

CDMX

CIUDAD DE MÉXICO



GACETA OFICIAL DISTRITO FEDERAL

Órgano de Difusión del Gobierno del Distrito Federal

DÉCIMA OCTAVA ÉPOCA

9 DE NOVIEMBRE DE 2015

No. 214 TOMO I

Í N D I C E

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DEL DISTRITO FEDERAL

Secretaría de Desarrollo Económico

- ◆ Aviso por el que se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría de Desarrollo Económico 2013-2018 3

Secretaría del Medio Ambiente

- ◆ Aviso por el cual se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría del Medio Ambiente 2013-2018 20

Secretaría de Turismo

- ◆ Aviso por el cual se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal 66

Secretaría de Cultura

- ◆ Aviso por el que se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría de Cultura del Distrito Federal 103

Contraloría General

- ◆ Aviso sobre el Programa Institucional de la Contraloría General del Distrito Federal a 2018 128

Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación del Distrito Federal

- ◆ Aviso por el que se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación del Distrito Federal para el Periodo 2013-2018 175

Fideicomiso Educación Garantizada del Distrito Federal

- ◆ Aviso por el que se da a conocer el enlace electrónico en el que puede ser consultado el Programa Institucional del Fideicomiso Público "Educación Garantizada" del Distrito Federal 2013-2018 195

- ◆ Aviso 198

Secretaría de Turismo

Lic. Miguel Torruco Marqués Secretario de Turismo del Distrito Federal con fundamento en los Artículos 6 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; 16, fracciones II y IV y 32, fracciones I, VII y IX de la Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal; 7 fracciones II, IX y XVI; 8, 9 y 10 de la Ley de Turismo del Distrito Federal; 24 y 25 de la Ley de Presupuesto y Gasto Eficiente; 9, fracciones II y III; 13, 20, 32, 35 y 37 de la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, así como por los artículos 6, 7, 15, 16 y 17 del Reglamento de la Ley de Turismo del Distrito Federal; tengo a bien expedir la siguiente:

“AVISO POR EL CUAL SE DA A CONOCER EL PROGRAMA INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL”

CONSIDERANDO

Que el Jefe de Gobierno ejercerá la facultad de conducir y coordinar la planeación del desarrollo del Distrito Federal a través del Comité de Planeación.

Que mediante Acuerdo publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, el 11 de septiembre de 2013, se aprobó el Programa General de Desarrollo 2013-2018, mismo que establece los objetivos, metas y líneas de acción que servirán de base para la definición e implementación de las políticas públicas de la Ciudad de México hasta el año 2018.

Que los programas institucionales son los documentos que desagregan a mediano y corto plazo los objetivos y metas de los programas sectoriales, mismos que regirán sus actividades en el ámbito de sus competencias y atribuciones; conteniendo las políticas públicas necesarias para lograr lo dispuesto en el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018 y en los programas sectoriales.

Que los programas institucionales deberán ser presentados ante el Comité de Planeación del Desarrollo, por los titulares de las dependencias o de los órganos de gobierno de la entidad de que se trate para su validación.

Que mediante acuerdo del Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, celebrado el 21 de agosto de 2015 se aprobó el Programa Institucional de la Secretaría de Turismo, acorde a lo establecido en la Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, y por lo anterior se da a conocer el siguiente:

PROGRAMA INSTITUCIONAL DE LA SECRETARÍA DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL 2013-2018

PRIMERO.- Se da a conocer el Programa Institucional de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal 2013-2018.

SEGUNDO.- Los entes que pertenezcan al sector turismo elaborarán sus respectivos programas operativos anuales y anteproyectos de presupuesto. Estos últimos deberán destinar los recursos presupuestarios correspondientes para el eficaz cumplimiento de los objetivos y metas planteados en el programa Institucional mismo que derivan del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

TERCERO.- Los alcances establecidos en el presente Programa Institucional de Turismo 2013-2018 estarán en función de la disponibilidad financiera del Gobierno del Distrito Federal, por lo que las Unidades Responsables del Gasto determinarán las acciones para lograr dichos alcances, supeditándose a su capacidad operativa y presupuesto autorizado, evitando en todo momento contraer compromisos que excedan a éstos.

CUARTO.- La Secretaría de Turismo del Distrito Federal, con la participación que conforme a sus atribuciones le corresponde a la Contraloría General y Oficialía Mayor, en los términos de las disposiciones aplicables, darán seguimiento a la implementación de las acciones y al cumplimiento de los objetivos establecidos en el Programa Institucional de Turismo 2013-2018, y reportarán los resultados obtenidos con base en las metas e indicadores correspondientes.

T R A N S I T O R I O

ÚNICO.- Publíquese en la Gaceta Oficial del Distrito Federal, para su debida observancia y aplicación.

CIUDAD DE MÉXICO, A 15 DE OCTUBRE DE 2015.

(Firma)

**LIC. MIGUEL TORRUCO MARQUÉS
SECRETARIO DE TURISMO DEL DISTRITO FEDERAL**

CONTENIDO

Presentación

DIAGNÓSTICO

Alineación con los Programas General de Desarrollo del Distrito Federal y los programas sectoriales vigentes

I TURISMO SOCIAL

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

INDICADOR INSTITUCIONAL

II. CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

III MERCADO DE TRABAJO TURÍSTICO

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

IV SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

V AMPLIAR Y MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

INDICADORES INSTITUCIONALES

VI CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA CIUDAD

META INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

INDICADOR INSTITUCIONAL

VII POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

INDICADOR INSTITUCIONAL

VIII DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICA PÚBLICA INSTITUCIONAL

INDICADOR INSTITUCIONAL

IX GESTION DE DESTINO

METAS INSTITUCIONALES

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

INDICADORES INSTITUCIONALES

Glosario

Referencias

PRESENTACIÓN

El Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal, en los “Lineamientos para la elaboración, aprobación y seguimiento a los Programas Sectoriales, Institucionales y Especiales 2013-2018” publicados en la Gaceta Oficial el 11 de diciembre de 2013 señala las características que deben cumplir los Programas Institucionales que deben presentar las Dependencias.

De acuerdo con estos lineamientos, el Programa institucional es el instrumento de planeación derivado del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018 y de los Programas Sectoriales. En éste, se establecen metas de mediano y corto plazo, así como las políticas públicas y los indicadores que servirán para guiar y evaluar las acciones de la institución que se compromete con este documento, con una vigencia de corto plazo y un alcance para el mediano.

Lo que aquí se presenta, contiene por tanto, el diagnóstico que precisa las capacidades institucionales con las que se cuentan para cumplir con las tareas del programa. Las metas, políticas públicas e indicadores del Programa Sectorial coordinado por la Secretaría de Turismo del DF, así como los derivados de los demás programas sectoriales en los que participó, seguidos de los formulados dentro de este Programa Institucional.

Fundamento Legal para la Elaboración del Programa Institucional

Ley Orgánica de la Administración Pública del Distrito Federal (Artículos 15° Frac. XI, Art. 16° Fracción III, Art. 32° Fracciones I, II, III y V)

Reglamento Interior de la Administración Pública del Distrito Federal, Sección XI, Art. 96°, Fracciones I, II y III
Ley de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal (Art. 5° , Fracciones I, II, III, IV; Art. 9° Fracciones I, III, IV, VI y VIII, Título Tercero, Capítulo I, Artículos 11°, 12°, 13° y 14° ; Capítulo II, Artículo 15° , Fracciones I, II, III y IV; Título Cuarto, Capítulo I, Art. 25° , 27° Fracciones I, II, III, IV, V y VI; Capítulo II, Art. 32° , Art. 37° , Fracciones I, II, III, IV, V, VI y VII

Ley de Turismo del Distrito Federal (Título Segundo, Capítulo I, Fracción VI, Capítulo II, Art. 7°, Fracción III y XIII, Capítulo V, Art. 14°, Fracciones I,II,III, V, VII, VIII, X y XIV; Título Tercero, Capítulo I, Art. 15°, 17° ,18°, 19° y 21°

Reglamento de la Ley de Turismo del Distrito Federal (Capítulo IV, Art. 25, Fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII y VIII, Capítulo VII, Art. 39)

Punto Segundo del Acuerdo por el que se aprueba el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018

Declaratoria de prioridad de la actividad turística como política de Gobierno del Distrito Federal

Acuerdo por el que se emite la declaratoria de prioridad de la actividad turística como Política del Gobierno del Distrito Federal

Norma de Prioridad Turística

Aviso por el cual se da a conocer el Acuerdo de la Comisión Ejecutiva de Turismo que establece la Norma de Prioridad Turística

Guía metodológica para el desarrollo de los componentes de los programas derivados del Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018

Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

Programas Sectoriales.

DIAGNÓSTICO

Esta administración reconoce que los esfuerzos de las administraciones anteriores se centraron en posicionar a la Ciudad de México como un destino turístico de diversión y entretenimiento y de negocios y, en este rubro, principalmente Congresos y Convenciones en años recientes. La promoción se concentró en la presencia de la Secretaría de Turismo del DF en la organización de eventos y en el desarrollo de equipamiento turístico y urbano, concentrado en algunas zonas de la Ciudad, principalmente el corredor Reforma – Centro Histórico. No obstante, es necesario reconocer que los cambios en la demanda turística y la caída de la actividad en el 2009, asociada a la crisis económica y sanitaria, obligaron a replantear tanto el modelo de desarrollo como la relación del turismo con la ciudad.

Las áreas de oportunidad identificadas en el Programa Sectorial de Turismo, son:

- La falta de un modelo turístico propio, de carácter urbano, que permita aprovechar y desarrollar integralmente los vastos servicios y recursos turísticos con los que cuenta la Ciudad de México.
- La falta de integración y diversificación de productos turísticos.
- Mecanismos insuficientes para la coordinación entre los sectores público y privado de la actividad turística, así como entre los tres niveles de gobierno y con las entidades federativas, especialmente aquellas que forman parte de la megalópolis.

- Coordinación interinstitucional parcializada entre los órganos del Gobierno de la Ciudad que atienden los diferentes aspectos de la administración urbana relacionados con el turismo.

- Carencia de presupuesto para el desarrollo de programas sustantivos.

Ante este panorama, el ejercicio de los presupuestos disponibles se concentró en un tipo de promoción que podría denominarse inercial y poco congruente con la asignación de prioridades derivadas de las políticas definidas

Por otro lado, la competitividad de la ciudad como destino turístico se ha visto afectada por la percepción en turistas y oferentes de servicios turísticos respecto a la seguridad en el país y la calidad de sus servicios públicos. Esta circunstancia se vio agravada por un conocimiento parcial de las características y comportamiento de los visitantes que no posibilitaba corresponder a sus expectativas.

El propósito del Programa Sectorial y de este Programa Institucional, es convertir las características urbanas en productos turísticos con potencialidad de generar un círculo virtuoso entre la Ciudad y el turismo: al producir mejoras en la infraestructura y servicios urbanos, así como en la calidad de los servicios que se prestan a los visitantes y turistas, con el necesario cuidado del medio ambiente y los recursos del lugar que prescribe el turismo sustentable, mejora también la calidad de vida de los habitantes de la ciudad, por lo que, además de ampliar las oportunidades de negocios y empleo y fomentar intercambios culturales, afianzan el orgullo de la pertenencia a la comunidad urbana.

I. Bases institucionales de la actividad turística

Para atender las áreas de oportunidad identificadas en el diagnóstico, se estableció un marco jurídico, administrativo y organizacional actualizado, incluyente y de largo plazo, que constituye el soporte para una nueva visión de la actividad turística que permite la instrumentación de programas coordinados.

a) Declaratoria de Prioridad de la Actividad Turística¹: Constituye un reconocimiento de la importancia que tiene la actividad turística para el desarrollo económico del Distrito Federal y coloca a la agenda turística como un eje central de la política de gobierno.

b) Norma de Prioridad Turística²: Tiene como fin que las dependencias, órganos desconcentrados, entidades y órganos político administrativos, coordinen, articulen y dediquen recursos, esfuerzos, capacidades y talento a favor de la actividad turística en el Distrito Federal y prevean en sus presupuestos y programas autorizados, las acciones y recursos necesarios que permitan la realización y financiamiento de programas turísticos en un marco de coordinación, congruencia, eficiencia y eficacia.

c) Consejo Consultivo de Turismo del Distrito Federal: Es un órgano de consulta en materia turística que propicia la inclusión y la participación de diferentes sectores de la sociedad, es un espacio en el que se escuchan las voces y opiniones de los actores involucrados en el ámbito turístico de la ciudad para desarrollar políticas públicas. El Consejo se instaló el 16 de abril de 2013. Constituido por 14 miembros Consejeros y 21 invitados permanentes, entre los que destacan representantes de los prestadores y trabajadores de los servicios turísticos, instituciones académicas, el Presidente de la Comisión de Turismo de la Asamblea Legislativa y los jefes delegacionales de Álvaro Obregón, Azcapotzalco, Coyoacán, Magdalena Contreras y Venustiano Carranza.

d) Comisión Ejecutiva de Turismo del Distrito Federal (Gabinete turístico): Se instaló el 30 de mayo de 2013 y constituye un órgano de carácter intersecretarial que tiene por objeto conocer, atender y resolver sobre los asuntos de naturaleza turística relacionados con la competencia de dos o más dependencias o entidades del Gobierno del Distrito Federal. Está integrada por el Secretario de Turismo, como Presidente, y ocho miembros propietarios: los secretarios de Desarrollo Urbano y Vivienda, Desarrollo Económico, Medio Ambiente, Finanzas, Seguridad Pública, Cultura, Desarrollo Social y de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades³.

e) Comité Turístico Interdelegacional de la Ciudad de México: En abril del 2014 se instaló con el propósito de establecer en cada Delegación interlocutores especializados en el ámbito turístico.

f) Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013 – 2018: El Programa considera al turismo como una actividad estratégica para el desarrollo económico de la Ciudad e identifica su potencial, principalmente, en las comunidades rurales y, como fuente de inversiones y de empleo.

g) Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2013 -2018: Publicado el 15 de octubre de 2014, establece los objetivos, las políticas, estrategias y evaluación que brindan el marco necesario para la actuación de los actores de la actividad turística.

II. Diversificación programática de la actividad turística

En esta administración, se revisaron los programas que brindaron resultados satisfactorios y se fortalecieron, modernizaron y complementaron; asimismo se diversificaron y desarrollaron nuevos programas y productos turísticos para los segmentos potenciales con los que cuenta la Ciudad.

1. Programa de Turismo Social “Sonrisas por tu Ciudad”: Recibió un reconocimiento expedido por la Oficina para las Américas de la Organización Internacional de Turismo Social, organismo adscrito a la UNESCO, presentando este programa como ejemplo de una experiencia exitosa.

2. Programa de Turismo Social “Hacer turismo es hacer vida”: Estimula los viajes entre los adultos mayores que buscan ocupar su tiempo libre; las agencias de viajes ofertan productos turísticos a precios muy económicos que pueden ser pagados con la tarjeta de pensión alimentaria. A partir de su lanzamiento en 2013 se han registrado más de 14 mil participantes.

3. Programa “Disfruta” Tiene como propósito incrementar las visitas a la Ciudad los fines de semana, fines de semana largos y periodos vacacionales. Inicialmente diseñada para periodos vacacionales, se ha convertido en un programa permanente que cuenta desde paquetes con líneas aéreas y hotel, hasta recorridos peatonales y en bicicleta, además de promociones específicas para eventos como las del Maratón, del Día del Padre y de la Madre, por mencionar solo algunas.

4. Programa “Turismo Religioso”: Considera paquetes turísticos a sitios representativos de veneración y de fe; se presentaron tres temas: “Camino Guadalupano”, Baluartes del Catolicismo” y “Caminos de la Fe”; éste último incluye recorridos a templos de las religiones budista, judía, ortodoxa, metodista y mormona; lanzado en junio de 2014, constituye un esfuerzo de coordinación inédito entre representantes empresariales y autoridades religiosas.

5. Programa Integral de Capacitación Turística: Considera cursos de capacitación para prestadores de servicios turísticos (personal de empresas de alimentos y bebidas, hoteles, agencias de viajes) y enlaces delegacionales, así como para fomentar y fortalecer a las empresas de servicios turísticos.

6. Programa “Policía Turística”: En coordinación con la Secretaría de Seguridad Pública se diseñó un programa de formación para que elementos de la Policía puedan fungir como informadores de turismo; dicho programa incluye capacitación y Diplomado sobre Turismo.

7. Profesionalización de los cuadros especializados en turismo: para fortalecer la formación de licenciados en turismo y áreas a fines y de personas con experiencia profesional en el sector.

8. Desarrollo de tecnologías de información (sitio web y redes sociales) que promuevan y faciliten las decisiones de viaje de los turistas y, una cómoda estancia en la Ciudad, además de formar comunidades digitales con mejor interacción entre el gobierno y los visitantes.

9. Generar más información relevante de la actividad turística, con estándares de calidad internacionales, para mejorar su desempeño.

III. Mecanismos de cooperación, coordinación y vinculación interinstitucional

La Secretaría de Turismo del DF desarrolla un trabajo articulado y centrado en potenciar la actividad turística a todos los niveles:

1. En el ámbito internacional:

Memorándum de Entendimiento México – Chicago suscrito entre el Jefe de Gobierno del Distrito Federal y el Alcalde de la Ciudad de Chicago: Con el propósito de estimular la inversión entre las empresas que forman parte del programa “Tesoros de México” e incentivar a inversionistas de dicha Ciudad para invertir en restaurantes de calidad en el Distrito Federal. Se realizaron dos reuniones una en la Ciudad de México y otra en Chicago con representantes empresariales y de las Secretarías de Desarrollo Económico y Turismo del Gobierno del Distrito Federal.

2. Con el Gobierno Federal:

Agenda de Competitividad Turística de la Ciudad de México: Instrumento analítico y programático que propone estrategias de coordinación y priorización de acciones y programas para aumentar la competitividad de la Ciudad y con ella, la del país. Desarrollado por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y el Gobierno de la Ciudad.

Sistema Nacional de la Información Estadística del Sector Turismo de México “DATATUR”: Las Secretarías de Turismo del Gobierno Federal y del Gobierno del Distrito Federal suscribieron un Convenio de Coordinación para hacer uso del Sistema DATATUR incorporando el monitoreo de la actividad turística de la Ciudad a las estadísticas nacionales.

Observatorio de la Actividad Turística. Con fondos sectoriales del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT, participa el Instituto Politécnico Nacional, el objetivo es proveer información relevante para el desarrollo de la actividad turística.

3. Con otras Entidades Federativas:

Convenios de Colaboración con los Estados de Morelos, Tlaxcala, Puebla y Querétaro: Para agregar valor a la propuesta turística de la Ciudad y de establecer vínculos de cooperación en turismo con entidades aledañas al Distrito Federal; están por suscribirse convenios con los Estados de Veracruz y Guerrero y con Estado de México.

4. Convenio de Colaboración con el Estado de México para la instrumentación del pase turístico: el cual tiene por objeto establecer los lineamientos para la exención del Programa Hoy no Circula a visitantes de la metrópoli que arriban en auto particular. Con dependencias de la Administración Pública del Distrito Federal:

Convenio Específico de Colaboración y Coordinación Institucional con el Centro de Atención a Emergencias y Protección Ciudadana de la Ciudad de México (CAEPCCM): Para ampliar la red de seguridad para los turistas y empresas de servicios turísticos.

Convenio de Colaboración para la Creación de una Red de Prevención del Delito: Con establecimientos de servicios turísticos, la Procuraduría General de Justicia, la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México y la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes A.C.

5. Con las Delegaciones:

Comités de Fomento Turístico Delegacionales: a fin de apoyar el trabajo de las delegaciones en la vinculación con los sectores privado y social. La Secretaría de Turismo del DF participó en la instalación de estos comités en las delegaciones de Tlalpan e Iztacalco.

Giras Delegacionales: Se realizaron visitas a las delegaciones a fin de estrechar la colaboración con las autoridades, identificar su patrimonio, atractivos y servicios y definir oportunidades de desarrollo turístico. Se establecieron compromisos de promoción, capacitación, asistencia técnica y gestión de recursos.

6. Fondo Mixto de Promoción Turística

Finalmente, el Fondo Mixto de Promoción Turística (FMPT), actúa como una entidad público-privada cuyas funciones primordiales son las de asesorar y financiar los planes, programas y acciones que se instrumenten para la promoción de la actividad turística del DF. Su comité técnico está integrado por: las Secretarías de Turismo quien lo preside; la de Finanzas; de Desarrollo Económico y la de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades; todas del DF. Una delegación política y cuatro representantes de los prestadores de servicios turísticos de la iniciativa privada: la Cámara Nacional de Comercio

de la Ciudad de México; la Cámara de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, la Asociación de Hoteles de la Ciudad de México y Asociación Mexicana de Agencias de Viaje del Distrito Federal. Como secretarías invitadas participa la de Cultura y la de Desarrollo Social, así como la Contraloría General todas ellas con voz pero sin voto.

IV. Descripción de la estructura institucional turística del DF.

La Secretaría de Turismo del Distrito Federal es sin duda, un actor clave para el correcto desenvolvimiento de la actividad turística en la Ciudad. Posee una estructura que le permite desarrollar las funciones y/u obligaciones que por ley le corresponden. Está conformada de la siguiente manera:

Secretario de Turismo. Es responsable del desarrollo, fomento, promoción y protección de la actividad turística dentro del DF. Le secundan y le coadyuvan en este trabajo:

Dirección General de Programas Estratégicos. Corresponde a esta Dirección General el impulso al desarrollo de los recursos turísticos del DF de común acuerdo con los grupos sociales involucrados, incorporando su uso eficiente en la planeación del desarrollo, promoviendo la creación de nuevos productos, planificando, diseñando y coordinando los proyectos estratégicos para el desarrollo del turismo y acordando con los organismos y dependencias oficiales, el sector privado y el sector social, el establecimiento de proyectos estratégicos para el desarrollo turístico en la Ciudad de México. A fin de cumplir con estas obligaciones, esta dirección general cuenta con:

- Dirección de Equipamiento Turístico,
- Dirección de Desarrollo Turístico,
- Subdirección de Gestión de Proyectos,
- Subdirección de Coordinación y Concertación,
- Subdirección de Diseño de Proyectos y
- Subdirección de Desarrollo Turístico.

Dirección General de Servicios Turísticos. Sus atribuciones y funciones están relacionadas con la promoción y concertación de mecanismos de apoyo crediticio y de asistencia técnica a la empresa micro, pequeña y mediana empresa de servicios turísticos del DF, supervisa la prestación de los servicios turísticos de manera eficiente, conforme a las condiciones óptimas de calidad. Adicionalmente, instrumenta en coordinación con instituciones, asociaciones y cámaras correspondientes, los mecanismos necesarios para el desarrollo de la cultura turística, la formación y actualización profesional del personal que presta servicios de turismo en el DF, de los sectores privado, público y social. Participa, en la ejecución de programas orientados a ofrecer información y apoyo al turista, coordina los servicios de orientación al turismo y módulos de atención al turista. Adicionalmente, organiza y realiza los programas de turismo social. Para la realización de sus funciones, se encuentra formada por:

- Dirección de Atención Turística,
- Dirección de Calidad y Competitividad Turística,
- Subdirección de Turismo Social y Cultural,
- Subdirección de Capacitación y Cultura Turística,
- Subdirección de Desarrollo Empresarial y
- Subdirección de Información y Atención Turística.

Dirección General del Instituto de Promoción Turística. Es la unidad encargada de promocionar y difundir las actividades, servicios y atractivos turísticos del DF. Las atribuciones y funciones son: la colaboración en la integración de objetivos, métodos y estrategias de promoción turística del DF, del mismo modo, es la unidad responsable de formular, proponer y acordar el Programa de Promoción Turística de la Ciudad de México en coordinación con el titular de la Secretaría de Turismo del DF; la definición de la imagen turística institucional de la Ciudad de México y la supervisión de su uso. Para el cumplimiento de estos fines, cuenta con el apoyo de:

- Dirección de Mercadotecnia,
- Dirección de Promoción Operativa,
- Subdirección de Publicidad,
- Subdirección de Producción Editorial,
- Subdirección de Relaciones Públicas Nacionales,

- Subdirección de Operaciones,
- Subdirección de Promoción Integral y
- Subdirección de Alianzas Estratégicas.

Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico. Sus atribuciones y funciones son: registrar a los prestadores de servicios turísticos del DF, emitir la cédula de registro y revalidaciones correspondientes; elaborar y actualizar anualmente el catálogo de servicio y lugares de interés turístico de la Ciudad de México; recabar y generar la información estadística y de mercado para el establecimiento y desarrollo de los programas de promoción; desarrollar el sistema de información turística; elaborar y difundir los indicadores que permitan a los prestadores de servicios turísticos tomar decisiones, así como fijar los criterios tarifarios proporcionales a las temporadas turísticas y a la calidad del servicio ofrecido; formular el Programa Sectorial e integrar los Programas Institucional y el de Trabajo de la Secretaría de Turismo, en concordancia con el Programa General de Desarrollo del DF y, evaluar los programas de trabajo de las unidades administrativas y las de apoyo adscritas a la Secretaría de Turismo del DF. Cuenta con el apoyo de:

- Dirección de Planeación y Evaluación,
- Dirección del Sistema de Información,
- Subdirección de Programación y Evaluación,
- Subdirección de Productos Informáticos y
- Subdirección de Estadística y Registro.

Asimismo, posee una estructura administrativa y operativa donde se encuentran la:

- Dirección Ejecutiva de Administración,
- Oficina de Información Pública
- Dirección Jurídica

Adicionalmente, es importante destacar que el desarrollo de la actividad turística en zonas rurales del DF es responsabilidad de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades del DF, quien define los lineamientos y acciones a seguir por el gobierno de la Ciudad de México para impulsar el turismo alternativo y patrimonial.

V. Sistema de información turística

Para todo ejercicio significativo de planeación, un insumo imprescindible es contar con los datos –cualitativos y/o cuantitativos– que posibiliten la visión completa del problema que se desea enfrentar. En este sentido, la información estadística es indispensable para la planeación pública y privada con el propósito de facilitar las decisiones, reduciendo en lo posible el margen de incertidumbre de los actores que participan en la actividad, así como posibilitando la evaluación de las acciones y estrategias emprendidas.

La Secretaría de Turismo del DF tiene como responsabilidad la recopilación y generación de información estadística y de mercado. El desarrollo del sistema de información turística y la elaboración y difusión de los indicadores permiten a los prestadores de servicios turísticos fijar los criterios tarifarios. La obligación legal de la prestación de este servicio es de la Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.

Esta unidad administrativa ha mantenido y actualizado las estadísticas turísticas que comprenden, además del registro y actualización de los indicadores básicos de la actividad, el registro de los prestadores de servicios. Así, actualmente se cuenta con series históricas desde el 2000, series de coyuntura con seguimiento diario, semanal y mensual de las variables de llegada de turistas nacionales e internacionales, número de habitaciones, porcentaje de ocupación, gasto promedio, ocupación, estadía y número de personas por cuarto. A la información antes mencionada, es posible agregar las series de empleo directo generado y la ocupación por delegación, zona turística y categoría de hospedaje, además de que, desde 2008 se mantiene la publicación del Perfil del Turista que visita la Ciudad de México.

Presupuesto para el desarrollo de la actividad turística.

Para el buen desenvolvimiento del sector se necesitan recursos económicos que siempre son escasos. La importancia que cada gobierno conceda a la actividad, muchas veces se encuentra en relación directa con el presupuesto asignado. En este

sentido, para 2013 el presupuesto de egresos asignado a la Secretaría de Turismo del DF fue de 57, 005,183⁴ pesos, lo que representa casi un millón de pesos adicionales al presupuesto otorgado el año anterior, el cual que fue de 56.3 millones de pesos. En 2014 de un presupuesto original aprobado de \$70, 358,707 pesos, se modificó alcanzando un histórico de \$120, 067,409 pesos en marzo de este año. La modificación corresponde a un traspaso del Fondo Mixto de Promoción Turística, asignado para la atención de programas sustantivos / estratégicos de la Secretaría. Para el 2015, el presupuesto original aprobado fue de \$90, 761,861 pesos, con la modificación a junio, alcanzó a \$150, 761,861 por el traspaso de 60 millones de pesos del Fondo Mixto.

Otra fuente de recursos con la que cuenta la actividad turística del DF son los Convenios de Coordinación para el Otorgamiento de un Subsidio en Materia de Desarrollo Turístico, que son suscritos entre el GDF y la Secretaría de Turismo federal. Mediante estos convenios se establecen compromisos de asignación conjunta de recursos públicos, tanto federales como locales, para apoyar actividades de capacitación, proyectos de infraestructura turística y desarrollo de oferta turística, entre otros. Para el ejercicio 2013⁵, el monto de recursos comprometidos en el Convenio de Coordinación fue por \$28.4 millones de pesos, destinados principalmente a los Programas de Barrios Mágicos Turísticos y al Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística. Para 2015 los recursos son por 19 millones de pesos. Estos convenios se tramitan año con año, de acuerdo con los recursos que dentro del Presupuesto de Egresos, la Cámara de Diputados le asigne a la Federación en materia de turismo.

Problemática Identificada

Áreas de oportunidad. Los mecanismos de vinculación entre gobierno y sociedad. Al respecto, si bien se han puesto en marcha nuevas estructuras y foros que permiten una mayor interacción entre organismos públicos, empresariales y sociedad, algo positivo para la actividad turística, en lo que toca a la interacción de estos mismos grupos hay mucho espacio para mejorar en los niveles en donde los actores son funcionarios de atención directa al público y pequeños empresarios.

Especialmente, en lo correspondiente a la simplificación de trámites y requerimientos que se deben cubrir para prestar servicios turísticos en el DF: se identificó escasez de información y la disponible, está dispersa entre diferentes Secretarías e instancias de gobierno. Lo anterior fue señalado de forma insistente en los Foros Sectoriales realizados con motivo de la integración del Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, así como en el Cuestionario Ejecutivo para Agentes Estratégicos 2013⁶ que fue aplicado por el Tecnológico de Monterrey a los participantes de estos Foros⁷. Los encuestados coincidieron en que la relación empresas-gobierno-sociedad civil, en función de la competitividad turística de la Ciudad, no es muy buena o podría mejorar.

Se considera que esta opinión está directamente vinculada, entre otras razones, a la forma en la que los mismos encuestados ven la normatividad gubernamental para las inversiones y para la operación de los negocios en el DF. Reflejan la necesidad de simplificar regulaciones y trámites de gobierno, a fin de que los empresarios dediquen sus recursos para mejorar la atención de los turistas y cumplan con sus obligaciones.

De acuerdo con la Agenda de Competitividad Turística, la Ciudad de México tiene una sólida estructura institucional en materia turística, cuenta con el liderazgo del Jefe de Gobierno ha mostrado en favor del sector turístico. Por su parte, la Secretaría cuenta con personal de gran experiencia en el sector, por lo que se podría afirmar que la Ciudad tiene una de las organizaciones de gestión turística más completas. No obstante todos estos aspecto positivos, existen áreas de oportunidad que deben atenderse.

En primer lugar, es necesario darle un seguimiento puntual a las reuniones del Consejo Consultivo de Turismo de la Ciudad de México, el cual dada su integración plural y la participación de las principales autoridades del gobierno de la Ciudad y del sector, debe constituirse en un foro clave para la resolución de varias problemáticas que enfrenta el turismo en el DF

Dentro de este marco, la simplificación de trámites, normas y lineamientos de la actividad turística en donde están involucradas diferentes instancias del gobierno del DF, representa uno de los principales retos a atender.

Otro asunto es evaluar la necesidad de integrar las acciones en materia de promoción del turismo alternativo a las estrategias de la Secretaría de Turismo del DF a fin de dar un mayor impulso. Especialmente es necesaria una clara coordinación de las acciones de desarrollo de producto turístico y de planeación entre las Secretarías de Turismo y de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades del DF

ALINEACIÓN CON LOS PROGRAMAS GENERAL DE DESARROLLO DEL DISTRITO FEDERAL Y LOS PROGRAMAS SECTORIALES VIGENTES

El Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal (2013-2018) contiene nueve estrategias sectoriales, alineadas con el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal (2013-2018) de la siguiente forma:

En el EJE 1. Equidad Social e Inclusión para el Desarrollo Humano, Área de Oportunidad 1, Discriminación y Derechos Humanos se encuentra inscrita la estrategia de Turismo Social.

El EJE 3. Desarrollo Económico Sustentable, Área de Oportunidad 6, Desarrollo Empresarial y Competitividad, comprende 6 estrategias sectoriales que corresponden a: Calidad en servicios turísticos; mercado de trabajo turístico; ampliar y mejorar el sistema de información turística; ampliar la oferta turística; la calidad de los servicios que la ciudad presta al turista y, el posicionamiento de la Ciudad de México como destino turístico.

En el EJE 4. Habitabilidad y Servicios, Espacio Público e Infraestructura, se encuentra la estrategia referida a la distribución territorial de la actividad turística correspondiente a las Áreas de Oportunidad 1. Patrón de Ocupación Territorial y 2. Espacio Público.

En el EJE 5. Efectividad, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción, se encuentra la estrategia de Gestión del Destino, inscrita en las Áreas de Oportunidad 2. Planeación, Evaluación y Presupuesto Basado en Resultados y 3. Uso adecuado de las Tecnologías de Información y Comunicación.

El diseño de los programas sectoriales, implicó el trabajo en conjunto con otras dependencias del Gobierno de la Ciudad, dando como resultado que algunas estrategias como la del mercado de trabajo turístico se encuentre inscrita también en el Eje 1, Área de Oportunidad 3, Educación, en lo que se refiere a la interacción con la educación media superior y superior del turismo y, en su relación con el mercado laboral, establecido en el Área de Oportunidad 7. Empleo con Equidad.

Uno de los principales componentes del patrimonio turismo es el cultural, por lo que no es sorprendente que el Área de Oportunidad 4, del mismo Eje 1, referida a Cultura, se encuentre sobre todo en el posicionamiento de la Ciudad como Destino Turístico y en el apoyo que la Secretaría debe prestar en la capacitación de los prestadores de servicios turísticos que se encuentran en las zonas rurales de la Ciudad y, en las acciones que garanticen el respeto a los derechos culturales y la vida cultural de las comunidades.

Por último, en el EJE 2, Gobernabilidad, Seguridad y Protección Ciudadana, debe señalarse que tanto en Seguridad como en Protección Ciudadana, correspondientes a las Áreas de Oportunidad 2. Prevención del Delito y 6. Protección Civil, participamos en al menos dos acciones relativas a la seguridad del turista y del visitante a la Ciudad de México, tanto en sus posesiones, como en la atención en caso de desastre o contingencias naturales, así como en la promoción de medidas de protección para las niñas, niños y adolescentes en la erradicación del turismo sexual en la Ciudad y en la correspondiente a las denuncias ante el Ministerio Público en el caso de que algún turista haya sido víctima de un delito.

Adicionalmente, se incorporaron los enfoques transversales de las políticas públicas en la Ciudad referentes a los Derechos Humanos, la Igualdad de Género, Participación Ciudadana, Transparencia, Innovación, Ciencia y Tecnología, Sustentabilidad, Desarrollo Metropolitano y Acción Internacional.

El Programa Institucional que se presenta, mantiene la alineación del Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal con el Programa General de Desarrollo del Distrito Federal e incorpora además de éste, las metas y políticas públicas sectoriales de los Programas Sectoriales publicados en la Gaceta Oficial, señalados con el número asignado por el Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal y que fueron acordados en la elaboración de los respectivos programas sectoriales. Por esta razón, en este programa aparecen más metas y políticas públicas que las contenidas en el Programa Sectorial de Turismo que corresponden al ámbito de competencia de la institución o se espera una coordinación institucional para potenciar los resultados

El programa describe entonces tanto las metas sectoriales en las que esta institución es responsable directa de su cumplimiento, como aquellas en las que únicamente participa en colaboración con otras dependencias que son las responsables del cumplimiento directo de las metas de los programas sectoriales correspondientes.

Bajo esta lógica, es posible encontrar metas sectoriales sin correspondencia con metas institucionales y políticas públicas en este programa. También es posible que una meta institucional corresponda a más de un objetivo y a más de una meta sectorial, debido a que aparece en distintos programas sectoriales y por tanto corresponden a objetivos similares en distintos ejes o áreas de oportunidad.

Por último, los indicadores del Programa Institucional de la Secretaría de Turismo solamente consideran las actividades o sus resultados que son mensurables y responsabilidad de esta Secretaría.

I TURISMO SOCIAL

OBJETIVO 1.

Realizar acciones que permitan el ejercicio pleno de los derechos de las personas, independientemente de su origen étnico, condición jurídica, social o económica, migratoria, de salud, de edad, discapacidad, sexo, orientación y/o preferencia sexual, estado civil, nacionalidad, apariencia física, forma de pensar o situaciones de calle, entre otras, para evitar bajo un enfoque de corresponsabilidad, la exclusión, el maltrato y la discriminación⁸.

META SECTORIAL 1: Incrementar en 20% las acciones que contribuyan a evitar la exclusión, el maltrato y la discriminación, en los grupos identificados como mayormente discriminados, para avanzar en la certificación de “Ciudad amigable”. PSI, MS 3-1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 1:

“Las Secretarías de Turismo, Desarrollo Social, de Salud, la Autoridad del Espacio Público, COPRED, INDEPEDI, INJUVE; así como los entes públicos que atienden a grupos identificados como mayormente discriminados realizarán acciones tendientes a garantizar el ejercicio de los derechos humanos, la igualdad y no discriminación, conforme a sus atribuciones.” PSI, MS3 PP1.

“Las Secretarías de Desarrollo Social, de Salud, de Educación, de Turismo, Desarrollo Rural y de Equidad para las Comunidades, EVALUA, Procuraduría Social, DIF-DF, Instituto de las Mujeres del Distrito Federal, INDEPEDI, Instituto de la Vivienda, Instituto de la Juventud, el Instituto del Deporte del Distrito Federal y los Órganos Políticos Administrativos, elaborarán estrategias y programas integrales, así como servicios y acciones sociales incluyentes y de combate a la exclusión, el maltrato y la discriminación, conforme a sus atribuciones. PSI, MS 2-2 PP XX

META SECTORIAL 2: Impulsar la participación de 400 mil personas pertenecientes a los grupos vulnerables de la población, entre 2013 y 2018 en el programa de Turismo Social, contribuyendo a su integración, inclusión, desarrollo emocional, arraigo con su territorio y tradiciones, y orgullo por los elementos que les dan identidad. PSVII MS1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 2: PSVII MS1 PP1

La Secretaría de Turismo, en coordinación con el Instituto para la Atención de Adultos Mayores y el Instituto de Asistencia e Integración Social instrumentarán las acciones que permitan acercar a las personas mayores y a las que se encuentren en situación vulnerable al ejercicio de la actividad turística, principalmente en la Ciudad de México.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Autoridad del Espacio Público y la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, así como las Delegaciones Políticas, promoverán las inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones adecuadas para personas con discapacidad que garanticen el acceso y disfrute de los atractivos turísticos.

La Secretaría de Turismo en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Medio Ambiente, así como la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta en su caso y, las Delegaciones gestionará la incorporación de puntos de interés cultural, social y ambiental para desarrollar el turismo social. Asimismo, gestionará ante las dependencias y organismos gubernamentales, la incorporación en sus sitios web, de información referente a los programas de turismo social para grupos vulnerables, así como la promoción de este programa entre su población objetivo, las unidades de género, el Instituto de la Juventud, el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia.

METAS INSTITUCIONALES

I. 1

Contribuir a evitar la exclusión, el maltrato y la discriminación, en los grupos identificados como mayormente discriminados al realizar dos acciones anuales de capacitación en el marco del programa de desarrollo empresarial.

I. 2

Atender a 700 mil personas hasta el año 2018, en el programa “Sonrisas por tu Ciudad”, contribuyendo a la integración, inclusión, desarrollo emocional, arraigo con su territorio y tradiciones, y orgullo por los elementos que les dan identidad.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

I.1 La Dirección General de Servicios Turísticos, de acuerdo a sus atribuciones, instrumentará las acciones de capacitación que tiendan a garantizar el ejercicio de los derechos humanos, la igualdad y no discriminación en coordinación con las Secretarías de Desarrollo Social, de Salud, la Autoridad del Espacio Público, COPRED, INDEPEDI, INJUVE; así como los entes públicos que atienden a estos grupos.

I. 2 La Dirección General de Servicios Turísticos instrumentará las acciones que permitan acercar a las personas mayores y a las que se encuentren en situación vulnerable al ejercicio de la actividad turística, principalmente en la Ciudad de México en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Social, a través del Instituto para la Atención de Adultos Mayores y el Instituto de Asistencia e Integración Social y el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, así como las Delegaciones Políticas, entre otras organizaciones.

La Dirección General de Servicios Turísticos gestionará la incorporación de puntos de interés cultural, social y ambiental para desarrollar el turismo social en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Medio Ambiente, así como la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta en su caso y, las Delegaciones.

Asimismo, gestionará ante las dependencias y organismos gubernamentales, la incorporación en sus sitios web, de información referente a los programas de turismo social para que, durante los fines de semana de todo el año, se atienda a la población de la Ciudad de México en actividades turísticas que le permita interactuar con las expresiones culturales y de naturaleza que conforman el patrimonio turístico de la Ciudad.

La Dirección General de Programas Estratégicos, promoverá las inversiones que tiendan a incrementar las instalaciones adecuadas para que las personas con discapacidad tengan garantizado el acceso y disfrute de los atractivos turísticos, en coordinación con la Autoridad del Espacio Público y la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, así como las Delegaciones Políticas.

INDICADOR INSTITUCIONAL

OBJETIVO DEL INDICADOR:

Medir el avance al periodo en la atención a personas sin acceso a los recursos turísticos de la Ciudad para su integración, inclusión, desarrollo emocional, arraigo con su territorio y tradiciones, y orgullo por los elementos que nos dan identidad a la población de la Ciudad de México.

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
I.1.2	Porcentaje de atención de personas en el Programa "Sonrisas"	(Número de personas atendidas al periodo / Número de personas programadas a atender al 2018)*100	Porcentaje	Resultado	Anual	20.6% año 2013-2014 =(144,384 / 700,000)*100	100% =(700,000 / 700,000)*100

ALINEACIÓN DEL INDICADOR: I.1.1. PGDDF AO1, O1, M3-1; PSVII MS1

II. CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

OBJETIVO 2^o.

Incrementar la productividad de las MIPyMES establecidas en la Ciudad de México a través de programas y modelos encaminados a mejorar las capacidades gerenciales, brindar asistencia técnica, detectar y promover las mejores prácticas e incentivar la innovación tecnológica. PSVI, O2 L10

META SECTORIAL 1: Apoyar por lo menos al 15% de las MIPyMES turísticas, lo que significa atender alrededor de 4 mil empresas entre 2013 y 2018, mejorando la percepción en el consumidor de calidad de los servicios turísticos que se prestan a través de la calificación de los servicios.E3 AO3 O2. PSVII. M2.1

Certificar al 15% de las empresas del sector turístico de los modelos de calidad Moderniza-Distintivo M, Manejo Higiénico de Alimentos-Distintivo H; Modelo de Excelencia Turística del Distrito Federal-MextDF, Punto Limpio, y Tesoro de México.E3 AO6 LA10 PSVI. M1.5

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 1:

La Secretaría de Turismo del Distrito Federal en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades y, el Instituto Nacional del Emprendedor y la Secretaría de Turismo Federal establecerán, de acuerdo a sus atribuciones y ámbitos de competencia, las acciones necesarias para promover la implementación y certificación de las empresas turísticas, la detección y difusión de las mejores prácticas implementadas, así como en la elaboración de un estudio diagnóstico de las necesidades tecnológicas de las MIPyMES turísticas. PSVII ES2 M1 y PSVI O2 M1.1 PP|

META SECTORIAL 2: Promover entre las MIPyMES turísticas los servicios de apoyo y asesoría en su gestión, para su inclusión en los programas de autorregulación ambiental, de crédito y, para la creación de nuevas empresas. PSVII. ES2 MS2

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 2:

De la misma forma, en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y la Secretaría de Protección Civil, impulsará, la participación de los prestadores de servicios turísticos en la evaluación de los programas de riesgo, de autorregulación y los de recuperación ambiental, así como en todos aquellos que permitan la elaboración de diagnósticos y la mejora en la calidad en el servicio y de gestión de las empresas y su relación con el medio ambiente y la Ciudad.

La Secretaría de Turismo implementará medidas entre los empresarios del sector turístico, que comprende a hoteleros, restauranteros, y otros, que permitan posicionar a la Ciudad de México como un productor de servicios de alta calidad a través de instrumentos de capacitación que permitan homologar altos niveles de calidad en la atención al cliente.

META SECTORIAL 3: Promover entre las MIPyMES turísticas de todas las delegaciones del Distrito Federal, los servicios de incubadoras y de financiamiento. E3 AO6 O3 PSVI MS 1-7

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 3:

La Secretaría de Turismo promoverá entre los prestadores de servicios turísticos de la Ciudad de México, incluidos aquellos dedicados a actividades de turismo cultural, las diversas alternativas de financiamiento y acompañamiento con que cuenta el gobierno de la ciudad a través de fondos, fideicomisos y otros instrumentos. PSVII MS 2

META SECTORIAL 4: Capacitar a prestadores de servicios turísticos alternativos. E3 AO4 O2 M1 PSXI MS1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 4: PSXI. MS1. PP.1

La Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, en coordinación con la Secretaría de Turismo, Secretaría de Desarrollo Económico, Secretaría de Medio Ambiente del Distrito Federal, Secretaría de Cultura, Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo; Procuraduría Ambiental y Ordenamiento Territorial, Autoridad Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac, y Milpa Alta, fortalecerá y promoverá el turismo alternativo en comunidades rurales y pueblos originarios del Distrito Federal como un destino turístico nacional e internacional durante 2015-2018.

La Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, en coordinación con la Secretaría de Turismo, Secretaría de Desarrollo Económico y Secretaría de Cultura fortalecerán la capacitación y promoción de financiamiento con equidad de género del turismo alternativo en comunidades rurales y pueblos originarios del Distrito Federal. PSXI. MS1. PP. 1

META SECTORIAL 5: Elaborar un estudio diagnóstico de las necesidades tecnológicas de las MIPyMES por sector o actividad. PSVI M1.1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 5:

La Secretaría de Desarrollo Económico en coordinación con la Secretaría de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal, la Secretaría de Turismo e instituciones académicas elaborará un estudio diagnóstico sobre competencias tecnológicas de las MIPyMES en los principales sectores y actividades económicas de la ciudad, con la finalidad de retroalimentar las necesidades de capacitación de las MIPyMES de la Ciudad. PSVI. M1.1

META SECTORIAL 6: Identificar los trámites, registros y requisitos que se requieren realizar para la apertura y funcionamiento de un establecimiento turístico, con el propósito de facilitar el cumplimiento normativo de los negocios, apoyar la apertura de nuevos y, mejorar el ambiente regulatorio en el que se desarrollan las empresas turísticas y proponer, en su caso, las modificaciones que faciliten el cumplimiento de la ley. PSVII. ES2 MS3

POLÍTICA PÚBLICA META SECTORIAL 6:

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Medio Ambiente, de acuerdo a las atribuciones y ámbitos de competencia de cada una, participarán en la elaboración de un mapa de los trámites que los negocios, en particular los turísticos, tienen que realizar para abrir y mantener en funcionamiento las empresas, así como difundir, entre los prestadores de servicios turísticos, una versión del mapa de trámites, actualizado, con el propósito de facilitar el cumplimiento de sus obligaciones normativas y, disfrutar, en su caso, de los incentivos que la Ciudad otorgue a los empresarios cumplidos. PSVII. ES2. MS3

La Secretaría de Turismo participará en el diseño e implementación del sistema que permita realizar de manera remota los trámites de las empresas turísticas difundiendo las ventajas entre los prestadores de servicios. PSVII ES2 MS3

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Economía y de Turismo Federal, contribuirá a la identificación de las dificultades en el desarrollo de la actividad turística a través de estudios desarrollados para tal efecto. PSVII ES2 MS3

METAS INSTITUCIONALES

II.1

Apoyar a través de la capacitación y acompañamiento en el proceso de certificación, anualmente a alrededor de 600 empresas micro, pequeñas y medianas dedicadas al turismo, para que se reconozca oficialmente la calidad de los bienes y servicios que ofrecen.

A partir de 2015 las empresas serán atendidas tanto en temas de capacitación, como de consultoría, así como de gestión en trámites de financiamiento ante instituciones públicas y sociales. PSVII ES2 M1 M2

II.2

Contribuir a la elaboración del estudio diagnóstico de las necesidades tecnológicas de las MIPyMES turísticas PSVIIES6 META 1.1

II.3

Promover anualmente, en 400 MIPyMES y 200 emprendedores, entre los que se encuentran los egresados de las carreras técnicas y profesionales en Turismo, los programas de incubación y financiamiento a cargo de la Secretaría de Economía.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

II.1 y II.2 La Dirección General de Servicios Turísticos, establecerá de acuerdo a sus atribuciones y ámbitos de competencia, las acciones necesarias para promover la capacitación, implementación y certificación de las empresas turísticas, así como colaborará en la detección y difusión de las mejores prácticas implementadas, y en la elaboración de un estudio diagnóstico de las necesidades tecnológicas de las MIPyMES turísticas, en coordinación con las unidades administrativas correspondientes adscritas a la Secretaría de Desarrollo Económico del Distrito Federal, a la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades y, al Instituto Nacional del Emprendedor y la Secretaría de Turismo Federal

En todos los casos, se cuidará que la atención a las acciones de capacitación y promoción de financiamiento sigan las políticas de equidad de género e incluye a las solicitudes derivadas de la coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades y de la Secretaría de Cultura para fortalecer la capacitación y promoción de financiamiento del turismo alternativo en comunidades rurales y pueblos originarios del Distrito Federal.

II.3 La Dirección General de Servicios Turísticos promoverá, entre las empresas micro, pequeña y mediana, así como entre los egresados de las carreras técnicas y profesionales en Turismo, los servicios de incubación y financiamiento de empresas que presta la Secretaría de Economía, en todas las Delegaciones del Distrito Federal.

III MERCADO DE TRABAJO TURÍSTICO

OBJETIVO 2¹⁰.

Apoyar a las y los estudiantes del nivel medio superior y superior para que adquieran las competencias necesarias que les permita insertarse en el mercado laboral con un empleo acorde a su nivel de preparación¹¹.

META SECTORIAL 1: Establecer un programa de atención dirigido a las y los jóvenes egresados de las escuelas de turismo para apoyar su primer ingreso al mercado de trabajo, para establecer emprendimientos y/o para la constitución de cooperativas vinculadas al sector turístico. E3 AO7 O2 PSVII ES3 MS1

META SECTORIAL 2: Ampliar las alternativas de apoyo institucional que estimulen la formación y el desarrollo de capacidades y habilidades para el trabajo. PSVII ES3 MS2

POLÍTICA PÚBLICA DE LAS METAS SECTORIALES 1 y 2: PSVII ES3 MS1 y MS2.

La coordinación entre la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo y el Instituto de Capacitación para el Trabajo, permitirá acercar los servicios de la Comuna, vinculación, Ferias de Empleo y del Subprograma de Compensación a la Ocupación Temporal (SCOT), a fin de favorecer la incorporación laboral y el primer empleo de mujeres y hombres jóvenes egresados de instituciones de educación media superior y superior de este sector. Adicionalmente, se buscará atender las necesidades de capacitación y certificación laboral en el sector turístico, tanto de jóvenes recién egresados de las escuelas, como de las y los trabajadores que lo requieran.

La Secretaría de Turismo, promoverá y coordinará al grupo de trabajo para la profesionalización de los Recursos Humanos y la calidad de los servicios turísticos y de gastronomía, en coordinación con la Secretaría de Educación del Distrito Federal y la participación de 15 escuelas de educación turística media y media superior, las cámaras y asociaciones de prestadores de servicios turísticos, el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, AC (CENEVAL), el Consejo para la Calidad de la Educación Turística, AC (CONAET), con el propósito de establecer y evaluar las acciones que se establezcan para vincular a la educación con el trabajo.

META SECTORIAL 3: Impulsar durante los próximos cuatro años, mediante estrategias de vinculación entre actores sociales y gubernamentales, el desarrollo de acciones que fomenten o cuenten con al menos una comunidad educativa enfocada a la mejora de la equidad y la calidad de la educación. PSIII M1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 3:

La Secretaría de Educación en coordinación con la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Turismo, el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, el Instituto del Deporte, el Instituto de la Juventud y el Fideicomiso Centro Histórico de la Ciudad de México implementarán acciones para promover el aprecio, ejecución y disfrute de las expresiones artísticas y actividades físicas E1, AO3, O1 PSIII M1 PS VII.

La Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Educación, la Secretaría de Desarrollo Social, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Medio Ambiente, la Secretaría de Turismo, el Instituto de la Juventud, el Instituto de Educación Media Superior, el Fideicomiso del Centro Histórico y el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia, contando con el apoyo del Instituto de las Mujeres y en concurrencia con los gobiernos delegacionales y otros actores institucionales públicos, privados y de la sociedad civil, impulsará acciones que con un enfoque de cultura ciudadana, den atención a poblaciones específicas y sectores sociales prioritarios y contribuyan a la vida cultural de las comunidades y a su desarrollo humano como herramientas para el fortalecimiento del tejido social. E1 AO4 O2 PSIII MS1 PPii

META SECTORIAL 4: Incrementar en al menos un 10% el número de beneficiarios de las acciones para aumentar la cobertura y reducir la deserción escolar en los niveles de educación media superior y superior, en 2018.

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 4:

La Secretaría de Educación en coordinación con la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación, la Secretaría de Turismo, el Instituto de Educación Media Superior, el Instituto de la Juventud, con el apoyo de la Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo y la Secretaría de Desarrollo Económico, y en concurrencia y colaboración con el gobierno federal y otros actores institucionales públicos, privados y de la sociedad civil, promoverá la revisión de acciones para el desarrollo y consolidación de una oferta de educación media superior y superior presencial y a distancia con calidad, a partir de modelos innovadores y atractivos a fin de aumentar la eficiencia terminal y facilitar el tránsito al mercado laboral. E1 AO3 O2. PSIII MS2 PPii.

METAS INSTITUCIONALES

III. 1

Desarrollar un programa de vinculación escuela–empresa que permita a los egresados y a los estudiantes de último año de las escuelas de turismo conseguir su primer trabajo y certificar su competencia laboral, atendiendo a 300 personas al año, dentro del programa de vinculación – empresa a partir de 2015.

III. 2

Promover la realización de un estudio por año relacionado con aspectos sobre vinculación escuela – empresa, tales como bolsa de trabajo, servicio social, prácticas profesionales, becas y revisión de planes de estudio.

III. 3

Aumentar en 5% anual acumulado el número de constancias de competencia laboral expedidas por los organismos certificadores autorizados, a través de la promoción entre los trabajadores de las empresas turísticas. Esto implica, pasar del 3.3% al 18.2% del total de los trabajadores registrados en el año base (242,424 personas)

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

III. 1 y 2. La Dirección General de Servicios Turísticos promoverá en el marco del Comité para la Profesionalización de los Recursos Humanos y la Calidad de los Servicios Turísticos y Gastronómicos y en coordinación con la Secretaría de Educación del Distrito Federal y la participación de escuelas de educación turística, las cámaras y asociaciones de prestadores de servicios turísticos, el Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, AC (CENEVAL), el Consejo para la Calidad de la Educación Turística, AC (CONAET), la elaboración de un programa de vinculación escuela – empresa que atienda aspectos de orientación vocacional, becas, servicio social, prácticas profesionales, bolsa de trabajo y seguimiento de egresados principalmente, así como la realización de los estudios correspondientes, con el propósito de subsanar los requerimientos de cuadros especializados en el Sector Turístico y generar oportunidades que detonen nuevos emprendedores.

La Dirección General de Servicios Turísticos, en el Comité para la Profesionalización de los Recursos Humanos y la Calidad de los Servicios Turísticos y Gastronómicos, facilitará la interacción entre distintos actores, en la revisión de los planes de estudio de las escuelas de educación superior del sector turismo a fin de brindar una orientación responsable y ética a los jóvenes aspirantes, con el propósito de abatir los índices de deserción.

III. 3. La Dirección General de Servicios Turísticos acercará los servicios de vinculación, Ferias de Empleo y del Subprograma de Compensación a la Ocupación Temporal (SCOT), en coordinación con la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo y el Instituto de Capacitación para el Trabajo, a fin de favorecer la incorporación laboral y el primer empleo de mujeres y hombres jóvenes egresados de instituciones de educación media superior y superior de este sector. Adicionalmente, buscará atender las necesidades de capacitación y certificación laboral en el sector turístico, tanto de jóvenes recién egresados de las escuelas, como de las y los trabajadores que lo requieran.

IV SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

OBJETIVO 9

Diseñar e implementar un sistema de información económica propio de la Ciudad de México, cuyos indicadores definan tendencias, prospectivas y la detección de polígonos de inversión, para apoyar la toma de decisiones del gobierno en materia de planes y programas de desarrollo económico, y del sector privado en materia de inversiones. E3 AO6 O9

META SECTORIAL 1: Ampliar y consolidar el Sistema de Información Turística de la Ciudad de México, incorporando un indicador de inversión, tanto pública como privada del sector turismo, actualizándolo trimestralmente con el propósito que permita en el corto, mediano y largo plazos, su utilización continua para generar alertas tempranas sobre su comportamiento y, en relación con otros indicadores, y detectar oportunidades de inversión en la economía local, por sector de actividad económica y por espacio territorial. PSVII ES4 MS1 y PSVI O9 M1.3

META SECTORIAL 2: Crear e incorporar la información del mercado laboral al Sistema de Información económica y turística, con estándares internacionales para la Ciudad de México, con el fin de determinar las condiciones de vida de los trabajadores del DF, alineados con el concepto de trabajo decente. PSVII ES4 MS1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LAS METAS SECTORIALES 1 Y 2:

La Secretaría de Turismo con la participación del INEGI, el Banco de México, instituciones de educación superior y organizaciones empresariales creará nueva información económica en la Ciudad de México, sobre la inversión, pública y privada, el mercado de trabajo y la situación de los trabajadores, con objetivos y metodologías con estándares internacionales, para su publicación y la formulación de indicadores oportunos, así como impulsar la estimación de la Cuenta Satélite de Turismo para el Distrito Federal.

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, establecer el indicador sobre inversión en el sector turístico, distinguiendo sus componentes públicos y privados y actualizarlos al menos trimestralmente. Asimismo, establecer un grupo de trabajo con el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI, para generar la Cuenta Satélite de Turismo del Distrito Federal.

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico y la de Trabajo y Fomento al Empleo, se establecerá la metodología para la construcción de los indicadores del mercado laboral turístico en la Ciudad de México. PSVII. ES4 MS1 y PSVI, E1, AO7, O1 M3.3

META SECTORIAL 3: Mejorar en los siguientes cuatro años las estrategias de información y comunicación artística y cultural de la Ciudad de México, a través del uso, aprovechamiento e implementación de las tecnologías de la información y comunicación. E1.AO4.O3.M1 PSIII. MS1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 3:

La Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Ciencia y Tecnología, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Turismo, el Fideicomiso Centro Histórico en concurrencia con los gobiernos delegacionales, el gobierno federal y otros actores institucionales públicos, privados y de la sociedad civil, promoverá el uso de las tecnologías de la información y de las comunicaciones aplicadas a la cultura, con el propósito de enriquecer los procesos de participación y la oferta cultural de la Ciudad de México. E1 AO4 O5 MS1 PPii

La Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Medio Ambiente, el Fideicomiso Centro Histórico y en concurrencia con los gobiernos delegacionales, el gobierno federal y otros actores institucionales públicos, privados y de la sociedad civil, fomentará la investigación y protección del patrimonio cultural y natural de la ciudad, con el propósito de fortalecer los vínculos de identidad, así como la apropiación de la herencia cultural y de la cultura contemporánea de la población capitalina. E1 AO4 O3 MS1 PP i

La Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Secretaría de Turismo, la Secretaría de Medio Ambiente, los Fideicomisos Centro Histórico, del Fideicomiso Museo de Arte Popular Mexicano, el Fideicomiso del Museo del Estanquillo y en concurrencia con los gobiernos delegacionales, el gobierno federal y otros actores institucionales públicos, privados y de la sociedad civil, desarrollará procesos de divulgación del patrimonio cultural y natural de la ciudad, con el propósito de fortalecer el sentido de identidad local y nacional E1 AO4 O3 MS1 PP i

METAS INSTITUCIONALES

IV.1

Mantener y operar el sistema de información turística, publicando sus resultados: los Indicadores básicos de la actividad Turística publicación mensual y la Encuesta del perfil del turista que visita a la Ciudad de México. Publicación anual.

IV.2

Ampliar y consolidar el Sistema de Información Turística de la Ciudad de México, incorporando a partir del 2015, los indicadores de mercado de trabajo y de inversión, generando los indicadores trimestralmente y, estudios pertinentes al desarrollo de la actividad, anualmente: Indicadores y estudios de comportamiento y características del mercado de trabajo turístico; Indicadores de inversión pública y privada en el turismo; Estudio de comportamiento de mercados emisores

IV.3

Participar en la generación de las metodologías y los insumos requeridos para el establecimiento de los indicadores de inversión y de mercado de trabajo, así como para la estimación de la Cuenta Satélite de Turismo para el Distrito Federal.

IV.4

Incorporarla información y comunicación artística y cultural de la Ciudad de México, para promoción del turismo con fines culturales.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

IV.1 La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico (DGPDT) realizará el monitoreo diario de la llegada de turistas nacionales e internacionales a hoteles en la Ciudad de México, en coordinación con los prestadores de servicios del Distrito Federal.

De la misma forma, realizará el estudio del Perfil del Turista que visita la Ciudad de México, publicado desde 2008 en coordinación con una institución de educación superior.

Esta Dirección General integrará la información que permita medir la afluencia de viajeros visitantes a la Ciudad de México, solicitando la información en las fuentes que la generan: en coordinación con el la Dirección General de Aeronáutica Civil, La Dirección General de Autotransporte Federal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el Sistema Integral de Operación Migratoria (SIOM) de la Secretaría de Gobernación o en fuentes que la elaboran: la Secretaría de Turismo Federal, el Consejo de Promoción Turística de México, y el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), entre otras dependencias federales, así como la Secretaría de Movilidad del Distrito Federal y el Sistema de Transporte Colectivo Metro, Metrobús, entre otras del gobierno de la Ciudad.

IV.2 La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, desarrollarán los estudios de comportamiento de los mercados emisores de turistas al Distrito Federal, en coordinación con la Secretaría de Turismo Federal y el Consejo de Promoción Turística de México.

IV.3 La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico apoyará el establecimiento de la metodología para incorporar los indicadores del mercado de trabajo turístico a la información publicada para la actividad, en coordinación con la Secretaría de Trabajo y Fomento al Empleo en comunicación con el INEGI y la Secretaría de Desarrollo Económico. PS VI, E1, AO7, L10, M3.3

La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico participará, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico y el INEGI en el grupo de trabajo para desarrollar la metodología para los trabajos de los indicadores de inversión y la Cuenta Satélite de Turismo en el Distrito Federal. PS VI, E3, AO6, O9, M1.3

IV.4 La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, apoyará la difusión a través de las tecnologías de comunicación de los contenidos artísticos y culturales que puedan resultar interesantes para el turismo cultural seleccionada por la Secretaría de Cultura con el propósito de fortalecer el sentido de identidad local y nacional, el derecho a la memoria, la convivencia y el reconocimiento de la diversidad. PSIII. E1, AO4, O3, M1, PP i, ii.

V AMPLIAR Y MEJORAR LA OFERTA TURÍSTICA

OBJETIVO 1

Proteger y conservar los ecosistemas, así como mejorar y fortalecer los sistemas productivos tradicionales y agroecológicos para la preservación de los recursos naturales y genéticos del suelo de conservación, mediante sistemas que mejoren el ingreso y la calidad de vida de las familias rurales. E3. AO4. O1

OBJETIVO 2

Establecer un proceso de generación y distribución de riqueza en la zona rural de la Ciudad de México, que promueva la competitividad y mejora continua de los procesos productivos en el marco de la sustentabilidad y figura asociativas, cooperativas y de autoempleo vinculados con actividades agroforestales, agropecuarias, piscícolas y turísticas, integrando las cadenas productivas. E3 AO4. O2

OBJETIVO 3

Promover la creación y financiamiento de MIPyMES en las industrias ligeras, como es el caso del turismo y de servicios de alto valor agregado. E3. AO6.

META SECTORIAL 1: Fomentar y promover el desarrollo de productos turísticos con motivo de salud y bienestar, así como impulsar el turismo de naturaleza, y la consolidación del turismo cultural y de negocios. E3 AO6 O3 M3. PSVII ES5 MS1; E3. AO4. O2. PSXI. Productividad Rural Sustentable. MS2 y E1 AO2 O2, PSII MSC1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 1:

1.1 La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Salud, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad de las Comunidades y Secretaría de Desarrollo Económico revisarán el marco jurídico para establecer las condiciones que permitan el desarrollo de productos turísticos relacionados con salud y bienestar e impulsar el turismo de naturaleza, así como la realización de estudios y análisis de mercados para definir las características y estrategias de comercialización más adecuadas. PSVII ES5 MS1 PP1

1.2 Coordinada por la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad de las Comunidades y la Secretaría de Desarrollo Económico, se establecerán las acciones necesarias para implementación de un modelo redistribuidor de la riqueza, así como de mejora y aprovechamiento de espacios en la Ciudad, dentro de las funciones y atribuciones de la Secretaría de Turismo. E3, AO4 O2 M1 PSXI MS1. AE. 1 y 2. PSVII ES5 MS1 PP2

1.3 En coordinación con la Secretaría de Cultura, desarrollar acciones para aprovechar los espacios culturales tradicionales y de cultura urbana, brindando en ellos una oferta atractiva para los visitantes PSVII ES5 MS1 PP3

META SECTORIAL 2: Apoyar proyectos productivos que contribuyan a la creación de rutas patrimoniales y fortalecimiento de proyectos productivos para el turismo alternativo en el Distrito Federal. E3 AO4 O2 M1 PSXIMS1 y en E3 AO6 O3 PSVI. M1.8

POLÍTICA PÚBLICA SECTORIAL DE LA META SECTORIAL 2:

La Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, en coordinación con la Secretaría de Turismo, Secretaría de Desarrollo Económico y Secretaría de Cultura fortalecerán la capacitación y promoción de financiamiento con equidad de género del turismo alternativo en comunidades rurales y pueblos originarios del Distrito Federal. PSXI MS1

La Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, la Secretaría de Turismo y la Secretaría de Cultura impulsarán el turismo alternativo, las rutas patrimoniales de las zonas rurales con la creación de vías de comunicación, difusión y capacitación así como el desarrollo de la economía de los productores y artesanos que están vinculados con el tema turístico, asimismo el fomento de esta actividad contribuirá a que la ciudad difunda estas actividades se fortalezca el turismo extranjero. PSVI. M1.8

METAS INSTITUCIONALES**V.I**

Diseñar 4 productos turísticos al 2018, susceptible de demanda, difusión y comercialización.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

La Dirección General de Programas Estratégicos, establecerá las características y la metodología para el diseño de los productos turísticos entendidos como los encadenamientos de servicios que diversifican la experiencia del viaje y que, adoptados por los prestadores de servicios turísticos, son susceptibles de promoción, difusión y comercialización en los mercados nacionales e internacionales, en coordinación con la Secretaría de Salud, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades,

Las Direcciones Generales del Instituto de Promoción Turística y de Programas Estratégicos, establecerán las estrategias de comercialización, y presentaciones de los productos turísticos por segmento a desarrollar, en coordinación con las Secretarías de Salud, la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, así como de los comercializadores de servicios turísticos.

INDICADORES INSTITUCIONALES:

Objetivo del Indicador: Conocer el número productos turísticos diseñados.

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
V.1	Nuevos Productos Turísticos incorporados en la oferta de la Ciudad de México	Número de Productos turísticos diseñados al periodo	Número de productos turísticos	Resultado	Anual	1	4

ALINEACIÓN DE LOS INDICADORES: E3, AO6, O3, M2, L6

VI CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE PRESTA LA CIUDAD**OBJETIVO 1**

Consolidar, en conjunto con los distintos órdenes de gobierno, un sistema integral de Protección Civil capaz de responder en forma efectiva ante los riesgos naturales y antropogénicos respecto a los cuales la Ciudad se encuentra vulnerable. E2 AO6 O1 M1

OBJETIVO 3

Promover la creación y financiamiento de MIPyMES en las industrias ligeras, como es el caso del turismo y de servicios de alto valor agregado. E3 AO6 O3

OBJETIVO 6

Garantizar el reconocimiento multicultural de la Ciudad de México, a través de programas incluyentes que propicien la cooperación y el respeto mutuo de los diversos actores nacionales e internacionales. E1. AO4. O6

META SECTORIAL 1: Mejorar la cobertura y calidad de los servicios de información para facilitar el acceso y la planeación de la visita a los atractivos y recursos turísticos de la Ciudad, contribuyendo a la mejora de la calificación de los servicios que presta la Ciudad de México a los turistas. E3 AO6 O3. y relacionado con E5 AO3 O1 PSVII ES6 MS1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 1: E3 AO6 PSVII ES6 MS1

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Transporte y Vialidad establecerá un programa de atención al turista que entre otras, incluya la tarjeta multimodal, la capacitación a los operadores del transporte de primer contacto en el trato y manejo de información.

En coordinación con la Oficialía Mayor, establecerá el programa para migrar la red de información turística a las tecnologías de información para ampliar la capacidad de atención y la calidad de información que se proporciona al turista de acuerdo a sus necesidades y propósitos.

En coordinación de la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Secretaría de Movilidad establecerá un programa para la señalización turística que responda a las necesidades de los turistas.

En coordinación con la Secretaría de Cultura, la Autoridad del Centro Histórico, el Fideicomiso del Centro Histórico, los Museos, y los prestadores de servicios turísticos, mantener la publicación de las actividades actualizadas que pudieran ser de interés para el turista.

META SECTORIAL 2: Implementar en los siguientes 3 años al menos 4 estrategias orientadas a generar una cultura de la denuncia por parte de las y los habitantes de la Ciudad de México. E2 AO4 O3. PSIV MS 1B

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 2:

La PGJDF en conjunto con la SSPDF y el Inmujeres-DF implementarán jornadas de acercamiento con la población en diversos puntos de la Ciudad. Al respecto, la Secretaría de Turismo dará a conocer ampliamente a turistas y visitantes las formas y lugares en los cuales se presentan las denuncias. PP3

META SECTORIAL 3: Generar los mecanismos e instrumentos de coordinación para la prevención y respuesta efectiva en materia de protección civil en los distintos niveles: individual, familiar, social y gubernamental. E2 AO6 O1 PSV MS 1.1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 3: E2 AO6 O1

La Secretaría de Protección Civil en coordinación con la Secretaría de Turismo del Distrito Federal crearán y difundirán un protocolo específico para la atención de turistas nacionales e internacionales en caso de desastre natural o contingencia; tomando en consideración las necesidades de grupos vulnerables, así como la equidad de género. PSV MS 1.1 PP 12

META SECTORIAL 5: Implementar al menos tres estrategias de acciones que favorezcan la cooperación y el intercambio cultural entre diferentes instancias y agentes culturales a nivel nacional e internacional, a partir del reconocimiento de la corresponsabilidad entre instituciones y ciudadanía como elemento para el desarrollo de las políticas culturales de la ciudad, en los siguientes cuatro años. E1 AO4 O6 PS III MS1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 5:

La Secretaría de Cultura en coordinación con la Secretaría de Turismo impulsará acciones para fortalecer el turismo cultural en la capital, a partir de estrategias de promoción y fomento cultural, con el objetivo de generar sinergias para el desarrollo de ambos sectores. PSIII MS1 PP iv. Relacionada con PS I, MS 3-1

META INSTITUCIONALES:**VI.7****SEGURIDAD PARA EL TURISTA Y VISITANTE**

- 1) Formular cada año una campaña de difusión permanente para promover entre los turistas y los visitantes a la Ciudad, los contactos y servicios que brinda la SSP y la PGJDF.
- 2) Apoyar en el diseño de un protocolo de atención a los turistas de la Ciudad de México, en caso de desastre o emergencia.
- 3) Promover entre los turistas y los visitantes a la Ciudad las características del protocolo de seguridad ante desastres o contingencias naturales.
- 4) Participar en la capacitación de los elementos de la policía turística.
- 5) Apoyar las estrategias desarrolladas orientadas a generar una cultura de la denuncia por parte de las y los habitantes de la Ciudad de México y difundirlas entre los turistas y visitantes.
- 6) Diseñar, producir, difundir y operar programas de asistencia y orientación en casos de emergencia, al turismo nacional e internacional, así como a los prestadores de servicios turísticos, acerca de los contactos y servicios que brindan la Secretaría de Seguridad Pública, la Procuraduría General de Justicia, el Consejo Ciudadano de Seguridad y Procuración de Justicia, la Secretaría de Protección Civil y otras instancias, relacionadas con esos temas.

VI. 8 INFORMACIÓN

Digitalizar 16 módulos de información turística al año 2018.

VI.9 INFORMACIÓN - MOVILIDAD

Promover y coadyuvar en el proyecto de señalización turística de la Ciudad de México en vialidades y zonas peatonales identificadas en por lo menos una zona turística al año.

VI.10 TRANSPORTE

Promover y coadyuvar en el proyecto de tarjeta multimodal de transporte para turistas y visitantes.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

VI.7 La Dirección General de Servicios Turísticos en coordinación con la Secretaría de Seguridad Pública y la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, participarán en la capacitación y los contenidos y las formas de promoción y difusión más apropiadas para los servicios de la policía turística.

La Dirección General de Servicios Turísticos en coordinación con la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal, mantendrán el programa para prevenir, combatir y erradicar la trata de personas, así como la promoción del servicio de Ministerio Público virtual.

La Dirección General de Servicios Turísticos, elaborará en 2015 una propuesta de protocolo de orientación y asistencia para los visitantes a la Ciudad de México para casos de emergencia, que será difundido una vez que cuente con la revisión y autorización de las autoridades competentes. Previo a su difusión se dará a conocer a las empresas de servicios turísticos para su adecuada instrumentación. Con la colaboración de la Secretaría de Protección Civil y de las cámaras y asociaciones empresariales, se conformará un Comité de Trabajo que coordinará simulacros y evaluaciones anuales de su aplicación.

VI.8 La Dirección General de Programas Estratégicos, la Dirección General de Servicios Turísticos en coordinación con la Oficialía Mayor, desarrollan la estrategia de actualización de los contenidos de los módulos de información turística digitales.

La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico en coordinación con la AGEP y las Secretarías de Seguridad Pública y de Movilidad, mantendrán actualizada en el sitio web la información de la red de servicio de transporte público que presta la Ciudad.

VI.9 La Dirección General de Programas Estratégicos, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, y la Autoridad del Espacio Público diseñarán la señalización turística, con estándares internacionales, en las zonas seleccionadas. En coordinación con la Secretaría de Movilidad del Distrito Federal y la Secretaría de Obras y Servicios diseñarán la señalización turística en las vialidades para las zonas turísticas, con estándares internacionales.

VI.10 La Dirección General de Programas Estratégicos apoyará el proyecto de una tarjeta multimodal de transporte, desarrollado en la Secretaría de Movilidad.

INDICADOR INSTITUCIONAL:

OBJETIVO: Conocer el avance de la introducción de nuevas tecnologías en la promoción turística

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
VI.8.	Módulos de Información turística digitalizados	(Número de módulos de Información turística digitalizados al periodo	Número / Módulos	Gestión	Anual	4 año 2015	16

ALINEACIÓN DEL INDICADOR: VI8.1: E3 AO5 O3 PSVII ES6 MS1

VII POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO

OBJETIVO 1

Construir un gobierno inteligente, abierto, ágil y flexible, que utilice los más avanzados sistemas administrativos y tecnológicos para promover la eficacia gubernamental y hacer un uso más eficiente de los recursos públicos E5. AO3

OBJETIVO 3

Promover la creación y financiamiento de MIPyMES en las industrias ligeras, como es el caso del turismo y de servicios de alto valor agregado. E3. AO6

META SECTORIAL 1: Promover a la Ciudad de México como destino turístico, realizando cada año 2 campañas, la nacional y la internacional, participando en ferias, incrementando la penetración de las Tecnologías de Información y Comunicación como instrumentos de promoción, empleando la marca ciudad. PSVII ES6 MS1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 1:

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Coordinación General de Asuntos Internacionales del Distrito Federal, promoverá a la Ciudad de México, como destino turístico cultural, de bienestar, educativo, de ecoturismo y de negocios, desarrollando los estudios de comportamiento de los mercados emisores, incluyendo la incorporación del uso intensivo de tecnologías de información PSVII ES6 MSI PP1.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Coordinación General de Comunicación Social del Distrito Federal, el Fondo Mixto de Promoción Turística, la Coordinación de Asuntos Internacionales y, el Consejo de Promoción Turística de México, gestionará la presencia de la Marca Ciudad en las promociones de la Ciudad como estrategia de posicionamiento y diferenciación. PSVII ES6 MSI PP2.

META SECTORIAL 2: Establecer a la Ciudad de México como una de las principales sedes de grandes eventos y receptoras de la industria del turismo de reuniones en el mundo durante el periodo 2014- 2018. PSVII ES6 MS2

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 2:

El Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal promoverá a la Ciudad de México como sede para la realización de grandes eventos. PSVII ES6 MS2 PP1

METAS INSTITUCIONALES

VI. 1 DISFRUTA

Consolidar la relación con los socios estratégicos del Programa Disfruta Ciudad de México: para contar con mínimo de 4 paquetes por segmento de un año de vigencia y, en apoyo, establecer un micrositio del Programa con enlace para la venta de paquetes a través de touroperadores a partir del 2015.

VI.2 CAMPAÑAS

Incrementar en un 5% al 2018, la afluencia de pasajeros a la Ciudad de México, provenientes de las sedes donde se realizó la campaña internacional de promoción del “Programa Raíces” para el segmento México-Americano residente en los EUA con dos componentes, segmento de turismo de lujo y otra de imagen institucional.

Realizar anualmente 1 campaña bipartita nacional e internacional entre el CPTM – CDMX, de venta dura promocionando a la Ciudad de México como destino turístico.

Realizar anualmente 1 campaña tripartita nacional e internacional entre el CPTM – CDMX – Socios Comerciales, de venta dura promocionando a la Ciudad de México como destino turístico.

Impulsar el Programa Raíces para promover al DF como destino turístico entre la población México – americana en ciudades seleccionadas de la Unión Americana.

VI. 3 EVENTOS A NIVEL INTERNACIONAL

Participar en al menos un evento anual de proyección internacional para posicionar a la Ciudad de México a nivel internacional

VI. 4 RELACIONES PÚBLICAS

Participar como anfitriones por lo menos en 10 viajes de familiarización de actores relevantes de turismo, tanto del interior de la República, como de procedencia internacional

VI. 5 FERIAS

Participar en 8 ferias turísticas internacionales y nacionales al año promocionando la oferta turística de la CDMX.

VI.6 PROMOCIÓN DE SEGMENTOS Y NUEVOS PRODUCTOS

Contribuir a la promoción del turismo alternativo, de las actividades culturales y a la promoción de la Ciudad a nivel nacional e internacional.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

VI.1 “Disfruta”: La Dirección General del Instituto de Promoción Turística, desarrollará productos y/o paquetes turísticos enfocados a la promoción integral de la Ciudad de México, particularmente los fines de semana, fines de semana largos y los periodos vacacionales de semana santa, verano e invierno, en coordinación con los socios estratégicos del Programa.

VI.2 Campañas: La Dirección General del Instituto de Promoción Turística participará anualmente en el Programa de Publicidad Cooperativa con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM).

La Dirección General del Instituto de Promoción Turística, diseñará las campañas de promoción de la CDMX, definiendo sus características y medios de promoción con la Coordinación General de Asuntos Internacionales, la Coordinación de Comunicación Social, el Fondo Mixto de Promoción Turística y el Consejo de Promoción Turística de México.

VI.3 Eventos: La Dirección General del Instituto de Promoción Turística participará en la difusión de los eventos de proyección internacional para posicionar a la CDMX como destino turístico en coordinación con el Instituto del Deporte, el Instituto de la Juventud entre otras entidades.

VI. 4 Relaciones Públicas: La Dirección General del Instituto de Promoción Turística, promoverá el turismo hacia la Ciudad de México en eventos relevantes, en coordinación con la Coordinación de Asuntos Internacionales y en asociación con los socios estratégicos del sector de turismo y servicios de la iniciativa privada.

VI. 5 Ferias: La Dirección General del Instituto de Promoción Turística participará en los eventos propuestos para promocionar el destino turístico, en coordinación con el CPTM, Cámaras y Asociaciones

VI.6 La Dirección General del Instituto de Promoción Turística, apoyará para establecer las acciones de promoción del turismo alternativo en comunidades rurales y pueblos originarios del Distrito Federal a la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico, Secretaría de Medio Ambiente del Distrito Federal, Secretaría de Cultura, Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo; Procuraduría Ambiental y Ordenamiento Territorial, Autoridad Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac, y Milpa Alta.

INDICADOR INSTITUCIONAL:

OBJETIVO: Conocer el porcentaje de los pasajeros provenientes de las sedes del Programa “Raíces”

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
VI.2	Porcentaje de los pasajeros provenientes del Programa Raíces	(Número de Pasajeros en los vuelos a la Cd. de México provenientes de las sedes del Programa Raíces al periodo / Número de Pasajeros en los vuelos a la Ciudad de México provenientes de las sedes del Programa Raíces programados al 2018) *100)	Porcentaje	Gestión	Anual	78% año 2013 (1,252,859 /1,599,001) *100	100% (1,599,001 /1,599,001) *100

ALINEACIÓN DEL INDICADOR: E3 AO6 O3 PSVII ES 6 MS1

VIII DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA**OBJETIVO 1**

Orientar el desarrollo urbano hacia una ciudad compacta, dinámica, policéntrica y equitativa que potencie las vocaciones productivas y que fomenten la inversión, para alcanzar un patrón de ocupación eficiente que induzca la redistribución de la población a zonas que combinen los diversos usos de suelo, mejore la infraestructura pública, aproxime el empleo y los hogares a las redes de transporte público y propicie la equidad territorial. E4 AO 1 O1¹²

OBJETIVO 2

Diseñar e implementar un modelo generador y distribuidor de la riqueza basado en asociaciones estratégicas entre los sectores gubernamentales, académicos, empresariales y organizaciones sociales. E3 AO5

META SECTORIAL 1: Apoyar por lo menos tres proyectos turísticos con la participación activa del sector privado y público a través de coinversión, para el desarrollo de bienes y servicios con la especialidad en infraestructura y espacios turísticos que logren la plusvalía del patrimonio público y la inversión extranjera. E3 AO5 O1 L10 PSVI. M2.8

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 1:

La Secretaría de Desarrollo Económico en coordinación con la Secretaría de Turismo y Calidad de Vida, Progreso y Desarrollo para la Ciudad de México, S.A. de C.V. gestionarán proyectos con la finalidad de aprovechar los espacios públicos y turísticos en la Ciudad de México, que permitan proyectar a una ciudad de vanguardia y dinámica frente a otras ciudades del mundo. PSVI. M2.8 PP1

META SECTORIAL 2: Identificar al menos tres Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable de la Ciudad, para promover su declaratoria formal. PSVII ES8 MS1

POLÍTICA PÚBLICA DE LA META SECTORIAL 2:

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda elaborará la metodología que permita identificar las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

La Secretaría de Turismo, en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda y la Autoridad del Espacio Público, y en su caso, de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Autoridad del Centro Histórico, la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta buscará identificar y establecer los puntos, sitios, corredores y polígonos para el mejoramiento o desarrollo de la infraestructura turística de la Ciudad, para el fomento y la promoción de actividades turísticas.

META SECTORIAL 3: Integrar al menos los planes maestros en 2 zonas de desarrollo turístico antes del 2018 que identifiquen puntos, nodos y corredores o la necesidad de crearlos en las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable. PSVII ES8 MS2

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 3: E4 AO1 O1 PSVII MS2

De la identificación se promoverá, gestionará e implementarán los planes maestros de desarrollo, de zonas, corredores y puntos turísticos susceptibles a ser modernizados integralmente, considerando su integración con el entorno urbano, comercial y de servicio, cultural y turístico.

Incorporarán, en la coordinación para la creación de los planes maestros, en su caso, a la Secretaría de Desarrollo Económico, a la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, a la Autoridad del Centro Histórico, a la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta y a la Autoridad del Espacio Público.

METAS INSTITUCIONALES

VII. 1

Apoyar en la identificación de un proyecto turístico para su desarrollo a través de la coinversión.

VII.2

Realizar un documento de análisis y sistematización de la información existente para elaboración de la metodología que identifique a las Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

VII.3

Identificar las intervenciones requeridas en por lo menos dos corredores para la integración de los planes maestros de desarrollo turístico.

VII.4

Integrar 4 proyectos de equipamiento urbano en corredores turísticos al año 2018

POLÍTICA PÚBLICA INSTITUCIONAL:

La Dirección General de Programas Estratégicos en coordinación con Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, la Autoridad del Espacio Público, y en su caso, de la Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades, la Autoridad del Centro Histórico, la Autoridad de la Zona Patrimonio Mundial Natural y Cultural de la Humanidad en Xochimilco, Tláhuac y Milpa Alta y las delegaciones políticas realizan la identificación de proyectos y/o intervenciones en común, para optimizar los esfuerzos de infraestructura y equipamiento urbano y turístico.

INDICADOR INSTITUCIONAL

OBJETIVO Seguir el avance en los proyectos de equipamiento turístico al 2018

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
VII.4	Proyectos de equipamiento turístico urbano	Número de proyectos de equipamiento turístico urbano integrados al periodo	Número / proyectos	Gestión	Anual	1 año de 2015	4

ALINEACIÓN DEL INDICADOR: E4 AO1 O1 PSVII ES8 MS3

IX GESTION DE DESTINO

OBJETIVO 1

Impulsar el crecimiento de las fuentes propias de financiamiento para contar con los recursos necesarios y las condiciones de sustentabilidad que garanticen una adecuada provisión de bienes y servicios públicos así como la continuidad de programas sociales, al tiempo que favorezcan un ambiente óptimo para la inversión y el crecimiento económico de la Ciudad de México. E5 AO 5

OBJETIVO 1

Construir un gobierno inteligente, abierto, ágil y flexible, que utilice los más avanzados sistemas administrativos y tecnológicos para promover la eficacia gubernamental y hacer un uso más eficiente de los recursos públicos. E5 AO3 O1

META SECTORIAL 1: Instrumentar el Registro Turístico del Distrito Federal, alineado al Registro Turístico Nacional, obligatorio para los prestadores de servicios de acuerdo a la Ley General de Turismo. PSVII MS1 E5 AO5 O1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 1:

En coordinación con los prestadores de servicios turísticos, la Secretaría de Finanzas, el Instituto Nacional de Geografía e Informática y la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, mantener actualizado el Sistema de Información Turística con la incorporación del Registro de Prestadores de Servicios Turísticos al Registro Nacional Turístico, de conformidad con la Ley General de Turismo

META SECTORIAL 2: Incorporar el Sistema de Información Turística al sistema estadístico y de información de la Ciudad de México y la Zona Metropolitana del Valle de México, que genere insumos para fortalecer los diagnósticos de las problemáticas de la Ciudad. PSVII ES7 MS1 E5 AO3 O1

POLÍTICAS PÚBLICAS DE LA META SECTORIAL 2:

En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, con la Secretaría de Transporte y Vialidad y con la Secretaría de Gobierno del Distrito Federal, contribuir a los estudios de movilidad en la Zona Metropolitana del Valle de México con el propósito de realizar actividades turísticas, para determinar su volumen, actividades que impactan y su relación con la actividad social, cultural y recreativa de la Ciudad de México.

META SECTORIAL 3: Establecer servicios digitales oportunos, eficaces y eficientes, así como sistemas informáticos orientados a la atención del visitante de la Ciudad de México y a los prestadores de servicios turísticos, generando aplicaciones descargables del sitio web de la Secretaría de Turismo del Distrito Federal. PSVII MS2 E5 AO3 O1

POLÍTICAS PÚBLICAS META SECTORIAL 3:

En coordinación con la Oficialía Mayor incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación en la atención a visitantes de la Ciudad de México y en la atención a los trámites que ante la Secretaría se realizan.

METAS INSTITUCIONALES

VIII. 1

Mantener el Registro Turístico del Distrito Federal actualizado y en línea, expidiendo constancias de registro a los prestadores de servicios que lo soliciten, publicando por tipo de servicios el número de prestadores de servicios registrados.

VIII. 2

Incorporar el Sistema de Información Turística al sistema estadístico y de información de la Ciudad de México y la Zona Metropolitana del Valle de México.

VIII. 3

Alcanzar en el año 2018 los 2.5 millones de visitas a la página web de la SECTURDF.

POLÍTICAS PÚBLICAS INSTITUCIONALES

VIII.1 REGISTRO TURÍSTICO: En coordinación con los prestadores de servicios turísticos, la Secretaría de Finanzas, el Instituto Nacional de Geografía e Informática y la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, mantener actualizado el Sistema de Información Turística con la incorporación del Registro de Prestadores de Servicios Turísticos al Registro Nacional Turístico, de conformidad con la Ley General de Turismo.

VIII.2 SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA En coordinación con la Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda, con la Secretaría de Movilidad y con la Secretaría de Gobierno del Distrito Federal, contribuir a los estudios de movilidad en la Zona Metropolitana del Valle de México con el propósito de realizar actividades turísticas, para determinar su volumen, actividades que impactan y su relación con la actividad social, cultural y recreativa de la Ciudad de México.

VIII.3 SERVICIOS DIGITALES: En coordinación con la Oficialía Mayor, el Consejo de Promoción Turística de México para incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación en la promoción de las actividades turísticas en el DF, la atención a visitantes de la Ciudad de México y, en la atención a los trámites que ante la Secretaría se realizan, con el objeto de fortalecer la promoción de los atractivos arquitectónicos, culturales y las diversas manifestaciones artísticas, deportivas y facilidades que ofrece la Ciudad de México al turista nacional e internacional a través de mejores contenidos de la página web y de las redes sociales, lo que favorecerá el incremento de usuarios de las mismas.

INDICADORES INSTITUCIONALES

OBJETIVOS:

VIII.1 Seguir las características del Registro Turístico del Distrito Federal: actualizado, publicado, emisión de constancias de registro y trámite en línea.

VIII.2 Cobertura en la promoción de los recursos turísticos del DF entre visitantes potenciales y, habitantes de la CDMX

Meta Institucional	Nombre del indicador	Fórmula	U de medida	Tipo	Periodicidad	Línea Base	Meta
VIII.1	Características de la operación del Registro Turístico del Distrito Federal	$((C1 + C2 + C3 + C4) / 4) * 100$	Porcentaje	Resultados	Anual	2014=100%	100%

VIII.2	Visitantes a la página web de la Secretaría de Turismo	Número de visitas a la página web de la Secretaría de Turismo en el periodo	(Número de visitas) /	Resultado	Anual	1,797,185 año 2013	2,500,000 año 2018
--------	--	---	-----------------------	-----------	-------	--------------------	--------------------

ALINEACIÓN DE LOS INDICADORES: VIII.1 E5 AO5 O1 PSVII ES9; VIII.2 E5 AO3 O1 PSVII ES9

PROGRAMAS SECTORIALES PUBLICADOS

PROGRAMA SECTORIAL DE	FECHA DE PUBLICACIÓN
I. Desarrollo Social con Equidad e Inclusión	21 de Octubre 2014
II. Salud	27 de Octubre 2014
III. Educación y Cultura	27 de Octubre 2014
IV. Seguridad Ciudadana	21 de Octubre 2014
V. Protección Civil	21 de Octubre 2014
VI. Desarrollo Económico y Empleo	27 de Octubre 2014
VII: Turismo	15 de Octubre 2014
VIII. Medio Ambiente y Desarrollo Sustentable	15 de Octubre 2014
IXI. Integral de Movilidad	15 de Octubre 2014
XI. Desarrollo Agropecuario y Rural Sustentable	21 de Octubre 2014
XIII. Capacitación, Certificación y Profesionalización de las Personas Servidoras Públicas del Distrito Federal.	5 de Diciembre 2014
S/N. Hospitalidad, Interculturalidad, atención a Migrantes y Movilidad Humana	21 de Enero 2015

ESTRATEGIAS SECTORIAL (ES)

EJES ESTRATÉGICOS DEL PGDDF	ESTRATEGIAS SECTORIALES DEL PSTDF
Eje 1. Equidad e Inclusión Social para el Desarrollo Humano	1. TURISMO SOCIAL
Eje 3. Desarrollo Económico Sustentable	2. CALIDAD EN SERVICIOS TURÍSTICOS
	3. MERCADO DE TRABAJO TURÍSTICO
	4. AMPLIAR Y MEJORAR EL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA
	5. AMPLIAR LA OFERTA TURÍSTICA
	6. CALIDAD DE LOS SERVICIOS QUE LA CIUDAD PRESTA AL TURISTA
	7. POSICIONAMIENTO DE LA CIUDAD DE MÉXICO COMO DESTINO TURÍSTICO
Eje 4. Habitabilidad y Servicios, Espacio Público e Infraestructura	8. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA
Eje 5. Efectividad, Rendición de Cuentas y Combate a la Corrupción	9. GESTIÓN DEL DESTINO

GLOSARIO

Actividad turística: Refiere el valor de producción de los bienes y servicios que son destinados en su totalidad a los visitantes residentes y no residentes. Las que realizan las personas durante sus viajes y estancias temporales en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines de ocio y otros motivos.

Agenda de competitividad: Instrumento de política pública que permite diagnosticar a los destinos turísticos del país, con el propósito de potencializar e impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector.

Atlas Turístico de México: El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos nacionales, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo.

Atlas Turístico del Distrito Federal: El registro sistemático de carácter público de todos los bienes, recursos naturales y culturales que puedan constituirse en atractivos turísticos, sitios de interés y en general todas aquellas zonas y áreas territoriales del desarrollo del turismo, con que cuenta el Distrito Federal.

Capital turístico: Conjunto de elementos culturales, naturales, históricos, sociales, infraestructura y de turismo, con que cuenta un país o región en un momento determinado para su desarrollo turístico.

Competitividad turística: Se refiere a la capacidad de un destino turístico para optimizar su atracción hacia residentes y no residentes; y ofrecer servicios de calidad, innovadores y atractivos (por ejemplo: proporcionando una buena relación calidad-precio) a los consumidores ganando cuotas de mercado en el contexto nacional e internacional, al mismo tiempo que garantiza que los recursos que soportan al turismo son usados de manera eficiente y sostenible: permita generar beneficios reales para las comunidades, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio cultural y natural.

Comisión: la Comisión Ejecutiva de Turismo del Distrito Federal.

Consejo: el Consejo Consultivo de Turismo del Distrito Federal.

Corredores turísticos: Espacio lineal donde se encuentran recursos, atractivos o bien se desarrolla actividad turística en ellos.

Puntos Turísticos: Nodos que se encuentran dentro del corredor, y conectan con otros atractivos, infraestructura o recursos turísticos.

Sitios Turísticos: Se encuentran dentro del corredor turístico, pero no conecta con algún otro atractivo, infraestructura o recurso turístico.

Cultura turística: el conjunto de conocimientos y valores, relativos a la enseñanza, promoción, fomento, desarrollo y operación del turismo.

Cuenta Satélite de Turismo: Herramienta estadística para la contabilidad económica del turismo.

Demanda Turística: es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo.

En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes.

Delegaciones Políticas: Los Órganos Político – Administrativos en cada demarcación territorial.

Destino turístico: es un espacio físico en el que un turista pernocta al menos una noche; se compone de productos turísticos como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día; tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, así como imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado; los destinos turísticos locales incluyen a diversas partes interesadas, entre los que se encuentra a menudo la comunidad de acogida; los destinos turísticos locales pueden establecer lazos y redes entre sí para constituir destinos mayores.

Diversificación: Ampliación de la gama de ofertas comerciales en torno a un destino, tema o segmento de mercado. La diversificación supone la puesta en el mercado de viajes de mayor variedad de opciones de consumo a los diferentes clientes que se puedan presentar. La diversificación requiere ofrecer mayor variedad de actividades, de servicios, de formas de pago, de puntos de venta y de información.

Economía verde: Proceso de reconfiguración de empresas e infraestructuras para lograr una mayor rentabilidad de las inversiones de capital natural, humano y económico, al tiempo que se recortan las emisiones de gases de efecto invernadero, se extrae y se utiliza una cantidad menor de recursos naturales, se generan menos residuos y se reducen las disparidades sociales.

Ecoturismo: Viaje responsable a áreas naturales que preservan el medio ambiente y mejoran el bienestar de la población local” (Sociedad Internacional de Ecoturismo, 1990); también conocido como “turismo ecológico”.

Equipamiento: son construcciones en un territorio erigidas para permitir el disfrute del visitante. Son todos los establecimientos administrados por la actividad pública o privada que se dedican a prestar los servicios básicos.

Estudio de capacidad de carga: el estudio que realiza la Secretaría y que señala el nivel de aprovechamiento turístico de una zona determinada, de acuerdo a lo señalado en el Reglamento.

Experiencia turística: Impresión general que se genera en un visitante tras encontrarse con un lugar, acontecimiento, viaje o actividad específicos.

Gasto turístico: es todo aquel gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de él durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Incluye también erogaciones que indirectamente son realizadas a favor del visitante por familiares o amigos a través de regalos, así como los desembolsos por concepto de viajes de negocios (pasajes y viáticos), que son cubiertos por la empresa o institución donde trabaja el visitante.

Infraestructura turística: Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, entre otros.

Innovación: Posibilidad para desempeñar actividades y funciones de nuevas formas que les permiten ser más eficientes y rentables además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

Medios sociales: Medios para la interacción social, a través de tecnologías muy accesibles basadas en Internet.

Oferta turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. Por lo tanto, el mismo deberá cumplir con las siguientes condiciones para establecerse como oferta turística:

Vender bienes y servicios que por sus características sean demandados en su mayoría por turistas.

Establecimientos que venden su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

Ordenamiento Turístico del Territorio: Instrumento de la política turística bajo el enfoque social, ambiental y territorial, cuya finalidad es conocer e inducir el uso de suelo y las actividades productivas con el propósito de lograr el aprovechamiento ordenado y sustentable de los recursos turísticos, de conformidad con las disposiciones jurídicas aplicables en materia de medio ambiente y asentamientos humanos.

Patrimonio Turístico: el conjunto de bienes y servicios de cualquier naturaleza que generan el interés de los turistas por sus características y valores naturales, históricos, culturales, estéticos o simbólicos, y que deben ser conservados y protegidos para el disfrute de las presentes y futuras generaciones.

Planta Turística: es el conjunto de elementos materiales, necesarios para la realización de la actividad turística.

Polígonos turísticos: Zonas delimitadas o parte de una totalidad que poseen características turísticas.

Potencial turístico: Capacidad que tienen los productos turísticos para satisfacer los gustos y preferencias actuales de los visitantes.

Prestadores de servicios turísticos: Las personas físicas o morales que ofrezcan, proporcionen, o contraten con el turista, la prestación de los servicios dirigidos a atender las solicitudes a cambio de una contraprestación.

Producto turístico: Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del turista y/o visitante.

Promoción turística: Proceso de presentación de una marca de destino o lugar o de su superioridad competitiva a los visitantes o clientes potenciales mediante comunicaciones de marketing. La promoción es uno de los diversos elementos del marketing.

Programa: el Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal.

Promoción Turística: el conjunto de actividades, estrategias y acciones de comunicación persuasiva, que tienen por objeto dar a conocer los recursos turísticos.

Recursos Turísticos: Son todos los elementos naturales o artificiales de un lugar o región que constituyen un atractivo para la actividad turística.

Región Turística: Es un espacio homogéneo que puede abarcar el territorio de dos o más Estados y en el que, por la cercana distancia de los atractivos y servicios, se complementan.

Registro Nacional de Turismo: Es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el país, el cual constituye el mecanismo por el que el Ejecutivo Federal, los Estados, Municipios y el Distrito Federal, podrán contar con información sobre los prestadores de servicios turísticos a nivel nacional, con objeto de conocer mejor el mercado turístico y establecer comunicación con las empresas cuando se requiera.

Registro Turístico de la Ciudad de México: Es el catálogo público de prestadores de servicios turísticos en el Distrito Federal.

Ruta Turística: Es un circuito temático o geográfico que se basa en un patrimonio natural o cultural de una zona y se marca sobre el terreno o aparece en los mapas.

Segmento de mercado: Es un grupo de posibles clientes que, al tener en común una serie de características, ofrecen más probabilidades de comprar un determinado producto o visitar un determinado destino. Por lo general, estas características comunes constituyen el motivo de que un destino se dirija a ellos en sus actividades de marketing.

Servicios Turísticos: Los dirigidos a atender las solicitudes de los turistas a cambio de una contraprestación, en apego con lo dispuesto por esta Ley y su Reglamento.

Sitios Patrimonio de la Humanidad: Campus central de Ciudad Universitaria de la UNAM (Del. Coyoacán), Casa estudio Luis Barragán (Del. Miguel Hidalgo) y los Centros Históricos de la Ciudad de México (Del. Cuauhtémoc) y de Xochimilco (Del. Xochimilco).

Turismo Alternativo: La categoría de turismo que tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y las expresiones culturales con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar de la conservación de los elementos y recursos naturales y culturales.

El Turismo Alternativo incluye:

Turismo Natural o Ecoturismo: La categoría de turismo alternativo basada en que la motivación principal de los turistas sea la observación, el conocimiento, interacción y apreciación de la naturaleza y de las manifestaciones culturales tradicionales de los habitantes históricos de las zonas rurales, lo que implica tomar conciencia con respecto al aprovechamiento, conservación y restauración de los recursos naturales y las formas de producir el menor impacto negativo sobre el ambiente y el entorno sociocultural de las comunidades anfitrionas, y que genera beneficios económicos a dichas comunidades, ofreciendo oportunidades y alternativas de empleo.

Turismo Rural y Comunitario: La categoría del turismo alternativo en la cual el turista participa en actividades propias de las comunidades rurales, ejidos y pueblos originarios con fines culturales, educativos y recreativos, que le permiten conocer los valores culturales, forma de vida, manejo de recursos agrícolas y naturales, usos y costumbres y aspectos de su historia, promoviendo con ello la generación de ingresos adicionales a la economía rural y a la conservación de los ambientes en los que habitan.

Turismo de Aventura: La categoría de turismo alternativo en la que se incluyen diferentes actividades deportivo-recreativas donde se participa en integración con el ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural, turístico e histórico.

Rutas Patrimoniales: una ruta de comunicación terrestre, acuática o de otro tipo físicamente determinada y caracterizada por poseer su propia y específica dinámica y funcionalidad histórica, así como por ser el resultado de movimientos interactivos de personas y de intercambios multidimensionales continuos y recíprocos de bienes, ideas, conocimientos y valores dentro de una zona o región a lo largo de considerables periodos y haber generado una fecundación de las culturas en el espacio y tiempo que se manifiesta, tanto de su patrimonio tangible como intangible.

Turismo: Se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado (OMT Proyecto de metadatos. Definiciones).

Turismo internacional: Engloba el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades de visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico nacional o internacional, y las actividades de visitantes no residentes dentro del país de referencia durante un viaje a este país.

Turismo interno: Engloba las actividades de un visitante residente dentro del país de referencia, como parte de un viaje turístico nacional o internacional.

Turismo receptor: Engloba las actividades de un visitante no residente en el país de referencia durante un viaje a este país.

Turismo de reuniones: es el segmento de turismo relacionado con los congresos, convenciones, ferias, exposiciones, viajes de incentivo y otros eventos de características similares.

Turismo religioso: Es la actividad turística que comprende la visita a espacios como lugares sagrados, santuarios, tumbas; y la asistencia a peregrinaciones y celebraciones religiosas. Esta actividad coadyuva a mostrar la preservación de las manifestaciones culturales de los pueblos originarios a través del tiempo, fortaleciendo así su identidad.

Turismo social: actividad encaminada a que los habitantes de cualquier nivel socioeconómico, accedan a los atractivos turísticos de su localidad.

Turismo sustentable: es aquel que cumple con las siguientes directrices:

- a) Dar un uso óptimo a los recursos naturales aptos para el desarrollo turístico, ayudando a conservarlos con apego a las leyes en la materia;
- b) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus atractivos culturales, sus valores tradicionales y arquitectónicos, y
- c) Asegurar el desarrollo de las actividades económicas viables, que reporten beneficios socioeconómicos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo y obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, que contribuyan a mejorar las condiciones de vida.

Turismo sostenible: Las directrices de desarrollo y prácticas de gestión del turismo sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todo tipo de destinos, incluido el turismo de masas y varios segmentos o nichos turísticos; los principios de sostenibilidad hacen referencia a la dimensión medioambiental, económica y sociocultural del desarrollo turístico, debiéndose alcanzar un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para permitir su sostenibilidad a largo plazo.

Turista: Las personas que viajan temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que utilicen alguno de los servicios turísticos a que se refiere esta Ley, sin perjuicio de lo dispuesto para efectos migratorios por la Ley General de Población.

Visitante: Toda persona que viaja, por un período no superior a un año, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal (ocio, negocios o de otra índole) de la visita no sea el de ejercer una actividad que se remunere en el país o lugar visitado; se considera turista al visitante cuyo viaje incluya una pernoctación; en caso contrario, recibe el nombre de «visitante de día».

Visitante Interno (Naciones Unidas/Organización Mundial del Turismo, 1994. Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, Informes estadísticos, Serie M, n° 83, Departamento de Información Económica y Social y Análisis de Políticas, División de Estadística, Naciones Unidas, Nueva York).

Para efectos estadísticos, la expresión “**visitante interno**” designa a “toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro del país pero distinto al de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado”.

Los visitantes internos incluyen:

Turistas (visitantes que pernoctan): “visitantes que permanecen en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por los menos”; y

Visitantes del día (excursionistas): “visitantes que no pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado”.

Visitante internacional A efectos estadísticos, la expresión “visitante internacional” designa a “toda persona que viaja, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia, pero fuera de su entorno habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado”.

Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable: Aquellas fracciones del territorio nacional, claramente ubicadas y delimitadas geográficamente, que, por sus características naturales o culturales, constituyen un atractivo turístico.

Zonas turísticas maduras: Aquellas, que poseen recursos, atractivos, servicios, infraestructura y afluencia turística y que son ampliamente conocidas por el visitante.

Zonas turísticas potenciales: Las que poseen poca afluencia turística, que no son conocidas por el visitante y carecen de uno o más elementos en recursos, atractivos, servicios, infraestructura y afluencia turística.

Siglas y Acrónimos

ACTCM Agenda de Competitividad de la Actividad Turística de la Ciudad de México.

AHCM Asociación de Hoteles de la Ciudad de México.

APDF Administración Pública del Distrito Federal.

Banxico Banco de México.

CAEPCCM Centro de Atención a Emergencias y Protección Ciudadana de la Ciudad de México.

CENEVAL Centro Nacional de Evaluación para la Educación Superior, AC.

CONAET Consejo para la Calidad de la Educación Turística, AC.

COPLADE DF Comité de Planeación del Desarrollo del Distrito Federal.

CPTM Consejo de Promoción Turística Mexicano.

DIF DF Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Distrito Federal

FMPT Fondo Mixto de Promoción Turística

ICATCDMX Instituto de Capacitación para el Trabajo de la Ciudad de México.

INDEPEDI Instituto para la Integración al Desarrollo de las Personas con Discapacidad del Distrito Federal.

INEGI Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

INJUVE Instituto de la Juventud del Distrito Federal

INMUJERES Instituto de las Mujeres del Distrito Federal

ITESM Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey

LGT Ley General de Turismo.

LTDF Ley de Turismo del Distrito Federal.

MIPyMES micro, pequeñas y medianas empresas.

OMT Organización Mundial de Turismo.

PND Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.

PGDDF Programa General de Desarrollo del Distrito Federal 2013-2018.

PROSECTUR Programa Sectorial de Turismo 2013-2018.

PSTDF Programa Sectorial de Turismo del Distrito Federal 2013 – 2018.

SCOT Subprograma de Compensación a la Ocupación Temporal.

SECRETARÍA DE TURISMO DEL DF Secretaría de Turismo del Distrito Federal.

SECRETARÍA DE CULTURA

SEDECO Secretaría de Desarrollo Económico

SEDEMA Secretaria de Medio Ambiente

SEDUVI Secretaría de Desarrollo Urbano y Vivienda

SEDESA Secretaria de Salud

SEDESO Secretaría de Desarrollo Social

SEMOVI Secretaría de Movilidad

SECRETARÍA DE PROTECCIÓN CIVIL

STyFE Secretaría del Trabajo y Fomento al Empleo

SEDU Secretaría de Educación

SEDEREC Secretaría de Desarrollo Rural y Equidad para las Comunidades

SECITI Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación

SSP Secretaría de Seguridad Pública

PGJ DF Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal

OM Oficialía Mayor

UNAM Universidad Nacional Autónoma de México

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

ZM Zona Metropolitana.

ZMVM Zona Metropolitana del Valle de México.

ZDTS Zonas de Desarrollo Turístico Sustentable.

ZODES Zonas de Desarrollo Económico y Social.

Referencias

¹ Acuerdo por el que se emite la Declaratoria de Prioridad de la Actividad Turística como Política del Gobierno del Distrito Federal, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 9 de enero de 2013.

² Aviso por el cual se da a conocer el Acuerdo de la Comisión Ejecutiva de Turismo que establece la Norma de Prioridad Turística, Gaceta Oficial del Distrito Federal, 23 de octubre de 2013.

³ 2013 Primer Informe de Gobierno de la Secretaría de Turismo del DF

⁴ Gaceta Oficial del Distrito Federal. Publicada el 31 de diciembre de 2012.

⁵ El Convenio de Coordinación entre el Gobierno Federal y el DF por primera vez se desarrolla en un esquema tripartita con las Delegaciones Miguel Hidalgo y Cuauhtémoc.

⁶ Los resultados finales de la aplicación de los cuestionarios se pueden revisar en la sección de Anexos de la Agenda de Competitividad Turística de la Ciudad de México, 2013.

⁷ Organizados por la Secretaría de Turismo del DF para la elaboración del Programa Sectorial de Turismo del DF 2013-2018.

⁸ PGDDF Eje 1, Área de Oportunidad 1, Objetivo 1

⁹ PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 6, Objetivo 2

¹⁰ PGDDF Eje 3, Área de Oportunidad 7, Objetivo 2, Metas 1 y 2

¹¹ Relacionado con el Eje 1, Área de Oportunidad 3, Objetivo 2, Meta 2

¹² Meta 2 Desarrollar una estructura urbana que reconozca las diversas vocaciones y capacidades en el uso de suelo, infraestructura y servicios de cada región o sector del territorio.
