

OBJETIVOS SECTORIALES, ESTRATEGIAS Y ACCIONES

EJE RECTOR 1. *TURISMO PRIORIDAD DEL ESTADO*

El desarrollo de este eje rector está basado en cinco objetivos sectoriales, con los que se pretende contribuir a la confirmación de la prioridad que el turismo tiene como agente detonador de bienestar.

OBJETIVO SECTORIAL 1. DISEÑAR E IMPULSAR UNA POLÍTICA ESTATAL EN MATERIA TURÍSTICA

El compromiso establecido por el Gobierno del Estado de Chihuahua de conseguir que el turismo se convierta en un factor de desarrollo, con una propuesta competitiva sólo podrá darse si se define una línea de política específica, que proporcione a dicha actividad el carácter de prioritaria.

La capacidad del turismo para generar riqueza y oportunidades puede ser mejor aprovechada si se cuenta con el apoyo institucional expresado en términos de la fórmula responsabilidad con autoridad.

Resulta fundamental para el Estado disponer de elementos estratégicos que le permitan planear y orientar la actividad turística, reconociendo la importancia de su ejercicio económico y comercial.

Es decir, por parte de la autoridad de gobierno, el apoyo e impulso se lleva a cabo a través de la prestación de servicios públicos directos e indirectos para el desarrollo de la actividad, apoyando las actividades de los turistas. Entre dichos servicios se encuentran la seguridad, vialidades, limpieza, trámites migratorios y de aduanas, entre otros. Asimismo, servicios jurídicos para procurar condiciones de certidumbre en las inversiones y en el fundamento competitivo de las empresas; los de carácter impositivo y de manera fundamental, las regulaciones de protección al medio ambiente.

Parte esencial a considerarse en la política de desarrollo turístico es la de atender los aspectos económico y social de los chihuahuenses, mediante programas que contribuyan a mejorar su calidad de vida, a crear empleos, captar divisas y fomentar la inversión nacional y extranjera en el sector.

ESTRATEGIAS

1. PLANEAR EL DESARROLLO TURÍSTICO

En los últimos años la planeación ha resultado ser más que un instrumento de crecimiento racional y selectivo para la actividad turística, siendo además un medio por el cual el gobierno puede intervenir directamente en un proceso armónico y con certidumbre de desarrollo, integrado en el proceso general de crecimiento económico.

Es esencial para la planeación la realización de un diagnóstico, mediante estudios detallados, que proporcionen los elementos necesarios : fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, que permitan una planeación objetiva y científica y que establezcan objetivos realizables.

La planeación turística permite que el gobierno actúe en acciones de colaboración con el sector privado y con organizaciones sociales relacionadas con el quehacer turístico.

Con la elaboración de este plan estatal de desarrollo para la actividad turística, se crea un mecanismo estratégico para concentrar propuestas y delinear estrategias que den a la actividad turística el carácter prioritario que merece.

ACCIONES Y METAS

PLANEACION ESTRATÉGICA Y POLÍTICA SECTORIAL

- 1. Coordinar la participación de los sectores público, privado y social, relacionados con el turismo.**
- 2. Difundir el Programa Estatal de Turismo (PET) en versiones impresa y en disco compacto, en la página institucional de Internet y en el Portal Oficial del sector turismo, en los diferentes foros y eventos nacionales, estatales y municipales.**
- 3. Establecer contacto con los sectores involucrados y comprometidos en las acciones integradas en el PET.**

OBJETIVO SECTORIAL 2. CONSIDERAR LA GENERACION Y DIFUSION DE INFORMACION QUE FORTALEZCA AL SECTOR TURÍSTICO

Tiene como propósito integrar, sistematizar y divulgar información estadística sobre la actividad turística estatal; así como llevar a cabo estudios e investigaciones sobre la misma, a efecto de orientar las estrategias de desarrollo del sector y la toma de decisiones.

La información estadística del sector constituye la base esencial del conocimiento sin el cual ningún sistema de planeación puede funcionar. La estadística sistematiza la información turística y analiza su contenido; además, con el diagnóstico y el pronóstico del sector, alimentan la formulación de planes, programas y presupuesto. También, la información que se genera puede ser utilizada en la evaluación.

El proceso primario de generar y sistematizar la información turística, se compone a su vez de tres subprocesos :

- a) Levantamiento, actualización y evaluación del inventario turístico estatal;
- b) Recolección de información de interés turístico y
- c) Generación Periódica de información turística.

El subsistema de formulación de planes, programas y presupuestos, lleva a cabo las tareas de planeación estatal, regional y municipal.

Así también, se integra por dos procesos: el de planeación y el de programación – presupuestación del sector público estatal turístico.

El proceso de planeación define qué queremos alcanzar en un cierto período (objetivos y metas), para lo cual es necesario conocer la situación actual (diagnóstico) y las tendencias previsibles (pronóstico), y determinar el camino a seguir para pasar de la situación actual a la situación deseada (estrategia y política).

Adicionalmente, el proceso de planeación comprende la identificación de los programas y proyectos necesarios para alcanzar la situación deseada, así como la determinación de la conveniencia social de llevar a cabo las actividades involucradas a la luz de los resultados que se esperan obtener (análisis costo-beneficios).

El proceso de programación – presupuestación se inicia a partir de los elementos que se definen en el proceso de planeación y de acuerdo con sus propias necesidades de calendario.

El subsistema de evaluación determina, en el ámbito del sector público, si se cumplen las metas y medidas de política previstas y si los efectos alcanzados corresponden a los programados. También, obtiene información de las actividades realizadas por los sectores privado y social y las compara con las actividades programadas.

ESTRATEGIAS

1. REALIZAR Y DIFUNDIR INFORMACION, ESTUDIOS E INVESTIGACIONES.

Elemento fundamental en los procesos de planeación es la disposición de información que cumpla con las condiciones de oportunidad, efectividad y veracidad. Sin duda, una de las principales debilidades en el Estado de Chihuahua es el desconocimiento de la situación que guarda el desempeño de sus indicadores básicos, así como las oportunidades que pueden presentar los diferentes segmentos de mercado, por la falta de un sistema efectivo de generación y aprovechamiento de información. El objetivo de hacer del Estado, sus destinos turísticos y sus empresas, productos competitivos de clase mundial, requiere un respaldo de información para lo cual se llevarán a cabo acciones que satisfagan plenamente esta condición.

ACCIONES Y METAS

A) SISTEMA DE INFORMACION DATATUR

1. Enriquecer y diversificar la información estadística temporal y espacial sobre la actividad turística de la entidad, que la Secretaría de Desarrollo

Comercial y Turístico del Estado de Chihuahua pone a disposición del público en general a través de la página de Internet. Así, debe fortalecerse, considerando la información de los diversos destinos del Estado; así como el análisis económico y prospectivo del sector.

2. Detectar las necesidades de información que tiene el sector turístico del Estado para determinar las prioridades de información y realización de estudios, que sirvan de elementos de apoyo para la toma de decisiones.

3. Establecer nuevas bases de colaboración con el SECTUR federal y el INEGI, para la mejora de calidad de estadísticas e investigaciones turísticas más actualizadas, a través de la aplicación de nuevas tecnologías.

4. Llevar a cabo servicios de extensión entre los que destaca el impulso y fomento a la investigación en las instituciones educativas de nivel superior.

5. Actualizar el inventario turístico estatal.

6. Difusión de la información estadística estatal.

7. Perfeccionar la metodología de medición del turismo fronterizo y de internación.

8. Profundizar en el estudio y conocimiento de la demanda.

INFORMACIÓN TURÍSTICA

Los esfuerzos en esta área se encaminan a desarrollar un sistema más amplio y consistente de información con el fin de que el turista maximice el valor de su estadía.

Para ello, la información debe ser fácil de obtener, de ser posible en varios idiomas, en los mercados de origen, en puntos de entrada al país y, en centros de información y módulos en los diversos mercados nacionales.

La información debe ser detallada según el destinatario: hombres de negocios e inversionistas potenciales (estadísticas, nuevos centros con oportunidades de inversión, datos generales del Estado, etc.); y, turistas (hoteles, restaurantes, sitios de recreación, turísticos y culturales, etc.).

Actualmente se dispone de una amplia red nacional e internacional de información operada por SECTUR. En el país funciona el Centro Integral de Atención al Turista (CIAT), que amplía los servicios que se brindan a través de otros programas como INFOTUR y Programa Paisano.

Estos servicios refuerzan a los brindados por el Estado, que aún carecen de ciertas deficiencias y de la amplitud y modernidad que debe tener un sector que aspira al mejoramiento continuo de la calidad de sus servicios.

Asimismo, el señalamiento turístico urbano es escaso e incluso inexistente en gran parte de los destinos y sitios turísticos, así como en las carreteras y vialidades que conducen a ellos.

Existe una buena red nacional e internacional de información conformada por el centro de llamadas 01-800 en Norteamérica, un número único en Europa, correo electrónico para consultas, la página de Internet www.visitmex.com, y otros. A nivel nacional se dispone del Centro de información y Atención al Turista (CIAT) a través del teléfono 078.

En el Estado operan como centros de información la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico y las oficinas y módulos turísticos ubicados en los diversos municipios de la entidad.

De acuerdo con la información obtenida en los foros de consulta se señala que no existe información turística suficiente en los centros y módulos de información instalados en gran parte de los municipios de la entidad, ni inventarios de eventos para difundirlos con una óptima calendarización. Faltan programas de capacitación para el personal que ofrece información en los centros y módulos, así como señalización turística urbana.

Los módulos de información turística pueden instalarse con el apoyo de empresas y de universidades y escuelas de turismo a través del servicio social de los alumnos. Las embajadas, consulados, líneas aéreas y de autobuses, cadenas hoteleras, son alternativas para distribuir por u conducto información sobre los atractivos y servicios del Estado.

Finalmente, es conveniente fortalecer la coordinación entre la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico y los organismos y entidades de sector privado.

OBJETIVO SECTORIAL 3. IMPULSAR LA MEJORA REGULATORIA

Revisar y simplificar el marco jurídico y regulatorio aplicable a los prestadores de servicios turísticos y a las actividades turísticas, tiene como fin efficientar la operación de la planta productiva para alentar la inversión en el sector e incentivar los flujos de turistas nacionales e internacionales.

A partir de la consideración de que la actividad turística debe ser fomentada en todas las vertientes que en ella concurren, así como en su atención y desarrollo participan los tres niveles de gobierno y una multiplicidad de instituciones públicas, se ha establecido como prioridad simplificar el marco regulatorio que incide en ella, a través de programas de facilitación, estímulos y ayudas fiscales, financieras y de asesoría, así como el que atañe a la práctica del turismo por parte de los individuos y grupos, mediante la facilitación o simplificación de trámites que los turistas extranjeros tienen que efectuar para viajar a México.

En el Estado de Chihuahua, se identifican algunos avances en las regulaciones, no obstante, aun subsisten obstáculos para el pleno desarrollo del turismo, por mencionar uno la apertura y funcionamiento de los negocios turísticos es frenada por una cantidad excesiva de requisitos que deben cumplirse.

Por lo tanto, es indispensable analizar detalladamente el marco normativo de la entidad con el fin de facilitar el desarrollo de la actividad turística.

ESTRATEGIAS

1. ESTABLECER E IMPULSAR ACCIONES DE FACILITACION TURISICA

ACCIONES Y METAS

- 1. Realizar las adecuaciones pertinentes del marco normativo y regulatorio.**
- 2. Proponer criterios para la homogenización y simplificación administrativa de los trámites correspondientes al otorgamiento de autorizaciones, licencias y permisos que se relacionen con la actividad turística.**
- 3. Participar de los beneficios que puede lograr el Estado a través del Proyecto Nacional de Facilitación Turística, en temas como los migratorios, aduaneros, de turismo carretero de internación, de aviación privada, de industria fílmica, de turismo de negocios, entre otros relevantes.**
- 4. Conocer los beneficios de la aplicación de los procedimientos de evaluación a los prestadores de servicios turísticos de la entidad.**

OBJETIVO SECTORIAL 4. MODERNIZAR Y PROFESIONALIZAR LA ADMINISTRACION PÚBLICA DEL TURISMO.

Con el propósito de coadyuvar a mejorar la interacción y la gestión de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico del Estado de Chihuahua con las instituciones de la administración pública del Turismo (SECTUR, CPTM., FONATUR), se debe establecer un programa permanente de profesionalización, que permita el organismo estatal de turismo alcanzar niveles óptimos para planear, promover y desarrollar la actividad turística de manera coordinada, con instrumentos más modernos y profesionales.

El importante papel que desempeñará el turismo en la economía de la entidad en el futuro cercano, con base a la Misión y la Visión propuesta para la actividad, hace necesaria la modernización de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico y el otorgamiento de nuevas facultades que fortalezcan su desempeño y le permitan enfrentar y superar el reto que se ha determinado en este Programa Estatal de Turismo.

La aplicación adecuada del proceso de planeación, desde el diagnóstico hasta la evaluación, la descentralización de funciones, el seguimiento y control de actividades que se generan en el turismo, la normalización de la actividad, la facilitación de trámites, son algunas de las responsabilidades que la instancia estatal de turismo debe desempeñar con efectividad, eficiencia y oportunidad.

ESTRATEGIAS

1. REDISEÑAR LOS SISTEMAS DE PLANEACIÓN, PRESUPUESTACIÓN, OPERACIÓN Y EVALUACION.

La poca efectividad con la que hasta recientemente se trabajó en la operación de la administración pública, propició que se estén aplicando acciones que modernicen su desempeño mediante la utilización de nuevas tecnologías y procesos innovadores de organización institucional.

Con base en lo anterior, la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico del Estado de Chihuahua, se ha fijado como meta en el corto plazo, lograr un mayor grado de efectividad organización, a través de la puesta en operación del Proceso de Innovación y Calidad del Sector Turismo, a través de reforzar procesos como los siguientes:

- Sistema de planeación y presupuestación
- Normatividad operativa
- Sistemas de medición y evaluación del desempeño
- Sistemas de seguimiento y control

Esto permitirá a la institución convertirse en agente que promueva y facilite un mejor desempeño de la actividad turística.

ACCIONES Y METAS

A) REINGENIERÍA, REESTRUCTURACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE FACULTADES DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO COMERCIAL Y TURÍSTICO.

1. Conciliar el avance en la ejecución de los proyectos y programas estratégicos y su avance con el presupuesto, así como determinar el del ejercicio presupuestal para la oportuna toma de decisiones

2. Evaluación del desempeño de las áreas de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico que atienden la actividad turística.

B) EFECTIVIDAD, TRNASPARENCIA E INNOVACION DEL SECTOR TURISMO

1. Combate a la corrupción, considerando aspectos como: vigilancia de la aplicación de recursos; celebración de contratos y convenios para la prestación de servicios, que incluyen información y diversas modalidades

de asistencia técnica, tanto el turista como el prestador de servicios turísticos, entre otros.

C) CERTIFICACION DE PROCESOS DE ALTO IMPACTO

1. Lograr la certificación de los principales procesos y aspectos funcionales de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico.

D) MODERNIZACION TECNOLÓGICA

1. Actualización del equipamiento informático.

A través de los esfuerzos sobre la Modernización del Marco Legal del Turismo se busca crear una legislación estatal clara y transporten, consistente con la estrategia de aumento de la competitividad del sector turismo.

En una buena parte esto implica que la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico, como ente gubernamental responsable de facilitar y apoyar el desarrollo del sector, sea reformada y modernizada para atender las diversas necesidades de la actividad turística, fruto del aumento en la competitividad del turismo al nivel mundial.

También se considera, como área de alta importancia, la promoción de las inversiones en el sector y la evaluación del esquema impositivo al turismo, como parte de todo ese marco legal. Este marco jurídico debe considerar instrumentos en materia:

- Jurídico-administrativa
- Administración
- Fiscal
- Financiamiento
- Desarrollo sustentable
- Promoción
- Competitividad
- Capacitación
- Sostenibilidad ambiental
- Tecnología
- Participación ciudadana.

OBJETIVO SECTORIAL 5. APROVECHAR LAS VENTAJAS DE LA INSERCIÓN A LA GLOBALIDAD

A fin de capitalizar, en beneficio de la actividad turística chihuahuense, la participación decidida del Estado en el sistema globalizado, se realizarán esfuerzos coordinados con la SECTUR.

El Estado de Chihuahua es físicamente bello y extenso lo cual el permite un crecimiento mayor de la actividad, sus diversos ecosistemas tanto en la zona serrana, como en la llanura con sus grandes extensiones desérticas, así como

sus espacios con vestigios arqueológicos o coloniales, son atractivos difíciles de encontrar en el país o fuera de la fronteras. Además de su cercanía geográfica con la frontera sur de los Estados Unidos, el mercado turístico más importante del mundo.

No obstante, es conveniente atender algunas circunstancias, siendo las primordiales la imagen internacional que se ha forjado a raíz del caso de “La Muertas de Juárez” y “El Cartel de Juárez”.

A esto se agrega una planta de servicios turísticos concentrada en pocos puntos y que aún no alcanza los niveles de calidad y competitividad internacional, no obstante la calidez de los chihuahuenses. Esto hace que la misión que se han fijado para materializar su visión, sea un gran desafío que el sector en su conjunto está dispuesto a vencer.

De esta manera, el esfuerzo y su gran riqueza turística, que por sus características es la adecuada para atender las nuevas preferencias del turismo, serán fundamentales para que el sector turístico de Chihuahua logre las metas que se ha establecido en este ámbito.

La estrategia para el desarrollo turístico de la entidad y su aspiración a participar del mercado turístico globalizado es:

- Participación en los esfuerzos de cooperación bilateral que la SECTUR mantiene con otros países.

ACCIONES Y METAS

1. Estar informado y participar en acciones para la apertura de nuevos mercados internacionales tales como Norteamérica, Latinoamérica, Asia, Europa y otros.

EJE RECTOR 2. TURISTAS TOTALMENTE SATISFECHOS

Especial interés tiene este eje rector, ya que es a partir de la atención efectiva de las expectativas del mercado, que se puede aspirar a tener un desarrollo de largo plazo de nuestra propuesta de productos. De esto depende el crecimiento económico y la consolidación como producto turístico.

OBJETIVO SECTORIAL 6. FORTALECER LA PROMOCION TURISTICA

Este objetivo tiene como propósito lograr que las estrategias y campañas promocionales y de mercadotecnia que lleva a cabo la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico generen un mayor flujo de turistas internacionales hacia el Estado de Chihuahua y alienten al turismo nacional, con mensajes que enfatizen la diversidad y calidad de atractivos, productos y servicios, así como la seguridad, sustentabilidad de los destinos y calidez de su gente.

El esfuerzo a realizar debe considerar que el proceso de globalización y el acelerado cambio tecnológico de la industria turística, han originado que la

información sobre la diversidad turística mundial esté transformando los productos y servicios turísticos en bienes comunes que compiten en calidad y precio, motivando que la elección del turista se centre fundamentalmente, en destinos donde se pueden realizar actividades y vivir experiencias únicas y diferenciadas, como es el caso del Estado Chihuahua, que además goza de una localización estratégica.

Sin embargo, para participar del mercado turístico globalizado y dejar plenamente satisfecho al turista, se requiere de una creciente y diversificada oferta de productos adecuados a las nuevas motivaciones y preferencias del turismo, lo cual implica una mejor inversión con el propósito de lograr un mejor posicionamiento en los mercados y así poder incrementar la participación en la captación de turistas, divisas e inversiones.

Por lo tanto, el Estado de Chihuahua, debe de aprovechar la disponibilidad de atractivos vinculados con la naturaleza, la cultura y los negocios, los cuales atraen a los segmentos que están creciendo de manera acelerada, así como, su cercanía con los grandes e importantes mercados internacionales como Estados Unidos y Canadá (sin dejar de hacer esfuerzos para atraer a los de América Latina, Asia y Europa), y al interior del país está bien comunicado con los importantes mercados de Monterrey, N: L., Guadalajara, Jal.; y la Zona Metropolitana del Distrito Federal.

En este contexto, los esfuerzos promocionales y de comercialización, sustentada en conceptos de calidad y precios competitivos, deberán de ser eficientes para competir favorablemente en los mercados nacional e internacional.

ESTRATEGIAS

1. PLANEACION ESTRATÉGICA DE LA MERCADOTECNIA

La Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico requiere iniciar su quehacer sexenal, con la visión de que sus efectos trasciendan, con la definición de un plan estratégico de mercadotecnia que a través de sus esfuerzos de promoción y comercialización enlacen la oferta turística del Estado con la demanda de los mercados nacionales e internacionales seleccionados por su mayor potencial de aprovechamiento.

Este esfuerzo permitirá;

- Eliminar sorpresas desagradables, riesgos inútiles y fracasos absurdos y generar confianza empresarial. Ofrecer seguridad de que se va por el camino adecuado, aplicando los medios y factores más adecuados.
- Determinar una política empresarial coherente con las circunstancias y diseñada no sólo para un plazo corto, sino para horizontes temporales más lejanos.
- Impedir políticas de inversión y de financiamiento irracional e improvisado.
- Conseguir fijar objetivos previos, alcanzables periódicamente en el tiempo y detectar las causas de posibles desviaciones.

- Incrementar los rendimientos de mercado.

ACCIONES Y METAS

- 1. Definición de una imagen turística del Estado, fácil de posicionar y vender;**
- 2. Conocer la competencia;**
- 3. Descubrir los mercados más rentables;**
- 4. Definir el producto y sus características específicas y comercializarlo.**
- 5. Procurar mayor respaldo a la entidad de parte de la federación, en los programas nacionales en que participa, como son: Frontera Norte, Mar de Cortés, y Pueblos Mágicos, así como pugnar porque se incluya en otros.**
- 6. Propiciar una mayor participación de los agentes protagónicos del turismo en el Estado, en los esfuerzos de promoción.**
- 7. Gestionar ante las dependencias federales del turismo: SECTUR, CPTM Y FONATUR al considerar al Estado de Chihuahua y su imagen, en las campañas de televisión e impresos.**
- 8. Integrar la oferta de paquetes turísticos del Estado en la campaña de Turismo para Todos.**
- 9. Conocer con mayor certeza los hábitos, actitudes y cultura de viaje de la población de origen latinoamericana residente en los Estados Unidos. Utilizar los resultados del Estudio del creciente segmento de los “Norteamericanos Adultos mayores de 50 años”.**
- 10. Identificación de fuentes de financiamiento para la realización de campañas de publicidad y relaciones públicas.**
- 11. Reforzar la red de distribución de la oferta turística del Estado de Chihuahua.**
- 12. Promover en los diversos foros especializados nacionales y del exterior, las opciones de turismo alternativo que ofrece el Estado: aventura, ecoturismo, deportes extremos, cultural y cinegético.**
- 13. Generar una imagen positiva del Estado con sus productos y destinos turísticos en los principales mercados emisores.**

El futuro de la industria turística en el Estado de Chihuahua debe apoyarse en la consolidación de sus destinos y al mismo tiempo, abrir nuevos espacios turísticos en regiones de alto potencial, para lograr aprovechar ventajosamente las oportunidades que brinda el mercado mundial y las propias expectativas de crecimiento.

Por lo anterior, es necesario el apoyo al sector para que el gobierno, en sus tres niveles, cumpla eficazmente su papel de fomento, en donde canalice recursos financieros y de inversión, coordine, regule y desarrolle infraestructuras regionales y encuentre nuevas formas de participar y compartir responsabilidades con el sector privado y el social, para lograr el desarrollo sustentable de la actividad, con una mejor rentabilidad de la inversión y con ello obtener un beneficio social más extenso.

En consecuencia, debe de considerarse de manera prioritaria la problemática que deriva de la ausencia de una Ley Estatal de Turismo, de la excesiva regulación y de la falta de medidas de estímulo y fomento.

Por lo que respecta a la creación de un marco legal de turismo estatal, en la actualidad se cuenta con un escaso y débil número de normas y reglamentos independientes, que aunado al hecho de las pocas facultades de que dispone la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico, refleja la poca viabilidad de obtener los efectos deseados en lo relativo a la regulación y fomento de la actividad turística.

Por lo tanto es indispensable que la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico elabore un proyecto de Ley de Turismo para ser presentado ante la Cámara Legislativa del Estado, para su discusión y futura aprobación.

En la que respecta a los incentivos a la inversión, como pueden ser los casos de la exención al impuesto predial, menor IVA al turismo y tasa cero en algunos segmentos, como el de grupos y convenciones, estos no existen por lo que mucho se tiene que hacer en el Estado o en la gestión ante la autoridad federal correspondiente, para alentar la inversión turística. En cuanto a la excesiva regulación de la actividad, es indispensable reducir el número de trámites que es necesario realizar para desarrollar y operar un proyecto turístico.

Existe seguridad jurídica en la tenencia de la tierra para aprovechar el potencial turístico, estabilidad política en el Estado, que cuenta con una gran diversidad de atractivos turísticos, que generan interés de inversión. Existe disponibilidad de los prestadores de servicios para coordinar acciones con el gobierno que faciliten la inversión turística y programas de apoyo financiero de diversas instituciones para proyectos turísticos ecológicos. Se está apoyando a productores agrícolas y a algunos ejidos en la construcción de cabañas, albercas, etc., además de que se han otorgado apoyos financieros a PyMES turísticas. El sector privado tiene experiencia en alianzas estratégicas con inversionistas extranjeros.

Falta interés por parte de las autoridades para otorgar apoyos fiscales. Es necesario crear un programa de incentivos fiscales que propicie la inversión turística. Se requiere agilizar la regulación de la tierra para acelerar el desarrollo de una inversión segura. Es necesaria una legislación para dar continuidad y permanencia a los programas, así como para medir los avances.

Es necesario fortalecer la legislación relativa al cuidado al entorno y se requiere mejorar el aspecto jurídico vigente para fomentar la inversión turística, además de agilizar el proceso de formulación de la Ley Estatal de Turismo, con el fin de involucrar a los gobiernos municipales. No existe un plan estratégico para fomentar la inversión en el sector turístico. Los empresarios, en su gran mayoría, no ven en el turismo una buena oportunidad de negocio, independientemente de que hacen falta créditos para la inversión turística y que es deficiente el sistema de créditos para la inversión turística, existen pero es difícil el acceso a ellos. No existen incentivos fiscales que fomenten la

inversión turística en las diversas regiones del Estado y no hay facilidades, ni incentivos para fomentar la inversión turística extranjera en el Estado.

Como región binacional se genera con facilidad la atracción de inversiones extranjeras. El consulado de Estados Unidos de América establecido en Ciudad Juárez facilita la tramitación para el establecimiento de nuevos negocios de estadounidenses en el Estado.

Se requiere prever el hecho de que al panorama social se agrave y propicie la salida de inversiones o el no ingreso.

OBJETIVO SECTORIAL 7. AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN, SEGURIDAD Y ASISTENCIA AL TURISTA

Modernizar, eficientar e incrementar los servicios de seguridad y asistencia que se proporcionan a los turistas que viajan por las carreteras del Estado, a través de la corporación Ángeles Verdes en coordinación con la SECTUR. Así, como mejorar y ampliar las acciones de información y orientación a los turistas, resultan valores agregados estratégicos para la selección de los destinos turísticos de Chihuahua.

La Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico ha mejorado de manera permanente los servicios de información, orientación, asistencia, prevención, auxilio y protección para la seguridad turística dentro de un programa integral e intersecretarial, el cual es determinante para lograr que los turistas se desplacen dentro del territorio estatal con tranquilidad y en las mejores condiciones. En este sentido la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico dispone de centros de información al turista.

ESTRATEGIA

1. IMPULSAR LA SEGURIDAD YA ASISTENCIA EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS

El Estado de Chihuahua requiere de acciones que brinden confianza a los turistas que se desplazan por el Estado, en relación con su seguridad para lograr unas vacaciones plenamente satisfechas.

Así, la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico realizará esfuerzos coordinados con las autoridades estatales y municipales para crear un ambiente en donde el turista se pueda movilizar y disfrutar del Estado en un entorno de seguridad y donde sus quejas se atienden con prontitud por parte de un cuerpo policiaco especializado.

ACCIONES Y METAS

- 1. Disminuir la influencia de la delincuencia.**
- 2. Brindar seguridad al turista que transita por carreteras federales y estatales.**

3. Ofrecer un mejor servicio de auxilio a los turistas que se desplazan por carretera.
4. Facilitar al viajero carretero un mejor conocimiento de los destinos, servicios y atractivos de la entidad.
5. Brindar hospitalidad, orientación, seguridad y asistencia a connacionales en su arribo o paso por el Estado.

OBJETIVO SECTORIAL 8. MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Optimizar, a través de la capacitación y de certificaciones, la competitividad de los recursos humanos y de los establecimientos vinculados con el sector turístico, y buscar la excelencia de la enseñanza turística en el Estado, como instrumentos indispensables para mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos de la entidad y para ser competitivos.

La calidad de los servicios que se brindan en el Estado y la capacitación del recurso humano de las empresas turísticas muestran ciertas deficiencias, por lo tanto, los esfuerzos deben orientarse a desarrollar un sector turístico cuyos participantes a todo nivel estén comprometidos con la calidad del servicio, la capacitación y la mejora continua, esto particularmente por tratarse de una actividad cuyo entorno se caracteriza por la intensa competencia.

Un gran apoyo en el cumplimiento de este fin de fortalecer los mecanismos que conduzcan a mejorar la calidad de los servicios es la actividad permanente que realiza la SECTUR de desarrollo de programas de capacitación, así como procesos de certificación, que fortalece las aptitudes de los prestadores de servicios turísticos.

Así, el gran reto que debe enfrentar el sector turismo es la de hacer partícipes de este compromiso a los diversos agentes protagónicos: organismos no gubernamentales, sector académico, iniciativa privada, Gobiernos Federal, Estatal y Municipal, para que actúen como promotores de la cultura de la calidad turística.

ESTRATEGIAS

1. DESARROLLAR PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO DEL CAPITAL HUMANO DEL SECTOR TURÍSTICO

La Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico en coordinación con la SECTUR Federal, llevará a cabo programas y acciones que procuren el mejoramiento continuo de la calidad de los servicios, que redunde en la satisfacción plena de los turistas que visitan el Estado.

Se realizarán acciones para que la SECTUR e instituciones certificadoras, programen procesos de certificación en el que participen las empresas prestadoras de servicios turísticos, estimulando la participación con distinciones y menciones, en medios de difusión, de las empresas que cumplan con los requisitos.

ACCIONES Y METAS

1. **Mejorar la calidad en la prestación de los servicios turísticos a través de procesos de educación, capacitación, formación, modernización y competitividad turística, fomentando la participación que en su caso compete a los municipios.**
2. **Integrar y vincular de forma interactiva a empresas, instituciones y usuarios que ofrezcan y demanden servicios y productos de capacitación turística por giro ocupacional y segmento de mercado.**
3. **Fomentar el desarrollote programas locales de capacitación turística.**

SERVICIOS DE MIGRACIÓN Y ADUANAS

El Estado de Chihuahua comparte frontera con los Estados Unidos de América, condición que la demanda procesos que agilicen los trámites migratorios y aduanales de los turistas extranjeros y nacionales que se internen al país.

De esta manera, las acciones irán dirigidas a coadyuvar por una mayor facilitación, que permita resolver la problemática que se genera en perjuicio de la actividad turística por la complejidad de los trámites a realizar para internarse al país, lo cual quita tiempo a la vacación y provoca enfado en los visitantes.

Se han logrado avances en materia de facilitación migratoria y aduanal lo cual se refleja en un trato digno en la atención y prestación de servicios inherentes a su internación, en su caso con equipo y vehículo, al país.

No obstante aun existen deficiencias en el servicio migratorio y aduanal, falta capacitación al personal de migración y aduanas y se presentan casos aislados de corrupción.

La Comisión Ejecutiva de Turismo está coordinando acciones con la Secretaría de Relaciones Exteriores, la Administración General de Aduanas y el Banjército, con el fin de habilitar en las representaciones copulares de México en Phoenix, Arizona, y en Albuquerque, Nuevo México, los módulos para que se realicen los trámites relativos a la importación temporal de vehículos y sus remolques.

2. PROGRAMAS PARA ASEGURAR LA HIGIENE Y CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTACION Y DESTINOS TURÍSTICOS

En estos tiempos en que la difusión mundial de aspectos relativos a problemas de salud propiciados por la amenaza de epidemias, que afectan la conducta de los turistas en el consumo de alimentos por la desconfianza en la manipulación de los insumos utilizados, la operación de programas como el distintivo “H” de manejo higiénico de los alimentos otorga confianza a los turistas para el consumo de los mismo.

Otros aspectos que ofrecen el aspecto y sensación de limpieza de los destinos se logran con el mejoramiento de los servicios públicos de recolección de

basura, iluminación, fachadas pintadas de acuerdo a la imagen del destino, manteniendo a los monumentos urbanos, etc.

ACCIONES Y METAS

1. Impulsar acciones relacionadas con el manejo higiénico de alimentos.

* En este renglón se propone formar capacitadores regionales para poderle dar seguimiento al Distintivo H.

2. Gestionar ante las presidencias municipales programas de limpieza, mantenimiento y mejoramiento de fachadas y lugares de descansos y esparcimiento en los destinos turísticos.

3. PROPICIAR EL MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA TURÍSTICA EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA

El Estado de Chihuahua, como algunos otros en el país, presenta una debilidad en los bajos niveles de capacitación del factor humano, condición que no alcanza a compensarse con factores importantes como la amabilidad, la simpatía y la hospitalidad.

Para solventar estas deficiencias, y elevar la calidad de los recursos humanos se requiere de una estrecha colaboración entre los sectores gubernamental, social, académico y empresarial con el objeto de establecer una planta de educación turística competitiva que forme los recursos capacitados que demandan las empresas turísticas de la entidad.

ACCIONES Y METAS

1. Fomentar la cultura de la capacitación entre los trabajadores del sector turístico en el Estado.

2. Identificar fuentes de financiamiento para la capacitación.

3. Desarrollar una estructura completa para capacitación.

OBJETIVO SECTORIAL 9. IMPULSAR EL DESARROLLO DEL TURISMO DOMÉSTICO

Para el Estado de Chihuahua es muy importante incrementar el turismo doméstico entre todos los niveles socioeconómicos de la población, a través de la diversificación y divulgación de la oferta de atractivos, productos y servicios, con el objeto de seguir consolidando la visión del turismo como una alternativa para el uso del tiempo libre, así como para la integración de familias y grupos.

La importancia del turismo interno es evidente tanto por su número como por la proporción de su consumo. Es un compensador de las disminuciones que por diversas causas y en diferentes tiempos ha registrado el turismo de internación. No obstante, la atención que se le presta en las acciones promocionales es limitada, y en consecuencia una gran fortaleza que debe ser aprovechada por el sector turismo de la entidad.

Atención especial merece el turismo social, ya que no obstante que las instituciones públicas y organismos del sector social han creado una planta de servicios turísticos, centros vacacionales y hoteles para sus trabajadores. No obstante, esta planta solo cubre una pequeña proporción en sus requerimientos.

Además, para la población en general, se operan algunos albergues y se organizan viajes con algún tipo de subsidio o descuento. Por otra parte, las organizaciones sindicales han venido desarrollando un sistema de establecimientos para el turismo de sus afiliados.

También, han surgido mecanismo de financiamiento para el acceso de los trabajadores y obreros al disfrute de vacaciones y recreación, como: FONACOT, TURISSSTE; además del pago de primas vacacionales que aun cuando no son suficientes propician desplazamientos.

Lo importante de todo esto, es que se ha venido creando una cultura de viaje y vacación que es conveniente aprovechar definiendo productos con organismos promotores de turismo social para ponerlos al alcance de la clase trabajadora.

ESTRATEGIAS

1. CONTRIBUIR A LA ORGANIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA PARA EL MERCADO NACIONAL

Este esfuerzo va a requerir de la articulación de la oferta para crear productos que sean atractivos, competitivos, diversificados, de calidad, de fácil acceso al consumidor y adecuados a las características y necesidades de la demanda.

ACCIONES Y METAS

- 1. Integración de paquetes con diversas modalidades y precios.**
- 2. Integrar Productos diversificados, competitivos y de calidad para el mercado nacional.**

2. DESARROLLAR Y DIVULGAR INFORMACION SOBRE DESTINOS TURÍSTICOS POCO CONOCIDOS DEL ESTADO

Salvo excepciones, lo turistas que visitan el Estado de Chihuahua, sólo conocer la zona de las Barrancas, y las ciudades de Juárez y Chihuahua, por lo que es necesario promover los destinos poco conocidos del Estado ofreciendo al turista nacional estas alternativas.

Para estimular a la demanda nacional se requiere de realizar acciones entre los prestadores de servicios turísticos que hagan atractivos y accesibles sus productos.

ACCIONES Y METAS

1. Elaborar material informativo sobre los destinos alternos para la vacación: mapas, guías, folletos que informen sobre sus promociones y productos.
2. Gestionar facilidades para trabajadores y agremiados.
3. Llevar a cabo un amplio esfuerzo promocional dirigido al mercado regional y nacional.

3. DISEÑAR Y OPERAR UN PROGRAMA PROMOCIONAL PARA EL TURISMO SOCIAL

Entre las oportunidades de aprovechamiento que se detectan para reactivar los destinos menos conocidos del Estado y lograr mayores niveles de rentabilidad de las empresas de los centros ya familiares para el visitante, se encuentra el turismo social. La creación de oportunidades para el disfrute de sitios con gran riqueza natural, histórica y cultural; la integración de servicios, en paquetes y recorridos aprovechando mercados específicos con gran cultura de viaje, y la difusión amplia, eficiente y poco costosa, realizada a través de los organismos e instituciones que facilitan la vacación de sus agremiados y trabajadores son aspectos que este programa deberá considerar.

Asimismo, se promoverá un programa viable de turismo social por carretera, con una definición de paquetes de servicios turísticos con compañías de transporte terrestre y hoteles de categoría turística.

ACCIONES Y METAS

1. Gestionar facilidades y financiamiento para vacaciones.
2. Desarrollar paquetes turísticos accesibles y especiales para el mercado de la tercera edad.

EJE RECTOR 3: DESTINOS SUSTENTABLES

El turismo basa su desarrollo en el aprovechamiento de manifestaciones naturales y culturales que justifican su interpretación como un actividad con una vocación eminentemente sustentable.

Para la atención de los planteamientos específicos de este Eje Rector, se trabajará de manera particular sobre cuatro Objetivos Sectoriales, mismos que a continuación se detallan:

OBJETIVO SECTORIAL 10. APOYAR EL DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL, ESTATAL Y REGIONAL.

Fomentar el desarrollo integral desde el Municipio, como la célula básica de la organización administrativa de nuestro país es una condición fundamental para conseguir el desarrollo equilibrado que paulatinamente irá creando sinergias para impactar de manera ordenada en el desarrollo estatal e impactar necesariamente en el ámbito regional. La oportunidad de fomentar ideas productivas desde la base municipal, tiene como propósito la generación de sinergias que repercutan en todo el territorio estatal, ya que la concentración de

recursos turísticos se da con mayor fuerza en casi el 50% de los 67 municipios registrados en el Estado de Chihuahua.

Incorporar a las metas de desarrollo la condición de sustentabilidad tiene como fin garantizar, conjuntamente con el crecimiento económico, la realización de acciones relacionadas con la conservación ambiental y el mejoramiento del nivel de vida de las comunidades.

Es así como la suma de esfuerzos y recursos en programas turísticos con una cobertura regional, deben garantizar un desarrollo equilibrado, ajeno a cualquier idea de marginación, ya que, de acuerdo con lo que señala el Plan Nacional de Desarrollo 2001 – 2006, “el turismo deberá consolidarse como un promotor del desarrollo regional equilibrado”.

ESTRATEGIAS

1. FORTALECER LOS PROGRAMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA.

Por la importancia de su patrimonio natural y cultural, el Estado de Chihuahua tiene una amplia potencialidad turística. Sin embargo, es necesario adoptar herramientas de trabajo vinculadas con procesos de planeación estratégica que hagan posible el desarrollo ordenado de las acciones y que garanticen el logro de lo propuesto.

El proyecto estatal de desarrollo turístico comprende la participación que tiene Chihuahua en programas promovidos por la federación con un carácter regional, tales como El Circuito Ecoturístico Mar de Cortés-Barrancas del Cobre y Fronteras, con los que se deberán establecer mecanismo de alineación de procesos que permitan crear sinergias para un desarrollo integral junto con los programas impulsados a nivel municipal y estatal. Entre los programas que se definen como estratégicos para el desarrollo turístico en la entidad están las siguientes:

- Programa Barrancas
- Programa Fronteras
- Programa de Turismo Cultural
- Programa de Turismo de Negocios
- Programa de Turismo Arqueológico

ACCIONES Y METAS

- 1. Consolidar la participación estatal en programas regionales, que fortalezcan su capacidad de atracción.**
- 2. Impulsar acciones ante las instancias correspondientes para el desarrollo de infraestructura que propicie la accesibilidad de los municipios.**
- 3. Fomentar acciones de fortalecimiento de la gestión municipal en turismo.**

2. IMPULSAR ESQUEMAS DE COORDINACIÓN Y PARTICIPACIÓN PARA EL DESARROLLO REGIONAL CON LOS ESTADOS Y MUNICIPIOS

Si bien es cierto que el proceso de planeación es por demás estratégico, éste requiere de la definición de instrumentos que lo hagan factible, además de aplicable.

Con base en lo anterior y con el propósito de establecer el seguimiento correspondiente al desarrollo de los proyectos turísticos en los ámbitos municipal, estatal y regional, se deberán crear esquemas efectivos de crear esquemas efectivos de coordinación intersectorial e intersecretarial que atiendan de manera conjunta los intereses del Estado, de la comunidad y de los sectores privado y social.

Con la definición de instrumentos de colaboración, también quedarán determinados los apoyos que la federación o el propio Estado asignarán para el cumplimiento de las acciones que se comprometan.

ACCIONES Y METAS

- 1. Consolidar la participación del Estado y los municipios en programas regionales**
- 2. Diversificar las alternativas de fondeo para programas de promoción turística en el Estado.**
- 3. Gestionar la asistencia técnica para el aprovechamiento de la oferta de atractivos turísticos del Estado**
- 4. Dar seguimiento y formalidad a los asuntos relacionados con el desarrollo y la operación turística en el Estado.**

OBJETIVO SECTORIAL 11. PROPICIAR EL DESARROLLO SUSTENTABLE DEL TURISMO

La sustentabilidad ha venido adquiriendo de manera paulatina el carácter de condición para el desarrollo. Esta característica adquiere una mayor dimensión cuando se trata del aprovechamiento de recursos naturales y culturales como es el caso de Chihuahua, que tiene en zonas como Guachochi, con las Barrancas y en Casas Grandes, con la zona arqueológica de Paquimé, dos de sus principales atractivos turísticos.

Asimismo, el desarrollo social requiere de inversión pública que garantice a las comunidades receptoras los servicios municipales básicos que contribuyan a elevar el nivel de vida y hagan los destinos más atractivos a la inversión privada nacional e internacional.

De lo anterior se desprende la necesidad de que los proyectos turísticos del Estado observen en su instrumentación criterios que hagan evidente el uso de indicadores de sustentabilidad, así como la participación en programas como “Agenda XXI para el Turismo Mexicano”.

ESTRATEGIAS

1. DESARROLLO, APLICACIÓN Y EVALUACIÓN DE UN PROGRAMA PARA EL TURISMO SUSTENTABLE EN EL ESTADO DE CHIHUAHUA

Este instrumento de planeación representa la oportunidad para conseguir la participación comprometida de aquellas dependencias y organismos públicos y de los sectores privado y social relacionados con la conservación ambiental, el desarrollo social y el crecimiento económico, para sumar los esfuerzos y los recursos indispensables para garantizar que se alcancen los objetivos del desarrollo sustentable. La participación de las Secretarías del Medio Ambiente, Desarrollo Social y Finanzas, entre otras es entonces determinante, así como su alineación a las líneas de política y los instrumentos generados por la Federación.

Para dar curso al cumplimiento de esta estrategia, se llevarán a cabo las siguientes:

ACCIONES Y METAS

- 1. Incrementar la participación en la Agenda XXI para el turismo.**
- 2. Identificar y/o crear mecanismos de financiamiento para los programas que promuevan acciones a favor de la sustentabilidad.**

2. DESARROLLAR UN MODELO DE EVALUACIÓN BASADO EN INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD EN EL TURISMO

La importancia de establecer acciones que permitan evaluar los avances en el cumplimiento de los compromisos establecidos en materia de desarrollo sustentable hace necesario el diseño e implantación de un Modelo efectivo de indicadores.

El propósito de desarrollar el turismo en Chihuahua con estándares de clase mundial, exige contar con referentes de las mejores prácticas que hagan posible determinar el nivel en el que se encuentra la propuesta turística estatal y qué tanto estamos cumpliendo con lo establecido a nivel nacional e internacional.

ACCIONES Y METAS

- 1. Promover la elaboración de indicadores de sustentabilidad**

OBJETIVO SECTORIAL 12. FOMENTAR LA OFERTA TURÍSTICA

Si bien es cierto que las manifestaciones naturales y culturales en el Estado de Chihuahua son muchas y variadas para ser consideradas como importantes atractivos turísticos, la realidad es que requieren de apoyos diversos para constituirse como una oferta integral que pueda generar todo el potencial de beneficios de los que son capaces.

Esto significa que aunado al esfuerzo de planeación se deberán establecer aquellas acciones que acondicionen los destinos y fomenten la inversión en proyectos turísticos.

Junto con el desarrollo del proyecto Barrancas del Cobre a cargo del Fondo Nacional de Fomento al Turismo, que dará a la región certidumbre en cuanto a la conservación del espacio natural y la promoción de inversiones y consecuentemente el desarrollo de una planta más completa de empresas de servicios turísticos, surge la necesidad de llevar a cabo programas integrales que hagan posible poner en valor el patrimonio turístico del Estado con proyectos acordes a su caracterización natural y/o cultural.

En primera instancia y una vez definidas las regiones que se habrán de considerar como estratégicas para su desarrollo turístico, se fomentará una oferta integral que considere los aspectos de accesibilidad, alojamiento, alimentación, y desarrollo de actividades de manera particular en las regiones en las que se apoyará el turismo de negocios, cultural, arqueológico y el correspondiente a Fronteras.

ESTRATEGIAS

1. CONSOLIDAR LA OFERTA ACTUAL DE DESTINOS TURÍSTICOS EN LA ENTIDAD

La capacidad de atracción de recursos como las Barrancas del Cobre, la Zona Arqueológica de Paquimé y el carácter comercial de la capital del Estado y de Ciudad Juárez, han venido generando por sí mismas flujos importantes de visitantes. Sin embargo, es necesario reforzar dicha capacidad con acciones de los sectores público, privado y social para que tengan un mejor desempeño como productos turísticos.

ACCIONES Y METAS

1. Atender requerimientos estratégicos para destinos líderes en el Estado.

2. FOMENTAR LA INVERSIÓN EN EL SECTOR

El dinamismo de la actividad turística se da a partir de la capacidad de captar inversiones. Es por ello que se dará importancia a este rubro, llevando a cabo acciones que incrementen las actuales y estimulen nuevas, tanto de carácter nacional como extranjero. La identificación de los espacios que ofrezcan oportunidades atractivas de negocio será una tarea prioritaria, así como la conformación de éstas en catálogos o portafolios que faciliten su promoción en foros especializados. La inversión deberá estar enfocada tanto al desarrollo de proyectos inmobiliarios, como en infraestructura, transporte y actividades, La intervención del Estado y los municipios con programas de estímulo será muy importante en este proceso.

A nivel regiones, durante 2005 la Región de la Frontera Norte, en la que queda inserta el Estado de Chihuahua presentó un comportamiento importante al

captar el 19% de la inversión total en turismo, superada por la región que integran los Destinos de Playa, principal producto turístico de México. Sin embargo, Chihuahua captó sólo el 1.3% de la inversión total en turismo a nivel nacional, superada en mucho por Estados como Sonora (11.7%), Nayarit (12.7%) y Guerrero (18.6%).

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar las oportunidades de inversión en el Estado.**
- 2. Difundir las ventajas de invertir en proyectos turísticos en el Estado.**
- 3. Fomentar acciones de estímulo a la inversión.**
- 4. Buscar alianzas para fomentar la inversión regional en proyectos de interés común.**

3. INDUCIR UNA POLÍTICA INTEGRAL PARA EL FINANCIAMIENTO DEL SECTOR

Las áreas de oportunidad que ofrece el Estado de Chihuahua para proyectos de desarrollo turístico merecen ser apoyadas mediante el desarrollo de una línea de financiamiento y de los instrumentos pertinentes, para que, en caso de falta de inversión y capital, puedan realizarse los fondeos en los plazos y con los costos más atractivos, lo que incluye el apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas, a través de las siguientes:

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar fuentes de financiamiento para proyectos turísticos en el Estado.**
- 2. Gestionar apoyo para micro, pequeñas y medianas empresas.**

OBJETIVO SECTORIAL 13. FAVORECER LA DOTACIÓN DE INFRAESTRUCTURA EN APOYO AL TURISMO

La infraestructura es la clave del éxito de todo proyecto, ya que de ésta dependen en primer lugar la oportunidad de generar bienestar para la comunidad, así como la dinamización de la actividad económica. En el caso de Chihuahua, una de sus principales debilidades es precisamente la falta de infraestructura de comunicaciones, agua, alcantarillado y saneamiento, a pesar de que durante 2005 el monto de la inversión pública estatal en estos rubros representó el 34.2% de una inversión estimada en los 10.4 miles de millones de pesos.

ESTRATEGIAS

- 1. FORTALECER LA CAPACIDAD DE GESTIÓN ANTE LAS INSTANCIAS CORRESPONDIENTES**

El Estado y los municipios realizarán un trabajo sistemático de identificación de necesidades y de fuentes de financiamiento, a fin de gestionar la mayor cantidad de recursos y apoyos que hagan posible abatir el rezago que el Estado de Chihuahua presenta en materia de infraestructura. Deberá conseguirse la consideración de las necesidades estatales y municipales en los programas de corto, mediano y largo plazo de las dependencias federales correspondientes, particularmente SECTUR, SCT y SEDESOL.

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar los requerimientos de infraestructura en el Estado.**
- 2. Fomentar la revisión periódica de los planes de desarrollo urbano en coordinación con las autoridades municipales.**

2. PROMOVER ACCIONES DE URBANIZACIÓN Y VIVIENDA DIGNA

Entre los principales beneficios reconocidos al turismo está su capacidad para contribuir al desarrollo comunitario mejorando su calidad de vida. Esta condición se experimenta cuando el entorno de la comunidad receptora presenta una imagen urbana digna a partir de la urbanización de que dispone y de la calidad de su vivienda y de los servicios con los que esta cuenta. Por ello, es muy importante la atención que se dará a este renglón, mediante la aplicación de las siguientes:

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar las necesidades prioritarias para los habitantes en zonas con niveles de marginación.**
- 2. Fomentar el acceso a créditos de INFONAVIT y demás esquemas de financiamiento para vivienda.**
- 3. Gestionar la dotación deservicios básicos en las zonas de alta concentración de habitantes**

3. INCREMENTAR LA SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Otro de los factores que contribuyen a la puesta en valor de los destinos turísticos sin duda es el relacionado con los apoyos de información urbana que faciliten el desplazamiento por las ciudades y el más rápido acceso a los sitios de interés. Ésta deberá complementar la función de las señales de tipo preventivo y viales, de uso tanto en procesos de aproximación a los destinos, como dentro de los mismos y deberá observar en la medida de lo posible, criterios de diseño internacional, así como ser suficientemente accesibles a vistantes locales, nacionales e internacionales.

ACCIONES Y METAS

- 1. Determinar necesidades de señalización en sus modalidades de informativa, preventiva y turística.**

EJE RECTOR 4: EMPRESAS COMPETITIVAS

El desempeño competitivo de los países y de los destinos no se concibe si no es a través del trabajo comprometido de su planta productiva. Como en la mayoría de las economías, en el Estado de Chihuahua más del 80% de las empresas son micro, medianas o pequeñas, con estilos de dirección muy diferentes y ciclos de vida muy breves.

Ante la imperiosa necesidad de apoyar su incorporación a programas de modernización empresarial se hace dentro de este eje rector un esfuerzo para proponer acciones que hagan posible el desarrollo de las MiPyMES turísticas de Chihuahua.

OBJETIVO SECTORIAL 14. FORTALECER LA MODERNIZACIÓN DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS TURÍSTICAS

La importancia que las PYMES tienen para cualquier economía al representar más del 9% de la planta productiva de cada país es lo que nos hace voltear la cara hacia ellas para su mejor conocimiento y mayor apoyo. De acuerdo con FUNDES (Fundación para el Desarrollo Sostenible), las PYMES pueden llegar a convertirse en una red para procurar el bienestar de quienes deciden llevarlas a cabo. Sin embargo, muchas de ellas son el resultado de la indiferencia, o bien de una operación de subsistencia que, luego de determinado tiempo (tres años en promedio) enfrentan graves crisis que los conducen a la quiebra y consecuentemente a la desaparición. Algunas de las razones de esta situación son la falta de una cultura empresarial, el desconocimiento y en consecuencia la falta de aplicación de un proceso administrativo, así como la ausencia de estrategias de promoción y comercialización. Estas son algunas de las causas que inhiben el desempeño competitivo de las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.

ESTRATEGIAS

1. IMPLANTAR PROGRAMAS PARA LA MEJORA DE LA CALIDAD EN LAS MiPyMES (MICRO PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS) TURÍSTICAS

La calidad es una condición para poder competir en un mercado cada vez más demandante. Es por ello que es importante la incorporación de los empresarios de MiPyMES a programas que a la vez les ayuden a reducir mermas, optimicen sus recursos y eficienten la interacción con el cliente. Empresas de calidad crearán destinos turísticos de calidad. En este proceso, la coordinación con SECTUR Federal y la Secretaría de Economía será clave, así como el desarrollo de todo un programa integral de calidad turística.

ACCIONES Y METAS

- 1. Fomentar la participación de las empresas turísticas del Estado en programas oficiales de calidad.**
- 2. Gestionar recursos para desarrollo empresarial.**

2. PROMOCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LAS PYMES TURÍSTICAS

El esfuerzo realizado por las PYMES para incorporarse a esquemas de calidad y modernización empresarial merece el apoyo de las autoridades estatales y municipales, además del propio gobierno federal, para la creación de estrategias e instrumentos de promoción y presentarlas ante su mercado objetivo como opciones profesionales para brindar servicios de muy alta calidad. Para ello se proponen las siguientes:

ACCIONES Y METAS

1. Desarrollar esquemas de difusión de la certificación

3. FACILITAR EL ACCESO A ESQUEMAS DE FINANCIAMIENTO

El financiamiento debidamente manejado puede ser un detonador para muchas empresas y no el recurso que acabe por complicar la operación de las empresas debido a una mala administración. Las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas, como muchas otras pertenecientes a sectores económicos diferentes al turístico son ideas con un atractivo comercial que en mucho garantiza la calidad de sujeto de crédito. Para ello se propone capitalizar el apoyo que ya brindan la Secretaría de Economía y la SECTUR a este tipo de organizaciones comerciales.

ACCIONES Y METAS

1. Promover nuevos esquemas e instrumentos de financiamiento.

OBJETIVO SECTORIAL 15. DESARROLLAR PRODUCTOS TURÍSTICOS COMPETITIVOS

El disponer de recursos turísticos no es condición suficiente para que ellos, por sí mismos, puedan generar los diferentes beneficios de carácter económico y social que el turismo es capaz de producir. Es necesario ponerlos en valor con el desarrollo de condiciones de accesibilidad, recepción, estancia, interacción con los recursos, servicios, y todo aquello que haga posible su manejo responsable. Son dos los factores que inciden para el desarrollo de propuestas competitivas: la exigencia de la demanda y la agresividad de la competencia. Chihuahua, si bien es cierto, cuenta con atractivos con condiciones de diferenciación en sitios como Barrancas del Cobre, enfrenta una competencia clara en lo que se oferta en el Cañón del Colorado, con condiciones que exigen un mejor desempeño por parte de nuestros productos. Es por ello que la combinación de atractivos, infraestructura, servicios, gestión institucional y EXPERIENCIAS es indispensable para participar competitivamente en el mercado de viajes y turismo.

ESTRATEGIAS

1. DESARROLLAR PRODUCTOS PARA ATENDER SEGMENTOS ESPECÍFICOS.

La necesidad de llevar a cabo esfuerzos dirigidos de mercadotecnia obliga a definir qué mercados son los que tienen mayor atractividad por su valor y/o volumen. Chihuahua tiene claramente definidas como líneas de producto las correspondientes a Turismo Cultural, Turismo de Negocios, Turismo Arqueológico y el vinculado con la Naturaleza, lo que facilitará la precisión de acciones en el desarrollo de los productos correspondientes.

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar las áreas de oportunidad que ofrecen los recursos turísticos de la entidad.**
- 2. Determinar los factores de éxito que permitan adecuar la oferta turística de Chihuahua a las demandas y tendencias del mercado.**
- 3. Diseño y programación de talleres de desarrollo de productos turísticos.**

2. DISEÑAR Y OPERAR UN PROGRAMA PARA LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

Con el propósito de ir evaluando el desempeño de la oferta turística de Chihuahua y determinar su aportación al desarrollo económico y social de la entidad, así como su comportamiento en referencia con lo que la competencia esté realizando, se llevará a cabo la preparación de un Sistema que haga posible dicho análisis. En este proceso resulta estratégica la identificación de la o las mejores prácticas en el negocio en el que se pretenda participar, para poder determinar nuestro nivel de competitividad. Es así como se realizarán las siguientes:

ACCIONES Y METAS

- 1. Identificar qué ciudades o entidades federativas del país son líderes en la comercialización de los productos en los que participa Chihuahua.**
- 2. Identificar zonas y productos de mayor oportunidad para el Estado.**
- 3. Desarrollar y difundir información técnica que difunda el significado de ser competitivos y sus beneficios.**

PROPUESTA DE MECANISMO PARA LA EVALUACION Y SEGUIMIENTO

De acuerdo con lo que señala el Plan Estatal de Desarrollo, en Chihuahua existe un verdadero interés por contar con un Estado transparente, cuyo compromiso social esté basado en la mejor información sobre los asuntos públicos.

Es por ello que la actual administración tiene como objetivo “Hacer de la transparencia y la rendición de cuentas una práctica común en el ejercicio de la acción gubernamental y un elemento indispensable en la relación gobierno-sociedad”.

Con base en lo anterior, el ejercicio de los recursos y la ejecución del proceso físico – financiero en el Estado de Chihuahua relacionados con proyectos turísticos se apegará a las líneas de acción previstas en el Plan Estatal de Desarrollo 2004 – 2010 que son las siguientes:

- Consolidar los órganos de fiscalización encargados de revisar, evaluar, verificar y auditar los recursos públicos que manejan las dependencias y entidades gubernamentales y privadas objeto de supervisión estatal, a fin de garantizar la eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- Fortalecer el proceso de planeación relativo a la revisión y auditoría a los recursos públicos, mediante la integración del programa anual de fiscalización, con el propósito de modernizar y eficientar la rendición de cuentas.
- Propiciar que los esquemas de fiscalización verifiquen el manejo de los recursos públicos de toda dependencia, entidad y organización pública o privada, a la que por algún motivo le sean transferidos este tipo de recursos, así como de los particulares que los reciban por concepto de subsidios otorgados por las administraciones estatales y municipales
- Consolidar los mecanismos que permiten a los órganos fiscalizadores efectuar revisiones de conceptos específicos, vinculados de manera directa con denuncias debidamente fundadas de organizaciones, instituciones y ciudadanos, o por sospecha sobre el presunto mal manejo, aplicación o custodia irregular de recursos públicos, así como de su desvío.
- Fortalecer los sistemas y mecanismos de denuncias y quejas ciudadanas sobre el quehacer público y la rendición de cuentas.
- Promover, junto con las organizaciones interesadas, la Ley Estatal de Transparencia y Acceso a la Información, y su Reglamento, y la creación

de un órgano autónomo que garantice la existencia del acceso a la información pública.

INSTRUMENTOS DE LA POLITICA TURÍSTICA

INSTRUMENTOS JURIDICOS

La actividad turística a nivel nacional cuenta con un marco jurídico compuesto por:

- Ley Federal de Turismo
- Reglamento de la Ley Federal de Turismo
- Reglamento Interior de la Secretaría de Turismo

Así como un marco normativo que integran:

- Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006, por los enunciados sobre turismo que presenta
- Programa Nacional de Turismo 2001-2006
- Normas Oficiales Mexicanas (NOMs)

Instrumentos que inciden en el desempeño del quehacer turístico dirigido en el Gobierno del Estado de Chihuahua a través de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico, que suma a la información anterior su correspondiente Reglamento interno y el Manual General de Organización de dicha dependencia de gobierno.

En el fortalecimiento de la entidad responsable del desarrollo turístico del Estado se tendrá que considerar la elaboración de un marco normativo y jurídico pertinente, por lo que se gestionará la elaboración de la ley Estatal de Turismo, su Reglamento y actualizar el Reglamento Interior de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico.

INSTRUMENTOS DE COORDINACION Y CONCERTACION SECTORIAL

El desempeño de las funciones de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico, deberá considerar la formalización y aprovechamiento y en su caso renovación, de aquellos esquemas de coordinación y concertación que apoyen su gestión, tales como:

- Convenios de Coordinación y Reasignación de Recursos con la Secretaría de Turismo Federal, que tiene una periodicidad anual.
- Convenio de instrumentación del programa Datatur (Sistema Estatal de Información), también con la SECTUR Federal.
- Convenio para la celebración del programa estatal de facilitación turística.

- Convenio para el programa permanente de verificación de las Normas Oficiales Mexicanas (NOMS).
- Acuerdo de Colaboración para la Profesionalización del Sector Turismo en el Estado de Chihuahua.
- Consejo Estatal de Turismo Social.

INSTRUMENTOS DE PROMOCION

La función de promoción turística tiene hoy en día en México una dinámica diferente que permite pensar en que la imagen de nuestro país está siendo debidamente manejada, que tiene un enfoque integral. En este sentido, el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV), el presupuesto para promoción del que se dispone es hoy en día más significativo, de ahí la conveniencia de mantener una relación estrecha con este organismo y con sus representantes y ver la posibilidad de constituir el Convenio Marco de Promoción Turística.

INSTRUMENTOS DE FINANCIAMIENTO

Este importante renglón, estratégico para el desarrollo, encuentra diversos aliados que requieren de la presentación de proyectos viables, debidamente soportados. Algunas de las opciones y de acuerdo con la naturaleza también de cada proyecto, pueden tener acceso a la Banca de Desarrollo (NAFIN, BANCOMEXT y BANOBRAS), además de los apoyos que la Secretaría del Trabajo y la de Economía tienen disponibles para apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas turísticas.

DEFINICIÓN DE CONGRUENCIA EN LAS POLÍTICAS DE OTROS SECTORES QUE INCIDEN EN EL DESARROLLO DEL TURISMO

Política de comunicaciones y transportes.

- Promover el incremento de vuelos internacionales.
- Promover la creación de una línea aérea regional que acerque los sitios turísticos alejados del Estado.
- Fomentar el mantenimiento y modernización del servicio de transporte.
- Promover tarifas aéreas más accesibles para segmentos específicos.
- Regulación del transporte turístico.
- Construir y dar mantenimiento a los caminos vecinales que comuniquen con los sitios con naturaleza, y atractivos culturales, especialmente en la región de las barrancas y zonas aledañas a la sierra.
- Procurar mejores servicios en las vías de acceso a los destinos y sitios turísticos; así como aduanas, áreas de descanso, servicios sanitarios, seguridad y señalización clara y correcta.
- Propiciar el mantenimiento y modernización del Ferrocarril Chihuahua-Pacífico.

Política de Promoción

- Fortalecer esquemas de colaboración con dependencias federales, como Relaciones Exteriores, Economía, BANCOMEXT, SECTUR,

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MEXICO, FONATUR, CONACULTA, entre otras, a fin de capitalizar y lograr mayor efectividad de promoción turística en los ámbitos nacional e internacional.

- Desarrollar y actualizar permanentemente un programa institucional en coordinación con el CPTM, con estrategias y líneas de acción bien definidas, con la participación activa de los consejos consultivos turísticos regionales.
- Realizar con la participación conjunta de los diferentes agentes promotores del turismo, planes de mercadotecnia que sinteticen los objetivos, estrategias y tácticas de promoción a efectuar para posicionar integral y competitivamente a Chihuahua, sus destinos y productos, en las preferencias de los segmentos objetivos en los mercados emisores.
- Promover convenios de coordinación con la iniciativa privada para potenciar los esfuerzos de promoción, analizando y seleccionando los mercados y segmentos de mayor potencial en la generación de turistas, enfocando los diversos esfuerzos promocionales mediante la planeación multianual de campañas y programas.

Política de modernización, competitividad y calidad en los servicios turísticos

- Propiciar la implementación de un programa estatal de calidad y competitividad, con la participación de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, la Universidad Autónoma de Chihuahua, la SEP con los Tecnológicos y Bachilleratos Tecnológicos y Centros de Evaluación y Certificación de Calidad, entre otros, a fin de impulsar al sector privado a la modernización y mejoramiento de los servicios que se ofrecen al turista.

Política de capacitación y formación de los recursos humanos

- Desarrollar programas de formación, capacitación y entrenamiento de recursos humanos, con la participación de la universidad y los subsistemas educativos de la SEP.

Política de fomento y estímulo a la inversión

- Gestionar ante las dependencias correspondientes mayores apoyos fiscales a los PYMES para fortalecer el desarrollo regional equilibrado del sector.
- Pugnar porque se faciliten los trámites administrativos que deben realizarse para el establecimiento de una empresa turística.
- Gestionar, ante la banca de desarrollo y comercial, financiamiento en condiciones adecuada y esquemas de calidad para la modernización de las PYMES turísticas.
- Promover financiamiento a programas de calidad para la modernización de la PYMES turísticas, con otras entidades del sector público y con organismo del sector privado.
- Impulsar con el apoyo de la SECTUR federal y otros organismos públicos y privados, la promoción de las PYMES turísticas que se hayan incorporado a un esquema de modernización (Distintivo “M”), a fin de

difundir sus servicios en medios impresos, audiovisuales y electrónicos, incluyendo la página de Internet de la SECTUR.

- Continuar con las obras para desarrollo turístico del Plan Maestro Barrancas del Cobre.
- Impulsar nuevos macroproyectos, tales como: modelo turístico de Ciudad Juárez y sus alrededores, imagen urbana de los principales destinos turísticos, desarrollo de infraestructura básica en los principales destinos turísticos (miradores, señalización, paradores carreteros, senderos, entre otros), modelos turísticos Estrella del desierto, Ruta de Villa y circuito Arqueológico.
- Actuar de manera conjunta con FONATUR como punto de partida para favorecer el incremento de las inversiones en el sector.
- Elaborar una cartera de proyectos turísticos diversificada y bien distribuida geográficamente, de negocios atractivos y rentables, que se ofertará en foros especializados a inversionistas nacionales y extranjeros interesados.

Política de turismo cultural

- Mantener estrecha coordinación con las instancias involucradas en el uso y explotación de sitios arqueológicos y coloniales, arte y tradiciones, monumentos y edificios históricos. Así como expresiones culturales, como las tradiciones y cultura.

Política de seguridad

- Establecer esquemas de coordinación con los tres niveles de gobierno, para definir líneas de acción preventivas de delitos que garanticen la seguridad de los turistas.

Política de protección del medio ambiente

- Fomentar la participación de la comunidad y de los grupos sociales, ambientalistas y de las dependencias públicas protectora del medio ambiente.

Política de información estadística

- Establecer esquemas de coordinación con las dependencias federales e institucionales dedicadas a la recolección de datos, el análisis y evaluación de la situación de la actividad turística.

Política de turismo y salud

- Establecer convenios con las dependencias de salud con el fin de aplicar el programa de manejo higiénico de alimentos “Distintivo H”, vigilando que los establecimientos turísticos manejen de forma higiénica los alimentos y bebidas, además de desarrollar programas preventivos contra posibles problemas de salud en los destinos turísticos.

SEGURIDAD TURÍSTICA

Dado que en años recientes se registraron acontecimientos delictivos violentos que fueron de impacto nacional e internacional, aunado a la situación que priva

en el ámbito del narcotráfico, aspectos que en conjunto han afectado la imagen de cordialidad y seguridad que caracterizó al estado por mucho tiempo, es conveniente reforzar la tarea de crear un ambiente en donde el turista se pueda mover y disfrutar de la variedad de atractivos diversos que ofrece Chihuahua en un ambiente de seguridad y trato cordial, y con la confianza de que sus quejas serán atendidas con prontitud por parte de las autoridades correspondientes.

En 2003 se registraron 60,098 delitos en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del ministerio público del fuero común. Entre estos destacan: el robo en 43% de los casos, lesiones en 15.1% y daños en 14.2%. Con una participación muy reducida se ubican: el homicidio en 1.5% y violación con 1.0%.

En el Contexto del Fuero Federal, el número de delitos registrados en averiguaciones previas iniciadas por las agencias del ministerio público, fue de 4,085, entre los principales se encuentran: delitos contra la salud, en 48.7% de los casos y, armas prohibidas (portación) en 23.1%.

PROPICIAR LA VINCULACIÓN CON EL CONGRESO DEL ESTADO

- Establecer una permanente vinculación con el congreso estatal con el propósito de presentar para su aprobación propuestas de ley que procuren el desarrollo de la actividad turística. De igual forma, conseguir su intermediación para gestionar incrementos presupuestales que favorezcan la realización de proyectos estratégicos para la consolidación de la actividad turística. Al ser el turismo una actividad inscrita dentro del esfuerzo programático-presupuestal del gobierno del Estado de Chihuahua, la relación con el Congreso es una condición para dar congruencia a propósito del carácter prioritario de la actividad turística.

FORTALECER LAS FACULTADES DEL ORGANISMO ESTATAL DE TURISMO

- A fin de impulsar la prioridad del turismo como actividad estratégica de desarrollo, se propone el fortalecimiento de las atribuciones de la Secretaría de Desarrollo Comercial y Turístico del Estado de Chihuahua, así como el marco jurídico que fortalezca sus facultades, de tal forma que le permitan ejecutar los mandatos derivados de las políticas turísticas relacionadas con la clasificación obligatoria de los establecimientos de hospedaje de acuerdo a calidad del servicio ofreciendo la instrumentación de modelos de certificación de calidad para otros servicios turísticos, vigilancia y supervisión del cumplimiento de estándares de calidad e higiene, preservación del medio ambiente, regulación del transporte turístico y aspectos fiscales, entre otros.