistemas y una presión desmedida sobre los recursos naturales disponibles. Un ejemplo claro de esta problemática es la erosión y la contaminación de las playas mexicanas. Esta degradación ambiental no sólo amenaza la biodiversidad local: también socava el atractivo principal de estos destinos, poniendo en peligro la sostenibilidad a largo plazo de la industria turística y la experiencia del visitante.

La falta de una planeación territorial y turística robusta agrava estos desafíos, resultando en el uso intensivo y a menudo insostenible de recursos vitales. Problemas como la erosión de la línea costera, la contaminación de playas y el estrés hídrico son consecuencias directas de esta gestión deficiente.

En muchos destinos, la demanda de agua por parte de hoteles y desarrollos turísticos compite directamente con las necesidades de las comunidades locales, exacerbando la escasez y afectando la calidad de vida de los residentes. Esta situación crea un círculo vicioso: a medida que los recursos naturales se agotan y la calidad de vida disminuye, la capacidad del destino para mantener su atractivo turístico se ve comprometida, lo que podría llevar a una eventual disminución del turismo y a la pérdida de ingresos para la población local.

La presión sobre los recursos naturales y la infraestructura no sólo afecta el entorno natural, también tiene un impacto profundo en las comunidades que dependen del turismo. En muchos centros turísticos, la disminución de la calidad de vida de las personas residentes, manifestada en un acceso limitado a servicios básicos como agua potable y saneamiento adecuado, se vuelve una realidad diaria. Estas mismas poblaciones son, a menudo, las principales personas prestadoras de servicios turísticos, lo que significa que su bienestar está intrínsecamente ligado a la salud del destino.

A pesar de su alto volumen de visitantes, la posición general de México en el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo (TTDI) 2024 del Foro Económico Mundial (WEF) es el puesto 38. Este índice es una referencia importante para evaluar los factores y políticas que posibilitan un desarrollo sostenible y resiliente dentro del sector de viajes y turismo.



La clasificación de México sugiere que, si bien su atractivo para los viajeros es considerable, las condiciones para un desarrollo turístico verdaderamente sostenible aún no están a la par con los líderes globales.

Específicamente, en el pilar de Sostenibilidad Ambiental del TTDI 2024, que evalúa la sostenibilidad energética del sector y la protección general del entorno natural y los recursos, México obtuvo una puntuación de 4.51 y está puntuación pone de manifiesto las vulnerabilidades existentes y la necesidad de mejoras sustanciales en la gestión ambiental dentro del sector turístico.

Si los destinos turísticos no logran un equilibrio entre el desarrollo económico y la conservación ambiental y social, la viabilidad a largo plazo de estos lugares como centros poblacionales y como atractivos turísticos estará en grave riesgo, amenazando tanto el sustento de sus habitantes como la reputación turística del país.

El camino para un turismo con prosperidad compartida y equitativo en México requiere acciones concretas en sostenibilidad. Es crucial incentivar a las personas operadoras turísticas que adopten prácticas responsables y sostenibles, como la gestión eficiente del agua, la energía renovable y el manejo adecuado de residuos.

Esto no sólo protegerá los recursos naturales, también diferenciará a México como un destino consciente, atrayendo a un segmento de turistas cada vez más preocupado por el impacto de sus viajes.

La colaboración efectiva entre gobierno, industria y comunidades es indispensable para asegurar que el crecimiento turístico contribuya genuinamente al bienestar local y a la preservación del patrimonio natural del país.



6.

Fomentar la diversificación de
mercados y destinos turísticos
en el territorio nacional.



La concentración de mercados emisores y destinos, aunada a una imagen país vulnerable, impide que México maximice su potencial turístico, diversifique sus beneficios económicos a lo largo del territorio y se adapte eficazmente a los desafíos del entorno global.

La problemática se centra en que las acciones de promoción turística internacional se concentran en mercados tradicionales y en pocos destinos, lo que limita la diversificación de la demanda y restringe el desarrollo de regiones con potencial turístico.

Abordar esta concentración es fundamental para fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en todo el territorio nacional, garantizando un crecimiento más equitativo y resiliente.

Diversificar requiere ampliar la presencia de México en el escenario turístico internacional, atrayendo visitantes de nuevos mercados clave y dirigiendo los flujos turísticos hacia una mayor variedad de destinos nacionales. Para ello, es necesario contar con una estrategia de promoción cohesionada, fortalecida por una marca país sólida, contenidos actualizados, y un uso estratégico de la red diplomática. Todo lo anterior debe alinearse con las tendencias globales de cooperación turística.

Sin estas acciones, el crecimiento del sector continuará limitado, la imagen del país será vulnerable a percepciones externas negativas y se desaprovecharán oportunidades para atraer segmentos turísticos interesados en experiencias más diversas que los destinos tradicionales.

La marca "México" enfrenta actualmente desafíos en su posicionamiento internacional. En años recientes, las restricciones en el otorgamiento de licencias para su uso limitaron su visibilidad y consolidación. Además, la falta de estudios comparativos con otras marcas país impide identificar buenas prácticas. Aunado a ello, la ausencia de una estrategia transversal en el uso de la marca por parte de las instituciones del Gobierno de México ha impedido que se asocie de manera consistente con la identidad nacional en el ámbito turístico. Esto permite que narrativas externas no deseadas afecten la imagen del país, sin que exista una respuesta institucional sólida para contrarrestarlas.



Una estrategia de promoción internacional enfocada en el uso eficiente de los recursos públicos y en la colaboración entre los sectores público y privado puede contribuir a ampliar el impacto de las acciones, mediante esquemas de creación colectiva que integren a los distintos actores del sector.

También es necesario aprovechar de manera más efectiva la red diplomática de México, compuesta por 169 representaciones en 185 países. Actualmente, estas no operan bajo un modelo articulado para el posicionamiento y promoción del turismo. Activar esta red como agente estratégico permitirá ampliar la visibilidad del país y atraer más visitantes internacionales.

Adicionalmente, México requiere fortalecer su alineación con las prioridades de la cooperación internacional en turismo, como la digitalización, la igualdad de género, el desarrollo sostenible, la integración de las MIPyMES y el uso de tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial. No hacerlo limita las posibilidades de posicionamiento y de participación en proyectos internacionales, y reduce el reconocimiento de México como un país comprometido con un turismo generador de bienestar compartido.

Con una estrategia integral y actualizada, México puede avanzar hacia una diversificación real de mercados emisores y destinos nacionales, fortaleciendo su posición en el turismo internacional y distribuyendo mejor los beneficios del sector.





Análisis del turismo de México FODA

Comprender el entorno en el que se desarrolla el turismo es clave para fortalecer su planificación y competitividad. A continuación, se incorpora un análisis de los factores internos y externos que inciden en el desarrollo del turismo. Para ello se implementó la metodología de análisis de FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) la cual fue nutrida mediante la consulta directa a funcionarios turísticos y actores claves del sector. (Ver Anexo 1)

Visión de largo plazo

En 2030, México se ha consolidado como una potencia turística global gracias a la innovación, la diversificación de su oferta y a un modelo de desarrollo turístico incluyente, sostenible y competitivo. Así, el turismo es un motor de bienestar que genera beneficios sociales y económicos para todas las regiones, con énfasis en comunidades históricamente rezagadas.

México se ha consolidado como un líder global en turismo sostenible. Ha logrado un crecimiento económico equitativo, respetando y beneficiando a las culturas y comunidades locales, utilizando de forma responsable los recursos naturales. La reducción del daño ambiental es una prioridad, y la adopción de nuevas tecnologías y energías limpias es la norma.

Nuestra competitividad se basa en formas innovadoras de hacer turismo. Las instituciones gubernamentales aprovechan la tecnología para ofrecer servicios de calidad para todo el sector turístico.

En las próximas dos décadas, el turismo en México celebra y protege la diversidad cultural y natural, y de nuestros Pueblos y Comunidades Indígenas y Afromexicanas. Garantizamos su libre determinación y autonomía, respetando sus sistemas normativos, recursos naturales y formas de organización, con ello se propicia, además, el desarrollo de sus propias economías.

El turismo es un sector que integra el bienestar social, genera riqueza y una distribución más justa, integrando a un mayor número de personas a la actividad turística, especialmente en regiones y comunidades que anteriormente no fueron beneficiadas, priorizando a mujeres, jóvenes, adultos mayores, pueblos y comunidades, indígenas y afromexicanas.



Este nuevo modelo turístico ha sentado las bases para un desarrollo sostenible que prioriza la conservación del medio ambiente y la preservación de nuestro legado histórico y cultural. La colaboración entre grandes empresas y MIPyMES es fluida y productiva, a través de cadenas de valor que generan empleos dignos.

La creciente participación en actividades turísticas ha impulsado la creación de empresas y empleos dignos en todo México, impactando positivamente en el Producto Interno Bruto (PIB) Nacional y en las exportaciones de servicios, atrayendo aún más divisas al país. Esto ha consolidado a México como una economía de servicios, donde el turismo es una fuente estratégica de ingreso nacional y desarrollo regional. Además, el sector ha evolucionado hacia la oferta de experiencias turísticas de alto valor, logrando un equilibrio con el medio ambiente y dejando atrás la explotación de los recursos naturales.

El turismo cuenta con una institucionalidad sólida, con una normatividad y estructura que reflejan una gobernanza eficaz. La colaboración entre actores, tanto públicos como privados, ha sido clave para una mejor planeación turística y mayores recursos para proyectos estratégicos. Nuestro modelo turístico es equitativo, accesible, resiliente, incluyente y justo, fomentando el turismo nacional con una mayor accesibilidad para todas y todos los mexicanos.

El fortalecimiento de las capacidades municipales y locales ha sido fundamental para impulsar el turismo a nivel local. Las instituciones ejecutan una fuerte política de planeación y ordenamiento turístico del territorio, desarrollando destinos sostenibles que han disminuido los desequilibrios regionales y comunitarios.



México ofrece una amplia y diversa oferta turística, con la innovación y la diversificación como ejes rectores. Ha logrado atraer a más turistas de mercados, tanto tradicionales como los emergentes, incrementando los flujos turísticos y la derrama económica en diversas comunidades y destinos. Esto ha consolidado a México como la quinta potencia turística mundial durante años consecutivos.

La oferta turística se ha fortalecido gracias a la atracción de inversiones sostenibles, mediante alianzas público-privadas que han mejorado la infraestructura, la conectividad y la movilidad. La innovación tecnológica ha permitido que un mayor número de empresas y servicios turísticos estén digitalizados. Hay una cabal comprensión del mercado turístico, el sector público obtiene y analiza información digital del comportamiento del turista en beneficio del interés público.

El nuevo modelo de promoción turística se basa en alianzas estratégicas con marcas globales y mecanismos de cooperación público-privada. Aprovechando la diplomacia a través del Servicio Exterior Mexicano y el uso generalizado de la marca México, las estrategias de diversificación de mercados emisores, apoyadas en innovaciones tecnológicas como la inteligencia artificial, han impulsado los flujos turísticos y el posicionamiento global de México como destino.



MISIÓN

Conducir la política turística del país para mejorar su posicionamiento internacional, fortalecer la actividad turística nacional con base en su patrimonio natural y cultural, teniendo como ejes rectores la competitividad, diversificación e innovación y los principios de inclusión, justicia y equidad social. Con el fin de contribuir a un desarrollo regional y comunitario más equilibrado, participativo y sostenible, para ampliar los beneficios y el bienestar social.

VISIÓN

El turismo en México es un sector prioritario de la economía nacional por sus aportaciones, posicionado como una de las principales potencias turísticas a nivel global, que ha conseguido un desarrollo turístico, diversificado, innovador, competitivo y sostenible, y también inclusivo, equitativo, resiliente, seguro y justo. Cuenta con una gran oferta de destinos, productos y servicios de alta calidad. Además, ha logrado ampliar los flujos turísticos y diversificado los mercados emisores. Se cuenta con la participación de las comunidades locales, destacando los pueblos originarios, lo que ha permitido una prosperidad compartida contribuyendo a un desarrollo regional más equilibrado.



Para el logro de los seis objetivos, el PROSECTUR 2025 - 2030 considera desarrollar diversos proyectos de importancia estratégica en el país que responden a la coyuntura turística actual.

Proyectos Turísticos Estratégicos

Plan México - Ramo 21 "Turismo"
Estrategia de Turismo Comunitario como motor del desarrollo regional
Modernización de la Ley General de Turismo
Estrategia de fortalecimiento de los servicios turísticos del Grupo Mundo Maya
Estrategia "Acapulco se Transforma Contigo"
Estrategia de atracción de turistas internacionales mediante rutas mundialistas
Fortalecimiento de la conectividad aérea y marítima para el turismo
Nuevo modelo de Promoción Turística
Cartera de inversión turística pública y privada

Proyectos Turísticos Relevantes

Estrategia de fortalecimiento del Programa Nacional de Pueblos Mágicos
Rutas Mágicas de Color
Estrategia de Fortalecimiento del Turismo Carretero
Fortalecimiento de la Corporación Ángeles Verdes
Estrategia de profesionalización y capacitación de guías de turistas
Actualización y modernización de las certificaciones turísticas
Coordinación interinstitucional para Plan México - Ramo 21 "Turismo"
Proyecto "Hecho en México" en el sector turístico
Buró Nacional de Congresos y Convenciones
Sistema Nacional de Estadística Turística
Red Nacional de Observatorios Turísticos
Nuevo DataTur
Nueva plataforma digital <i>visitmexico.com</i>
Modernización del Atlas Turístico de México
Nuevo Registro Nacional de Turismo
Estrategia nacional de turismo deportivo
Nuevo modelo de gestión de ferias y <i>roadshows</i>
Red de Puntos México



Los resultados esperados a partir de los proyectos estratégicos y relevantes, como producto de un turismo que pone como objetivo la prosperidad compartida y la distribución equitativa de los beneficios en regiones y comunidades son la dinamización del turismo en entornos comunitarios, incrementando la llegada de turistas a hoteles ubicados en entidades federativas que ofrecen experiencias turísticas comunitarias. Además, se experimentará una mejora de los ingresos laborales en empleos de las regiones menos desarrolladas.

A raíz del Plan México, aumentará la Inversión Extranjera Directa y la Inversión pública en la infraestructura turística en lugares con potencial de desarrollo. Se alcanzará una oferta turística diversificada y fortalecida en los destinos turísticos emergentes, reduciendo las brechas de desarrollo entre los destinos consolidados y el resto del país.

Por último, producto de un modelo de promoción más eficaz, habrá una diversificación de los mercados turísticos emisores, con una mayor contribución de países distintos a los dos principales mercados emisores y se incrementará el número de turistas internacionales que llegan vía aérea. Esta llegada de turistas permitirá alcanzar el objetivo del Plan México de ser el quinto país más visitado del mundo.





6. Objetivos

La definición de los objetivos, en estrecha alineación con el Plan Nacional de Desarrollo 2025 - 2030 y las competencias de la Secretaría de Turismo, busca atender las principales problemáticas del sector turístico nacional. Así, la política turística del país se articula mediante objetivos, estrategias y líneas de acción orientadas a impulsar la innovación, la diversificación y la competitividad de la industria. Es importante considerar que el desarrollo de estas acciones, programas y proyectos debe alinearse también con los ejes transversales del Plan Nacional de Desarrollo: 1) la igualdad sustantiva y derechos de las mujeres, 2) la innovación pública para el desarrollo tecnológico nacional, y 3) los derechos de los pueblos y las comunidades indígenas y afromexicanas.

Para que el PROSECTUR 2025 - 2030 alcance sus metas será crucial establecer una gobernanza efectiva que promueva la participación conjunta de los sectores público, privado y social, y asegure la coordinación transversal entre las diversas dependencias y organismos de los tres órdenes de gobierno. Por ello, se plantearon los siguientes objetivos:

Turismo

Secretaría de Turismo



Objetivo 1

Fomentar el desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas.

Objetivo 2

Promover la atracción de inversiones en infraestructura turística en estados y municipios.

Objetivo 3

Desarrollar la política y gobernanza turística en beneficio del sector turístico nacional.

Objetivo 4

Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico.

Objetivo 5

Promover la sostenibilidad en destinos y productos turísticos en el territorio nacional.

Objetivo 6

Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional.



**Programa
Sectorial
de Turismo**
2025 -2030



6.1 Relevancia del objetivo 1: Fomentar el desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas

El PND 2025 - 2030 establece, en el Objetivo 3.11:

“Fomentar el desarrollo turístico para promover un crecimiento regional y comunitario sostenible, garantizando una distribución equitativa de sus beneficios”.

El turismo representa una vía para diversificar las economías y crear empleo digno en regiones con potencial turístico, facilitando la inclusión de jóvenes, mujeres y adultos mayores. Esto contribuye a disminuir la pobreza, contener la migración forzada y fortalecer el tejido social. Con este fin, el PROSECTUR 2025-2030 contempla estrategias para el turismo comunitario, apoyadas por capacitación, asistencia técnica, financiamiento y promoción con enfoque regional. Todas estas acciones se fundamentan en principios de sostenibilidad, inclusión y respeto a los derechos de los pueblos y comunidades indígenas y afro mexicanas.

Este enfoque busca consolidar un modelo turístico más equitativo, superando la concentración de sus beneficios en los destinos turísticos consolidados. Según datos del RAT 2024, en el 2024, el 48% de la oferta de cuartos de alojamiento se concentró en siete estados de la República (Quintana Roo, Jalisco, Ciudad de México, Veracruz, Nayarit, Guerrero y Guanajuato), por lo que se debe impulsar el desarrollo de regiones con potencial turístico y con menor dinamismo económico.

En términos económicos, de acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en 2023 el turismo en México representó el 8.6% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, con un crecimiento del 4.4% en comparación con el año anterior. Este crecimiento se vio impulsado por los servicios de alojamiento, transporte de pasajeros, restaurantes, bares, centros nocturnos, la producción de bienes, artesanías y actividades comerciales relacionadas con el sector.

En 2023, el gasto total relacionado con el turismo, dentro y fuera del país, alcanzó los 4 millones 476 mil 237 pesos. De este monto, el consumo turístico interno representó el 95% del gasto, mientras que el turismo emisor abarcó el



5% restante. La contribución de los residentes asciende a 84 de cada 100 pesos gastados en el país, lo que destaca la gran importancia del turismo nacional y la oportunidad para desarrollar infraestructura esencial en los municipios y comunidades. El consumo turístico interno se concentró en vacaciones (29.4%), excursiones (12.1%), gastos previos al viaje (11.7%) y viajes de negocio (5.6%), con un 41.2% destinado a otros motivos. En contraste, el gasto del turismo internacional se dirigió principalmente a vacaciones (78.3%), seguido por otros motivos (13.5%), excursionistas (5.5%) y viajes de negocios (2.7%).

Esta distribución resalta la necesidad de articular esfuerzos coordinados entre los tres órdenes de gobierno, el sector privado y la sociedad civil para asegurar un desarrollo turístico ordenado, particularmente en regiones con menor dinamismo económico y con visión de largo plazo.

De este modo, el turismo comunitario se concibe como un motor de bienestar, fomentando la distribución equitativa de los beneficios económicos que emanan del turismo. Esto se logrará a través de un programa de turismo comunitario bien planificado, que establezca lineamientos claros, ordenamiento territorial turístico, mecanismos de coordinación y el desarrollo de la oferta turística, priorizando la integración de cadenas de valor para impulsar el desarrollo regional y de las comunidades.

Para fomentar el desarrollo regional equilibrado, se prevé implementar diversas estrategias clave. Estas incluyen el fortalecimiento del Programa Pueblos Mágicos de México, que busca consolidar localidades con atributos culturales e históricos únicos. Asimismo, se enfocará en el mejoramiento de la imagen urbana en destinos turísticos existentes y emergentes.

Un pilar fundamental será el impulso al turismo comunitario y rural mediante modelos de colaboración que permitan a estas comunidades aprovechar su potencial de manera sostenible. Adicionalmente, se promoverá la iniciativa global *"Best Tourism Villages"* de ONU Turismo, reconociendo y apoyando a los pueblos con un compromiso con la sostenibilidad y aquellos pueblos que preservan culturas y tradiciones a través del turismo.

Además, se busca fomentar el desarrollo regional a través de la creación de polos de desarrollo turístico en las áreas cercanas o conectadas por los corredores ferroviarios, principalmente en la ruta del Tren Maya, o en aquellos lugares que se necesite mejorar la gestión de flujos de los turistas.



6.2 Relevancia del objetivo 2: Promover la atracción de inversiones en infraestructura turística en estados y municipios

Para fortalecer la competitividad de México como destino turístico nacional e internacional, el PND 2025-2030 prioriza la atracción de inversiones en proyectos estratégicos de infraestructura turística mediante la coordinación de acciones y alianzas estratégicas público-privadas, creando un entorno favorable para impulsar iniciativas clave en estados y municipios. El enfoque será a largo plazo y territorial, buscando aprovechar tanto los recursos del sector público como la capacidad técnica y financiera del sector privado.

Para ampliar el beneficio más allá de la inversión turística más allá de las regiones y sectores turísticos ya consolidados, es crucial diversificar su distribución. En 2024, Quintana Roo, Baja California Sur y Nayarit, captaron la mayor parte de la Inversión Extranjera Directa (IED) turística, concentrando el 75.1% del total de inversión en el país, sumando 2 mil 870.9 millones de dólares, de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo. Esa marcada concentración evidencia la necesidad de reorientar los esfuerzos hacia otras regiones.

El desarrollo de infraestructura turística es fundamental para diversificar, innovar y aumentar la competitividad de la oferta nacional. Al considerar destinos, productos y experiencias turísticas, esta infraestructura debe beneficiar también a las comunidades receptoras. Para acelerar y eficientar la construcción y modernización de dicha infraestructura, resulta prioritario promover una mayor colaboración con el sector privado, el sector financiero y la banca de desarrollo.

Un objetivo del Plan México en materia de turismo es incrementar la inversión privada en infraestructura turística. Es prioritario que esta inversión se complemente con un aumento en la inversión pública, ya que esta es última es esencial para fortalecer el desarrollo del sector siguiendo los criterios de sostenibilidad y bienestar compartido.

La promoción de inversiones debe ir acompañada de una normatividad eficiente, transparencia en los procesos y certeza jurídica para los inversionistas.



Para ello, se deben priorizar de manera equitativa las necesidades de las poblaciones locales y de los turistas nacionales e internacionales, buscando eliminar las brechas de desarrollo existentes en diversos destinos.

Sin esta inversión pública, los destinos emergentes o con alto potencial no podrán superar sus limitaciones estructurales para el crecimiento.

Estas zonas regularmente están fuera del circuito tradicional del turismo, y requieren de proyectos estratégicos que estimulen la economía local y eleven la calidad de vida de sus habitantes. Las alianzas público-privadas permiten diseñar soluciones contextualizadas, incorporando innovación, sostenibilidad y participación comunitaria en cada etapa del proceso.

Para cumplir con los objetivos del PROSECTUR 2025 - 2030, la generación de inversiones es un pilar fundamental de la política de desarrollo integral, pues buscan incrementar la creación de empleo, descentralizar el turismo, diversificar productos y fortalecer las capacidades locales. Se trata de construir una infraestructura que no sólo impulse el flujo turístico, sino que también transforme territorios y genere bienestar para todos.

Un componente crucial de este esfuerzo es el impulso a las MIPyMES turísticas. Esto se logrará mediante estrategias de capacitación y desarrollo empresarial, la creación de nuevas micro, pequeñas y medianas empresas, y el fomento de emprendimientos innovadores.

Asimismo, acciones clave para la simplificación de trámites, mejora regulatoria, certificación y facilitación de permisos para establecer negocios serán esenciales. Estas medidas promoverán la creación de los empleos que diversas regiones del país requieren, fortaleciendo así el tejido económico local.



6.3 Relevancia del objetivo 3: Desarrollar la política y gobernanza turística en beneficio del sector turístico nacional

El desarrollo institucional del turismo es crucial para fortalecer la actividad turística de México y consolidarla como un sector prioritario, auténtico motor de bienestar social y económico.

La Secretaría de Turismo tiene la competencia de formular y conducir la política turística nacional, además de promover y coordinar la actividad turística tanto a nivel nacional como internacional. Para cumplir con esta misión y coordinar eficazmente las acciones del Ejecutivo Federal, estados, municipios y la Ciudad de México, la Secretaría requiere de una normatividad y estructura sólida.

Si bien la Ley General de Turismo fue actualizada en 2024 y su Reglamento se actualizó en 2017, es fundamental reconocer que el marco normativo en su conjunto requiere de una continua revisión y adaptación. Esto es indispensable para asegurar una alineación total con las necesidades y tendencias turísticas más recientes a nivel nacional e internacional, permitiendo que la normatividad refleje plenamente los desafíos y oportunidades del sector actual.

La gobernanza es un pilar clave en el desarrollo turístico, ya que sienta las bases de la política turística. Al favorecer la competencia, coordinación y participación de los sectores público, privado y social, permite la alineación de acciones, el consenso y el aprovechamiento eficiente de recursos, para generar mayores beneficios sociales y económicos.

Dada la naturaleza intergubernamental del turismo, la intervención coordinada de los tres órdenes de gobierno es indispensable desde su ámbito de responsabilidades.

El PROSECTUR 2025 - 2030 busca fortalecer la gobernanza y los instrumentos de coordinación, colaboración y concurrencia para maximizar los resultados del desarrollo turístico.



Una función estratégica de la Secretaría de Turismo es la generación de información especializada. Por ello, es crucial robustecer los sistemas de información estadística con base en nuevas tecnologías y la digitalización, sentando las bases para la planeación y toma de decisiones. En este sentido, se propone aumentar el número de observatorios turísticos sostenibles en México, dado que actualmente el país solo cuenta con 4 de los 44 que integran la Red Internacional de Observatorios de Turismo Sostenible de ONU Turismo (ONU Turismo, 2025).

Además, es fundamental impulsar la planeación turística y alinear los instrumentos para el diseño, implementación y evaluación de la política turística nacional. Esto implica desarrollar acciones de planeación participativa para consensuar soluciones a temas prioritarios y coyunturales, así como realizar ejercicios de prospectiva y gran visión para la planeación estratégica del desarrollo sostenible del sector.

El establecimiento de alianzas estratégicas con dependencias públicas, asociaciones privadas y organismos de cooperación nacional e internacional será un mecanismo institucional clave para el desarrollo de proyectos turísticos. Finalmente, es fundamental promover acciones para fortalecer la seguridad integral turística, abordando una de las principales áreas de oportunidad del sector.

De igual forma, es esencial fomentar una estrategia de cultura turística entre la cadena de valor y las comunidades, con el fin de sensibilizar sobre la importancia del sector para el desarrollo económico y social del país, sus regiones y comunidades, reforzando así la institucionalidad y corresponsabilidad en la gestión turística del país.



6.4 Relevancia del objetivo 4: Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico

Mejorar la competitividad y la innovación responde a la necesidad de posicionar a México como una de las potencias turísticas a nivel internacional, alineado a las nuevas tendencias y demandas del mercado, para ofrecer destinos, productos y experiencias turísticas de alta calidad, sostenibles y diferenciadas. Para lograrlo, es necesario mejorar las condiciones físicas, tecnológicas y operativas del sector turístico en todo el país.

La diversificación y mejora de la oferta turística son elementos clave para mantener la relevancia y el atractivo de México frente a una competencia internacional cada vez más dinámica. Al ampliar y especializar los productos y segmentos turísticos se logra atender a distintos segmentos de viajeros, prolongar su estadía y gasto, así como distribuir mejor los beneficios económicos y sociales en las regiones y comunidades.

El fortalecimiento de la infraestructura turística permite mejorar la experiencia del visitante y facilita el desarrollo ordenado de los destinos. Mejorar accesos, señalética, servicios públicos y centros de atención al turista incrementa la competitividad de los destinos y eleva la calidad de vida de sus habitantes. Esto debe planearse con criterios de sostenibilidad y resiliencia, anticipando los impactos del crecimiento turístico y priorizando el uso responsable del territorio.

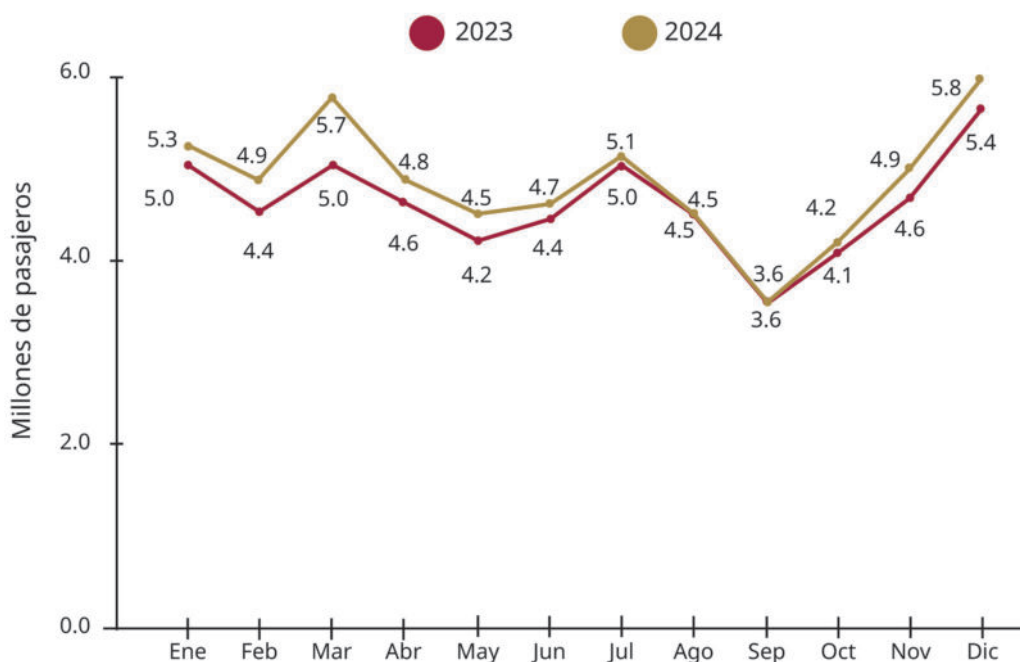
La conectividad es fundamental para integrar destinos, facilitar el acceso y dinamizar el flujo turístico nacional e internacional. Una mejor conectividad impulsa la descentralización del turismo y abre oportunidades para regiones con potencial, pero con limitaciones estructurales. La llegada de turistas a México por vía aérea se concentra en cuatro destinos que, en conjunto, representan el 80.4% del total: Cancún, Quintana Roo (43.8%), Ciudad de México (17%), Los Cabos, Baja California Sur (10.8%) y Puerto Vallarta, Jalisco (8.8%) según datos de la Unidad de Política Migratoria, SEGOB, 2024.

Esta concentración indica la necesidad de fortalecer la conectividad aérea, creando nuevas rutas hacia otros destinos del país, para redistribuir los flujos turísticos, desconcentrar los destinos tradicionales y promover un desarrollo regional más equilibrado.



Los datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC) reportan un crecimiento importante en 2024 en relación a los pasajeros transportados en vuelos desde y hacia México, con el 5.8% en pasajeros transportados, esto confirma la importancia de ampliar la infraestructura aeroportuaria para cubrir la creciente demanda.

Gráfico 1 - Pasajeros transportados en vuelos internacionales



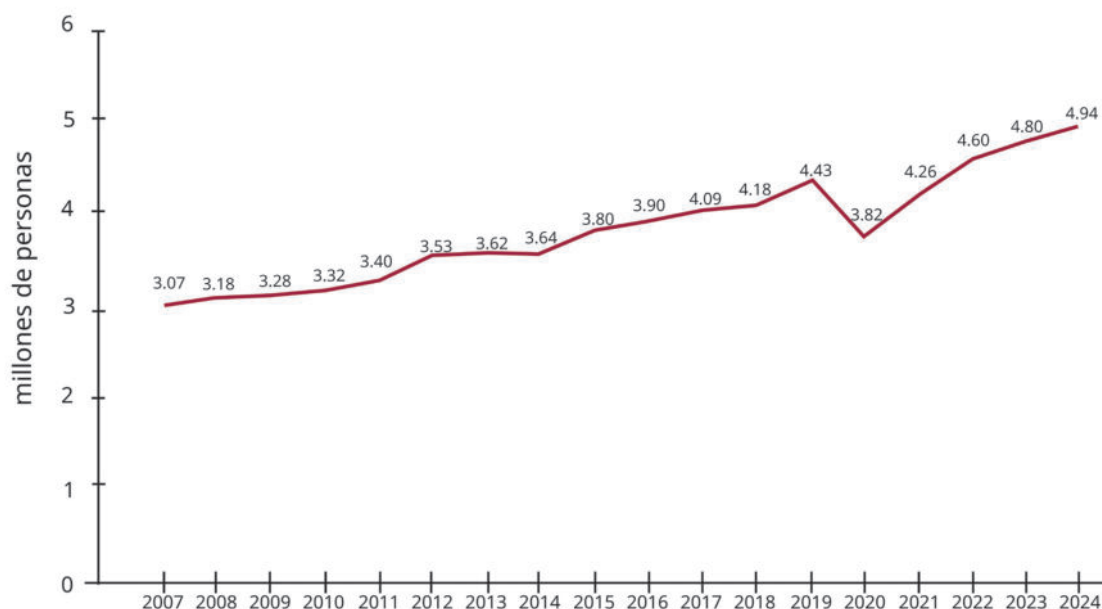
Nota: Cifras presentadas de manera mensual 2023 y 2024. Fuente: Información de DATATUR con datos de la Agencia Federal de Aviación Civil (AFAC), Secretaría de Comunicaciones.

El impacto de la conectividad y la llegada de turistas influye en el desarrollo económico de los destinos, particularmente en la generación de empleo turístico. En 2024 el empleo turístico representó el 9.2% del empleo nacional, de acuerdo a cifras de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo 2024 del INEGI, donde durante el último trimestre, el empleo en el sector tuvo un aumento, con un registro de 4.9 millones de personas trabajando, un 3% más que el mismo periodo en 2023, donde se registraban 4.8 millones de personas.

Además, el turismo genera efectos significativos en el mercado laboral. Según el Servicio Nacional de Empleo (SNE) de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (Trabajo), el turismo es el sector económico que emplea al mayor porcentaje de jóvenes de entre 16 y 24 años. Considerando la distribución por sexo, es también el segundo sector que más mujeres emplea.



Gráfico 2 - Empleo turístico en México con cifras suavizadas



Nota: cifras suavizadas del empleo turístico en millones de personas al 2024. Fuente: Elaboración propia con información del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

Esto refleja a la actividad turística como punto clave para generar oportunidades laborales que promuevan la equidad, la inclusión y la igualdad sustantiva entre mujeres, hombres, pueblos y comunidades indígenas y afro mexicanas.

Este impacto económico existe en otros campos del turismo, como el marítimo. Esto requiere cuantificar a los visitantes que arriban mediante marinas privadas y cruceros, un segmento clave para diversificar el mercado. Según datos más recientes del INEGI, en la Encuesta de Viajeros Internacionales - EVI, durante enero-diciembre de 2024, se estimaron 10 millones 152 mil excursionistas de crucero que arribaron a México, lo que representa un crecimiento del 10.4% respecto al año anterior.

Estas cifras incluyen a viajeros que no pernoctan en el país. Al integrar un conteo que diferencie a los turistas que sí pernoctan y llegan por estas vías, se logrará una visión más completa y precisa del panorama turístico nacional para optimizar la distribución de los beneficios del turismo a lo largo del territorio.

La competitividad y la innovación como puntos clave para generar estrategias se han identificado como ejes rectores del desarrollo turístico a nivel internacional, obedeciendo a la dinámica de la globalización, donde las demandas de los turistas se determinan en función de las características cambiantes del entorno mundial.



En este marco, la competitividad turística no puede entenderse de manera aislada, ya que depende de la capacidad de los destinos para adaptarse, renovarse y responder a las exigencias del entorno. Por lo tanto, la innovación se posiciona como un factor clave para alcanzar dicha competitividad, al introducir mejoras que fortalecen el valor de la experiencia turística, optimizan procesos y elevan la calidad de los servicios ofrecidos.

Es por ello que la competitividad turística de México debe desarrollarse generando el uso eficiente e innovador de los recursos naturales y culturales de los destinos, desarrollando productos turísticos diversos que propicien un crecimiento sostenible, además de añadir valor a la experiencia del turista y optimizar los beneficios a las comunidades locales.

De esta manera, la política turística del país debe orientarse a mejorar la innovación, la diversificación de la oferta, la profesionalización, capacitación y calidad en los servicios turísticos, así como la conectividad turística.

Contar con un diagnóstico integral permitirá diseñar estrategias efectivas y equitativas para fortalecer la competitividad del sector, por ello, es indispensable contar con información precisa sobre todos los flujos turísticos como las entradas al país para consolidar la posición de México como un destino turístico de primer nivel.



6.5 Relevancia del objetivo 5: Promover la sostenibilidad en destinos y productos turísticos en el territorio nacional

La sostenibilidad en el turismo es indispensable para garantizar que la actividad turística contribuya al bienestar social, a la conservación del medio ambiente y al crecimiento económico de manera equilibrada. Colocar la sostenibilidad en el centro de las políticas turísticas permite asegurar la viabilidad a largo plazo de los destinos y proteger los recursos que los hacen singulares y atractivos. Esto no sólo implica el cuidado del entorno natural, sino también la preservación del patrimonio cultural, el fortalecimiento de la identidad local y la inclusión de las comunidades anfitrionas en la toma de decisiones. Un destino sostenible es aquel que equilibra la llegada de visitantes, sin comprometer la calidad de vida de la población local ni degradar sus recursos naturales o culturales. Por ello, el PROSECTUR 2025 - 2030 promueve prácticas responsables tanto del lado de la oferta turística como de los turistas.

En este contexto, el desarrollo de productos turísticos sostenibles representa una gran oportunidad para diversificar la oferta del país y posicionarlo en mercados que valoran la autenticidad, el respeto por el entorno y las experiencias con sentido ético. Productos como el ecoturismo, el turismo rural, el agroturismo, el turismo comunitario o el turismo de naturaleza se alinean con esta visión y pueden ser detonantes para el desarrollo regional si se gestionan con enfoque comunitario y ambientalmente responsable.

Para lograrlo, es fundamental la planeación, la normatividad correspondiente y la sensibilización de todos los actores del sector, así como la medición constante de impactos sociales y ecológicos. Esto implica trabajar de forma transversal con otros sectores, como el ambiental, el educativo, el agrario y el cultural, para lograr resultados integrales.

En suma, hacer de la sostenibilidad un eje rector del turismo en México es una responsabilidad ineludible frente a los desafíos del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la creciente demanda de experiencias éticas por parte de los viajeros. Este enfoque garantiza que el turismo contribuya al desarrollo justo, inclusivo y resiliente de nuestros territorios, asegurando que las futuras generaciones puedan también disfrutar y beneficiarse de la riqueza natural y cultural que hoy tenemos la obligación de proteger.



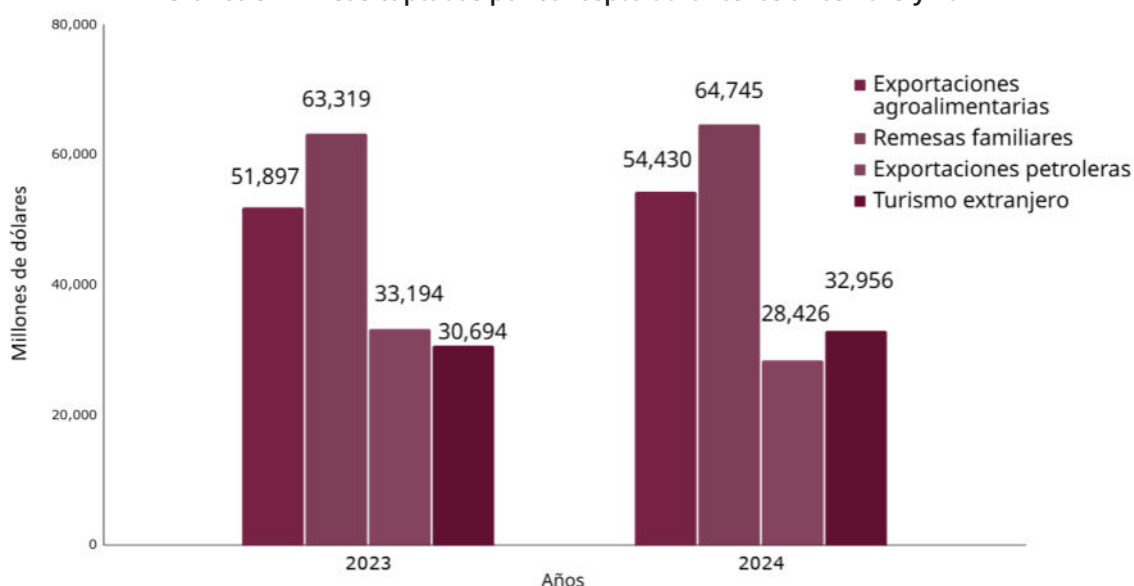
La implementación de acciones que apunten a la disminución de los efectos del cambio climático, la escasez de recursos, la pérdida de biodiversidad y la degradación de los atractivos turísticos del país es prioritaria. Una meta será mejorar la posición en la que México se ubicó en 2024, que fue el lugar 38 de 119 países en el Índice de Desarrollo de los Viajes y el Turismo del Foro Económico Mundial (WEF, 2024).

Es necesario avanzar con la puesta en marcha de estrategias para revertir los efectos negativos en materia de sostenibilidad medioambiental y socioeconómica en la actividad turística.

Impulsar la sostenibilidad ambiental y social del turismo no sólo mejora la competitividad del país: también fortalece su capacidad de generación de divisas y beneficios económicos para las comunidades.

Esto se ve reflejado si analizamos el sector dentro de la economía nacional, al ser la tercera mayor fuente de captación de divisas en 2024, comparado con cifras de 2023, generando un ingreso de 32,956 millones de dólares, por encima de las exportaciones petroleras (28,426 millones de dólares). Ingresos que se traducen en beneficios para las comunidades locales y crecimiento de las regiones sostenibles y con potencial turístico.

Gráfico 3 - Divisas captadas por concepto durante los años 2023 y 2024



Nota: Se presentan las divisas expresadas en millones de dólares estadounidenses (MDD). Fuente: Elaboración propia con información del Banco de México y del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)



6.6 Relevancia del objetivo 6: Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional

La diversificación de mercados y destinos turísticos permite reducir la dependencia de mercados tradicionales y destinos consolidados, así como promover el desarrollo de nuevas regiones y segmentos, lo cual contribuye a un desarrollo turístico más competitivo, equilibrado e incluyente.

Es fundamental en la dinámica de la actividad turística de México, tan sólo en 2024, el país recibió a 45 millones de turistas internacionales, lo que representó un incremento del 7.4% respecto al año anterior. Este aumento se tradujo en un ingreso de 32 mil 956 millones de dólares, cifra superior a las divisas captadas por las exportaciones petroleras, y que igualmente marcó un aumento del 7.4% con respecto a 2023, según datos del INEGI.

En 2024, México recibió por vía aérea a más de 20.5 millones de personas turistas internacionales. Esto representó un crecimiento del 5.5 % respecto a 2023, de acuerdo con la Unidad de Política Migratoria de la Secretaría de Gobernación.

La mayoría de estos flujos provino de Estados Unidos (66.8%) y Canadá (12.3%), lo que reafirma la importancia de ambos mercados. Este escenario representa una oportunidad para fortalecer la presencia de México en esos países, así como para diversificar hacia mercados emergentes en América Latina y Europa.

Tabla 1 - Llegada de Turistas extranjeros a México vía aérea

Entradas aéreas de turistas internacionales por País de Residencia					
País de Residencia		Enero - Diciembre		Participación	Var %
		2023	2024 ^{P1}	2024	2024-2023
1	Estados Unidos	12,431,925	13,709,388	66.8%	10.3%
2	Canadá	2,279,634	2,522,479	12.3%	10.7%
3	Colombia	644,742	515,361	2.5%	-20.1%
4	Reino Unido	455,768	426,856	2.1%	-6.3%
5	Argentina	283,382	313,795	1.5%	10.7%
6	España	273,331	258,813	1.3%	-5.3%
7	Francia	258,068	235,881	1.1%	-8.6%
8	Alemania	236,048	231,311	1.1%	-2.0%
9	Chile	208,988	192,113	0.9%	-8.1%
10	Brasil	172,541	177,862	0.9%	3.1%
11	Costa Rica	202,794	172,067	0.8%	-15.2%
12	Perú	268,432	128,727	0.6%	-52.0%
13	Guatemala	126,499	117,485	0.6%	-7.1%
14	Italia	100,049	104,005	0.5%	4.0%
15	China	66,385	99,026	0.5%	49.2%
Otros		1,435,072	1,315,060	6.4%	-8.4%
Total		19,443,658	20,520,229	100.0%	5.5%

Fuente: Información de DATATUR, con información de Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de Personas, Secretaría de Gobernación (2023 y 2024).



En 2024, el turismo internacional casi recuperó sus niveles prepandemia. De acuerdo con ONU Turismo, se registraron aproximadamente 1,400 millones de llegadas de turistas internacionales, un incremento del 11% respecto al 2023, dicho crecimiento fue impulsado por la demanda acumulada y el buen desempeño de los mercados emisores clave. Por ello, fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos fortalece a México como un país competitivo, con una oferta más amplia y diversa para abrir el abanico de destinos, productos, actividades y experiencias en un mayor número de regiones.

Impulsar la diversificación con nuevos destinos turísticos en distintas regiones del país permite distribuir mejor los flujos de visitantes, reduciendo la presión sobre los destinos más saturados y generando oportunidades económicas y sociales en comunidades con gran potencial cultural, natural o histórico. Permite innovar en los productos turísticos, ampliando la oferta más allá del sol y la playa hacia segmentos que no sólo atraen nuevos perfiles de visitantes, sino que también responden a las transformaciones del perfil del turista global, que hoy demanda experiencias más auténticas, responsables y personalizadas.

Para incrementar el flujo de turistas a los destinos del país, resulta clave promover a México como un destino diverso, atractivo y de alta calidad en los mercados emisores potenciales. Con este fin, se plantea un modelo de promoción turística que no sólo impulse la comercialización, sino que también priorice alianzas estratégicas con marcas globalmente posicionadas. Además, se buscará la creación de mecanismos de cooperación público-privada, basados en estrategias autofinanciables, para robustecer los esfuerzos de promoción de México en mercados tanto emergentes como tradicionales.

En este sentido, el uso estratégico de la marca país será fundamental para potenciar nuestra presencia y atractivo a nivel internacional. Este modelo considera el contexto y las tendencias nacionales e internacionales, así como las innovaciones tecnológicas en materia de información, comunicación, inteligencia comercial y artificial, permitiendo un mayor alcance de los esfuerzos de difusión y comercialización de los destinos turísticos de México.

La promoción turística del país contempla la elaboración de contenidos audiovisuales innovadores que reflejen la oferta turística y la riqueza de los atractivos culturales, naturales, históricos de México como elementos diferenciadores de los destinos. Esta promoción se hará en el marco de un nuevo modelo de promoción, que debe encontrar el mecanismo correcto que,



con austeridad, se dediquen mayores recursos públicos específicos para ese fin, independientemente de que se canalicen a través del ramo 21 o de otro ramo, para fortalecer el posicionamiento turístico de México en el mundo.

Existen ejemplos de inversión mixta en marcas país tales como FONATUR en Colombia, Brand USA en Estados Unidos y en varios otros países. Australia es promocionada por Tourism Australia, la agencia nacional de marketing de turismo que opera con fondos gubernamentales y programas de asociación con la industria para impulsar el turismo internacional y nacional.

Diversos países han consolidado esquemas exitosos de promoción turística a nivel global. Un ejemplo destacado es España, que, al igual que México, cuenta con un fuerte posicionamiento en el segmento de sol y playa. La promoción internacional de España es liderada por Turespaña, un organismo público que ejemplifica la colaboración público-privada al trabajar extensamente con el sector privado.

Es importante fortalecer el Tianguis Turístico México como acción de proyección internacional, así como ampliar la presencia de México en las principales ferias internacionales especializadas en el sector. Bajo una línea similar, la promoción de México debe incluir puntos de contacto permanentes con diversos mercados.

Finalmente, la red de "Puntos México", la plataforma *visitmexico.com*, las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) y la implementación de una estrategia de diplomacia turística coordinada con el Servicio Exterior Mexicano (SEM), serán una ventana que permitirán mostrar los destinos turísticos del país y conocer mejor las expectativas de los mercados internacionales.



6.7. Vinculación de los objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2025-2030

A continuación, se presentan los objetivos y estrategias que orientan el PRO-SECTUR 2025-2030, alineado con lo establecido en el Plan Nacional de Desarrollo vigente. Bajo seis ejes fundamentales, esta política busca consolidar un modelo turístico que contribuya al crecimiento económico, promueva el desarrollo regional y comunitario, atraiga inversiones estratégicas, fortalezca la gobernanza del sector, incremente la competitividad e innovación, incorpore la sostenibilidad como eje transversal y diversifique mercados y destinos, con el propósito de afianzar el posicionamiento de México en el ámbito turístico global.

Objetivos del Programa Sectorial de Turismo 2025-2030	Objetivos del Plan Nacional de Desarrollo 2025 – 2030	Estrategias del Plan Nacional de Desarrollo 2025 – 2030
Objetivo 1. Fomentar el desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas	Objetivos 2.10, 3.5, 3.11, T 3.2, T 3.6.	Estrategias 2.10.2, 3.5.2, 3.11.2, T 3.2.3 y T 3.6.2
Objetivo 2. Promover la atracción de inversiones en infraestructura turística en estados y municipios	Objetivo 3.11	Estrategias 3.11.1 y 3.11.4
Objetivo 3. Desarrollar la política y gobernanza turística en beneficio del sector turístico nacional	Objetivos 3.11 y T 2.1	Estrategias 3.11.2 y T 2.1.2
Objetivo 4. Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico	Objetivos 3.7 y 3.11	Estrategias 3.7.1, 3.7.2, 3.7.4, 3.11.1, 3.11.2 y 3.11.4
Objetivo 5. Promover la sostenibilidad en destinos y productos turísticos en el territorio nacional.	Objetivo 3.11	Estrategia 3.11.3
Objetivo 6. Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional.	Objetivo 3.11	Estrategias 3.11.2 y 3.11.4



7. Estrategias y líneas de acción

Las estrategias y líneas de acción del PROSECTUR 2025-2030 se erigen como una hoja de ruta estratégica, concebida para catalizar un desarrollo turístico integral y sostenible en México. Su diseño responde a la necesidad apremiante de abordar desafíos multidimensionales inherentes al sector, que van desde la distribución desigual de los beneficios económicos hasta la presión sobre los recursos naturales y la imperiosa necesidad de fortalecer la competitividad a nivel global. A través de seis objetivos estratégicos interconectados, el programa busca transformar el panorama turístico nacional, impulsando un crecimiento equitativo, resiliente e innovador.

El Objetivo 1, centrado en fomentar el desarrollo regional y comunitario, reconoce la capacidad del turismo para trascender su rol puramente económico y convertirse en un motor de bienestar social. Su pertinencia radica en la urgencia de incorporar a las comunidades locales, especialmente en áreas menos desarrolladas, como protagonistas activos en la creación de valor. Las estrategias asociadas buscan integrar cadenas productivas, impulsar nuevos destinos con la participación de las comunidades, fortalecer programas exitosos como “Pueblos Mágicos” y promover un desarrollo turístico equilibrado y sostenible.



Este objetivo atiende directamente la problemática de la marginación y la concentración de los beneficios del turismo, buscando democratizar las oportunidades y arraigar el desarrollo en el tejido social de las regiones.

En un plano complementario, el Objetivo 2 se enfoca en promover la atracción de inversiones estratégicas, reconociendo la necesidad de un flujo constante de capital para modernizar la infraestructura y desarrollar proyectos de alto impacto. La estrategia de alianzas público-privadas se presenta como un mecanismo crucial para catalizar estas inversiones, especialmente en estados y municipios con potencial turístico. Este objetivo responde a la limitación de recursos públicos y a la necesidad de dinamizar el sector a través de la inyección de capital privado, impulsando la competitividad y la creación de empleo.

La eficacia de las inversiones y la implementación de proyectos dependen intrínsecamente de una gobernanza sólida, propósito central del Objetivo 3. La articulación de estrategias para fortalecer la gobernanza, coordinar acciones con el poder legislativo, fomentar la planeación turística basada en información robusta, establecer alianzas estratégicas y garantizar la seguridad turística, aborda la problemática de la descoordinación y la falta de una visión integral en la gestión del sector. Una gobernanza eficaz es condición *sine qua non* para la implementación exitosa de los demás objetivos.

Para asegurar la sostenibilidad del crecimiento, el Objetivo 4 se dirige a incrementar la competitividad e innovación del sector, actuando sobre la oferta, la infraestructura, la conectividad y la cadena de valor. Las estrategias de impulso a la innovación, diversificación de mercados y destinos, fortalecimiento de la profesionalización y la creación de plataformas de conocimiento, buscan superar las limitaciones de una oferta turística homogénea y la necesidad de adaptarse a las demandas de un mercado global dinámico. Este objetivo responde a la exigencia de un sector turístico moderno, resiliente y capaz de competir en un entorno internacional cada vez más exigente.

Reconociendo la creciente conciencia ambiental y social, el Objetivo 5 establece la promoción de la sostenibilidad como eje rector. Las estrategias enfocadas en la sostenibilidad ambiental, la asistencia técnica para proyectos regionales sostenibles con participación comunitaria y la gestión de riesgos en zonas turísticas, atienden la problemática de la presión sobre los recursos naturales y la necesidad de un modelo de desarrollo turístico responsable y resiliente ante los efectos del cambio climático y otros riesgos. La sostenibilidad se integra como un principio transversal que permea en la totalidad del programa.



Finalmente, el Objetivo 6 busca fomentar la diversificación de mercados y destinos, como estrategia clave para mejorar el posicionamiento turístico del país. Las acciones y programas para democratizar el acceso al turismo, fortalecer los servicios al turista, promover y comercializar estratégicamente la oferta existente, establecer alianzas con marcas globales y fomentar el uso de la marca "México", responden a la necesidad de reducir la dependencia de mercados específicos y de ampliar el abanico de experiencias turísticas ofrecidas, fortaleciendo la imagen de México como un destino diverso y atractivo a nivel mundial.

En su conjunto, estos seis objetivos estratégicos, con sus respectivas estrategias interrelacionadas, configuran una narrativa coherente para el desarrollo del turismo en México durante el periodo 2025-2030. Al abordar de manera integral los desafíos económicos, sociales, ambientales y de gobernanza, el programa busca consolidar un sector turístico robusto, inclusivo, sostenible y competitivo, capaz de generar bienestar para las comunidades, atraer inversión estratégica y fortalecer la posición de México como un destino líder a nivel global. La interdependencia entre los objetivos asegura que el avance en un área impulse y se vea reforzado por los logros en las demás, creando un círculo virtuoso de desarrollo turístico integral.





Objetivo 1. Fomentar el desarrollo regional y comunitario en áreas menos desarrolladas

Estrategia 1.1. Fomentar el desarrollo del turismo comunitario, sostenible e inclusivo para favorecer la generación de bienestar y la distribución equitativa de los beneficios

Líneas de acción

1.1.1. Implementar el programa de turismo comunitario (zonificación, destinos, productos, servicios, empresas, cadenas de valor, vocaciones, identidad cultural y participación) mediante estrategias regionales de desarrollo.

1.1.2. Establecer mecanismos de coordinación entre los tres niveles de gobierno y comunidades para la gestión del territorio, y el fortalecimiento de las capacidades turísticas locales para la creación de estrategias.

1.1.3. Impulsar rutas y corredores en regiones con potencial turístico por medio de su integración con infraestructura y núcleos de abastecimiento, para que los beneficios del turismo lleguen a comunidades, población vulnerable, pueblos y comunidades indígenas y afromexicanas.

1.1.4. Promover la infraestructura, equipamiento, señalización, servicios básicos (transporte, salud, educación, conectividad, telecomunicaciones), vivienda y empleo mediante coordinación interinstitucional y alianzas público-privadas.

1.1.5. Impulsar el desarrollo del turismo comunitario y rural a través de programas de fomento y certificaciones específicas, para que la comunidad ejerza los principios de la autogestión.

1.1.6. Generar ordenamientos turísticos del territorio para proteger de desequilibrios, daños o sobreexplotación de su entorno por el desarrollo de la actividad turística a las regiones y comunidades.

1.1.7. Promover la creación de inventarios de atractivos, recursos y sitios “sagrados”, históricos y protegidos de cada una de las comunidades para detonar su potencial turístico.

1.1.8. Fomentar la formalización de empleos y participación en actividades económicas de las mujeres y población vulnerable, por medio de habilidades tecnológicas, blandas y técnicas, para incrementar su ingreso económico y calidad de vida.

1.1.9. Promover el incremento de contenido nacional y detonar nuevas cadenas de valor turísticas mediante estrategias de desarrollo productivo para el fomento turístico local y regional.



Estrategia 1.2 Impulsar el desarrollo de nuevos productos turísticos en regiones con menor desarrollo para incrementar la actividad turística comunitaria

Líneas de acción

1.2.1. Promover la oferta turística en comunidades y destinos basados en su vocación, patrimonio natural y cultural, mediante asistencia técnica y el desarrollo de productos incluyentes y sostenibles.

1.2.2. Diversificar la oferta de destinos ecoturísticos, sus productos y actividades, mediante la planificación territorial y la promoción para el desarrollo regional.

1.2.3. Fomentar la colaboración de los sectores público, privado, social y académico, mediante mesas de trabajo y acuerdos en beneficio del desarrollo de proyectos sostenibles de turismo comunitario.

1.2.4. Fomentar la coordinación regional entre destinos turísticos para crear productos integrados, con esquemas de comercialización, que fomenten la integración y conservación, mediante redes colaborativas y promoción conjunta, beneficiando a las comunidades locales.

1.2.5. Promover el desarrollo de herramientas de marketing turístico para la promoción de las comunidades y el turismo comunitario.

Estrategia 1.3 Fomentar la integración de cadenas de producción y redes de valor turístico para promover el desarrollo regional y las comunidades turísticas

Líneas de acción

1.3.1. Fomentar la colaboración intersectorial entre actores clave del turismo a través de alianzas que incentiven el turismo y fortalezcan las cadenas de producción y redes de valor turístico.

1.3.2. Promover la implementación de herramientas digitales para potenciar la innovación, comercialización, integración y promoción; de las empresas, los segmentos y productos turísticos en regiones y comunidades, mediante programas de capacitación y asesoría.

1.3.3. Promover estrategias de comercialización de productos y servicios turísticos comunitarios, a través de redes de colaboración y promoción digital.

1.3.4. Fortalecer la identidad "Hecho en México" integrando productos y servicios nacionales en la oferta turística mediante plataformas de difusión y eventos de promoción.



Estrategia 1.4 Actualizar el Programa “Pueblos Mágicos” con el fin de ponerlos en valor y reafirmarlos como un instrumento de desarrollo local y regional

Líneas de acción

1.4.1. Desarrollar una estrategia nacional para el fortalecimiento del Programa Nacional de Pueblos Mágicos generando bienestar, prosperidad, protección de identidad y medio ambiente.

1.4.2. Promover la continuidad de las localidades en el Programa de Pueblos Mágicos, a través de la implementación de una estrategia alineada con la normativa aplicable.

1.4.3. Consolidar una Red Nacional de Pueblos Mágicos articulando esfuerzos interinstitucionales para fortalecer su identidad, promoción y desarrollo integral.

1.4.4. Promover acciones de asistencia y auxilio turístico en los Pueblos Mágicos, mediante mecanismos coordinados entre los tres órdenes de gobierno que contribuyan a mejorar la percepción de seguridad turística en estas localidades.

Estrategia 1.5 Impulsar el mejoramiento integral de la imagen urbana en destinos turísticos, para fortalecer la competitividad, accesibilidad y sostenibilidad de los destinos

Líneas de acción

1.5.1. Promover la integración de destinos turísticos en iniciativas de mejora de imagen urbana a través de convenios de colaboración y redes.

1.5.2. Fomentar la formalización de acuerdos de colaboración con aliados estratégicos mediante convenios interinstitucionales y esquemas de inversión conjunta, para mejorar la imagen urbana.

1.5.3. Fortalecer la imagen de destinos turísticos y promover espacios renovados y digitalizados mediante contenidos audiovisuales, campañas en plataformas y tecnologías emergentes.

1.5.4. Enfatizar la identidad cultural local en los proyectos de mejoramiento urbano, mediante la integración de elementos patrimoniales, expresiones artísticas y tradiciones representativas de cada destino turístico.



Estrategia 1.6. Promover prácticas turísticas que integren criterios de sostenibilidad ambiental, social y económica en áreas rurales y comunitarias, para fomentar el desarrollo y gestión de las comunidades con vocación turística

Líneas de acción

1.6.1. Impulsar el reconocimiento y desarrollo de destinos rurales donde el turismo fomente la riqueza cultural, las tradiciones, la diversidad y la salvaguarda de la biodiversidad, logrando un desarrollo regional equitativo, a través de su participación en la iniciativa “Best Tourism Villages” de ONU Turismo.

1.6.2. Brindar acompañamiento a las comunidades postulantes al distintivo “Best Tourism Villages” de ONU Turismo, mediante asesoría, con el fin de incrementar sus posibilidades de éxito y posicionamiento internacional.

1.6.3. Fomentar el aprendizaje y la colaboración entre las localidades rurales de México reconocidas como “Best Tourism Villages” de ONU Turismo, a través de la constitución de una red que promueva el intercambio de experiencias y el surgimiento de nuevas oportunidades.

1.6.4. Fomentar el intercambio de saberes y la colaboración entre prestadores de servicios turísticos mediante encuentros y espacios de participación social para impulsar y fortalecer a los destinos turísticos rurales y comunitarios.

Estrategia 1.7. Fomentar el desarrollo turístico en zonas con alto potencial turístico para contribuir al crecimiento económico y regional

Líneas de acción

1.7.1. Promover los servicios turísticos del Grupo Mundo Maya mediante la mejora en la conectividad regional en beneficio de turistas, habitantes y trabajadores, generando interconexión con sistemas de distribución para un desarrollo regional sostenible.

1.7.2. Brindar asistencia técnica para la planeación turística de estados, municipios y entidades públicas, mediante la coordinación y apoyo de FONATUR, para impulsar el desarrollo en zonas con alto potencial y crecimiento económico regional.

1.7.3. Implementar campañas de atracción del turismo nacional e internacional de los servicios turísticos del Grupo Mundo Maya, mediante alianzas y estrategias de promoción e inversión.

1.7.4. Establecer mecanismos de colaboración interinstitucional entre los tres órdenes de gobierno para la planificación y seguimiento de proyectos turísticos en zonas de alto potencial turístico.





Objetivo 2. Promover la atracción de inversiones en infraestructura turística en estados y municipios

Estrategia 2.1. Fortalecer el marco normativo y las inversiones turísticas en estados y municipios para el desarrollo de infraestructura estratégica

Líneas de acción

2.1.1. Fomentar la coordinación y colaboración entre sectores público, privado y social para impulsar el desarrollo de herramientas de financiamiento destinadas al desarrollo del sector turístico nacional.

2.1.2. Promover la creación de lineamientos para definir requisitos legales, fiscales y ambientales en coordinación con dependencias competentes, para atraer inversión pública y privada a destinos y productos turísticos

2.1.3. Elaborar proyectos de reforma a la legislación en materia de turismo, orientados a fomentar la inversión, con el propósito de impulsar iniciativas que fortalezcan el desarrollo regional y el turismo comunitario.

2.1.4. Promover un entorno competitivo para la inversión turística, mediante certidumbre jurídica e impulso de proyectos atractivos en los destinos turísticos del país.

Estrategia 2.2. Impulsar alianzas público-privadas y esquemas de financiamiento mixto para el desarrollo de infraestructura y proyectos turísticos estratégicos en estados y municipios con potencial, a fin de ampliar la cobertura territorial de la inversión turística y contribuir al crecimiento regional equilibrado

Líneas de acción

2.2.1. Promover la definición de esquemas para la atracción de inversiones mixtas y privadas, en coordinación con dependencias competentes, bancas de desarrollo, cámaras y asociaciones empresariales.

2.2.2. Impulsar la elaboración y promoción de una cartera de proyectos de inversión nacional y extranjera, con alto potencial turístico o detonantes del turismo, identificando oportunidades para fortalecer la oferta de segmentos y regiones.

2.2.3. Promover esquemas de financiamiento a través de alianzas con instituciones financieras y plataformas de inversión para proyectos turísticos innovadores o con incorporación de nuevas tecnologías.

2.2.4. Integrar un portafolio de inversión turística a través de un sistema de mapeo y evaluación de oportunidades estratégicas para proyectos detonadores del desarrollo regional y comunitario.



Estrategia 2.3. Promover la implementación de esquemas de capacitación y financiamiento para el fortalecimiento y desarrollo de las empresas turísticas

Líneas de acción

2.3.1. Fomentar la coordinación con la Banca de Desarrollo y la Comercial para promover instrumentos ágiles de crédito y garantías, creación de empresas o mejorar su operación, con apoyos para capital de trabajo, activos fijos, reestructuras, tecnología, equipamiento con énfasis en las MIPyMES turísticas.

2.3.2. Desarrollar un programa integral de capacitación empresarial para MIPyMES turísticas a través de plataformas tecnológicas y de la colaboración con dependencias e instituciones educativas, abordando temas clave como educación financiera, gestión empresarial y formación de alianzas estratégicas.

2.3.3. Impulsar la competitividad de la oferta turística a través de programas de capacitación en diseño de experiencias, sostenibilidad y comercialización de nuevos productos de mercado, dirigidos a diferentes segmentos turísticos y destinos.

2.3.4. Elaborar guías de buenas prácticas en materia de desarrollo empresarial e inversión turística para promover la creación de empresas y fortalecer las existentes.

Estrategia 2.4. Fomentar el emprendimiento y la creación de empresas turísticas para contribuir al desarrollo social, turístico y económico

Líneas de acción

2.4.1. Promover el acceso de las empresas turísticas a nuevos mercados y el fortalecimiento de cadenas productivas mediante el fomento de redes de asociacionismo por destino o a través de clubes de productos.

2.4.2. Promover el desarrollo de emprendimientos y laboratorios de innovación turística mediante programas de capacitación y orientación en procesos, en coordinación con dependencias, organismos empresariales e instituciones educativas, para fortalecer la innovación y competitividad del sector turístico.

2.4.3. Impulsar la creación de esquemas y protocolos de facilitación, desregulación y simplificación, en la legalización y adquisición de permisos para establecer MIPyMES turísticas.

2.4.4. Desarrollar manuales administrativos para simplificar y eficientar los trámites de apertura de empresas turísticas en diversas regiones del país.

2.4.5. Impulsar acciones para promover el empleo turístico, como ferias de empleo a nivel local, oficinas en destinos turísticos, de recepción y orientación para trabajadores temporales de acuerdo con la estacionalidad, y para favorecer a grupos vulnerables de la población.





Objetivo 3. Desarrollar la política y gobernanza turística en beneficio del sector turístico nacional

Estrategia 3.1. Fortalecer la gobernanza turística para el fomento de la política turística con la integración de todos los sectores en el desarrollo turístico

Líneas de acción

3.1.1. Actualizar la normativa institucional turística para adaptarla al contexto nacional, las tendencias económicas y turísticas nacionales e internacionales, innovaciones tecnológicas para el fortalecimiento de la política turística nacional en instrumentos como la Ley General de Turismo, entre otros.

3.1.2. Promover la colaboración con los tres órdenes de gobierno, el sector social, privado y académico, para generar estrategias y acciones que dinamicen el turismo en beneficio social, del desarrollo regional y nacional.

3.1.3. Impulsar el desarrollo turístico de manera eficaz a través del fortalecimiento de la coordinación interinstitucional para la implementación de estrategias en infraestructura (terrestre, aérea, marítima), migración, aduanas, facilitación, movilidad, desregulación, plataformas digitales e incentivos fiscales.

3.1.4. Desarrollar estudios de competencias concurrentes para el turismo y de políticas públicas relacionadas, relativos a mecanismos de coordinación interinstitucional y programas de sensibilización dirigidos a autoridades migratorias, aduaneras y otros actores clave del sector.

3.1.5. Fortalecer la coordinación intersectorial e interinstitucional para alinear acciones y ampliar resultados del turismo mediante instrumentos de colaboración.

3.1.6. Promover acciones de coordinación con las Cámaras del Poder Legislativo para atender y alinear proyectos para el desarrollo turístico, emitir opiniones y participar en procesos legislativos de iniciativas que impacten el sector.

3.1.7. Analizar iniciativas legislativas y promover cambios en materias relacionadas con el turismo, como migración y ordenamiento territorial, para impulsar el desarrollo turístico.

3.1.8. Generar conocimiento mediante estudios y análisis comparativos sobre los ejes transversales del PND, coyunturas sociales y económicas, tendencias, manejo de desastres y otros temas que impactan al turismo, para apoyar la planeación y toma de decisiones.

3.1.9. Proponer la actualización de las normas para integrar y regular los servicios turísticos como el hospedaje no hotelero, guías de turistas y certificaciones, para mejorar la calidad del sector.



Estrategia 3.2. Fortalecer el Sistema Nacional de Información e Inteligencia Turística como base para la planeación y la toma de decisiones en el sector turístico

Líneas de acción

3.2.1. Actualizar y fortalecer el Sistema Nacional de Estadística Turística del país con el objetivo de contar con herramientas metodológicas eficaces e innovadoras que permitan la generación de información de alta calidad.

3.2.2. Promover la actualización y creación de indicadores turísticos en colaboración con el Comité Especializado de Estadísticas Económicas del Turismo del INEGI, con el fin de precisar la medición de la actividad turística, con énfasis en el segmento de cruceros y del turismo náutico.

3.2.3. Impulsar la creación de una Red Nacional de Observatorios Turísticos Sostenibles mediante el establecimiento de Observatorios Turísticos Sostenibles (INSTO) en todas las entidades del país.

3.2.4. Establecer convenios con el sector privado, centros de estudios superiores y de investigación, para el intercambio de información estadística y la homologación de metodologías, que contribuyan a mejorar la medición del turismo comunitario y de la actividad turística en general.

3.2.5. Apoyar la toma de decisiones estratégicas en el sector turístico mediante la elaboración de análisis de coyuntura sobre temas prioritarios.

3.2.6. Modernizar el portal DATATUR y el Atlas Turístico de México para facilitar el acceso a la información estratégica.

3.2.7. Digitalizar los procesos para el Registro Nacional del Turismo a través de una plataforma tecnológica que brinde eficiencia y rapidez en los trámites.

3.2.8. Fomentar el conocimiento de turistas y visitantes nacionales y extranjeros a través de la realización de estudios de perfil y satisfacción a nivel estatal y nacional.



Estrategia 3.3. Fomentar la planeación turística y la alineación de los instrumentos para el diseño, implementación y evaluación de la política turística nacional

Líneas de acción

3.3.1. Promover el desarrollo turístico de los estados y municipios, mediante las acciones de planeación turística, alineadas a los instrumentos oficiales, entre los tres niveles de gobierno para el desarrollo turístico de estados y municipios.

3.3.2. Favorecer la eficiencia de los recursos y evitar duplicidad de acciones mediante la planeación estratégica de las acciones y programas institucionales de las dependencias nacionales, estatales y municipales del ramo 21.

3.3.3. Promover el cumplimiento y relevancia de las acciones y programas institucionales mediante el diseño e implementación de acciones de evaluación y seguimiento de la política turística nacional.

3.3.4. Abordar temas prioritarios y coyunturales mediante el desarrollo de acciones de planeación participativa, con el fin de realizar soluciones conjuntas.

3.3.5. Impulsar la planeación estratégica del sector turístico mediante la realización de ejercicios de prospectiva y visión a largo plazo

Estrategia 3.4. Establecer alianzas con actores públicos y privados y de cooperación nacional e internacional para el desarrollo de proyectos turísticos estratégicos

Líneas de acción

3.4.1. Ejecutar alianzas estratégicas con organismos nacionales e internacionales de cooperación para el desarrollo de proyectos y acciones en áreas como sostenibilidad, transferencia de conocimiento, promoción turística y otros temas relevantes y estratégicos.

3.4.2. Impulsar la atención de inversión, facilitación, migración y asuntos turísticos prioritarios mediante la coordinación intersectorial entre la Administración Pública Federal y el Servicio Exterior Mexicano.

3.4.3. Impulsar la capacitación del personal del Servicio Exterior Mexicano mediante seminarios y cursos especializados, para sensibilizarlo en temas de turismo como promoción, facilitación, migración, intercambio de información, relaciones públicas y gestión de crisis.

3.4.4. Potenciar la visibilidad y atracción de inversión y turismo a México, coordinando la participación en ferias y eventos internacionales con actores públicos, privados y paraestatales.



Estrategia 3.5. Fomentar la seguridad turística integral en las principales regiones del país, con el propósito de garantizar entornos seguros para los visitantes y fortalecer la confianza en los destinos turísticos

Líneas de acción

3.5.1. Desarrollar una estrategia interinstitucional que fomente la seguridad turística para la protección de los visitantes, diagnósticos de destinos y acciones concurrentes entre los tres órdenes de gobierno, empresarios, prestadores de servicios y comunidades.

3.5.2. Fortalecer la percepción de seguridad, gestión de crisis y resiliencia de los destinos turísticos en zonas estratégicas, mediante el desarrollo de una estrategia de comunicación y coordinación interinstitucional, con los tres órdenes de gobierno y el sector turístico.

3.5.3. Fortalecer el programa de calidad y atención integral al turismo mediante la profesionalización de los Ángeles Verdes y mejoras a su cobertura carretera, al parque vehicular, número de atención 078, App Ángeles Verdes y módulos de información para contribuir a la protección integral de los turistas.

3.5.4. Brindar orientación y apoyo a los turistas que viajan por la Red Nacional de Caminos, mediante asistencia mecánica, número de emergencia 078, App Ángeles Verdes, módulos de información en el Tren Maya, aeropuertos y lugares estratégicos para mejorar la protección de los turistas.

3.5.5. Fortalecer la protección integral de turistas y el flujo turístico mediante la coordinación de operativos vacacionales, de fines de semana largos y eventos turísticos, y generando conocimiento estratégico del turismo carretero.

3.5.6. Promover la participación del sector turístico en gabinetes de atención y mejora de la seguridad en destinos turísticos, con acciones de alerta temprana ante desastres naturales, protocolos de contingencia basados en sistemas de inteligencia y vigilancia para la prevención y atención de delitos.

3.5.7. Promover acciones para la prevención y atención de riesgos de ciberseguridad y hechos ilícitos en la contratación y prestación de servicios turísticos, de transporte, hospedaje, compra de viajes, entre otros.

3.5.8. Dar seguimiento a las alertas de viaje en los destinos turísticos para contribuir a la gestión conjunta de riesgos reputacionales en coordinación con las representaciones diplomáticas de México en el mundo.

3.5.9. Impulsar acciones para la actualización de las metodologías y aplicación de estándares de manejo higiénico en establecimientos de alimentos y bebidas mediante el Distintivo H, así como de otros distintivos o sellos como Punto limpio, Distintivo M de Moderniza, el Distintivo S de Sustentabilidad, entre otros.

3.5.10. Promover la inversión segura en los destinos turísticos del país, mediante mecanismos coordinados con dependencias y organismos competentes.



Estrategia 3.6. Fomentar la cultura turística entre los actores de la cadena de valor del turismo, los destinos y las comunidades receptoras, con el propósito de fortalecer la corresponsabilidad en la atención al visitante y consolidar una identidad turística incluyente y sostenible

Líneas de acción

3.6.1. Desarrollar un programa de cultura turística para sensibilizar a los miembros de la cadena de valor, las comunidades y las dependencias públicas, sobre la importancia del turismo y los beneficios para el desarrollo social y económico de las regiones del país.

3.6.2. Impulsar el desarrollo turístico nacional mediante la capacitación y la cultura de colaboración entre actores de la cadena de valor y población local, destacando los beneficios del turismo.

3.6.3. Promover la cultura turística a nivel nacional para sensibilizar y fortalecer el conocimiento general del sector turístico en la población.

3.6.4. Impulsar la calidad del servicio turístico mediante el estudio de diagnósticos y tendencias globales del sector.

3.6.5. Diseñar el concurso anual de cultura turística, incluyendo su difusión y la gestión de la participación regional con las entidades federativas, y encargándose de la selección y premiación de los talentos a nivel nacional.





Objetivo 4. Incrementar la competitividad e innovación en el sector turístico

Estrategia 4.1. Impulsar la innovación y el desarrollo del sector turístico mediante el uso de tecnologías digitales, con el propósito de optimizar procesos, mejorar la competitividad y fortalecer la calidad de los servicios turísticos

Líneas de acción

4.1.1. Impulsar la digitalización en empresas turísticas, especialmente en MIPyMES, para mejorar la prestación de servicios y contribuir al fortalecimiento de la competitividad del sector.

4.1.2. Fomentar la digitalización en los destinos y productos turísticos, mediante el uso de herramientas inteligentes, con el objetivo de mejorar la experiencia del turista y optimizar la gestión integral del destino.

4.1.3. Establecer mecanismos en coordinación con dependencias, organismos competentes y gobiernos estatales para fortalecer la infraestructura física y agilizar la internación de turistas en puertos, fronteras, aeropuertos y otros puntos de ingreso al país.

4.1.4. Fomentar la implementación de mecanismos de digitalización de pagos y comercio electrónico en los destinos turísticos, así como su regulación, permitiendo facilitar las transacciones entre empresas y prestadores de servicios turísticos.

4.1.5. Desarrollar una estrategia integral para “Destinos Inteligentes” a través de la incorporación de tecnologías avanzadas, herramientas de gestión y criterios de sostenibilidad con el fin de mejorar la competitividad y la experiencia turística en destinos seleccionados.

4.1.6. Fomentar la implementación de herramientas digitales en el sector turístico para agilizar trámites administrativos y operativos, con el fin de impulsar la innovación y eficiencia en la actividad turística.

4.1.7. Promover la innovación en el transporte turístico mediante la modernización de infraestructura, vehículos y servicios, así como la mejora de la conectividad terrestre, en coordinación con autoridades y sector privado.

4.1.8. Consolidar el Centro de Geointeligencia Ángeles Verdes como una plataforma tecnológica para el monitoreo de flujos turísticos carreteros y la sistematización de información diaria, con el fin de contribuir a la generación de *Big Data* turístico para la toma de decisiones.



Estrategia 4.2. Impulsar la competitividad e innovación de la oferta de productos y segmentos turísticos de alto valor agregado para producir una mayor derrama económica que beneficie al empleo y el ingreso de la población local de los destinos turísticos

Líneas de acción

4.2.1. Promover la creación del Buró de Congresos y Convenciones de México para el desarrollo del turismo de negocios, congresos y convenciones.

4.2.2. Elaborar una estrategia de innovación mediante la colaboración interinstitucional y la consulta con el sector para el desarrollo de productos y experiencias sostenibles en destinos de sol y playa en los principales destinos turísticos del país.

4.2.3. Impulsar acciones de innovación y apoyo a la comercialización a través de programas de fomento y plataformas de mercado para el desarrollo sostenible del ecoturismo (naturaleza, aventura, rural) y agroturismo.

4.2.4. Promover estrategias y acciones innovadoras de comercialización mediante campañas digitales, ferias especializadas y alianzas con turoperadores para el crecimiento y alcance nacional e internacional del turismo cultural (Ciudades Patrimonio, religioso, arqueológico, gastronómico) y el enoturismo.

4.2.5. Desarrollar productos turísticos y segmentos emergentes o especializados a través de la identificación de nichos y el diseño de experiencias especializadas para diversificar la oferta y ampliar el alcance, incluyendo turismo, religioso, médico o de salud, LGBTIQ+, de reuniones o negocios, comunitario, cinegético entre otros.

4.2.6. Elaborar una estrategia de desarrollo del turismo deportivo durante el próximo año, en colaboración con aliados estratégicos, para diversificar la oferta en localidades y destinos del país, incentivando la realización de eventos y la difusión de la Copa del Mundo 2026.

4.2.7. Promover y facilitar el turismo doméstico, bajo principios accesibles e inclusivos, mediante una estrategia de fomento del turismo social, para que un mayor número de mexicanos disfruten los atractivos del país y se genere desarrollo social y económico a nivel nacional.

4.2.8. Impulsar el turismo náutico y de cruceros mediante la coordinación con dependencias clave, la promoción de eventos (como regatas y festivales costeros) y el fomento de inversión en infraestructura náutica (pública y privada), para fortalecer y facilitar ambos segmentos turísticos en las costas del país.

4.2.9. Diseñar un plan de modernización de la infraestructura turística, enfocado en optimizar la conectividad y el equipamiento clave, con el fin de potenciar los segmentos turísticos y asegurar la seguridad, señalización clara y la atención al turista en las regiones prioritarias.



Estrategia 4.3. Diversificar e innovar la oferta de productos y destinos turísticos sostenibles e incluyentes con el fin de fomentar el bienestar económico y social de las comunidades locales

Líneas de acción

4.3.1. Elaborar un programa de asesoría y fortalecimiento de proyectos turísticos en destinos específicos a través del FONATUR para mejorar la competitividad de la oferta turística del país.

4.3.2. Incentivar la inversión turística privada y pública a través de la difusión, comercialización y puesta en valor estratégico de los bienes inmuebles propiedad del FONATUR.

4.3.3. Promover el establecimiento de estrategias de desarrollo turístico planificado y sostenible mediante la coordinación técnica y operativa con el FONATUR en destinos con vocación turística prioritaria.

4.3.4. Fortalecer la infraestructura de destinos turísticos, mediante la ejecución de planes de rehabilitación, mantenimiento y conservación a través del FONATUR.

4.3.5. Implementar el Programa de Desarrollo Turístico Integral “Acapulco se Transforma Contigo” en coordinación con el FONATUR, dependencias y entidades de los tres órdenes de gobierno.

4.3.6. Promover una estrategia de accesibilidad universal e inclusión que sensibilice e impulse la construcción y acondicionamiento de instalaciones en los destinos turísticos del país para ampliar el acceso, uso y disfrute de todas las personas a servicios y entornos turísticos en igualdad de condiciones.



Estrategia 4.4. Fortalecer la profesionalización de los actores de la cadena de valor del sector turístico a fin de incrementar su competitividad

Líneas de acción

4.4.1. Fomentar estrategias de profesionalización turística y el intercambio de buenas prácticas a través de la coordinación con el sector académico, autoridades y gobiernos locales para atender las necesidades actuales del sector en todas las regiones del país.

4.4.2. Profesionalizar los servicios ofrecidos por instituciones gubernamentales vinculadas al turismo, mediante procesos de formación continua, para mejorar la atención y gestión del sector.

4.4.3. Fortalecer la generación y aplicación del conocimiento en el sector turístico mediante la creación y gestión de plataformas de acceso gratuito a información especializada para apoyar la toma de decisiones informadas a nivel nacional y regional.

4.4.4. Fortalecer la investigación turística mediante la implementación y promoción de la plataforma “Red de Investigadores y Centros de Investigación en Turismo”, para ampliar su contenido temático y aumentar su comunidad académica.

4.4.5. Promover la generación de conocimiento en el sector turístico mediante la detección de necesidades y el desarrollo de estudios, investigación e innovación tecnológica, en colaboración con actores públicos, privados, sociales y académicos.

4.4.6. Promover la revalorización de oficios y profesiones turísticas a través de programas de capacitación, certificación de competencias y campañas de dignificación laboral para mejorar la especialización y la calidad del empleo en todo el sector a nivel nacional.

4.4.7. Impulsar modelos de educación dual en programas de turismo de instituciones educativas públicas y privadas, en coordinación con el Comité Directivo de Educación Dual de la Secretaría de Educación Pública, para fortalecer la vinculación entre el sector productivo y académico.

4.4.8. Fomentar la inserción laboral de jóvenes en el sector turístico mediante el Programa Jóvenes Construyendo el Futuro y las Ferias del Empleo, en coordinación con la Secretaría del Trabajo, gobiernos estatales y el sector privado.

4.4.9. Fomentar la profesionalización de jóvenes de nivel medio y superior del sector turístico mediante un catálogo de oferta académica asequible, en coordinación con universidades, institutos tecnológicos y el sector privado.



Estrategia 4.5 Fomentar la capacitación en el sector turístico, para fortalecer la profesionalización y competitividad de los prestadores de servicios turísticos.

Líneas de acción

4.5.1. Fomentar la capacitación en el sector turístico con perspectiva de género y protección a los derechos humanos, para contribuir a la detección, prevención y erradicación de la trata de personas.

4.5.2. Diseñar un programa de formación técnica para trabajadores del sector turístico, en coordinación con los tres niveles de gobierno, empresarios e instituciones académicas, que brinde capacitación laboral en competencias especializadas, con énfasis en jóvenes y mujeres en todo el país.

4.5.3. Difundir campañas de sensibilización sobre la importancia de mejores condiciones laborales a través de plataformas digitales, medios de comunicación y eventos sectoriales para fomentar la creación de empleos de calidad en el sector turístico, con énfasis en mujeres, jóvenes y adultos mayores.

4.5.4. Desarrollar un programa integral de capacitación digital mediante alianzas con instituciones educativas y empresas tecnológicas para impulsar la innovación tecnológica en todo el sector turístico nacional.

4.5.5. Impulsar estándares de competencia laboral en el sector turístico, que brinden herramientas técnicas a prestadores de servicios a través de instancias como el grupo de Profesionalización y Calidad Turística de la Comisión Ejecutiva de Turismo, Comités de Gestión por competencias y el CONOCER.



Estrategia 4.6. Promover la calidad turística mediante la mejora de los estándares y certificaciones en la prestación de servicios mediante la plataforma del Sistema Nacional de Certificación Turística para incrementar la competitividad

Líneas de acción

4.6.1. Fortalecer el Programa de Calidad Turística mediante la promoción de certificaciones, sellos y distintivos dirigidos a empresas y prestadores de servicios, así como el desarrollo de una plataforma del Sistema Nacional de Certificación Turística, con el fin de mejorar la competitividad.

4.6.2. Actualizar los estándares de calidad para guías turísticos, incluyendo las NOM-08, NOM-09 y NOM-12, a través de análisis técnicos, con el fin de elevar la competitividad y profesionalización del sector a nivel nacional.

4.6.3. Impulsar la acreditación de guías turísticos informales, facilitar su incorporación y refrendo en el padrón correspondiente, realizar verificaciones de cumplimiento y sancionar malas prácticas, en coordinación con los tres niveles de gobierno, para fortalecer la seguridad turística.

4.6.4. Difundir los componentes del distintivo y reconocimiento “Destinos de Turismo Comunitario” (DTC) y “Prestadores de Servicios de Turismo Comunitario” (PSTC), como parte del desarrollo del nuevo programa de turismo comunitario.

4.6.5. Promover opciones gratuitas y desarrollar tutoriales en línea para difundir los requisitos y características de los distintivos turísticos de la Secretaría de Turismo, con el fin de facilitar su obtención por parte de las empresas y agregar valor al sector.

4.6.6. Actualizar y capacitar a los consultores sobre los distintivos en donde tengan incidencia y en prácticas de temáticas como perspectiva de género y sostenibilidad para mejorar su contribución al sector turístico.

4.6.7. Realizar campañas de difusión para informar sobre los beneficios de los distintivos turísticos a empresas, prestadores de servicios y turistas, y promover a las empresas certificadas mediante acciones de comunicación estratégica.

4.6.8. Promover acciones de monitoreo de la calidad en los servicios turísticos mediante la implementación de encuestas de satisfacción, un sistema de seguimiento de quejas e inspecciones de cumplimiento de estándares, para fortalecer el sistema nacional de certificaciones y sellos de calidad.

4.6.9. Promover la simplificación y digitalización de los trámites de regulación dirigidos a prestadores de servicios turísticos, con el fin de mejorar la eficiencia del marco regulatorio.



Estrategia 4.7. Fomentar la conectividad aérea a través de la optimización de la gestión aeroportuaria y la colaboración para impulsar el desarrollo turístico

Líneas de acción

4.7.1. Establecer acciones de coordinación entre la Secretaría de Turismo, autoridades aeroportuarias del gobierno y aerolíneas en materia de rutas turísticas para mejorar la conectividad aérea.

4.7.2. Plantear propuestas para incidir en las decisiones sobre el uso de la Tarifa de Uso de Aeropuerto (TUA), dentro de los Órganos de gobierno de los aeropuertos en los que se participa, buscando el redireccionamiento en beneficio del desarrollo de los destinos turísticos.

4.7.3. Proponer acciones de innovación aeroportuaria a través de la coordinación con el sector aeroportuario para mejorar la experiencia integral del turista en todos los puntos de entrada aérea del país.

4.7.4. Fomentar el trato amable y eficiente a turistas en los servicios de control migratorio, aduanas y filtros de seguridad en los aeropuertos de los principales destinos turísticos del país.

4.7.5. Proponer nuevas conexiones aéreas mediante solicitudes expresas de los gobiernos o autoridades competentes para unir destinos turísticos estratégicos a nivel nacional e internacional.

4.7.6. Colaborar con aeropuertos y aerolíneas para mejorar la experiencia del turista en las sedes del Campeonato Mundial de Fútbol 2026 y en los destinos turísticos.

4.7.7. Establecer canales de comunicación e intercambio de información en coordinación con el sector público y privado del turismo, operadores aeroportuarios y aerolíneas para aportar datos relevantes que mejoren la gestión aeroportuaria y la operación de las aerolíneas en los principales aeropuertos del país.

4.7.8. Generar un intercambio de información entre aeropuertos, aerolíneas y la Secretaría de Turismo para la toma de decisiones turísticas.

4.7.9. Analizar el impacto turístico de las políticas aeroportuarias y de aerolíneas mediante estudios, evaluación de indicadores y consulta a expertos para generar elementos de juicio que fortalezcan la toma de decisiones estratégica en el sector.





Objetivo 5. Promover la sostenibilidad en destinos y productos turísticos en el territorio nacional

Estrategia 5.1. Impulsar programas y proyectos que generen una creciente sostenibilidad ambiental en los destinos turísticos

Líneas de acción

5.1.1. Promover campañas de difusión, sensibilización y esquemas educativos en el sector turístico, en materia de disposición de residuos, manejo del agua, respeto a la biodiversidad y uso de recursos locales, para contribuir a la sostenibilidad del sector.

5.1.2. Impulsar el establecimiento de sistemas locales de reciclaje y economía circular para la reducción del impacto ambiental en los destinos turísticos, en coordinación con las autoridades federales, estatales y municipales.

5.1.3. Reforzar los protocolos de inspección y vigilancia ambiental en zonas costeras, destinos turísticos y Áreas Naturales Protegidas (ANP), en coordinación con los tres órdenes de gobierno.

5.1.4. Fomentar el uso responsable del territorio en ANP con vocación turística mediante el diseño de programas de manejo que incluyan planes maestros y estudios de carga.

5.1.5. Promover la medición de la sostenibilidad ambiental en los destinos turísticos, mediante el uso de indicadores y agendas locales, para generar información especializada que permita identificar áreas de oportunidad, en coordinación con autoridades de los tres órdenes de gobierno.

5.1.6. Promover la asistencia técnica, capacitación y regulación para la certificación de establecimientos y prestadores de servicios turísticos en mejores prácticas de sostenibilidad, incluyendo el uso eficiente de agua, energías limpias y reciclaje de residuos sólidos en los destinos.

5.1.7. Promover programas de financiamiento mixto y privado, a través de acciones de cooperación con organismos nacionales e internacionales, para fomentar la sostenibilidad de las actividades turísticas, reducir la huella de carbono y mitigar su impacto en el cambio climático.

5.1.8. Promover acciones para disminuir el impacto ambiental del turismo a través de planes climáticos y alineando programas institucionales con la Declaración de Glasgow y los ODS de la ONU.

5.1.9. Actualizar el programa de ordenamiento turístico general del territorio con criterios de sostenibilidad, haciendo énfasis en las zonas de playa para su manejo turístico y ambiental.

5.1.10. Impulsar el adecuado aprovechamiento de la actividad turística en las ANP mediante acciones y estrategias específicas, a fin de garantizar su protección y conservación.



Estrategia 5.2. Promover la coordinación y generación de alianzas público-privadas, de cooperación nacional e internacional para impulsar la sostenibilidad económica en el turismo

Líneas de acción

5.2.1. Promover la reinversión y sostenibilidad local mediante la actualización normativa que incentive productos turísticos y replique buenas prácticas internacionales.

5.2.2. Promover las directrices de la ONU Turismo para el desarrollo sostenible del turismo en sus tres vertientes, en coordinación con los 3 niveles de gobierno y los sectores turístico y social.

5.2.3. Promover la contratación de proveedores locales y su integración en cadenas de proveeduría turística, principalmente en hoteles y restaurantes, para incentivar el uso de productos sostenibles desde las comunidades locales.

5.2.4. Impulsar el Distintivo S de la Secretaría de Turismo para empresas, destinos, aeropuertos, restaurantes, hoteles, centros de convenciones, campos de golf y transportes turísticos, para promover la responsabilidad social y ambiental en el sector.

5.2.5. Diseñar, publicar y difundir el manual para la elaboración de proyectos productivos sostenibles de desarrollo turístico comunitario.

5.2.6. Desarrollar acciones de asistencia técnica a servidores públicos, locales y comunidades, así como para la vinculación a recursos para el desarrollo de la oferta local a través de programas y proyectos turísticos comunitarios.

Estrategia 5.3. Promover el desarrollo turístico que fomente la participación social en la gestión y los beneficios del turismo

Líneas de acción

5.3.1. Promover la planeación y gestión turística comunitaria a través de acciones participativas, para inhibir la migración, reducir la pobreza y detonar el desarrollo local sostenible.

5.3.2. Fomentar el desarrollo de productos y experiencias turísticas a mediano plazo, basándose en la identidad local y con pleno respeto a los recursos naturales, culturales y tradiciones, para impulsar una oferta turística sostenible en las comunidades.

5.3.3. Promover una justa distribución de la riqueza generada por el turismo en la comunidad receptora a través de iniciativas de desarrollo local, para mejorar la calidad de vida de la población local.

5.3.4. Diseñar programas de capacitación para líderes comunitarios y población local sobre gestión turística y emprendimiento con principios de sostenibilidad, en regiones con potencial turístico, facilitando su participación activa.

5.3.5. Sistematizar y difundir los saberes comunes de habitantes, prestadores de servicios turísticos y pueblos originarios relativo a mejores prácticas que distribuyan equitativamente los beneficios del turismo a las personas y comunidades.



Estrategia 5.4. Fomentar la comercialización de la producción local y artesanal para el desarrollo turístico regional y comunitario

Líneas de acción

5.4.1. Promover la comercialización de productos artesanales a través de plataformas digitales fomentando el comercio electrónico.

5.4.2. Impulsar la promoción y comercialización de productos artesanales, mediante la creación de cadenas de valor entre empresas y prestadores de servicios turísticos.

5.4.3. Impulsar la generación de puntos de venta de artesanías para impulsar productos locales y promover el sello "Hecho en México", en colaboración con autoridades y gobiernos locales.

5.4.4. Impulsar eventos nacionales e internacionales que incluyan la participación de MIPyMES locales productoras de artesanías mexicanas, promoviendo el sello "Hecho en México".

5.4.5. Impulsar la organización de eventos que destaquen la artesanía mexicana, en coordinación con los tres órdenes de gobierno, para incentivar la producción artesanal y el consumo de productos agroalimentarios, artesanales y textiles nacionales en el sector turístico.

Estrategia 5.5. Fomentar la prevención, mitigación, preparación y alerta de riesgos en zonas turísticas, con el propósito de reducir la vulnerabilidad de los destinos y proteger la integridad de visitantes y comunidades receptoras

Líneas de acción

5.4.1. Promover la comercialización de productos artesanales a través de plataformas digitales fomentando el comercio electrónico.

5.4.2. Impulsar la promoción y comercialización de productos artesanales, mediante la creación de cadenas de valor entre empresas y prestadores de servicios turísticos.

5.4.3. Impulsar la generación de puntos de venta de artesanías para impulsar productos locales y promover el sello "Hecho en México", en colaboración con autoridades y gobiernos locales.

5.4.4. Impulsar eventos nacionales e internacionales que incluyan la participación de MIPyMES locales productoras de artesanías mexicanas, promoviendo el sello "Hecho en México".

5.4.5. Impulsar la organización de eventos que destaquen la artesanía mexicana, en coordinación con los tres órdenes de gobierno, para incentivar la producción artesanal y el consumo de productos agroalimentarios, artesanales y textiles nacionales en el sector turístico.





Objetivo 6. Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional

Estrategia 6.1 Impulsar la promoción y comercialización turística para mejorar el posicionamiento de México como un destino diverso, atractivo y de calidad

Líneas de acción

6.1.1. Elaborar un plan de promoción turística de México, basado en un nuevo modelo que considere tendencias nacionales e internacionales, y que priorice alianzas estratégicas y la colaboración con el cuerpo diplomático, para eficientar recursos y resultados.

6.1.2. Priorizar el uso de innovaciones tecnológicas en información, comunicación, inteligencia comercial y artificial, así como impulsar las relaciones públicas, la resiliencia y la gestión de crisis, para posicionar la marca "México" y fomentar la comercialización turística del país.

6.1.3. Diseñar una estrategia de promoción nacional e internacional de la oferta turística de México, destacando los atractivos culturales, naturales, históricos y gastronómicos mediante contenidos audiovisuales y otras acciones de difusión.

6.1.4. Llevar a cabo anualmente el Tianguis Turístico México, en coordinación con autoridades turísticas del estado sede, como una plataforma para promover y comercializar destinos y productos turísticos del país.

6.1.5. Participar en las principales ferias internacionales de turismo, atendiendo mercados emisores consolidados y emergentes, para diversificar y ampliar el posicionamiento global de la oferta turística nacional.

6.1.6. Relanzar y optimizar la plataforma *visitmexico.com*, incorporando nuevas funcionalidades, fortaleciendo sus contenidos y mejorando la experiencia del usuario, con el fin de ampliar su cobertura y efectividad en la promoción turística.

6.1.7. Desarrollar y fortalecer la red "Puntos México" en eventos de alto impacto, para atraer turistas, generar visibilidad internacional y promover productos y destinos turísticos del país.

6.1.8. Fomentar la elaboración, actualización y difusión de mapas turísticos, especialmente interactivos, con el fin de ampliar la información disponible y mejorar la experiencia de viaje de los turistas.

6.1.9. Promover el fortalecimiento de las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) estatales y locales, para impulsar la colaboración público-privada y aumentar las acciones de promoción y atracción de eventos turísticos.

6.1.10. Establecer alianzas estratégicas con marcas y empresas reconocidas a nivel global, mediante mecanismos de cooperación pública y mixta y esquemas autofinanciables, para participar en ferias internacionales especializadas y en el Tianguis Turístico México.



Estrategia 6.2. Fomentar el uso de la Marca México por diversas entidades públicas y privadas para incrementar los flujos turísticos y el posicionamiento turístico nacional e internacional

Líneas de acción

6.2.1. Establecer acciones estratégicas con dependencias públicas y empresas privadas para aumentar los convenios de uso de la marca "México" a nivel nacional e internacional, con el fin de fortalecer su posicionamiento turístico.

6.2.2. Fomentar el uso estandarizado de la marca "México" mediante instrumentos y lineamientos claros de aplicación para gobiernos estatales para contribuir al posicionamiento turístico del país en los ámbitos nacional e internacional.

6.2.3. Identificar y activar nuevos canales de promoción y marketing para el uso de la Marca México, mediante campañas específicas a nivel nacional e internacional, con el propósito de incrementar su impacto en los mercados turísticos.

6.2.4. Identificar segmentos económicos y actores estratégicos a través de análisis y mesas de trabajo intersectoriales para integrarlos en la promoción turística de los destinos del país, utilizando la marca "México" como elemento unificador de identidad nacional.



Estrategia 6.3. Fomentar el uso de la marca “México” por diversas entidades públicas y privadas para incrementar los flujos turísticos y el posicionamiento turístico nacional e internacional

Líneas de acción

6.3.1 Impulsar la promoción estratégica mediante la elaboración de diagnósticos, estudios de mercado y proyectos especializados, con el fin de atraer turistas provenientes de los mercados emisores con mayor potencial.

6.3.2 Diseñar una estrategia de giras internacionales (*roadshows*) en los principales mercados emisores de turismo hacia México, en coordinación con tour operadores, hoteleros, empresarios y autoridades estatales y municipales de turismo, para posicionar la oferta nacional.

6.3.3 Ejecutar una estrategia de diplomacia turística activa para fortalecer relaciones con mercados emisores clave, con el propósito de facilitar la llegada de turistas a los destinos del país.

6.3.4 Reforzar la promoción y comercialización del Tren Maya como producto turístico, mediante convenios con agencias de viajes tradicionales y online así como otros canales, tanto a nivel nacional como internacional.

6.3.5 Desarrollar una estrategia integral para posicionar nuevos mercados emisores, abordando temas de migración, visado, diplomacia, comercialización y conectividad, con el fin de diversificar la llegada de turistas.

6.3.6 Desarrollar un programa de capacitación continua para el cuerpo diplomático en materia de promoción turística, con el fin de fortalecer la difusión de productos turísticos estatales y segmentados desde las embajadas mexicanas en mercados tradicionales y emergentes.

6.3.7 Implementar campañas de promoción turística integral y segmentada utilizando canales digitales, medios tradicionales y redes sociales, para destacar la diversidad de la oferta turística mexicana en mercados clave.

6.3.8 Promover a México en el exterior mediante acciones de vinculación y cooperación multilateral con actores internacionales, en coordinación con el Servicio Exterior Mexicano, para impulsar la inversión, promoción, conectividad y negocios turísticos conjuntos.





8. Indicadores y metas

Para evaluar el progreso y el impacto de este programa, se han definido diversos indicadores que permiten cuantificar los avances en cada uno de los objetivos planteados. A continuación, se presenta una relación entre estos indicadores y los objetivos y estrategias delineados en el párrafo introductorio, demostrando cómo se busca medir el cumplimiento de las metas establecidas.

El Índice de la Llegada de Turistas a Hotel en Estados con Experiencias Turísticas Comunitarias y la Tasa de crecimiento acumulada de las remuneraciones en el sector turístico se vinculan directamente con el Objetivo 1, que busca fomentar el desarrollo regional y comunitario. El primero mide el éxito en atraer turistas a destinos que priorizan la participación local, mientras que el segundo evalúa el impacto económico del turismo en las comunidades, especialmente en términos de ingresos laborales, reflejando el compromiso con el derecho al trabajo digno.

La Tasa de crecimiento acumulada del ingreso de divisas de visitantes internacionales por concepto de turismo, la Tasa de crecimiento acumulada del empleo turístico en México y la Tasa de crecimiento acumulada de la Inversión Extranjera Directa Turística en el sexenio son indicadores clave para medir el avance del Objetivo 2, que se centra en la atracción de inversiones estratégicas. El aumento en el ingreso de divisas y el empleo turístico señalan el impacto de las inversiones en la dinamización del sector, mientras que el crecimiento de la IED turística refleja el éxito en atraer capital para el desarrollo de infraestructura y proyectos estratégicos.

El Índice de Consumo Colectivo Turístico se relaciona estrechamente con el Objetivo 3, que busca desarrollar la política turística mediante una gobernanza eficaz. Este indicador cuantifica el esfuerzo público en la provisión de bienes y servicios esenciales para la calidad de la oferta turística, reflejando el compromiso del gobierno con el sector y su adecuado funcionamiento.

El Producto Interno Bruto Turístico y la Tasa acumulada de crecimiento del inventario de habitaciones en establecimientos hoteleros de categorías 1 a 5 estrellas son fundamentales para evaluar el progreso del Objetivo 4, que busca incrementar la competitividad e innovación del sector. El crecimiento del PIB turístico indica la importancia económica del sector, mientras que el aumento en la oferta de habitaciones de calidad refleja el fortalecimiento de la infraestructura turística.



El Ranking del país en sostenibilidad medioambiental y la Tasa de crecimiento acumulado de llegada de turistas a hotel en destinos turísticos complementarios son indicadores que miden el avance hacia el Objetivo 5, que promueve la sostenibilidad como eje rector. Una mejor posición en el ranking ambiental señala un mayor compromiso con la protección de los recursos naturales, mientras que el crecimiento en destinos complementarios, alineado con el derecho al acceso a la cultura y al esparcimiento, indica una diversificación sostenible de la oferta.

Finalmente, la Tasa de crecimiento acumulada de turistas extranjeros por país de residencia en 10 mercados emisores seleccionados, distintos a Estados Unidos y Canadá y la Tasa de crecimiento acumulada de turistas internacionales vía aérea son indicadores directos del éxito del Objetivo 6, que busca fomentar la diversificación de mercados. El crecimiento en mercados emisores no tradicionales y el aumento de turistas vía aérea reflejan el avance en el posicionamiento de México como un destino diverso y atractivo a nivel global.

En conjunto, estos indicadores proporcionan una base cuantitativa para monitorear y evaluar la implementación del PROSECTUR 2025-2030, permitiendo medir el progreso hacia los objetivos estratégicos planteados y su contribución a un desarrollo turístico integral y sostenible en México.

Los indicadores previamente descritos se alinean de manera significativa con el Objetivo 3.11 del Plan Nacional de Desarrollo, que busca fomentar un desarrollo turístico regional y comunitario sostenible, garantizando una distribución equitativa de sus beneficios.

El Índice de Llegada de Turistas a Hotel en Estados con Experiencias Turísticas Comunitarias y la Tasa de crecimiento acumulada de las remuneraciones en el sector turístico son medidas directas de cómo el turismo puede impulsar el bienestar a nivel local, especialmente en áreas menos desarrolladas, tal como lo enfatiza el objetivo del PND.

El crecimiento de las remuneraciones refleja la mejora en las condiciones de vida de los trabajadores del sector, un principio central del Eje General 3 de "Economía Moral y Trabajo" del PND, que busca fortalecer la capacidad de consumo y mejorar los salarios. Asimismo, la promoción de la economía social, mencionada en el PND, encuentra un correlato en el impulso al turismo comunitario, donde las cooperativas y asociaciones locales son protagonistas.



Los indicadores de ingreso de divisas, empleo turístico e inversión extranjera directa (relacionados en el análisis previo con la atracción de inversiones) también contribuyen a un crecimiento económico que, idealmente, debe traducirse en beneficios para las comunidades, tal como lo plantea el Objetivo 3.11 del PND.

Finalmente, los indicadores ligados a la gobernanza, la competitividad (a través del PIB Turístico y el inventario hotelero), la sostenibilidad y la diversificación de mercados son elementos cruciales para asegurar que el desarrollo turístico sea no solo económico, sino también respetuoso con el medio ambiente y socialmente inclusivo, permitiendo una distribución equitativa de sus frutos, tal como lo postula el Plan Nacional de Desarrollo.

En conjunto, estos indicadores buscan medir el avance hacia un modelo de turismo que se alinea con los principios de la economía moral, priorizando el bienestar de las comunidades y la sostenibilidad a largo plazo.

Indicador 1.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Índice de la Llegada de Turistas a Hotel en Estados con Experiencias Turísticas Comunitarias		
Objetivo	1.- Fomentar el desarrollo regional y comunitario a través del turismo que incentive la participación de las comunidades como protagonistas de la generación de bienestar, con énfasis en las áreas menos desarrolladas.		
Definición o descripción	Este indicador cuantifica la variación en la llegada de turistas a hoteles ubicados en entidades federativas que ofrecen experiencias turísticas comunitarias, expresado como un índice que refleja la demanda turística hacia destinos con oferta basada en la participación local, la autenticidad cultural y el aprovechamiento sostenible de los recursos.		
Derecho asociado	N/A		
Nivel de desagregación	Entidad federativa: - Baja California Sur - Hidalgo - Michoacán - Morelos - Nayarit	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual



Acumulado o periódico	-Oaxaca - Puebla - Tlaxcala	Disponibilidad de la información	Noviembre del año siguiente		
	Acumulado				
	Porcentaje		Enero a diciembre		
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos			
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, de la Secretaría de Turismo		
Método de cálculo	ILLTCHES= ((LLTCHES _t / LLTCHES ₂₀₂₃)) *100 Donde: ILLTCHES: Índice de Llegada de turistas a cuartos de hotel en estados seleccionados LLTCHES _t : Llegada de turistas a cuartos de hotel en estados seleccionados del año t LLTCHES ₂₀₂₃ : llegada de turistas a cuartos de hotel en estados seleccionados del año base 2023				
Observaciones	2024 es un dato estimado				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.					
Nombre variable 1	Llegada de turistas a cuartos de hotel en estados seleccionados del año	Valor variable 1	25,279,962 turistas a cuartos de hotel	Fuente de información variable 1	Secretaría de Turismo, Compendio Estadístico del Turismo en México.



APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado.

Nombre variable 2	Llegada de turistas a cuartos de hotel en estados seleccionados del año base 2023	Valor variable 2	24,767,492 turistas a cuartos de hotel	Fuente de información variable 2	Secretaría de Turismo Compendio Estadístico del Turismo en México.
-------------------	---	------------------	--	----------------------------------	--

Sustitución en método de cálculo

$$ILLTCHES = 102.1 = ((25,279,962 / 24,767,492)) * 100$$

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

	Línea base	Nota sobre la Línea base
Valor	100	Ninguna
Año	2023	
Meta 2030		Nota sobre la Meta 2030

115.0

El cálculo de este índice no considera variaciones derivadas de fenómenos meteorológicos extremos, contingencias sanitarias o eventos extraordinarios que puedan afectar temporalmente la llegada de turistas.

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Pude registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
96.8	100.3	41.8	63.2	89.8	100.0	102.1
2025	2026	2027	2028	2029	2030	
104.0	106.0	108.0	110.0	113.0	115.0	



Indicador 1.2

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa de crecimiento acumulada de las remuneraciones en el sector turístico		
Objetivo	1. - Fomentar el desarrollo regional y comunitario a través del turismo que incentive la participación de las comunidades como protagonistas de la generación de bienestar, con énfasis en las áreas menos desarrolladas		
Definición o descripción	Medir el comportamiento acumulado de las remuneraciones en el sector turístico a lo largo del sexenio, con el fin de evaluar el impacto económico del turismo en la generación de ingresos laborales, especialmente en regiones con menor desarrollo, promoviendo la participación activa de las comunidades locales como eje del bienestar y la inclusión económica.		
Derecho asociado	Derecho al trabajo digno y socialmente útil.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información	Noviembre del año siguiente
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre
Tendencia esperada	Porcentaje	Unidad responsable de reportar el avance	DGIIS, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo
Método de cálculo	$TCRAST = ((VRT_{t+n} / VRT_{2023}) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCRAST: Tasa de crecimiento acumulada de las remuneraciones del sector turístico.</p> <p>VRT_{t+n}: Valor de la remuneración total de los puestos de trabajo ocupados en el año t+n</p> <p>VRT₂₀₂₃: Valor de la remuneración total de los puestos de trabajo ocupados en el año 2023</p>		



Observaciones		2023 es preliminar				
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE						
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado						
Nombre variable 1	Total de remuneraciones de asalariados en el sector turístico en el año 2024	Valor variable 1	25,279,962 turistas a cuartos de hotel	Fuente de información variable 1	INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México.	
Nombre variable 2	Total de remuneraciones de asalariados en el sector turístico en el año 2023	Valor variable 2	589,282 millones de pesos a precios corrientes	Fuente de información variable 2	INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México.	
Sustitución en método de cálculo	ILLTCHES =102.1= ((25,279,962/ 24,767,492)) *100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
	Línea base		Nota sobre la Línea base			
Valor	5.2%		Último dato preliminar registrado en la CSTM			
Año	2024					
	Meta 2030		Nota sobre la Meta 2030			
	42.7%		La meta se determina acumulando de 2023 a 2030			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Pude registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.						
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	5.2%
METAS						
Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
2025	2026	2027	2028	2029	2030	
10.7%	16.4%	22.5%	28.9%	35.6%	42.7%	



Indicador 2.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa de crecimiento acumulada del empleo turístico en México		
Objetivo	2.- Promover la atracción de inversiones para impulsar proyectos estratégicos, mediante alianzas público-privadas, enfocadas en el desarrollo de infraestructura en estados y municipios.		
Definición o descripción	Mide la variación en el número de personas empleadas en actividades económicas relacionadas al sector turístico en México.		
Derecho asociado	Derecho al trabajo digno y socialmente útil.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Periódico: Anual.	Disponibilidad de la información	Marzo del año siguiente (cierre anual)
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo.
Método de cálculo	$TCAET = ((VET_{t+1} / VET_{2024}) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCAET: Tasa de crecimiento acumulada del empleo turístico</p> <p>VET_{t+1}: Valor del empleo turístico del 4to trimestre del año t+1... t+2</p> <p>VET₂₀₂₄: Valor del empleo turístico del 4to trimestre del 2024</p>		
Observaciones	N/A. La serie histórica inicia en 2024, en virtud de que dicho año se establece como base para el cálculo del indicador (año base 2024/2024), por lo que no se consideran datos previos.		



APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Valor del empleo turístico del 4to trimestre del año t+1(2025)	Valor variable 1	5,083,022 personas empleadas	Fuente de información variable 1	Secretaría de Turismo con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo-Nueva Edición (ENOEN), INEGI
Nombre variable 2	Valor del empleo turístico del 4to trimestre del año 2024	Valor variable 2	4,944,217 personas empleadas	Fuente de información variable 2	Secretaría de Turismo con datos de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo-Nueva Edición (ENOEN), INEGI
Sustitución en método de cálculo	TCAET (2025)=2.8% = $((5,083,022 / 4,944,217)-1)*100$				

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

Valor Año	Línea base	Nota sobre la Línea base
	0.0%	Ninguna
2024	2024	
	Meta 2030	Nota sobre la Meta 2030
	18.1%	Crecimiento acumulado

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador.
Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0%

METAS

Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2025	2026	2027	2028	2029	2030
2.8%	5.7%	8.7%	11.7%	14.8%	18.1%



Indicador 2.2

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa de crecimiento acumulada de la Inversión Extranjera Directa Turística en el sexenio		
Objetivo	2.- Promover la atracción de inversiones para impulsar proyectos estratégicos, mediante alianzas público-privadas, enfocadas en el desarrollo de infraestructura en estados y municipios.		
Definición o descripción	Mide la variación del monto de la Inversión Extranjera Directa destinada a actividades relacionadas con el sector turístico en México		
Derecho asociado	Derecho al desarrollo nacional y al fomento de la inversión en beneficio del interés público.		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Periódico: Anual.	Disponibilidad de la información	Marzo del año siguiente (cierre anual)
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	Enero-Diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo.
Método de cálculo	$TCAIEDT = ((VIEDT_{t+1} / VIEDT_{2024}) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCAIEDT: Tasa de crecimiento acumulada de la Inversión Extranjera Directa Turística</p> <p>VIEDT_{t+1}: Valor de Inversión Extranjera Directa Turística en el año t+1...t+2</p> <p>VIEDT₂₀₂₄: Valor de Inversión Extranjera Directa Turística en el año 2024</p>		
Observaciones	N/A. La serie histórica inicia en 2024, en virtud de que dicho año se establece como base para el cálculo del indicador (año base 2024/2024), por lo que no se consideran datos previos.		



APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Valor de Inversión Extranjera Directa Turística en el año t+1 (2025)	Valor variable 1	3,269 millones de dólares americanos	Fuente de información variable 1	Secretaría de Turismo con base en los registros de Inversión Extranjera Directa de la Secretaría de Economía.
Nombre variable 2	Valor de Inversión Extranjera Directa Turística en el año 2024	Valor variable 2	2,871 millones de dólares americanos.	Fuente de información variable 2	Secretaría de Turismo con base en los registros de Inversión Extranjera Directa de la Secretaría de Economía.
Sustitución en método de cálculo	$TCAIEDT(2025) = 13.9\% = ((3,269 / 2,871) - 1) * 100$				

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

	Línea base	Nota sobre la Línea base
Valor	0.0%	Ninguna
Año	2024	
	Meta 2030	Nota sobre la Meta 2030
	117.8%	Crecimiento acumulado

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0%

METAS

Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2025	2026	2027	2028	2029	2030
13.9%	29.6%	47.6%	68.0%	91.3%	117.8%



Indicador 3.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Índice de Consumo Colectivo Turístico		
Objetivo	3.- Desarrollar la política turística vinculando la acción pública con las necesidades del sector turístico mediante una gobernanza eficaz.		
Definición o descripción	Este indicador cuantifica la variación en el nivel del consumo colectivo turístico, expresado como un índice que refleja el esfuerzo público destinado a proveer bienes y servicios de uso general — como señalización, promoción, seguridad y mantenimiento de espacios turísticos— considerados fundamentales para el adecuado funcionamiento y la calidad de la oferta turística.		
Derecho asociado	Derecho al desarrollo nacional y al acceso a servicios públicos de calidad		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición Disponibilidad de la información Periodo de recolección de los datos	Anual
Acumulado o periódico	Acumulado		Diciembre del año siguiente.
Unidad de medida	Ascendente		enero a diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo
Método de cálculo	Ascendente $ICCT = ((ICCT_{t+n} / ICCT_{2023})) * 100$ Donde: ICCT: Índice de Consumo Colectivo Turístico. ICCT _{t+n} : Consumo Colectivo Turístico del año t+n ICCT ₂₀₂₃ : Consumo Colectivo Turístico del año base 2023		
Observaciones			



APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Consumo Colectivo Turístico del año t+1 (2024)	Valor variable 1	105,182 millones de pesos a precios de 2018 (*Estimado con datos de CSTM 2023)	Fuente de información variable 1	INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México.
Nombre variable 2	Consumo Colectivo Turístico del año base 2023	Valor variable 2	104,121 millones de pesos a precios de 2018	Fuente de información variable 2	INEGI. Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México.
Sustitución en método de cálculo	$ICCT2024 = 101 = ((105,182 / 104,121)) * 100$				

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

	Línea base	Nota sobre la Línea base
Valor	100	
Año	2023	
	Meta 2030	Nota sobre la Meta 2030
	107.0	

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
99.79	94.92	68.87	81.89	91.56	100.00	101.0

METAS

Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2025	2026	2027	2028	2029	2030
102.0	103.0	104.0	105.0	106.0	107.0



Indicador 4.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa acumulada del crecimiento de número de habitaciones en hoteles de categorías 1 a 5 estrellas		
Objetivo	4. Incrementar la competitividad e innovación del sector turístico mediante el fortalecimiento de la oferta turística, de la infraestructura, la conectividad y la cadena de valor del turismo.		
Definición o descripción	Este indicador cuantifica la variación en el número promedio de cuartos construidos con fines de hospedaje en establecimientos de alojamiento clasificados de 1 a 5 estrellas, considerados como unidades físicas requeridas para la provisión de bienes y servicios turísticos		
Derecho asociado	Derecho al desarrollo económico con equidad y a la promoción de sectores estratégicos		
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información	Noviembre del año siguiente.
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero a diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo
Método de cálculo	$TCACH = ((TCACH_{tn} / TCACH_{2023}) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCACH: Tasa de crecimiento acumulada de los cuartos construidos en el sector turístico.</p> <p>TCACH_{tn}: Número de cuartos en el año tn</p> <p>TCACH₂₀₂₃: Número de cuartos en el año 2023</p>		
Observaciones	Cuartos de 1 a 5 estrellas, la serie histórica comienza con el año base de 2024 en adelante por lo que se tomará de línea base, dado que el objetivo de este indicador es medir el impacto que tienen las acciones gubernamentales emprendidas desde el inicio de gestión de la Secretaría de Turismo en el sexenio que abarca desde 2024 y que termina en 2030.		



APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Número de cuartos en el año tn(2024)	Valor variable 1	750,178* cuartos (*Estimado con datos de CETM 2023)	Fuente de información variable 1	Secretaría de Turismo Compendio Estadístico del Turismo en México.	
Nombre variable 2	Número de cuartos en 2023	Valor variable 2	733,769 cuartos	Fuente de información variable 2	Secretaría de Turismo Compendio Estadístico del Turismo en México.	
Sustitución en método de cálculo	TCACHtn(2024)=2.2= ((750,178 / 733,769)-1) *100					
VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Valor Año	Línea base			Nota sobre la Línea base		
	0%			Último dato preliminar registrado en la CETM		
	2023					
Meta 2030			Nota sobre la Meta 2030			
16.0%			Crecimiento acumulado			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.						
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	2.2%
METAS						
Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
2025	2026	2027	2028	2029	2030	
204. 4.0%	6.0%	9.0%	11.0%	14.0%	16.0%	



Indicador 5.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR					
Nombre	Posición del país en el ranking de sostenibilidad medioambiental del WEF				
Objetivo	5.- Promover la sostenibilidad como eje rector del desarrollo de destinos y productos turísticos				
Definición o descripción	Evaluar la posición relativa de México en el ámbito internacional en materia de sostenibilidad medioambiental, mediante el monitoreo del ranking global del World Economic Forum que refleja el desempeño del país en la protección y gestión sostenible de sus recursos naturales, en comparación con otras economías.				
Derecho asociado	Derecho a un medio ambiente sano y a un desarrollo económico equitativo y sostenible.				
Nivel de desagregación	Internacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Multianual		
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información	Noviembre del año siguiente.		
Unidad de medida	Posición en ranking	Periodo de recolección de los datos	Diciembre del segundo año siguiente.		
Tendencia esperada	Descendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo.		
Método de cálculo	Rank en el índice				
Observaciones					
APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE					
La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado					
Nombre variable 1	Ranking del país en el pilar de sostenibilidad medioambiental	Valor variable 1	49	Fuente de información variable 1	World Economic Forum. The Travel & Tourism Development Index (TTDI)
Sustitución en método de cálculo	Rank en el índice = 49				



VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS						
Valor Año	Línea base			Nota sobre la Línea base		
	49			Posición ocupada por México		
	2024					
Meta 2030			Nota sobre la Meta 2030			
45			Se espera avanzar 4 posiciones en el índice			
SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR						
Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.						
2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	49
METAS						
Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.						
2025	2026	2027	2028	2029	2030	
N/A	N/A	48	N/A	N/A	45	



Indicador 5.2

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa de incremento de flujo turístico hacia destinos emergentes		
Objetivo	5.- Promover la sostenibilidad como eje rector del desarrollo de destinos y productos turísticos		
Definición o descripción	Este indicador mide la variación acumulada en la llegada de turistas a destinos turísticos complementarios, integrando una perspectiva de sostenibilidad al evaluar no solo el incremento en la afluencia, sino también su contribución a la desconcentración territorial del turismo y al fortalecimiento de economías regionales. Refleja el grado de avance en la diversificación de la oferta turística nacional, en línea con una estrategia que busca equilibrar el desarrollo de destinos prioritarios con la sostenibilidad del sistema turístico en su conjunto.		
Derecho asociado	Derecho al acceso a la cultura y al disfrute del tiempo libre y el esparcimiento		
Nivel de desagregación	Regional: • Ciudad Juárez • San Juan de los Lagos • Tijuana • León • Nuevo Nayarit • Chihuahua • Manzanillo • Oaxaca • Aguascalientes • Villahermosa	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información	Marzo del año siguiente.
Unidad de medida	Tasa de Crecimiento Acumulada	Periodo de recolección de los datos	enero - diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo



Método de cálculo	$TCALLTDC = ((LLTDC_{tn} / LITDC2023) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCALLTDC: Tasa de crecimiento acumulada de Llegada de turistas a centros complementarios.</p> <p>LLTDC_{tn}: Llegada de turistas a centros complementarios del año tn</p> <p>LITDC2023: Llegada de turistas a centros complementarios del año 2023</p>
	Observaciones

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Llegada de turistas a centros complementarios del año tn (2024)	Valor variable 1	12,913,684	Fuente de información variable 1	Sistema de Monitoreo Hotelero DataTur
Nombre variable 2	Llegada de turistas a centros complementarios del año 2023	Valor variable 2	12,960,121	Fuente de información variable 2	Sistema de Monitoreo Hotelero DataTur
Sustitución en método de cálculo	$TCALLTDC = 0.36 = ((12,960,121 / 12,913,684) - 1) * 100$				

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

Valor Año	Línea base	Nota sobre la Línea base
	12,960,121 2023	
	Meta 2030	Nota sobre la Meta 2030
	23.0%	

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Pude registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0%	-0.4%

METAS

Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2025	2026	2027	2028	2029	2030
3.0%	7.0%	11.0%	15.0%	19.0%	23.0%



Indicador 6.1

ELEMENTOS DEL INDICADOR			
Nombre	Tasa de crecimiento acumulada de turistas extranjeros por país de residencia en 10 mercados emisores seleccionados, distintos a Estados Unidos y Canadá.		
Objetivo	6.- Fomentar la diversificación de mercados y destinos turísticos en el territorio nacional		
Definición o descripción	Mide la variación en el número de turistas extranjeros por país de residencia provenientes de 10 mercados emisores seleccionados, distintos a Estados Unidos y Canadá.		
Derecho asociado			
Nivel de desagregación	Nacional	Periodicidad o frecuencia de medición	Anual
Acumulado o periódico	Acumulado	Disponibilidad de la información	Marzo del año siguiente (cierre anual)
Unidad de medida	Porcentaje	Periodo de recolección de los datos	enero - diciembre
Tendencia esperada	Ascendente	Unidad responsable de reportar el avance	Dirección General de Integración de Información Sectorial, adscrita a la Unidad de Información y Política Turística, Secretaría de Turismo
Método de cálculo	$TCATER = ((VTER_t / VTER_{2024}) - 1) * 100$ <p>Donde:</p> <p>TCATER: Tasa de crecimiento acumulada de turistas extranjeros por país de residencia de 10 mercados emisores seleccionados</p> <p>VTER_t: Valor de turistas extranjeros por país de residencia de 10 mercados emisores seleccionados en el año t, t+1,...,t+n</p> <p>VTER₂₀₂₄: Valor de turistas extranjeros por país de residencia de 10 mercados emisores seleccionados en el año 2024</p>		



Observaciones	1.-Colombia 2.-Reino Unido 3.-Argentina 4.-España 5.-Francia 6.-Alemania 7.-Chile 8.-Brasil 9.-Costa Rica 10.-Perú. N.A. No Aplica. La serie histórica inicia en 2024, en virtud de que dicho año se establece como base para el cálculo del indicador (año base 2024/2024), por lo que no se consideran datos previos.
---------------	---

APLICACIÓN DEL MÉTODO DE CÁLCULO PARA LA OBTENCIÓN DE LA LÍNEA BASE

La línea base debe corresponder a un valor definitivo para el ciclo 2024 o previo, no podrá ser un valor preliminar ni estimado

Nombre variable 1	Valor de turistas extranjeros por país de residencia de 10 mercados emisores seleccionados en el año t+1(2025)	Valor variable 1	18,412,580 turistas extranjeros	Fuente de información variable 1	Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de Personas, SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN.
Nombre variable 2	Valor de turistas extranjeros por país de residencia de 10 mercados emisores seleccionados en el año 2024	Valor variable 2	17,867,443 turistas extranjeros	Fuente de información variable 2	Unidad de Política Migratoria, Registro e Identidad de Personas, SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN.
Sustitución en método de cálculo	TCATER (2025) 3.1% = $((18,412,580 / 17,867,443) - 1) * 100$				

VALOR DE LÍNEA BASE Y METAS

	Línea base	Nota sobre la Línea base
Valor	0.0%	Ninguna
Año	2024	
	Meta 2030	Nota sobre la Meta 2030
	19.8%	Crecimiento acumulado

SERIE HISTÓRICA DEL INDICADOR

Se deberán registrar los valores de acuerdo a la frecuencia de medición del indicador. Puede registrar N/A (No aplica) y N/D (No disponible) cuando corresponda.

2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0%

METAS

Puede registrar N/A cuando no aplique meta para ese año, de acuerdo con la frecuencia de medición.

2025	2026	2027	2028	2029	2030
3.1%	6.2%	9.4%	12.8%	16.2%	19.8%





Anexo 1 - FODA

FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) derivado de la consulta a funcionarios turísticos estatales y actores claves del sector.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica estratégica • Calidez y hospitalidad de los mexicanos • Biodiversidad, ocupando el quinto lugar de países megadiversos • Patrimonio Cultural: reconocido en la séptima posición a nivel mundial y primera de América por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) • Posicionamiento turístico internacional al ser la sexta potencia en el Ranking de ONU Turismo • Tradición gastronómica, Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO • Conectividad y accesibilidad terrestre, aérea y portuaria • Puertos nacionales e internacionales para el desarrollo del turismo de crueros y náutico • Oferta diversificada de productos turísticos consolidados en segmentos como el turismo: cultural, gastronómico, de reuniones y negocios, religioso, naturaleza, salud, comunitario y deportivo • Alto índice de participación de mujeres en el sector turístico (segundo lugar de empleo) • Estabilidad política y económica en el país • Existencia de un sector turístico amplio y sólido 	<ul style="list-style-type: none"> • Percepción de inseguridad • Limitada conectividad aérea • Desigualdad en la distribución de la oferta turística • Débil facilitación y regulación turística • Dependencia de mercados emisores de turistas específicos • Estacionalidad turística en destinos turísticos • Escasez de recursos públicos y falta de inversión al sector turístico para programas y proyectos estratégicos • Falta de promoción internacional y de la marca "México" • Infraestructura turística deficiente o inexistente, sobre todo en áreas rurales • Carencia y deficiencia de servicios públicos, por ejemplo, el abasto de agua • Falta de participación de las comunidades originarias y la sociedad en general en el sector turístico • Falta de productos turísticos integrales. • Precarización laboral de mujeres y jóvenes en actividades turísticas; falta de profesionalización, certificaciones y brechas salariales • Marco jurídico ineficiente, desactualizado y desconocimiento de la normatividad en materia turística • Falta de sistematización de información turística regional (estadísticas), falta de inteligencia de mercados, así como limitada generación de investigaciones turísticas desde el sector público (instituciones y centros de pensamiento) • Poca transversalidad entre dependencias para atender problemas turísticos



FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> • Mínimos programas de apoyo a MIPyMES y emprendedores turísticos • Crecimiento de urbes, destinos sin ordenamiento territorial, gentrificación • Deficiente infraestructura urbana y turística, así como vulnerable ante crisis ambientales • Sobreexplotación de recursos naturales y culturales • Débiles capacidades y recursos a nivel municipal y local para la planeación y gestión turística • Problemáticas en el transporte terrestre local y de vías de comunicaciones federales
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Potencial de crecimiento con diversificación de mercados emisores • Gobernanza, colaboración y alineación entre los 3 órdenes de gobierno • Digitalización de las empresas, sobre todo MIPyMES y los servicios turísticos • Promoción en línea y big data para personalizar la oferta de experiencias y servicios turísticos • Nuevas herramientas digitales para capacitación turística • Facilitación migratoria, visas • Capacidad de respuesta a nuevas tendencias del turismo (turismo de naturaleza y <i>wellness</i>), experiencias auténticas, sostenibles y culturalmente significativas • Desarrollo de nuevos productos accesibles e incluyentes • Crecimiento de la conectividad aérea e incremento de la capacidad aeroportuaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Pandemias • Volatilidad en los mercados, incertidumbre económica • Mayor desarrollo de los competidores internacionales • Más promoción turística en otros países. • Crisis originadas por fenómenos naturales y cambio climático • Cambios o crisis en la política exterior en el mundo y en los principales mercados emisores • Incremento de fenómenos migratorios. • Alza de costos internacionales de combustibles y energía • Percepción e imagen de país y destinos inseguros • Gentrificación hacia destinos nacionales



OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de la infraestructura ferroviaria • Atracción de inversión privada y mixta para la construcción y mejoramiento de la infraestructura y equipamiento turístico nacional • Dinamizar el turismo en beneficio de las comunidades locales (turismo de proximidad) • Desarrollo regional, destinos, productos y experiencias de turismo comunitario • Desarrollo y réplica de destinos consolidados • Existencia de comunidades y pueblos originarios • Fortalecimiento de las capacidades y recursos municipales y locales en materia turística • Copa Mundial de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) en 2026 	



Anexo 2 - Análisis comparado de política turística internacional

Para comprender las tendencias turísticas internacionales, se analizó la política turística de los países con mayor número de llegadas de turistas internacionales, según ONU Turismo.

Este análisis permite confirmar que la política turística propuesta para México concuerda con las tendencias internacionales de política a mediano y largo plazo.

Los países estudiados (10) son destinos competitivos a nivel mundial que han logrado atraer flujos turísticos significativos. De cada uno se examinaron los instrumentos de política turística disponibles.

Figura 1.- Ranking mundial de países por llegadas



Nota: Se presenta el Top 10 del ranking mundial de llegadas de turistas internacionales en 2024, donde México ocupa la sexta posición. Fuente: Información del Barómetro de ONU Turismo, Vol. 23, mayo de 2025.



Principales hallazgos

En todos los países analizados, el desarrollo turístico sostenible se plantea como un elemento estratégico de la política pública internacional. Esto incluye reducir el impacto de la actividad turística sobre el medio ambiente, crear valor para los actores del ecosistema bajo principios de justicia económica y asegurar el bienestar de trabajadores y comunidades.

- Las políticas turísticas de los países analizados demuestran una tendencia hacia el trabajo colaborativo entre gobiernos, empresas, academia y sociedad. Ello busca responder a los retos de transformación del sector, en particular en conectividad, infraestructura y sistemas de información.
- Es esencial coordinar esfuerzos para que el turismo ofrezca productos inclusivos, responsables y seguros, que respondan a los desafíos de la era digital.
- Entre las prioridades, se encuentra el fortalecimiento de la promoción y las estrategias de marketing.
- Se promueven programas competitivos de formación y profesionalización que permitan el acceso a empleos calificados para la población.
- Se fomenta el desarrollo turístico respetuoso de las culturas locales y las zonas rurales, contribuyendo a la calidad de vida de las poblaciones residentes.
- El fortalecimiento de la resiliencia de los destinos es un propósito compartido. Se brinda apoyo a los segmentos impactados por la crisis sanitaria de COVID-19, como el turismo de reuniones y grandes eventos.
- Desde la política pública turística, se realizan esfuerzos para establecer entornos empresariales que favorezcan el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. En algunos casos, se incluyen incentivos que perfilan destinos atractivos para inversionistas.
- La digitalización en el ecosistema y las cadenas de suministro del sector turístico se reconoce como el proceso para la transición de un modelo de turismo a uno innovador. Esto fortalece las redes de valor del producto, la promoción turística y el entramado empresarial de los destinos.
- La digitalización en el ecosistema y las cadenas de suministro del sector turístico se reconoce como el proceso para la transición de un modelo de turismo a uno innovador. Esto fortalece las redes de valor del producto, la promoción turística y el entramado empresarial de los destinos.
- La política turística internacional impulsa la formación y profesionalización del talento humano a través de programas competitivos, con énfasis en



competencias de sostenibilidad y digitalización. De esta manera la diversificación de estrategias de comercialización, productos y mercados turísticos se posiciona como una acción central en la política turística internacional, impulsando el incremento de flujos turísticos y la inversión.

- Ante la crisis sanitaria por COVID-19 y los conflictos políticos, comerciales y bélicos a nivel mundial, el sector turístico promueve acciones de política pública orientadas a asegurar la protección de turistas, la resiliencia y la gestión de riesgos.

Figura 2.- Objetivos compartidos en materia turística entre países del top 10 del ranking de la OMT (2024)





Imagen 27. Amanecer en Cuetzalan, Puebla. México.



2025
Año de
**La Mujer
Indígena**