

**DEL GOBIERNO DEL ESTADO
PODER EJECUTIVO
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN Y FINANZAS**

PROGRAMA

SECTORIAL DE TURISMO 2016-2021.

I.- PRESENTACIÓN

PRESENTACIÓN

El Programa Sectorial de Turismo 2016-2021 es un documento estratégico que se deriva del Plan Estatal de Desarrollo. Comprende aspectos relativos al Sector Turístico agrupados en 4 subprogramas clave: Oferta Turística, Promoción Turística, Capacitación y Atención a Prestadores de Servicios Turísticos y Atención a Turistas y Visitantes.

En apego a la Ley de Planeación Democrática para el Desarrollo del Estado de Colima, el Programa Sectorial de Turismo se configura desde la perspectiva del Comité de Planeación Democrática para el Desarrollo del Estado de Colima en el marco del Sistema Estatal de Planeación Democrática. Incorpora la participación de los sectores vinculados al turismo y de los miembros del Subcomité Sectorial de Turismo.

Con la finalidad de dar cumplimiento a la Ley de Planeación Democrática para el Desarrollo del Estado de Colima, el presente Programa Sectorial se encuentra alineado en congruencia con los planes Nacional de Desarrollo y Estatal de Desarrollo, con la finalidad de vincular objetivos y metas sectoriales.

El turismo en Colima es una actividad con gran potencial que ha presentado periodos de crecimiento y de disminución de su impulso a través del tiempo. Esta actividad puede ser un importante generador de empleo y contribuir a mejorar las condiciones de desarrollo económico del estado, para lograrlo se requiere de una planeación estratégica tendiente a maximizar los beneficios del turismo.

Actualmente Colima es reconocido por el turismo de sol y playa pero existen segmentos con mucho potencial en el estado. El Sector Turismo en Colima ha jugado un papel importante en el pasado, aunque en épocas más recientes ha sufrido una pérdida de potencia en el estado, más aún si se considera la vocación logística del Puerto de Manzanillo.

De acuerdo a lo que se menciona en el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2021, pese a la importancia del sector en la economía del estado, Colima no ha logrado consolidar su posición en el turismo nacional. Esto se debe a la primacía que se le ha otorgado a las actividades portuarias logísticas y comerciales, a la escasa oferta de productos turísticos innovadores y a la baja inversión en el sector.

El Estado requiere aumentar su competitividad en materia turística y lograr aprovechar las oportunidades de desarrollo que brinda esta industria. El turismo ha presentado un crecimiento sostenido en México y nuestro estado se encuentra en el momento indicado para desarrollar servicios turísticos que generen mayor valor agregado y atraigan a más turistas nacionales e internacionales.

Colima, dada su riqueza natural (zonas de playa, zona volcánica, entorno rural, urbano, montaña, etc.), cuenta con un amplio potencial que puede permitir la diversificación de las tipologías turísticas en el estado y favorecer el desarrollo regional. La diversidad que ofrece el estado es fundamental para el desarrollo turístico: además de Manzanillo existen otras playas en el estado y otros nichos que se pueden explotar para alcanzar su máximo potencial. Existen áreas de oportunidad para desarrollar productos turísticos atractivos y sustentables en el campo del turismo cultural, de negocios, ecoturismo y aventura, turismo de salud, deportivo y rural.

El Plan Estatal de Desarrollo precisa que el turismo se concentra en Manzanillo y Colima, con un porcentaje de ocupación promedio superior al 40 por ciento entre 2013 y 2015. La mayor parte del turismo receptivo es captado por Manzanillo. Esta concentración refleja la poca movilidad de los turistas en la entidad, pese a los diversos atractivos turísticos, buena conectividad terrestre y distancias cortas. Manzanillo es uno de los destinos seleccionados en el país como parte de la Política Nacional de Turismo 2013-2018 para la elaboración de las Agendas de Competitividad por Destino Turísticos. A excepción de los atractivos de playa, la oferta de servicios turísticos en Manzanillo es escasa. La pérdida de competitividad respecto a otros destinos, representa retos importantes para Manzanillo, sobre todo en lo referente a mejorar el centro histórico, aumentar la oferta turística y profesionalizar los servicios turísticos.

La actividad turística es un sector estratégico de la economía de nuestro estado que requiere implementar programas integrales de competitividad en la prestación de servicios, desarrollar y mejorar la infraestructura turística y promover el desarrollo de productos turísticos regionales, así como desplegar un ambicioso programa en materia de promoción, difusión y comercialización de la oferta turística que permita posicionar el turismo del estado en el contexto nacional e internacional.

II.- MARCO JURÍDICO

MARCO JURÍDICO

Esta sección fundamenta el proceso de formulación del Programa Sectorial de Turismo, desde el marco normativo de los diferentes instrumentos jurídicos que regulan este instrumento y en particular, aquellos que aplican al Sector Turístico.

Con el objetivo de lograr un desarrollo creciente del sector mediante una planificación democrática y participativa se elaboró el Programa Sectorial de Turismo de Colima (PSTC) 2016-2021, que es el instrumento en el cual se traza la estrategia que debe seguir el Sector Turístico del Estado, para lograr mediante un plan realista, viable y claro el desarrollo económico del estado mediante un esquema ordenado de trabajo, creación de producto turístico, promoción y explotación sustentable del patrimonio turístico histórico, cultural y natural con el fin de alcanzar niveles de competitividad nacional e internacional.

Con el fin de dar un sustento normativo a este programa se identifica la normatividad que regula al presente instrumento de manera enunciativa más no limitativa, los principales lineamientos son:

- La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos;
- Ley Federal de Planeación;
- Ley General de Turismo;
- Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018;
- La Política Nacional Turística;

- Constitución Política del Estado de Colima;
- Ley de Planeación Democrática para el Desarrollo del Estado de Colima;
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Colima;
- Ley de Turismo del Estado de Colima.
- Plan Estatal de Desarrollo 2016 – 2021
- Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo

III.- VISIÓN SECTORIA Y

IV.- OBJETIVO GENERAL

VISIÓN SECTORIAL

El estado de Colima es un destino turístico competitivo con una oferta atractiva, variada, sustentable, con el desarrollo de proyectos integrales, fomento a la calidad en los servicios y el impulso a la profesionalización del sector donde se maximizan los recursos disponibles para la conformación de la oferta turística, atracción de inversiones y la promoción del sector.

OBJETIVO GENERAL

Impulsar la conformación de un Sector Turístico más rentable por medio de la innovación, la profesionalización y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.

V.- SUBPROGRAMAS DE TURISMO

1.- SUBPROGRAMA DE OFERTA TURÍSTICA

DIAGNÓSTICO

La oferta turística debe adaptarse a las necesidades del mercado y a las condiciones de competencia en las que Colima participa en el turismo. Los destinos competidores en México y en el mundo ofrecen cada vez más actividades, museos, experiencias, servicios de calidad y atractivos turísticos renovados e innovadores. Los destinos turísticos del estado deben contar con servicios adaptados para los ciudadanos y los visitantes, así como opciones de entretenimiento que diferencien a Colima de otros destinos.

Dentro de nuestros principales retos se encuentra la carencia de desarrollo de infraestructura que permita incrementar la competitividad del estado, entre ellos se destaca la oferta de alojamiento, integrada principalmente por establecimientos pequeños. Existen pocos incentivos para la creación de empresas con vocación turística tales como tour operadores, áreas de camping, guías de turistas y áreas de juegos extremos.

Por otra parte, la falta de rutas que inciten al turista a hacer un recorrido costa-montaña los limita a que sólo se queden en determinadas regiones o municipios, ésto principalmente por la falta de evaluación de la dinámica y del ordenamiento territorial y urbano con vocación turística. Lo anterior ha ocasionado un

rezago en la mejora de la infraestructura: falta de hidráulica para extraer, conducir y distribuir el agua potable en algunos destinos turísticos como Manzanillo; el mejoramiento de las instalaciones del cableado y alumbrado público, la falta de mantenimiento en las carreteras estatales y municipales con vocación turística como la señalización y señalética turística.

Cabe mencionar que la falta de protección del territorio y paisaje (natural y urbano) nos ha restado competitividad con respecto a otros destinos turísticos del Pacífico Mexicano.

Indicadores de Desarrollo Turístico

Uno de los mayores atractivos de Colima es la variedad de su clima. La pequeña geografía del Estado permite disfrutar, en un recorrido de hora y media el clima templado de la montaña o el calor tropical de sus playas. La temperatura media anual oscila alrededor de los 25°C con la máxima de 36°C, y la mínima de 7°C. La precipitación pluvial anual media es de 983 milímetros.

Actualmente el estado de Colima ofrece a sus visitantes no sólo actividades propias de un destino de sol y playa, también brinda productos turísticos culturales entre los cuales se encuentran los diferentes carnavales en los municipios del estado, las fiestas de la Villa así como la Feria de Todos los Santos. De igual manera la oferta de museos y monumentos entre las que destacan esculturas y estatuas de Sebastián son bastos en el estado.

Por otra parte, el municipio de Manzanillo es conocido como la “Capital Mundial del Pez Vela” ya que en este lugar se realizan, desde 1957, importantes torneos nacionales e internacionales de pesca que atraen a turistas y personas que gustan de la pesca deportiva. Colima también es mundialmente conocido por sus productos como la sal y el limón.

De igual manera, el golf es una práctica que nuestro destino goza de renombre internacional gracias a sus campos que se han convertido en sede de torneos internacionales. El campo más espectacular es el de Isla Navidad, gracias a su diseño. Colima dispone de una amplia variedad de infraestructura turística.

Actualmente Colima dispone de una amplia variedad de infraestructura turística, no obstante, a partir del año 2011 el estado de Colima ha tenido un sesgo en el desarrollo de su infraestructura turística así como en la generación de programas parciales de desarrollo con vocación turística y estudios que determinen el mejor aprovechamiento de atractivos turísticos. Por ello la importancia de generar este tipo de infraestructura enriquece de manera muy importante la oferta de servicios turísticos en el estado. Es importante incitar al sector público y privado en generar proyectos de alto impacto.

Indicadores de Oferta Turística

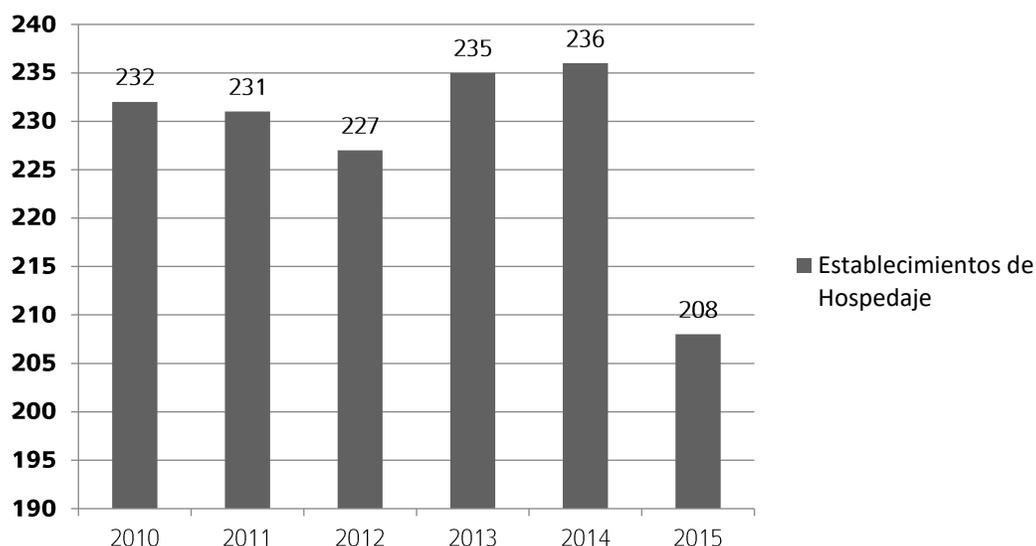
En 2015, en el destino Colima se registró una oferta de 208 establecimientos de hospedaje (turísticos); 7 mil 564 cuartos de hotel; 361 establecimientos de alimentos y bebidas; 36 agencias de viaje y 11 arrendadoras de autos. La oferta turística que ofrece éste sector generador de economía es poco alentadora y no muestra un crecimiento en la inversión privada.

En 2014 se contaba en el país con un total de 18 mil 711 establecimientos de alojamiento, de los cuales Colima contribuía con el equivalente al 1.26 por ciento del total nacional.

México contaba en 2014 con 692 mil 351 cuartos, de los cuales únicamente el 1.6 por ciento se encontraba en Colima (el número de cuartos se refiere al total de habitaciones construidas sin importar la disponibilidad de éstas).

La gráfica que se presenta a continuación muestra el registro histórico del número de hospedajes en Colima para el periodo 2010-2015. Debido a un ajuste de metodología (para contabilizar únicamente establecimientos de hospedajes turísticos), la cifra de 236 (2014) pasa a 208 para 2015, siendo ahora éste último año (2015) nuevo año base para estimar.

GRÁFICA 1. NÚMERO DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE EN COLIMA 2010-2015.

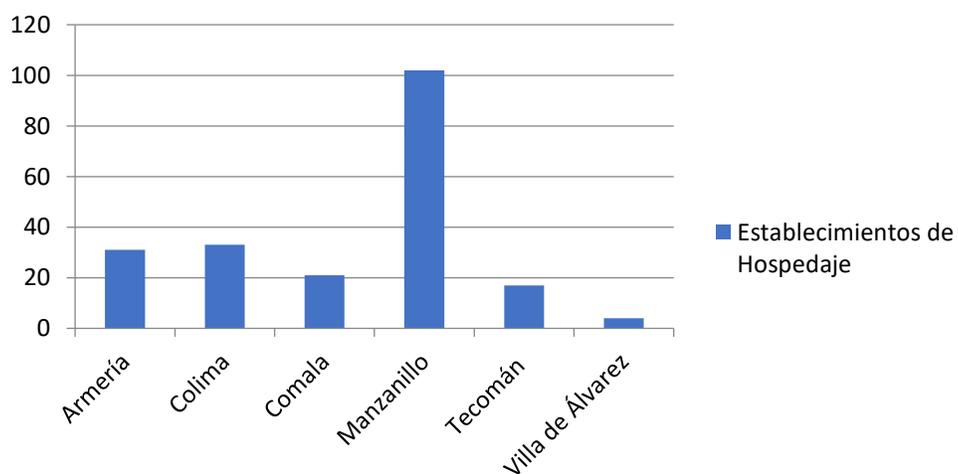


Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

En 2010 Colima contaba con un total de 232 establecimientos de hospedaje, para 2015 ésta cifra era de 208 establecimientos registrándose así un decremento del -10.34 por ciento.

En el periodo comprendido de 2010 a 2015 se registraron aumentos y disminuciones en los establecimientos de hospedaje en Colima debido a las fluctuaciones en la economía se cerraron y/o abrieron algunos de ellos registrándose así éstas variaciones.

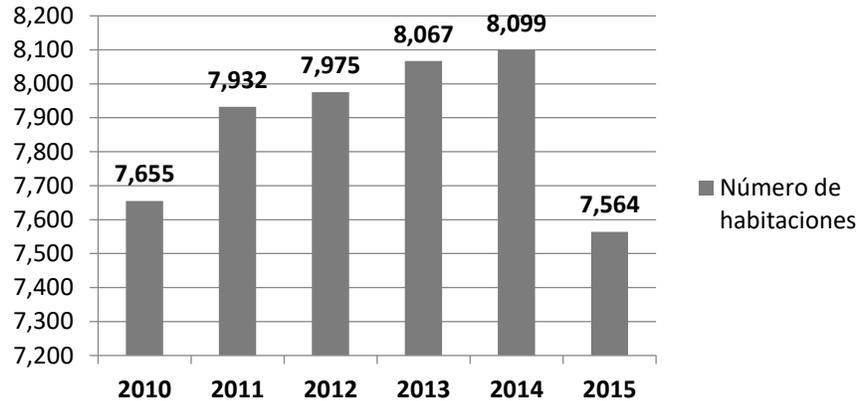
GRÁFICA 2. OFERTA DE ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR MUNICIPIO EN EL ESTADO DE COLIMA EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima

En 2015 Colima contaba con un total de 208 establecimientos de hospedaje. Los municipios con mayor número de establecimientos de hospedaje son: Manzanillo con 102, le sigue Colima con 33, después tenemos a Armería con 31, luego Comala con 21 seguido de Tecomán con 17 establecimientos, y finalmente a Villa de Álvarez con 4.

GRÁFICA 3. NÚMERO DE HABITACIONES EN EL ESTADO DE COLIMA, 2010-2015.

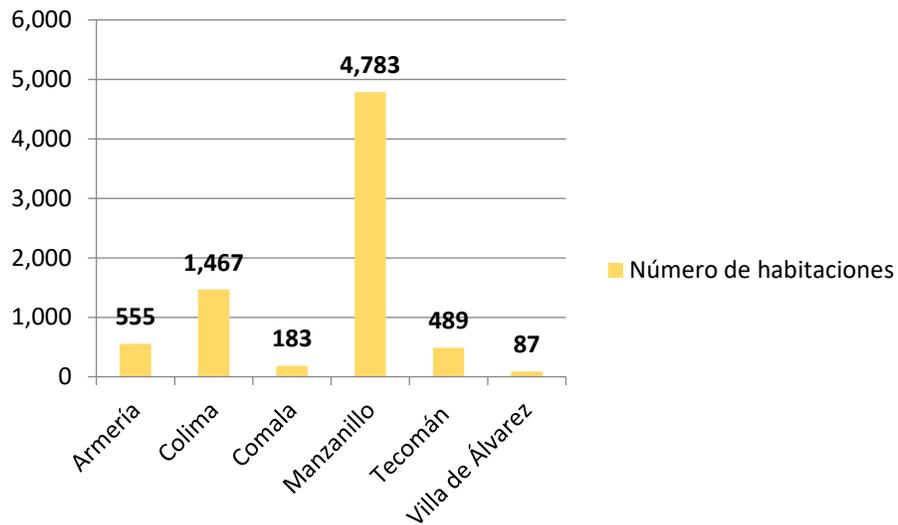


Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

En 2010 Colima contaba con 7 mil 655 cuartos, mientras que para 2015 se contabilizaron 7 mil 564 registrándose un decremento de 1.18 por ciento en ese periodo. La cifra del 2015 se explica a un cambio de metodología en el que se contabilizaron de nuevo los establecimientos de hospedaje incluyendo sólo aquellos establecimientos turísticos (no incluye moteles).

El estado de Colima contaba con 7 mil 564 cuartos en el año 2015. Los municipios con mayor contribución al total de cuartos en el estado son Manzanillo con 4 mil 783 equivalente al 63.23 por ciento y Colima con 1 mil 467 equivalente al 19.39 por ciento, después se encuentran Armería con el 7.33 por ciento, Tecomán con 6.46 por ciento, Comala con 2.41 por ciento y Villa de Álvarez con 0.05 por ciento.

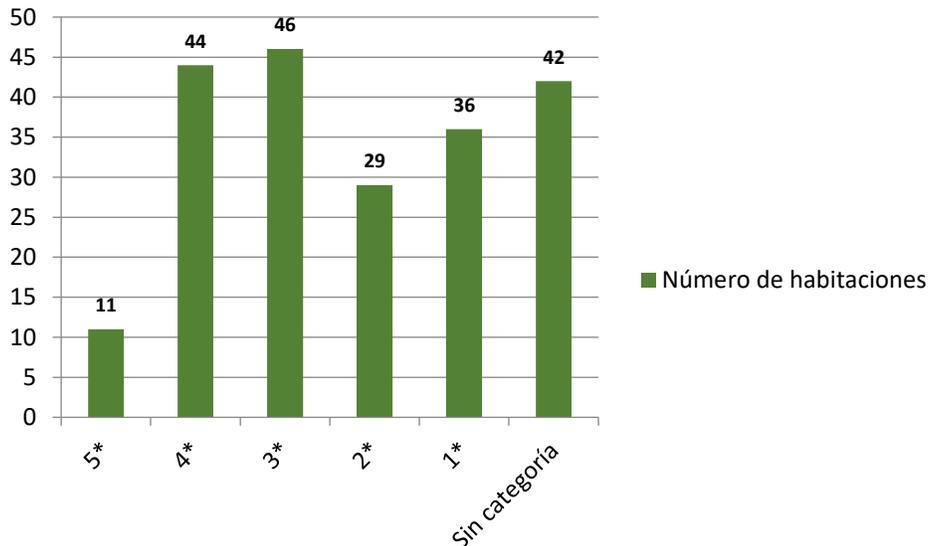
GRÁFICA 4. CUARTOS REGISTRADOS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE POR MUNICIPIOS EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima

En los 208 hoteles con los que cuenta el estado de Colima existen 7 mil 564 habitaciones. Los municipios que destacan en este rubro son Manzanillo (63.23 por ciento) y Colima (19.39 por ciento).

GRÁFICA 5. ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE REGISTRADOS EN EL ESTADO DE COLIMA SEGÚN CATEGORÍA EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

De los 208 establecimientos de hospedaje contabilizados para 2015, el 20 por ciento no se encuentra registrado en ninguna categoría. La mayoría de la oferta de hospedaje se encuentra en las categorías de 3 y 4 estrellas con el 22 por ciento y 21 por ciento respectivamente.

Indicadores de Conectividad

Cruceros

En el Plan Estatal de Desarrollo 2016-2021 se describe que durante la última década el movimiento de cruceros en el país ha vivido un periodo de poca actividad con una disminución en el número de arribos de hasta el 22 por ciento en 2012, en comparación con el año anterior. Ésto representó casi 100 mil pasajeros menos para el mismo año. El impacto se ve reflejado en una disminución en 2013 de hasta 75 por ciento en el total de pasajeros y de 64 por ciento en el total de arribos.

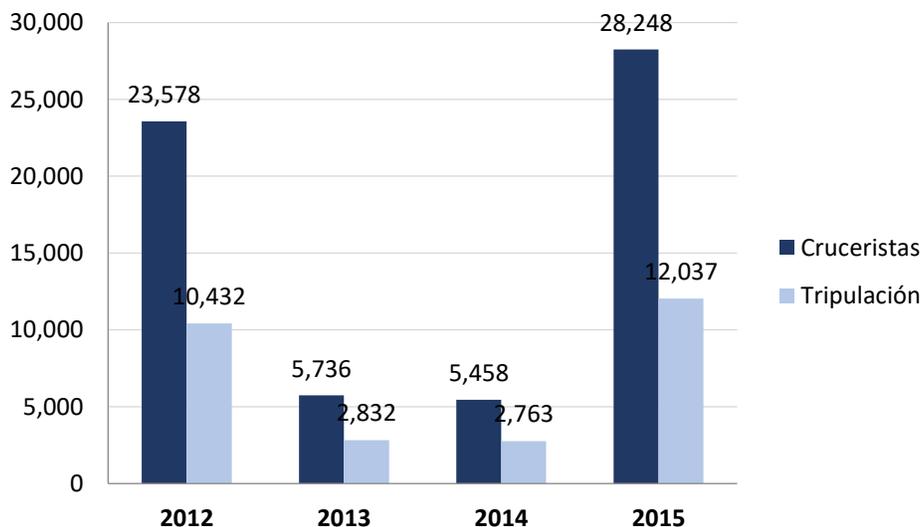
En el año 2010, y con el arribo del buque OCEAN DREAM de la línea Pullmantur quedó inaugurado el muelle especializado en cruceros turísticos del Puerto de Manzanillo, espacio que permite disponer de un área exclusiva para la atención de 2 cruceros de forma simultánea, garantizando a las líneas navieras posiciones de atraque seguras y eficientes para sus embarcaciones.

El Puerto de Manzanillo, con este muelle de cruceros turísticos brinda un servicio de calidad y tranquilidad a los paseantes; facilitando la recepción de los cruceros en los que participan empresarios que ofrecen sus productos y servicios a los cruceristas, quienes generan una importante derrama económica en beneficio de las familias colimenses.

A su arribo los pasajeros tienen la oportunidad de conocer las riquezas turísticas del estado de Colima como la gastronomía, cultura, naturaleza, artesanías, folklor, arte e infraestructura.

Es importante mencionar que incluso algunos de éstos cruceros realizan arribos dobles el mismo día, con lo que se corrobora que las 2 posiciones de atraque con las que cuenta el muelle son un atractivo importante para las líneas navieras, por lo que se augura, seguirán considerando éste puerto como destino para sus viajes.

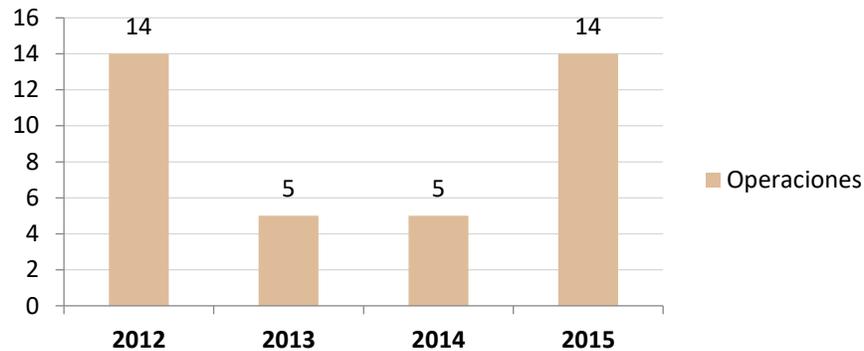
GRÁFICA 6. PASAJEROS Y TRIPULACIÓN EN CRUCEROS, 2012–2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por Agencias Consignatarias en Manzanillo, TMM, MEXSHIPPING, MARITIMEX y Tour Operadora SHOREX de Puerto Vallarta.

En el año 2015, comparado con el 2014, el número de llegada de cruceristas tuvo una diferencia significativa de 22 mil 790 lo que se traduce en un repunte del 418 por ciento. Aunque en dichos años atracó la misma cantidad de cruceros, el 2015 registró el mayor número de tripulación.

GRÁFICA 7. ARRIBOS DE OPERACIONES DE CRUCEROS, 2012–2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por Agencias Consignatarias en Manzanillo, TMM, MEXSHIPPING, MARITIMEX y Tour Operadora SHOREX de Puerto Vallarta.

Durante el año 2015 el número de arribo de buques se elevó a 14 contra 5 del año 2014, teniendo una diferencia de 9 llegadas correspondientes a un aumento del 180 por ciento.

Conectividad Aérea

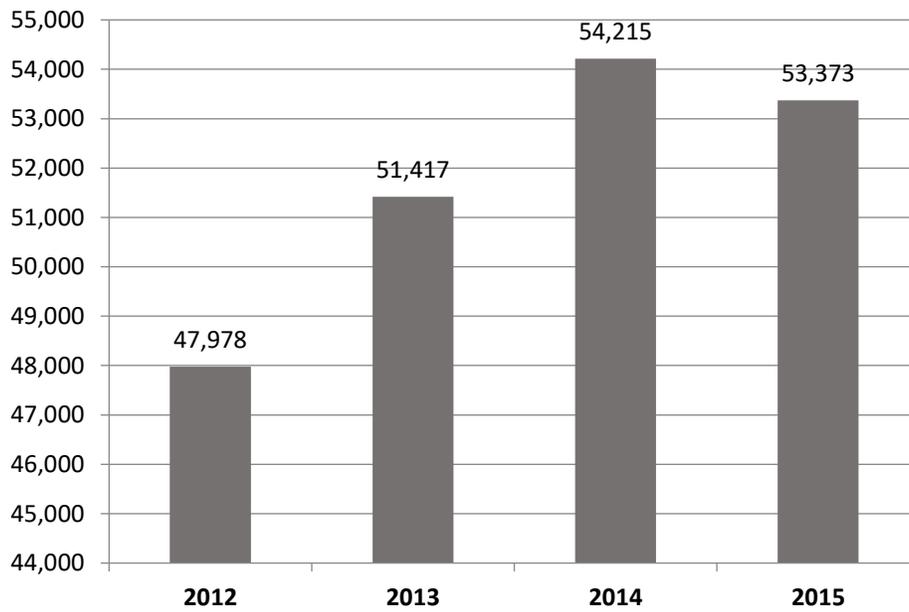
El estado de Colima concentra su movimiento aéreo en los aeropuertos Nacional de Colima “Lic. Miguel de la Madrid Hurtado” y en el Internacional “Playa de Oro” de Manzanillo.

El Aeropuerto Internacional Playa de Oro realizó en promedio 62 por ciento de las llegadas de vuelos a la entidad entre los años 2000 y 2014. En 2014, 81.3 por ciento de las llegadas fueron nacionales y 18.7 por ciento internacionales. El número de llegadas presenta una tendencia a la baja principalmente por la disminución de vuelos charters, tanto nacionales como internacionales.

El Aeropuerto Nacional Lic. Miguel de la Madrid Hurtado, ubicado en la ciudad de Colima, cuenta con pocas opciones de conectividad. Registra el 38 por ciento del total de llegadas a la entidad.

Las aerolíneas comerciales que convergen su operación en este aeropuerto son Aeromar, Volaris y Transportes Aéreos Regionales (TAR); las cuales conectan al estado de Colima con la ciudad de México, Tijuana y Toluca, respectivamente.

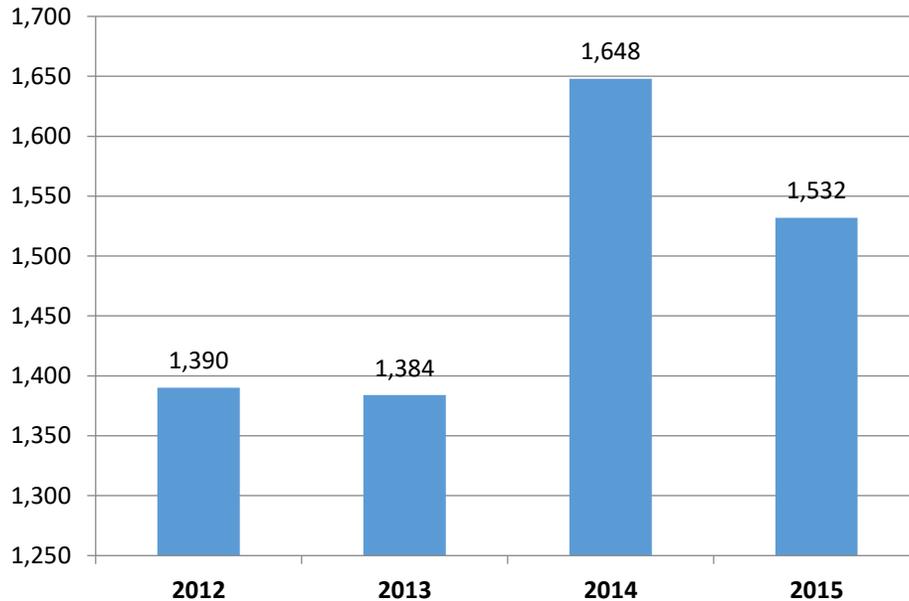
GRÁFICA 8. LLEGADA DE PASAJEROS AL AEROPUERTO DE COLIMA, 2012–2015



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto Nacional de Colima. ASA.

Del 2012 al 2014 hubo un incremento constante en el número de arribo de pasajeros en aerolíneas comerciales, teniendo un decremento de 842 pasajeros en el año 2015, es decir un -1.5 por ciento. Realizando un comparativo por año se aprecia que 2012 comparado con 2013 el incremento fue del 7.2 por ciento, y para el periodo 2013 a 2014 fue del 5.4 por ciento.

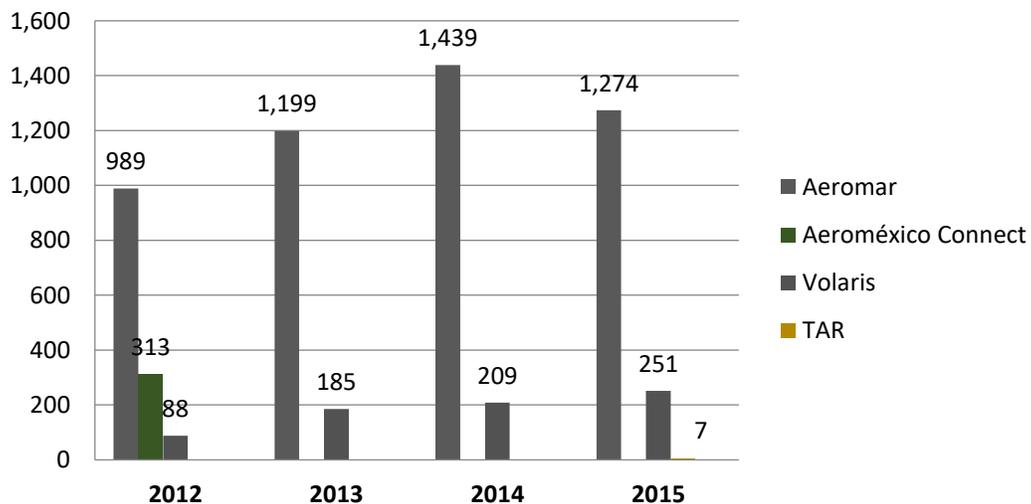
GRÁFICA 9. OPERACIONES DE LLEGADA AL AEROPUERTO DE COLIMA, 2012–2015



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por Aeropuerto Nacional de Colima. ASA.

Al comparar las operaciones de las aerolíneas comerciales se observa que en 2012 comparado con 2013 los arribos disminuyeron un 64.3 por ciento. Del 2013 al 2014 aumentaron un 19.1 por ciento y en el periodo 2014 a 2015 las operaciones de llegada experimentaron una caída del -7 por ciento.

GRÁFICA 10. OPERACIONES DEL AEROPUERTO DE COLIMA POR AEROLÍNEA, 2012–2015



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por Aeropuerto Nacional de Colima. ASA.

Desde el 2012, los arribos tanto de Aeromar como de Volaris han ido aumentando. Aeromar es la línea comercial aérea que se ha mantenido con un nivel de operaciones sobresaliente, elevándose durante el 2014 con 1 mil 439 llegadas. Cabe mencionar que la línea TAR inició operaciones en la ciudad de Colima el pasado 18 de diciembre del 2015, y poco a poco se ha venido colocando en el gusto de quienes viajan directamente a la ciudad de Toluca o desean realizar, desde ese punto, una conexión a otro destino.

Ahora bien, el Aeropuerto Internacional de Manzanillo operado por Grupo Aeroportuario del Pacífico (GAP) fue construido al norte del municipio de Manzanillo cerca de los límites con el estado de Jalisco. Se localiza a 150 kilómetros de la ciudad de Colima con un tiempo de recorrido mínimo de 1 hora y 30 minutos, cuenta con una superficie aproximada de 355 hectáreas. El aeropuerto tiene una superficie en el edificio terminal de 4 mil 700 metros cuadrados que puede albergar a 470 pasajeros por hora con 17 mostradores de documentación para las diferentes aerolíneas y cuenta con una sala de última espera.

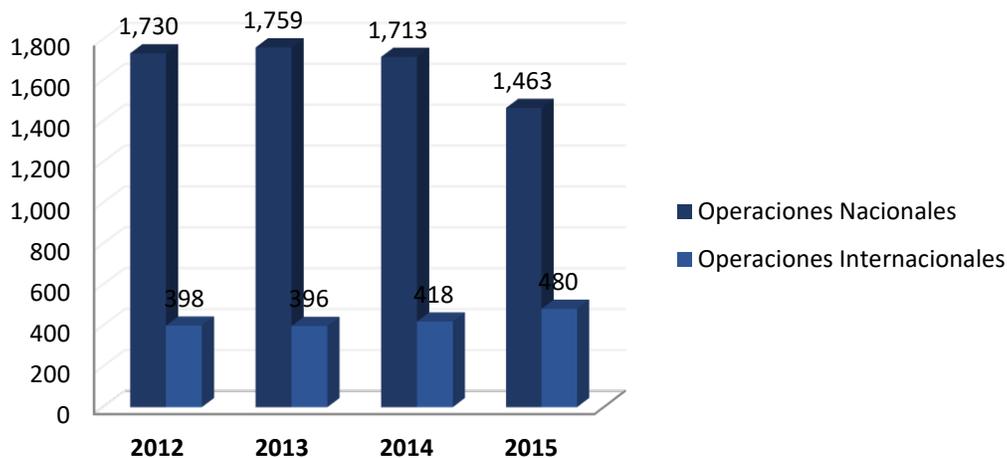
Las ciudades con las que mantienen rutas comerciales en el invierno son Los Ángeles, Houston, Minneapolis y Phoenix en Estados Unidos de América; así como Calgary, Montreal, Edmonton y Toronto en Canadá, siendo proporcionados los servicios por empresas como Alaska Airlines, Delta Airlines, United Airlines, Suncountry, American Airlines y West Jet.

En el resto del año, durante la temporada baja se mantienen algunas frecuencias sólo con Estados Unidos, entre ellas con Los Ángeles (Alaska) y Houston (United Airlines) cada semana.

En el mercado nacional los vuelos son especialmente a la ciudad de México, siendo atendidos con una frecuencia diaria por Aerolitoral y Aeromar.

Las aerolíneas comerciales y charteras que operaron en este aeropuerto (en 2016) son Aerolitoral, Aeromar, TAR, Alaska, United Airlines, Aeroméxico, Interjet, American, Delta, Suncountry, Sunwingy y West Jet Airlines.

GRÁFICA 11. OPERACIONES NACIONALES E INTERNACIONALES EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MANZANILLO, 2012-2015.

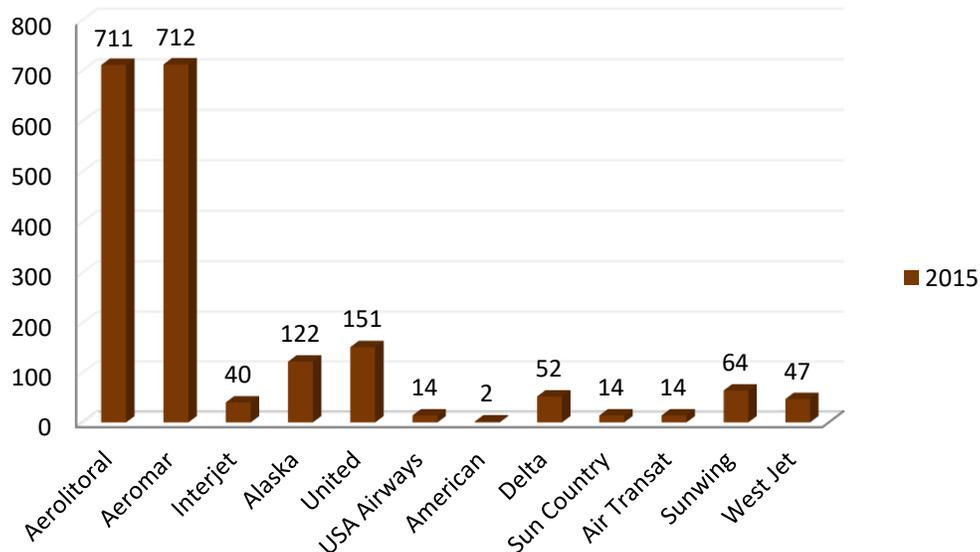


Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

Desde el 2012 al 2014 las operaciones nacionales mantuvieron buen flujo, logrando sobresalir en el año 2013 con 1 mil 759 arribos. No obstante, en el 2015 el movimiento disminuyó a 1 mil 463 operaciones.

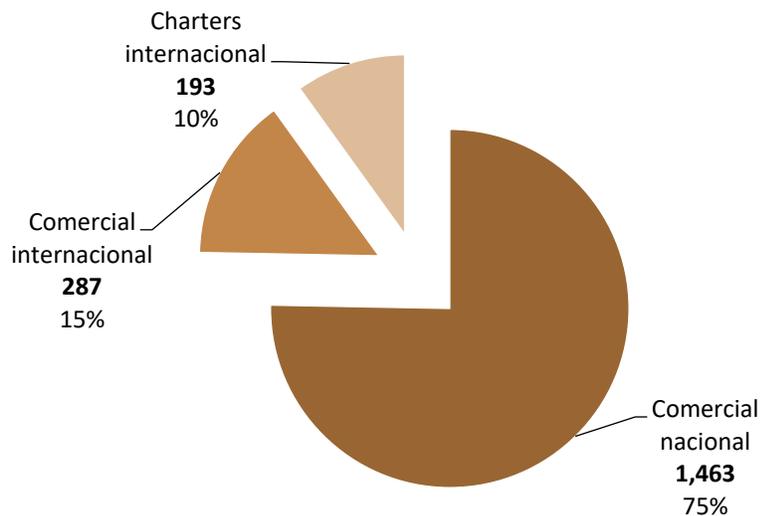
En cambio, las operaciones internacionales desde el año 2013 han tenido un claro aumento.

GRÁFICA 12. OPERACIONES POR AEROLÍNEA EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MANZANILLO 2015



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

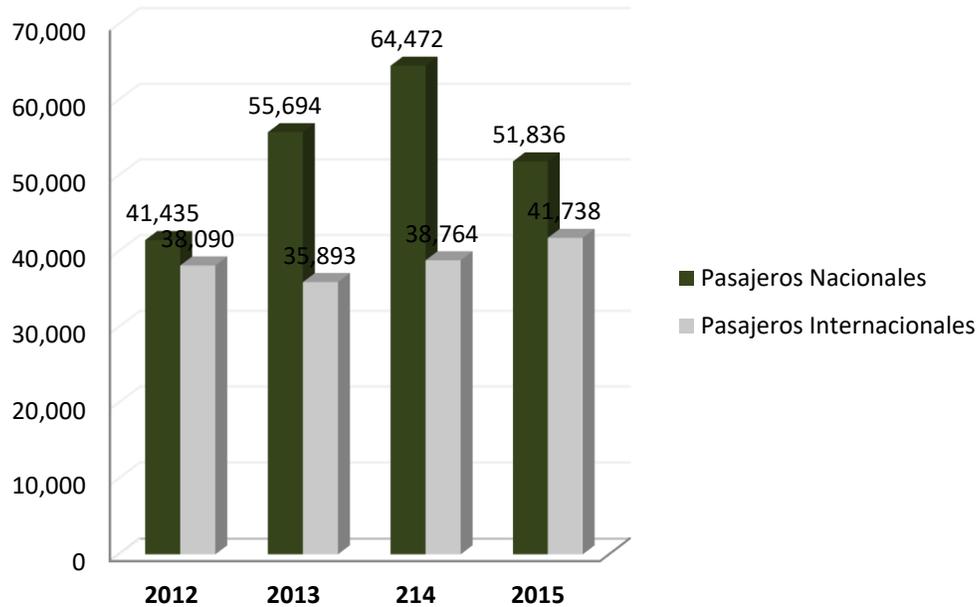
GRÁFICA 13. OPERACIONES DE LLEGADAS EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE MANZANILLO POR TIPO DE VUELO EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

Durante el año 2015 arribaron 3 aerolíneas comerciales nacionales, 3 comerciales internacionales y 6 charteras internacionales las cuales realizaron 1 mil 463, 287 y 193 arribos respectivamente. Es decir, en el año hubo un total de 1 mil 943 operaciones en el aeropuerto de Manzanillo.

GRÁFICA 14. PASAJEROS NACIONALES E INTERNACIONALES 2012–2015

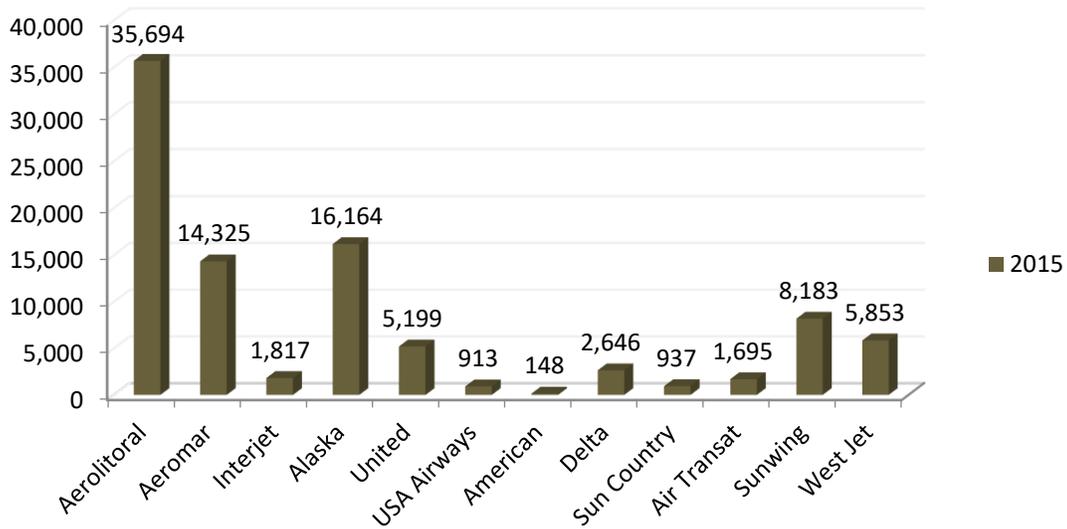


Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

Del año 2012 al 2014 el arribo de pasajeros nacionales ascendió de manera positiva pasando de 41 mil 435 a 64 mil 472 viajeros. No obstante, en el 2015 se percibió una disminución de 12,636 llegadas de pasajeros, es decir un -19.6 por ciento.

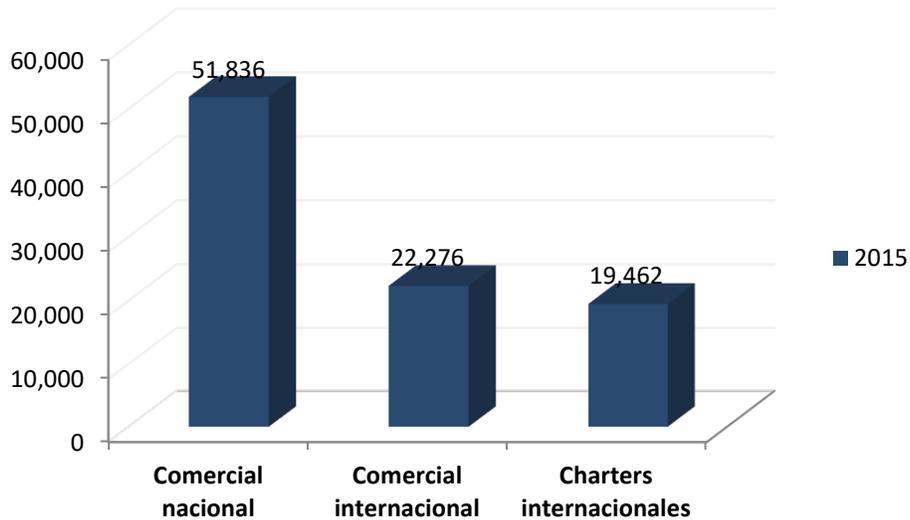
En cuanto a los pasajeros internacionales, y realizando comparativo 2014 vs 2015 ascendió de 38 mil 764 a 41 mil 738 logrando una diferencia de 2 mil 974 viajeros, es decir un 7.7 por ciento.

GRÁFICA 15. PASAJEROS POR AEROLÍNEA EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

GRÁFICA 16. PASAJEROS POR TIPO DE AEROLÍNEA EN 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por el Aeropuerto de Manzanillo, S.A. de C.V.

Durante el año 2015 llegaron en las aerolíneas comerciales nacionales 51 mil 836 pasajeros, 22 mil 276 en las comerciales internacionales, y un total de 19 mil 462 pasajeros en las aerolíneas charteras internacionales, implicando una movilización total anual de 93 mil 574 pasajeros.

Incrementar la conectividad aérea y marítima se convierte en un importante reto de Colima como destino turístico.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Fortalecer y promover el desarrollo de productos turísticos sustentables para incrementar la oferta turística, el nivel de inversión en el sector de la entidad de acuerdo a los patrones de demanda y gasto de los visitantes e incrementar el potencial y la infraestructura destinada al turismo, procurando el aprovechamiento de los recursos naturales.

META 1

Al 2021, crecer en al menos 20 por ciento la oferta de habitaciones de hotel en el estado.

META 2

Para el 2021, incrementar 25 por ciento la inversión tanto pública o privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico en el estado.

META 3

Al 2021, incrementar al 25 por ciento el número de prestadores de servicios turísticos en el estado.

CUADROS PROGRAMÁTICOS

MATRIZ DE ALINEACIÓN PND-PED DEL SUBPROGRAMA OFERTA TURÍSTICA

META PND	EJE PED	LÍNEA DE POLÍTICA PED	OBJETIVO PED	SUBPROGRAMA
México Próspero	Colima Competitivo	Impulsar la conformación de un Sector Turístico más rentable por medio de la innovación, la profesionalización y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.	Fortalecer y promover el desarrollo de productos turísticos para incrementar la oferta turística de la entidad de acuerdo a los patrones de demanda y gasto de los visitantes.	Oferta Turística
			Incrementar el desarrollo turístico sustentable y el aprovechamiento de los recursos naturales.	
			Desarrollar acciones que contribuyan a incrementar el nivel de inversión en el Sector Turístico.	
			Incrementar el potencial y la competitividad turística de Colima, fortaleciendo la infraestructura destinada a ofrecer servicios turísticos integrales.	

MATRIZ GUÍA OBJETIVOS-METAS DEL SUBPROGRAMA OFERTA TURÍSTICA

SUBPRO-GRAMA	PROBLEMÁTICA	OBJETIVO	METAS	DEPENDEN-CIAS
Oferta Turística	Carencia en el desarrollo de infraestructura que permita incrementar la competitividad del estado.	Objetivo 1. Fortalecer y promover el desarrollo de productos turísticos sustentables para incrementar la oferta turística, el nivel de inversión en el sector de la entidad de acuerdo a los patrones de demanda y gasto de los visitantes e incrementar el potencial y la infraestructura destinada al turismo, procurando el aprovechamiento de los recursos naturales.	Meta 1 Al 2021, crecer en al menos 20% la oferta de habitaciones de hotel en el estado.	SEFOME SEIDUR SECTUR Ayuntamientos
	Falta de incentivos para la inversión en el Sector Turístico.		Meta 2 Para el 2021, incrementar 25% la inversión tanto pública o privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico en el estado.	
	Desaprovechamiento de diversos recursos naturales que pueden ser utilizados por el Sector Turístico.		Meta 3 Al 2021, incrementar al 25% el número de prestadores de servicios turísticos en el estado.	IMADES Ayuntamientos SECTUR SEIDUR SEFOME SEDER

MATRIZ META-INDICADORES DEL SUBPROGRAMA OFERTA TURÍSTICA

OBJETIVO	META	INDICADOR	FÓRMULA	LÍNEA BASE	RES-PON-SABLE	CORRES-PONSA-BLE
Objetivo 1. Fortalecer y promover el desarrollo de productos turísticos sustentables para incrementar la oferta turística, el nivel de inversión en el sector de la entidad de acuerdo a los patrones de demanda y gasto de los visitantes e incrementar el potencial y la infraestructura destinada al turismo, procurando el aprovechamiento de los recursos naturales. Alineación al PED: Objetivos: I.4.1, I.4.4, I.4.6 y I.4.7	Meta 1 Al 2021, crecer en al menos 20% la oferta de habitaciones de hotel en el estado.	Tasa de variación de la oferta de alojamiento (cuartos)	$\frac{\text{Oferta de alojamiento del periodo } t}{\text{Oferta de alojamientos del periodo } t-1} - 1 * 100$	7,564 (2015)	Dirección de Desarrollo	Departamento de Nuevos Productos
	Meta 2 Para el 2021, incrementar 25% la inversión tanto pública o privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico en el estado.	Tasa de variación de inversión de pública y privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico.	$\frac{\text{Inversión pública y privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico del periodo } t}{\text{Inversión pública y privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico del periodo } t-1} - 1 * 100$	52 mdp (2015)		Departamento de Infraestructura
	Meta 3 Al 2021, incrementar al 25% el número de prestadores de servicios turísticos en el estado.	Tasa de variación del número de prestadores de servicios turísticos.	$\frac{\text{Prestadores de servicios turísticos del periodo } t}{\text{Prestadores de servicios turísticos del periodo } t-1} - 1 * 100$	700		Departamento de nuevos productos

CUADRO DE ALCANCE ANUAL DE LAS METAS SEXENALES DEL SUBPROGRAMA OFERTA TURÍSTICA

SUBPROGRAMA	META SEXENAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Oferta Turística	Meta 1 Al 2021, crecer en al menos 20% la oferta de habitaciones de hotel en el Estado.	0.5%	3.9%	3.9%	3.9%	3.9%	3.9%
	Meta 2 Para el 2021, incrementar 25% la inversión tanto pública o privada en atractivos turísticos o equipamiento turístico en el estado.	5%	4%	4%	4%	4%	4%
	Meta 3 Al 2021, incrementar al 25% el número de prestadores de servicios turísticos en el estado.	1%	4.8%	4.8%	4.8%	4.8%	4.8%

V.- SUBPROGRAMAS DE TURISMO

2.- SUBPROGRAMA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA

DIAGNÓSTICO

El esquema de promoción existente se concentraba en medios tradicionales y disponía de pocos recursos para crear una imagen del estado en los mercados nacional y extranjero. El mercado turístico es el que más compra por Internet debido a sus características de servicio lejos de la ciudad de residencia del consumidor. Por éstas razones, el uso más eficiente de los recursos consistirá en invertir en medios electrónicos que lleven el mensaje de promoción turística de Colima a los usuarios identificados por éstas herramientas y que sean verdaderamente susceptibles de visitar al estado.

Igualmente, el monto de recursos se verá positivamente impactado al aumentar el número de visitantes hospedados en hoteles ya que son los que generan el ingreso por concepto de Impuesto Sobre Hospedaje etiquetado para la promoción. Las estrategias promocionales y de eventos que incentiven una estancia más larga, mayor derrama en actividades y el consumo de productos y servicios locales aumentarán por consiguiente la experiencia turística y los recursos para promoción.

Con el fin de eficientar la promoción del estado se deberá revisar el esquema de trabajo de las OCV, y en su caso crear un sistema más eficiente que disminuya los costos de operación y aumente los recursos disponibles para la promoción. Adicionalmente se debe eficientar la inversión de recursos en medios que generen más visibilidad para el destino con menor costo. El análisis de las mezclas de medios utilizados y disponibles para cada mercado objetivo será un trabajo crucial para la determinación de una estrategia apropiada.

Indicadores de recaudación

El Plan Estatal de Desarrollo establece que el Impuesto Sobre Hospedaje se dedicará a la promoción turística. Hasta 2015 el monto del impuesto recabado se repartía entre las 2 Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) de Manzanillo y de Colima (zona norte). El monto disponible actualmente asciende a 14.7 MDP anuales y se invierte en diversos medios de comunicación tradicionales para promover al estado.

TABLA 1. PRESUPUESTO DE OCV COLIMA Y OCV MANZANILLO 2013 A 2015

	2013	2014	2015
OCV Manzanillo	\$ 9,736,263.78	\$ 9,773,224.96	\$ 10,614,707.40
OCV Colima	\$ 4,207,091.75	\$ 4,382,387.24	\$ 4,102,032.06

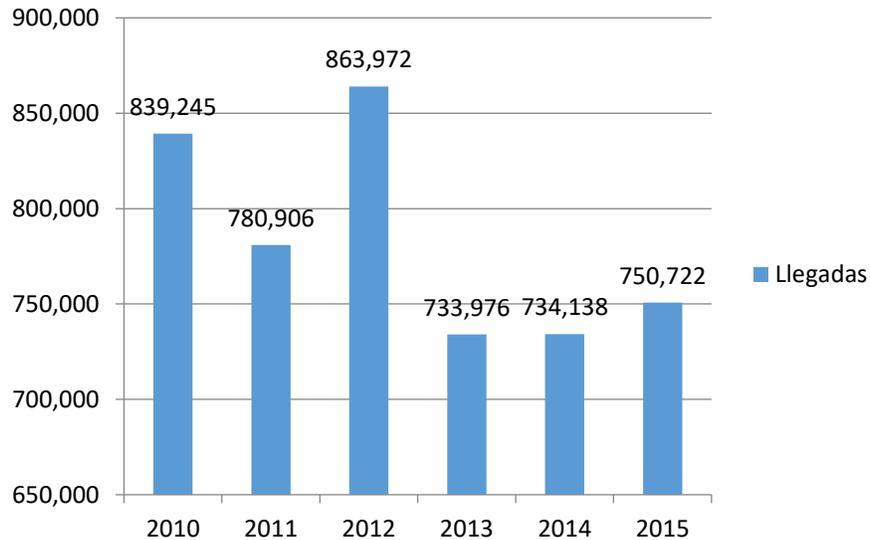
Fuente: Elaboración propia con datos del Fideicomiso de Promoción Turística del Estado de Colima

Un indicador indirecto es el número de visitantes y el porcentaje de ocupación hotelera (Ver Subprograma de Atención a Turistas y Visitantes). Otro indicador a considerar es el número de seguidores en redes sociales y los análisis de visitas a las páginas promocionales.

Indicadores de Llegadas de Turistas

De acuerdo a lo que se describe en el Plan Estatal de Desarrollo, en los últimos 15 años el turismo en Colima ha perdido relevancia en el país. Entre 2000 y 2014 disminuyó el flujo de turistas al estado.

GRÁFICA 17. LLEGADA DE TURISTAS TOTALES A COLIMA, 2010-2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima (comprende los municipios de Colima, Manzanillo, Tecomán, Comala y Armería)

En el periodo 2010 a 2015 hubo un decremento en la llegada de turistas totales al estado de Colima de 88 mil 523 lo que representa un 10.54 por ciento menos, sin embargo, a partir del año 2013 se puede observar una alza en la llegada de turistas.

Ahora bien, considerando las cifras publicadas por DataTur (incluye la muestra hotelera arriba mencionada, además de información recabada por INEGI) podemos observar un comportamiento con una tasa de crecimiento de llegadas de turistas nacionales a Colima para el periodo 2008-2014 de 1.8 por ciento. En 2014 se tiene registro de 889 mil 599 llegadas de turistas nacionales.

En el caso de arribo de turistas extranjeros a Colima, para el periodo 2000-2014, el comportamiento de acuerdo al número de llegadas es atípico, probablemente a causa de cambios en la metodología empleada para recabar la información y/o factores ajenos que influyen en la toma de decisión de los viajeros.

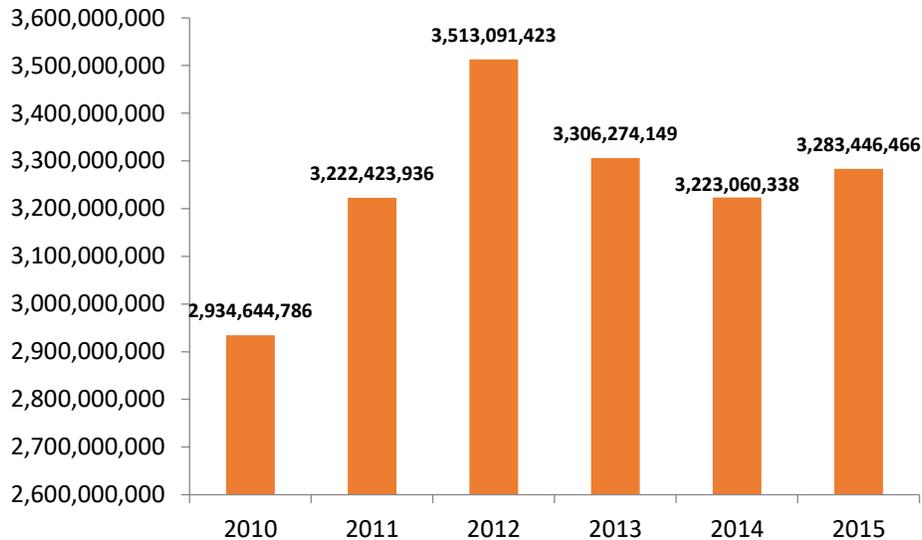
A partir del 2010, año en el que se registró el menor número de arribo de extranjeros a Colima (29 mil 362 turistas) la cifra ha ido en aumento, hasta alcanzar en el 2014 un total de 50 mil 056 turistas extranjeros. Ésto representa un incremento porcentual del 70 por ciento con respecto a dicho año.

Indicadores de Derrama Económica

La derrama económica es la cantidad de dinero que la gente gasta durante su estancia o vacaciones en el estado. Refleja cuánto dinero ingresó en un periodo determinado de tiempo. Se pondera el gasto promedio de hospedaje, alimentos, transportación y entretenimiento.

Mayor derrama significa que la gente que visita el estado está gastando o dispuesta a gastar más en los rubros arriba mencionados.

GRÁFICA 18. DERRAMA ECONÓMICA EN EL ESTADO, 2010 – 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

A través de los años la derrama económica ha reflejado altas y bajas. Un claro indicador de que las acciones de promoción y publicidad dirigidas a incrementar la captación de visitantes nacionales e internacionales son eficientes es el aumento de la derrama económica de los turistas y visitantes.

OBJETIVO ESPECÍFICO 1

Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a incrementar la captación de visitantes nacionales e internacionales con un uso eficiente de recursos.

META 1

Aumentar 2 por ciento anual el monto de recaudación por Impuesto al Hospedaje.

META 2

Incrementar 3 por ciento anual el número de llegadas de turistas a hoteles en el estado.

META 3

Crecer al menos 3 por ciento anual la derrama económica generada por el turismo en Colima.

META 4

Incrementar 10 por ciento anual la participación del Gobierno del Estado en eventos, ferias o congresos vinculados al Sector Turístico tanto a nivel local, nacional o internacional.

CUADROS PROGRAMÁTICOS

MATRIZ DE ALINEACIÓN PND-PED DEL SUBPROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA

META PND	EJE PED	LÍNEA DE POLÍTICA PED	OBJETIVO PED	SUBPROGRAMA
México Próspero	Colima Competitivo	Impulsar la conformación de un Sector Turístico más rentable por medio de la innovación, la profesionalización y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales	Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a incrementar la captación de visitantes nacionales e internacionales.	Promoción Turística

MATRIZ GUÍA OBJETIVOS METAS DEL SUBPROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA

SUB-PROGRAMA	PROBLEMÁTICA	OBJETIVO	METAS	DEPENDENCIAS
Promoción Turística	Poca recaudación destinada a promoción turística (Impuesto Sobre el Hospedaje).	Objetivo 1. Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a incrementar la captación de visitantes nacionales e internacionales con un uso eficiente de recursos.	Meta 1. Aumentar 2% anual el monto de recaudación por Impuesto al Hospedaje.	Secretaría de Turismo Fideicomiso de Promoción Turística
	Promoción ineficaz o insuficiente que genera baja ocupación en el destino.		Meta 2. Incrementar 3% anual el número de llegadas de turistas a hoteles en el Estado.	
	Poca derrama económica de turistas y visitantes por falta de una oferta turística atractiva que incentive el incremento del gasto de los turistas y visitantes.		Meta 3. Crecer al menos 3% anual la derrama económica generada por el turismo en Colima.	
	Poca participación del Estado en eventos, ferias o congresos vinculados al turismo.		Meta 4. Incrementar 10% anual la participación del Gobierno del Estado en eventos, ferias o congresos vinculados al Sector Turístico tanto a nivel local, nacional o internacional.	

MATRIZ META-INDICADORES DEL SUBPROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA

OBJE-TIVO	META	INDICADOR	FÓRMULA	LÍNEA BASE	RES-PON-SABLE	CORRES-PONSABLE
<p>Objetivo 1. Efectuar acciones de promoción y publicidad dirigidas a incrementar la captación de visitantes nacionales e internacionales con un uso eficiente de recursos.</p> <p>Alineación al PED: Objetivo 1.4.5.</p>	<p>Meta 1. Aumentar 2% anual el monto de recaudación por Impuesto al Hospedaje.</p>	Tasa de variación en la recaudación por impuestos al hospedaje.	(Recaudación por impuestos al hospedaje del periodo t) / (Recaudación por impuestos al hospedaje del periodo t-1)-1*100	\$14 millones de pesos (recaudación 2015)	Fideicomiso de Promoción Turística	Secretaría de Turismo
	<p>Meta 2. Incrementar 3% anual el número de llegadas de turistas a hoteles en el Estado.</p>	Tasa de variación en la llegadas de turistas a hoteles	(Llegada de turistas a hoteles del periodo t)/(Llegada de turistas a hoteles del periodo t-1)-1*100	750,722 turistas		
	<p>Meta 3. Crecer al menos 3% anual la derrama económica generada por el turismo en Colima.</p>	Tasa de variación en la Derrama Económica	(Derrama económica del periodo t)/(Derrama Económica del periodo t-1)-1*100	3,283 millones 446 mil 466 pesos (Derrama económica estatal 2015)	Dirección de Servicios Turísticos	
	<p>Meta 4. Incrementar 10% anual la participación del Gobierno del Estado en eventos, ferias o congresos vinculados al Sector Turístico tanto a nivel local, nacional o internacional.</p>	Tasa de variación en el número de eventos, ferias o congresos vinculados al Sector Turístico con participación del estado de Colima.	(Eventos del periodo t)/(Eventos del periodo t-1)-1*100	6 eventos (2015)	Fideicomiso de Promoción Turística del estado de Colima	

CUADRO DE ALCANCE ANUAL DE LAS METAS SEXENALES DEL SUBPROGRAMA PROMOCIÓN TURÍSTICA

SUB-PROGRAMA	META SEXENAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Promoción Turística	Meta 1. Aumentar 2% anual el monto de recaudación por impuesto al hospedaje.	2%	2%	2%	2%	2%	2%

	Meta 2. Incrementar 3% anual el número de llegadas de turistas a hoteles en el estado.	3%	3%	3%	3%	3%	3%
	Meta 3. Crecer al menos 3% anual la derrama económica generada por el turismo en Colima.	3%	3%	3%	3%	3%	3%
	Meta 4. Incrementar 10% anual la participación del Gobierno del Estado en eventos, ferias o congresos vinculados al Sector Turístico tanto a nivel local, nacional o internacional.	10%	10%	10%	10%	10%	10%

V.- SUBPROGRAMAS DE TURISMO

3.- SUBPROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

DIAGNÓSTICO

Indicadores de Capacitación

El Plan Estatal de Desarrollo hace referencia a la profesionalización de los servicios turísticos. Como parte del Sistema Nacional de Capacitación Turística, en el año 2014 se impartieron 109 cursos en los que se instruyó a 3 mil 52 colimenses. En términos de la profesionalización a prestadores de servicios turísticos, en 2014 Colima se posicionó como la entidad 29 del país por su oferta de centros oficiales y privados de enseñanza turística. Durante los últimos años, el número de éstos centros ha aumentado ya que pasaron de 5 en el año 2000, a 16 en el año 2014.

Como parte del Sistema de Calidad de la Secretaría de Turismo Federal, del año 2010 a 2016 Colima obtuvo 303 distintivos H, 187 distintivos M y 321 sellos Punto Limpio.

En el año 2015 se implementaron recertificaciones de programas de Distintivo H (Manejo Higiénico de los Alimentos) con alcance a 40 empresas del estado de Colima de los Sectores Público, Social, Servicios, e Industria de la Transformación de los municipios de Colima, Manzanillo, Armería y Tecomán con inversión privada. En el mismo año, 12 empresas del estado de Colima implementaron el Programa Moderniza Distintivo M, con inversión privada. Finalmente, 121 empresas de diversos giros tuvieron acceso a programas de capacitación para cubrir diversos lineamientos para la recertificación de Comala, Pueblo Mágico.

La situación económica de los últimos años ha disminuido el acceso de empresas a certificaciones y recertificaciones. Por ello, es importante identificar recursos públicos y subsidios para continuar con la implementación de dichos programas en este sentido.

El último año que se tiene registro de la firma de un convenio con la Secretaría de Turismo Federal en materia de capacitación y certificación fue en 2011.

En este sentido, para el estado de Colima, poder contar con una adecuada oferta de cursos de capacitación vinculada al turismo representa una oportunidad para brindar a prestadores de servicios turísticos, hoteleros y restauranteros entre otros, herramientas para fortalecer la prestación de servicios, los estándares de calidad y así impulsar la profesionalización del sector en respuesta a la constante demanda por parte de los prestadores de servicios turísticos del estado, especialmente durante los últimos 2 años.

Es de suma importancia duplicar los esfuerzos para la profesionalización turística a través de capacitaciones continuas, educación y campañas de promoción dirigidas a los profesionales que actúan en el área de turismo así como a la población en general, considerando que las personas influyen activamente en la formación de la imagen local. De ésta forma, cuando la población se encuentra preparada en lo que respecta a negocios, atención al turista, estudio de otros idiomas, geografía y cultura general se sientan bases para el desarrollo de la actividad turística y satisfacción de los visitantes, sin comprometer los atractivos turísticos de la región.

Indicadores del Registro Nacional de Turismo

En el año 1984 inició el Registro Nacional de Turismo (RNT) con carácter de obligatorio (registrarse, clasificarse y solicitar la autorización de precios y tarifas).

En el año 1992 se elimina la obligación de registrar, clasificar y solicitar la autorización de precios y tarifas, por lo que la inscripción al RNT se convierte en voluntaria. Ésta modalidad prevaleció hasta diciembre de 2015.

El 17 de diciembre de 2015 se retoma la obligatoriedad de la inscripción al RNT y Clasificación Hotelera publicada en el Diario Oficial de la Federación el día 17 de diciembre de 2015.

Del año 1992 a diciembre de 2015, en Colima únicamente se contaba con 603 establecimientos registrados más no actualizados, por ser voluntario el registro.

Éste registro es una herramienta importante para identificar el número de prestadores de servicios turísticos en el estado y en particular, para identificar a un segmento de la población objetivo de este subprograma.

OBJETIVO 1

Asegurar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos para impulsar el posicionamiento de la entidad en el turismo nacional.

META 1

Al 2021, incrementar 18 por ciento el número de beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística.

OBJETIVO 2

Incrementar el número de empresas del Sector Turístico con certificaciones y distintivos que promueve la Secretaría de Turismo Federal.

META 2

Al 2021, incrementar 18 por ciento el número de empresas certificadas o recertificadas por la Secretaría de Turismo Federal en los diferentes distintivos y certificaciones que promueve.

CUADROS PROGRAMÁTICOS:

MATRIZ DE ALINEACIÓN PND-PED DEL SUBPROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

META PND	EJE PED	LÍNEA DE POLÍTICA PED	OBJETIVO PED	SUBPROGRAMA
México Próspero	Colima Competitivo	Impulsar la conformación de un sector turístico más rentable por medio de la innovación, la profesionalización y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales	Asegurar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos para impulsar el posicionamiento de la entidad en el turismo nacional.	Capacitación y atención a prestadores de Servicios Turísticos

MATRIZ GUÍA OBJETIVOS METAS DEL SUBPROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

SUB-PROGRAMA	PROBLEMÁTICA	OBJETIVOS	METAS	DEPEN--DENCIAS
Capacitación y atención a prestadores de Servicios Turísticos	Existen diversas necesidades de capacitación en materia turística y temáticas afines del sector. Los prestadores de servicios en general carecen de una cultura turística y de elementos para comprender el alcance e importancia del Sector Turístico.	Objetivo 1. Asegurar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos para impulsar el posicionamiento de la entidad en el turismo nacional.	Meta 1. Al 2021, incrementar 18% el número de beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística.	Secretaría de Turismo Instituciones Académicas
	Es reducido el número de prestadores de servicios turísticos con certificaciones de competencias y de distintivos avalados por la Secretaría de Turismo Federal.	Objetivo 2. Incrementar el número de empresas del Sector Turístico con certificaciones y distintivos que promueve la Secretaría de Turismo Federal.	Meta 2 Al 2021, incrementar 18% el número de empresas certificadas o recertificadas por la Secretaría de Turismo Federal en los diferentes distintivos y certificaciones que promueve.	Secretaría de Turismo

MATRIZ META-INDICADORES DEL SUBPROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

OBJETIVO	META	INDICADOR	FÓRMULA	LÍNEA BASE	RESPONSABLE	CORRESPONSABLE
<p>Objetivo 1. Asegurar la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos para impulsar el posicionamiento de la entidad en el turismo nacional.</p> <p>Alineación al PED: Objetivo I.4.3.</p>	<p>Meta 1 Al 2021, incrementar 18% el número de beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística.</p>	<p>Tasa de variación de beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística.</p>	<p>(Beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística del periodo t) / (Beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística del periodo t-1)-1*100</p>	<p>2,500 beneficiarios (2016)</p>	<p>Dirección de Servicios Turísticos</p>	<p>Departamento de Capacitación y Cultura Turística</p>
<p>Objetivo 2. Incrementar el número de empresas del Sector Turístico con certificaciones y distintivos que promueve la Secretaría de Turismo Federal.</p> <p>Alineación al PED: Objetivo I.4.3.</p>	<p>Meta 2 Al 2021, incrementar 18% el número de empresas certificadas o recertificadas por la Secretaría de Turismo Federal en los diferentes distintivos y certificaciones que promueve.</p>	<p>Tasa de variación de empresas certificadas y recertificadas por SECTUR Federal con distintivos y/o certificaciones.</p>	<p>(Empresas certificadas y recertificadas del periodo t) / (Empresas certificadas y recertificadas del periodo t-1)-1*100</p>	<p>39 empresas</p>	<p>Dirección de Servicios Turísticos</p>	<p>Departamento de Capacitación y Cultura Turística</p>

CUADRO DE ALCANCE ANUAL DE LAS METAS SEXENALES DEL SUBPROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y ATENCIÓN A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

SUB-PROGRAMA	META SEXENAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Capacitación y atención a prestadores de Servicios Turísticos	Meta 1. Al 2021, incrementar 18% el número de beneficiarios de cursos de capacitación y cultura turística.	3%	3%	3%	3%	3%	3%
	Meta 2 Al 2021, incrementar 18% el número de empresas certificadas o recertificadas por la Secretaría de Turismo Federal en los diferentes distintivos y certificaciones que promueve.	3%	3%	3%	3%	3%	3%

V.- SUBPROGRAMAS DE TURISMO

4.- SUBPROGRAMA DE ATENCIÓN A TURISTAS Y VISITANTES

DIAGNÓSTICO

Conforme a lo que se describe en el Plan Estatal de Desarrollo, en los últimos 15 años el turismo en Colima ha perdido relevancia en el país. Entre 2000 y 2014 disminuyó el flujo de turistas al Estado (Indicadores de Afluencia en el Subprograma de Promoción Turística).

El turismo se concentra en los municipios de Manzanillo y Colima con un porcentaje de ocupación promedio superior a 40 por ciento entre 2013 y 2015. La mayor parte del turismo receptivo es captado por Manzanillo.

Indicadores de ocupación hotelera

De acuerdo a información recabada con una muestra hotelera de Colima, Armería, Manzanillo, Tecomán y Comala, se presenta a continuación el porcentaje de ocupación hotelera en dichos municipios del periodo 2013-2015.

Colima

Año	Nacional	Extranjera	Total
2013	39.94%	0.87%	40.81%
2014	41.02%	0.92%	41.94%
2015	40.83%	1.16%	41.99%

Armería

Año	Nacional	Extranjera	Total
2013	11.34%	0.03%	11.37%
2014	11.79%	0.01%	11.81%
2015	10.29%	0.01%	10.30%

Manzanillo

Año	Nacional	Extranjera	Total
2013	38.98%	3.59%	42.57%
2014	39.23%	3.55%	42.78%
2015	39.70%	3.45%	43.15%

Tecomán

Año	Nacional	Extranjera	Total
2013	11.34%	0.03%	11.37%
2014	11.79%	0.01%	11.81%
2015	10.29%	0.01%	10.30%

Comala

Año	Nacional	Extranjera	Total
2015	13.51%	0.91%	14.42%

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima. No se cuenta con información de Comala antes de 2015.

El municipio de Colima tuvo un aumento del 1.1 por ciento entre 2013 y 2014 en la ocupación hotelera, mientras que para 2014 y 2015 el aumento fue apenas perceptible de 0.05 por ciento.

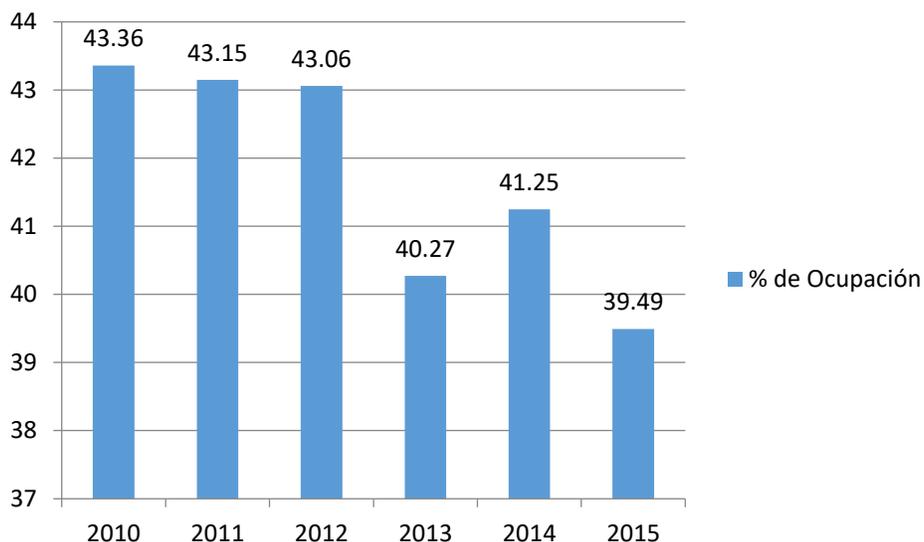
En Manzanillo se registra un aumento de 0.2 por ciento entre 2013 y 2014, para el periodo 2014 y 2015 el aumento fue de 0.37 por ciento.

En el caso de Armería de 2013 a 2014 hubo un aumento del 0.44 por ciento mientras que del 2014 al 2015 disminuyó 1.5 por ciento.

Respecto a Tecomán la tasa de crecimiento fue del 6.62 por ciento de 2013 al 2014, pero para el periodo de 2014 al 2015 hubo un decremento de 12.3 por ciento.

El municipio de Comala no contaba con estadísticas en años anteriores, fue hasta 2015 que se empezó a llevar su registro para la recertificación de pueblos mágicos.

GRÁFICA 19. PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA TOTAL EN EL ESTADO DE COLIMA, 2010 - 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

TABLA 2. PORCENTAJE DE OCUPACIÓN HOTELERA TOTAL DEL ESTADO DE COLIMA.

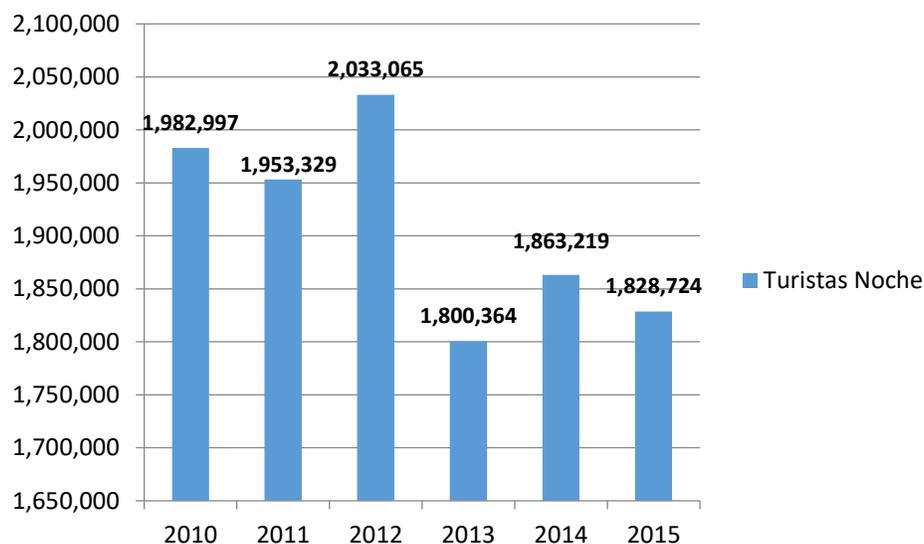
Periodo	Tasa de Variación
2010 – 2011	-0.21 por ciento
2011 – 2012	-0.09 por ciento
2012 – 2013	-2.79 por ciento
2013 – 2014	0.98 por ciento
2014 - 2015	-1.76 por ciento

Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

Colima registró decrementos en el porcentaje de ocupación hotelera en el periodo de 2010 – 2013 no mayores a los 2 puntos, sin embargo, en el periodo 2013–2014 tuvo un crecimiento de casi un punto en este indicador, no obstante para el 2015 registró otra baja del 1.76 por ciento.

La ocupación y estadía promedio han venido disminuyendo en los últimos años. Para revertir esta tendencia se requiere el desarrollo de un producto turístico competitivo y sustentable de una clara estrategia de desarrollo a corto y largo plazo, y sobre todo de una oferta de servicios turísticos complementarios que generen una mayor estancia, ocupación y una mayor derrama para el sector.

GRÁFICA 20. TURISTAS NOCHE TOTALES EN EL ESTADO DE COLIMA, 2010-2015.

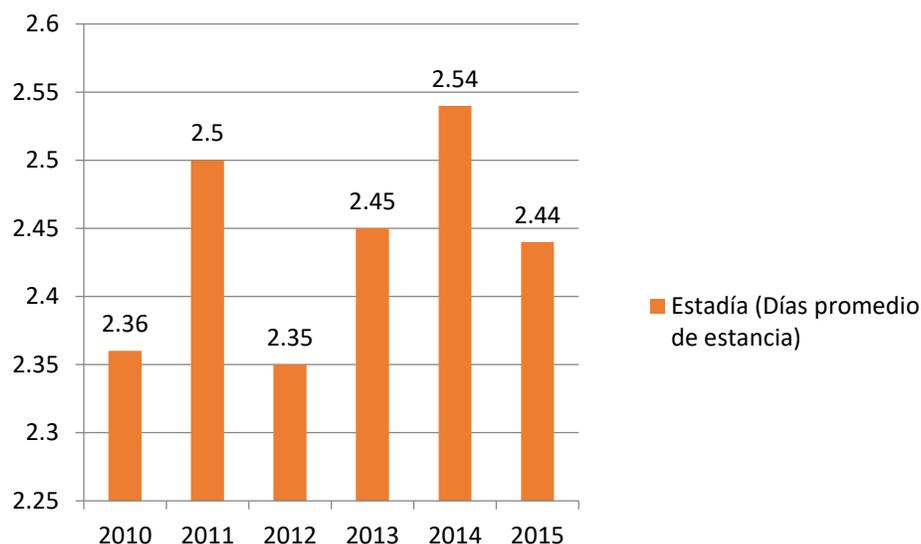


Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

De 2010 a 2012 se presentaron las mejores cifras en el estado de Colima en cuanto a turistas noche registrándose un crecimiento de 2.52 por ciento en ese periodo, sin embargo, en 2015 hubo un decremento del 10.85 por ciento con respecto al 2012 en éste indicador, aunque en el periodo de 2013 – 2015 las cifras fueron positivas con un crecimiento de 1.57 por ciento.

“Turistas noche” se refiere a la cantidad de noches que se hospedaron los turistas en el establecimiento, se obtiene multiplicando las llegadas por la estancia promedio.

GRÁFICA 21. ESTADÍA PROMEDIO TOTAL EN EL ESTADO DE COLIMA, 2010 - 2015.



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada por hoteles muestra en el estado de Colima.

Nota: Éstas cifras difieren con lo publicado en DataTur, ya que en dicho monitoreo sólo se contempla Colima y Manzanillo y la estadía arriba graficada incluye los municipios de Colima, Tecomán, Manzanillo y Armería)

La “estadía” se refiere al período durante el cual el huésped ocupa una habitación. En Colima la tasa de crecimiento de la estadía en el periodo de 2010 a 2015 fue de 3.38 por ciento; se pueden observar altas y bajas en dicho periodo pero nada significativo, se mantiene una media de 2.44.

La estadía representa un indicador relevante. Los turistas toman la decisión de extender su estancia o prolongar los días de visita cuando en un destino encuentran una oferta turística sólida, y cuando reciben atención y servicios de calidad. Una de las principales preocupaciones del sector a lo largo de los años, además de incrementar el gasto de turistas es incrementar su estancia en el destino.

Indicadores de Módulos de Información Turística en el Estado

El único módulo fijo de información turística del estado de Colima se encuentra ubicado en el centro de la ciudad de Colima en Palacio de Gobierno. Cuenta con escasas herramientas para dar una atención al turista de primera calidad, proporciona folletería que no ha sido renovada en los últimos años.

Durante las temporadas vacacionales que comprenden semana santa, verano e invierno, se instalan módulos de información turística de manera temporal distribuidos en los 10 municipios del estado. Sin embargo, el equipamiento de dichos módulos portátiles ya es obsoleto por el desgaste a través de los años. En promedio, del año 2012 al 2015 se instalan, por temporada vacacional 25 módulos de información a lo largo de los diferentes municipios y se ubican en los lugares de mayor afluencia turística y de visitantes.

Se identifica la necesidad de remodelar la oficina de información ubicada en Palacio de Gobierno e implementar un mecanismo innovador de promoción, autosustentable, en estrecha coordinación con las estrategias de Promoción Turística descritas anteriormente en el Subprograma II del presente Programa Sectorial. Asimismo, es de vital importancia la adquisición de nuevos módulos de información turística portátiles para mejorar la imagen que se brinda de igual manera a turistas y visitantes a lo largo del año, pero particularmente en las temporadas de mayor afluencia.

OBJETIVO 1

Reforzar la coordinación interinstitucional e impulsar la innovación en la gestión de los destinos y servicios turísticos para conformar destinos inteligentes.

META 1

Al 2021, incremento porcentual del 3 por ciento de la estadía promedio en el estado.

CUADROS PROGRAMÁTICOS

MATRIZ DE ALINEACIÓN PND-PED DEL SUBPROGRAMA ATENCIÓN A TURISTAS Y VISITANTES

META PND	EJE PED	LÍNEA DE POLÍTICA PED	OBJETIVO PED	SUBPROGRAMA
México Próspero	Colima Competitivo	Impulsar la conformación de un Sector Turístico más rentable por medio de la innovación, la profesionalización y el adecuado aprovechamiento de los recursos naturales y culturales.	Impulsar la innovación en la gestión de los destinos y servicios turísticos para conformar destinos inteligentes.	Atención a Turistas y Visitantes

MATRIZ GUÍA OBJETIVOS METAS DEL SUBPROGRAMA ATENCIÓN A TURISTAS Y VISITANTES

SUBPROGRAMA	PROBLEMÁTICA	OBJETIVO	META	DEPENDENCIAS
Atención a Turistas y Visitantes	Mejorar la atención a visitantes y turistas	Objetivo 1. Reforzar la coordinación interinstitucional e impulsar la innovación en la gestión de los destinos y servicios turísticos para conformar destinos inteligentes.	Meta 1 Al 2021, incremento porcentual del 3% de la estadia promedio en el estado.	Secretaría de Turismo Ayuntamientos Fideicomiso de Promoción Turística

MATRIZ META-INDICADORES DEL SUBPROGRAMA ATENCIÓN A TURISTAS Y VISITANTES

OBJETIVO	META	INDICADOR	FÓRMULA	LÍNEA BASE	RESPONSABLE	CORRESPONSABLE
<p>Objetivo 1. Reforzar la coordinación interinstitucional e impulsar la innovación en la gestión de los destinos y servicios turísticos para conformar destinos inteligentes.</p> <p>Alineación al PED: Objetivo I.4.2.</p>	<p>Meta 1 Al 2021, incremento porcentual del 3% de la estadía promedio en el estado.</p>	<p>Tasa de variación en la estadía promedio</p>	<p>$(\text{Estadía promedio del periodo } t) / (\text{Estadía promedio del periodo } t-1) - 1 * 100$</p>	<p>2.44 (2015)</p>	<p>Secretaría de Turismo</p>	<p>Dirección de Servicios Turísticos</p> <p>Fideicomiso de Promoción Turística</p>

CUADRO DE ALCANCE ANUAL DE LAS METAS SEXENALES DEL SUBPROGRAMA ATENCIÓN A TURISTAS Y VISITANTES

SUBPROGRAMA	META SEXENAL	AÑO 2016	AÑO 2017	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021
Atención a y Visitantes	<p>Meta 1 Al 2021, incremento porcentual del 3% de la estadía promedio en el estado.</p>	0.35%	0.51%	0.52%	0.53%	0.54%	0.55%

VI.- ALINEACIÓN DE COMPROMISOS NOTARIADOS / SUBPROGRAMAS

PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO 2016-2021

SUBPROGRAMAS	NO. COMPROMISO	COMPROMISOS NOTARIADOS
Subprograma de Oferta Turística	14	Gestionar apoyos para la reconstrucción de las ramadas, El Paraíso
	106	Construcción del desarrollo turístico en el bordo grande.
	271	Impulsar proyectos turísticos, Agosto
	305	Impulsar proyectos turísticos, La Becerrera
	547	Acondicionar un centro turístico en la comunidad de San Gabriel
	1060	Manzanillo volverá a ser uno de los grandes destinos del Pacífico Mexicano. El turismo será uno de los grandes motores del desarrollo, aprovechando, por cierto, el potencial de todos y cada uno de los municipios del estado.
	1110	Mirador turístico en el cerro de la capilla de la cabecera municipal, Armería
	1116	Programas de apoyo al turismo, Cuyutlán
	1117	Rehabilitación del tortugario y la carretera de acceso a Cuyutlán
	1132	Infraestructura turística preservando y fortaleciendo las costumbres de la localidad de Suchitlán
	1136	Mayor infraestructura turística respetando tradiciones de la comunidad de Zacualpan
	1144	Fomento a las actividades turísticas y promoción de Comala como destino vacacional
1145	Conservar a Comala como el mejor Pueblo Mágico de México	

SUBPROGRAMAS	NO. COMPROMISO	COMPROMISOS NOTARIADOS
Subprograma de Oferta Turística	1160	Instalación de corredor turístico para vender productos, El Remate
	1168	Impulsar un proyecto turístico (balneario) en la comunidad de La Caja
	1183	Impulso al turismo en Coquimatlán
	1259	Fomentar el desarrollo de manera armónica puerto-turismo-ciudad de Manzanillo
	1274	Fomento a proyectos de desarrollo turístico, Minatitlán
	1275	Estímulos para la inversión en hospedaje y alojamiento para visitantes, Minatitlán
Subprograma de Promoción Turística	1060	Manzanillo volverá a ser uno de los grandes destinos del Pacífico Mexicano. El turismo será uno de los grandes motores del desarrollo, aprovechando, por cierto, el potencial de todos y cada uno de los municipios del estado.
	1116	Programas de apoyo al turismo, Cuyutlán
	1144	Fomento a las actividades turísticas y promoción de Comala como destino vacacional
	1145	Conservar a Comala como el mejor Pueblo Mágico de México
	1183	Impulso al turismo, Coquimatlán
	1259	Fomentar el desarrollo de manera armónica puerto-turismo-ciudad de Manzanillo
	1262	Mayor difusión como destino turístico, Playa la Boquita en Manzanillo

SUBPROGRAMAS	NO. COMPROMISO	COMPROMISOS NOTARIADOS
Subprograma de Capacitación y Atención a Prestadores de Servicios Turísticos.	271	Impulsar proyectos turísticos, Agosto
	305	Impulsar proyectos turísticos, La Becerrera
	1116	Programas de apoyo al turismo, Cuyutlán
	1144	Fomento a las actividades turísticas y promoción de Comala como destino vacacional
	1145	Conservar a Comala como el mejor Pueblo Mágico de México
	1183	Impulso al turismo, Coquimatlán
Subprograma de Atención a Turistas y Visitantes	271	Impulsar proyectos turísticos, Agosto
	305	Impulsar proyectos turísticos, La Becerrera
	1060	Manzanillo volverá a ser uno de los grandes destinos del Pacífico Mexicano. El turismo será uno de los grandes motores del desarrollo, aprovechando, por cierto, el potencial de todos y cada uno de los municipios del estado.
	1144	Fomento a las actividades turísticas y promoción de Comala como destino vacacional
	1145	Conservar a Comala como el mejor Pueblo Mágico de México
	1183	Impulso al turismo, Coquimatlán
	1259	Fomentar el desarrollo de manera armónica puerto-turismo-ciudad de Manzanillo

Nota: Algunos compromisos pueden tener componentes de más de un subprograma.