OMSISMO T



Visión

Con el proyecto de transformación de Sinaloa se perfila una renovada presencia nacional e internacional del sector turismo, producto de una dinámica promoción y gestión institucional detonadora de un turismo de calidad, equitativo e inclusivo, que posiciona esta actividad como eje fundamental del desarrollo económico sostenible.

Diagnóstico

Alineados al proyecto de transformación nacional, el turismo se impulsa a través de un nuevo modelo con rostro social, incluyente y de respeto a los derechos humanos, que conlleva a la democratización de los beneficios de la actividad en todas las regiones del estado de Sinaloa, mejora la calidad de vida de sus habitantes mediante un turismo diversificado, responsable y sostenible, generador de un desarrollo más equilibrado que amplía oportunidades para que más personas disfruten el patrimonio cultural, natural e histórico estatal, promotor del turismo como un derecho de todos los sinaloenses.

Con la sinergia de los sectores público, privado y social se habrán de detonar inversiones y empleos en las comunidades de Sinaloa para reducir la desigualdad social y económica.



El turismo en el contexto global, nacional y en Sinaloa

El turismo está considerado una actividad relevante a escala mundial, ya que tiene repercusiones multidisciplinarias; a partir de los beneficios que genera para las economías de diferentes tamaños, constituye una de las principales fuentes de divisas para muchas naciones.

Esta actividad ha sido drásticamente afectada en los últimos dos años con la pandemia del virus SARS-CoV-2.

En México, el turismo es una de las actividades económicas más importantes. Aporta 8.6% del Producto Interno Bruto (PIB), en tanto que la contribución del turismo al PIB de Sinaloa representa 6.6% en 2019. La pandemia provocó una caída del 25.4% del PIB turístico nacional, registrando una participación de 6.7% en 2020 (Cuenta Satélite del Turismo de México, Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI], 2020).

¹ «El PIB turístico estatal y municipal 2018–2019 en México: una aproximación inicial:

<https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/PibTuristicoEstataMunicipal.aspx> (consulta: 14 de diciembre de 2021)

Las y los turistas y visitantes regionales, nacionales e internacionales, están cada vez más informados sobre cualquier tema de actualidad, a través de medios digitales en tiempo real, más cuando están a la vista los efectos devastadores provocados por la pandemia, razón por la cual demandan servicios, productos y destinos turísticos de calidad y con la sanidad requerida.

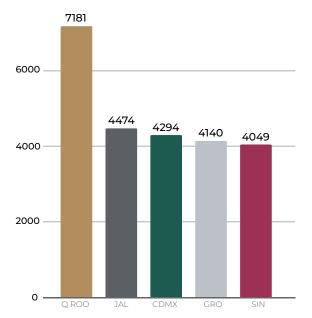


En Sinaloa, el turismo es un eje estratégico para el desarrollo económico. Está enlazado a otras actividades económicas, lo que potencializa encadenarse transversalmente como uno de los principales detonadores de las regiones del estado. La Organización Mundial del Turismo (OMT) define el turismo como «un fenómeno social, cultural y económico con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales». Su objetivo principal es acercar cultural y socialmente a las regiones de un país, así como a las naciones; en consecuencia, se asocia con la movilidad de personas de un país a otro o en su mismo territorio.

Afluencia turística: principales destinos y establecimientos de hospedaje

Al término del 2020, la Secretaría de Turismo (SECTUR) de México colocó a Sinaloa como el estado número 5 en el *ranking* nacional de mayor número de llegada de turistas (nacionales y extranjeros) recibidos en el país, sólo por debajo de Quintana Roo, Jalisco, Ciudad de México y Guerrero. Sinaloa subió 8 posiciones comparado con el año 2015 en que recibió por arriba de 3.2 millones de turistas.

ENTIDADES FEDERATIVAS CON MAYOR AFLUENCIA TURÍSTICA, 2020 (MILES DE TURISTAS)



Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

En los últimos 5 años, Sinaloa registró la cantidad de 24 554 138 turistas, de los cuales 20 760 428 eran nacionales y solo 3 793 710 extranjeros, ocupando el 85% y 15%, respectivamente, mientras que la llegada de turistas nacionales a Sinaloa aumentó en 51% del 2015 2019. posteriormente disminuyó en 24% debido a la alerta sanitaria que se presentó en 2020; por otra parte, la llegada de turistas extranjeros aumentó en 163% en el mismo periodo; sin embargo, en los años 2019 y 2020 disminuyó en 2% y 27.5%, respectivamente.

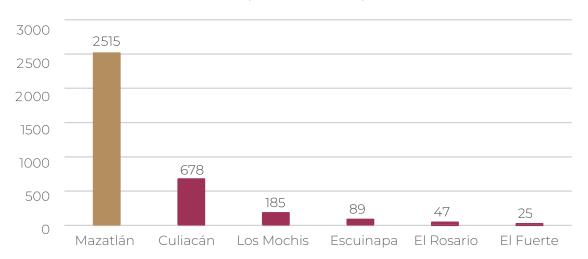
LLEGADAS DE TURISTAS A SINALOA, 2020 (MILES DE TURISTAS)



Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

Los principales destinos turísticos de Sinaloa son Mazatlán, El Rosario y Escuinapa, ubicados en el sur, Culiacán en el centro y Los Mochis y El Fuerte en el norte. En relación con la afluencia turística, Mazatlán es líder; sólo en 2020 la recepción de turistas alcanzó los 2 514 819, es decir, el 62.10% del total que visitan Sinaloa. Dos Pueblos Mágicos (El Rosario y El Fuerte) se ubican entre los principales destinos turísticos de Sinaloa con una afluencia turística de 46 904 y 25 417 personas, respectivamente.

AFLUENCIA EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE SINALOA, 2020 (MILES DE TURISTAS)



Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

En la oferta de hospedaje de cuatro entidades federativas en 2020, Sinaloa cuenta con 685 establecimientos y 26 781 habitaciones; de ellos, 5919 (22.1%) son de 5 estrellas, en tanto el estado de Nayarit tiene 813 centros de hospedaje con 36 559 cuartos, de los cuales 12 992 (35.5%) son de 5 estrellas. Sinaloa tiene casi el doble de habitaciones de 4 y 3 estrellas en comparación con Nayarit, que son para un segmento turístico de menor poder adquisitivo.

La importancia de las habitaciones de 5 estrellas es que generan mayores tasas de rentabilidad para el turismo, pues atraen mercados extranjeros o nacionales con mayor poder adquisitivo; por ende, mayor derrama económica o gasto turístico. Además, son establecimientos de reconocidas cadenas hoteleras con mejores instalaciones, equipamiento y servicios modernos y de calidad. Es aquí donde se visualiza una problemática central para Sinaloa, relacionada con la falta de mayor inversión en establecimientos y cuartos hoteleros de 5 estrellas o de gran turismo, debido a que es un costo de oportunidad en términos de derrama económica que no se logra captar en este importante segmento.

OFERTA DE HOSPEDAJE, SINALOA, NAYARIT, DURANGO, SONORA (2020)

	Sinaloa	Nayarit	Durango	Sonora
Total de establecimientos	685	813	361	549
Total de habitaciones	26 781	36 559	6748	23 647
Habitaciones de 5 estrellas	5919	12 992	549	3889
Habitaciones de 4 estrellas	6397	2379	982	6124
Habitaciones de 3 estrellas	5936	3301	1611	3811
Habitaciones de 2 estrellas	2352	2629	942	2065
Habitaciones de 1 estrellas	2526	1856	707	1077
Habitaciones sin categoría	3651	13 402	1957	6681

Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

Movimiento aéreo y de cruceros en Sinaloa

En lo que se refiere al movimiento aéreo en Sinaloa, operan tres aeropuertos internacionales en Los Mochis, Culiacán y Mazatlán, ubicados en las regiones norte, centro y sur del estado. En 2020, México recibió 363 401 vuelos: 269 435 nacionales y 93 966 internacionales. En Sinaloa aterrizaron 11 143 vuelos (10 082 nacionales y 1061 internacionales), donde Culiacán recibió 53%, Mazatlán 35% y Los Mochis 12%. En cuanto a número de pasajeros, Culiacán concentró 59%, Mazatlán 32% y Los Mochis 9%.

MOVIMIENTO AÉREO DE SINALOA, 2020

Aeropuerto	Pasajeros nacionales	Pasajeros internacionales	Pasajeros totales	Pasajeros totales (%)
Culiacán	678 313	813	681 020	59%
Los Mochis	100 444	36 559	100 444	9%
Mazatlán	277 064	12 992	365 374	32%
Total	1 055 821	2379	1146 838	100%
Aeropuerto	Vuelos nacionales	Vuelos internacionales	Vuelos totales	Vuelos totales (%)
Culiacán	5851	21	5872	53
Los Mochis	1362	0	1362	12
Los Mochis Mazatlán	1362 2869	0 1040	1362 3909	12 35

Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

Un reto importante es la falta de una mayor conectividad aérea internacional y nacional en los aeropuertos de Sinaloa. En 2020, Los Mochis no recibió ningún vuelo internacional y Mazatlán sólo ha recibido el 35% del total de los vuelos, aunque este último es el principal destino turístico estatal. Como efecto, esto se refleja en la pérdida de competitividad turística y en la derrama económica. Además, es un factor para que las cadenas hoteleras internacionales no inviertan en los destinos turísticos de Sinaloa.

Respecto a la recepción de cruceros y movimiento de cruceristas en Sinaloa, los puertos de Mazatlán y Topolobampo (sur y norte del estado) cuentan con la infraestructura portuaria para atender y recibir a estas grandes y en ocasiones múltiples embarcaciones, pero se requiere consolidar y afianzar el mercado de cruceros con la finalidad de atraer a más líneas navieras para que incluyan en sus itinerarios turísticos a los puertos mencionados y así convertirse en una alternativa clave de la diversificación turística en Sinaloa.

De acuerdo con DATATUR, el movimiento de cruceros y pasajeros en México fue de 2 300 000 de cruceristas y 865 embarcaciones en 2020: Cozumel se ubica en primer lugar con 371 arribos y Mazatlán ocupa el 7° con sólo 31 (3.6% del movimiento naviero nacional), generado por la alerta sanitaria de 2020.



A continuación, se presenta estadística histórica del movimiento de estos hoteles flotantes en tierras sinaloenses del 2010 al 2020.

MOVIMIENTO DE CRUCEROS EN MAZATLÁN, 2010-2020

Año	Pasajeros	Cruceros
2010	526 294	192
2011	71 048	40
2012	665	7
2013	8734	6
2014	83 981	35
2015	195 033	77
2016	212 518	83
2017	205 581	80
2018	258 713	90
2019	385 895	127
2020	104 193	31

Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020.

MOVIMIENTO DE CRUCEROS EN TOPOLOBAMPO 2010-2020

Año	Pasajeros	Cruceros
2010	9391	8
2011	6850	6
2012	0	0
2013	0	0
2014	643	1
2015	599	1
2016	392	1
2017	2408	4
2018	757	2
2019	0	0
2020	1035	3

Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico del Turismo en México, DATATUR 2020

Mazatlán sigue siendo el principal destino turístico para recibir a estos colosos del mar con casi el 100% de los arribos desde el año 2010 hasta la fecha. Este segmento turístico ha sido fuertemente golpeado por diversos eventos de crisis, como la inseguridad y violencia desde inicios de la década pasada. Su actual recuperación no ha llegado a los números registrados en la primera década de este siglo, afectada por la alerta sanitaria originada por la pandemia, provocando el cierre de la actividad de cruceros en Mazatlán y Topolobampo, pérdida de empleos, de ingresos económicos y cierre de empresas.

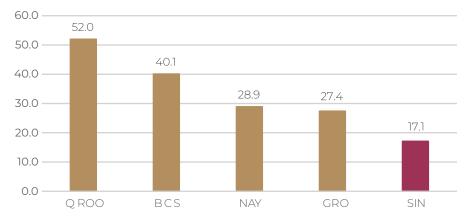
Asimismo, Topolobampo tiene registros mínimos en el arribo de estas embarcaciones, pero se debe atender a este puerto para darle prioridad de atención y mejora en su oferta de productos y servicios, así como mayor promoción turística que lo incluyan en la agenda de las líneas navieras para los próximos años.

Empleo y unidades económicas turísticas en Sinaloa

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) publicó información de los Censos Económicos 2019 ² en turismo. Junto con la Secretaría de Turismo, elaboraron el estudio denominado «Estadística turística derivada de los Censos Económicos 2019», ³ publicado en diciembre de 2020, con los siguientes resultados:

- ▶ En 2018, en el sector turismo en México había un total de 786 540 unidades económicas con actividades relacionadas al turismo, en donde trabajaron 4 325 946 personas, lo que representa el 16.4% del total de las unidades económicas y el 15.9% del personal ocupado.
- ▶ Los estados con mayor participación de unidades económicas turísticas son Quintana Roo (27.8%), Baja California Sur (25.5%), Nayarit (21.8%), Chiapas (20.9%) y Sinaloa se ubica en el 27º lugar con un 13.8%.
- Las entidades federativas con mayor participación de personal ocupado son Quintana Roo (52.0%), Baja California Sur (40.1%), Nayarit (28.9%), Guerrero (27.4%) y Sinaloa se ubica en el 14° lugar con 17.1%.

ENTIDADES FEDERATIVAS CON MAYOR PERSONAL OCUPADO EN EL SECTOR TURÍSTICO EN MÉXICO, 2019 (PORCENTAJES)



Fuente: INEGI. Estadística turística derivada de los Censos Económicos, 2019.

▶ De acuerdo con los censos económicos de 2004, 2009, 2014 y 2019, el personal ocupado en Sinaloa registró los siguientes datos: 14.1%, 24.4%, 14.4% y 17.1%, respectivamente; es decir, en el último censo 2019, en comparación con el de 2014, se presentó un aumento del 16% (INEGI, 2004, 2009, 2014, 2019).

²Como cada cinco años, desde el ejercicio 2004 pública información especial relacionada con las estadísticas del turismo, derivada de estos censos; asimismo, permite conocer las características de los establecimientos que se desempeñan en alguna actividad económica con el turismo y su importancia de este sector respecto a la economía del país.

³ Esta información puede consultarse en «Estadística turística derivada de los Censos Económicos 2019».

https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CensosEconomicos.aspx (consulta: 23 de marzo de 2022).

A partir de este análisis, se observan para Sinaloa escenarios desfavorables, destacando la ubicación en la parte media del *ranking* nacional en la generación de empleos, en los últimos lugares en las unidades económicas relacionadas con el turismo y factores externos (pandemia) que afectan el sector turismo, y que impactan en la falta de establecimiento de más empresas, menores empleos y bajos salarios en el ramo turístico.

Es importante señalar que para ofrecer servicios y productos turísticos de calidad se requiere de recursos humanos especializados y profesionales. Esto demanda un trabajo conjunto y coordinado de la Secretaría de Turismo con los empresarios turísticos y universidades para diseñar programas o esquemas que permitan apoyar y promover la formación de las y los trabajadores y de las futuras generaciones de profesionales.

Promoción turística de Sinaloa

La promoción es el mecanismo para dar a conocer la oferta e imagen turística de las entidades y los destinos, y de esta manera lograr el posicionamiento en los mercados.

Ante la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México, como organismo encargado de manejar las campañas turísticas, el *Programa Sectorial de Turismo 2020-2024* ha encomendado a la Secretaría de Relaciones Exteriores la tarea primordial de difundir la imagen del país en el mundo con el apoyo del Servicio Exterior Mexicano y el Consejo de Diplomacia Turística junto con la plataforma digital *visitmexico*. Esta plataforma se convertirá en la ventana más importante de México ante el mundo, pues coloca al sector en la vanguardia de los mecanismos de promoción y comercialización (*Programa Sectorial de Turismo, PROSECTUR, 2020*).

En Sinaloa, la promoción turística se ha sustentado en campañas especiales en redes sociales y medios nacionales digitales y tradicionales con el fin de posicionar y generar afluencia turística a nuevos y consolidados productos y destinos turísticos, así como la participación en eventos nacionales e internacionales, como la *Feria Internacional de Turismo* (FITUR) en Madrid, España, y en el *Tianguis Turístico de México* de forma virtual.



El turismo alternativo

El programa de *Pueblos Mágicos* está presente en Sinaloa, al tener 4 de los 132 Pueblos Mágicos que existen en México: Cosalá (incorporado en 2005), El Fuerte (2009), El Rosario (2012) y Mocorito (2015), cada uno estratégicamente ubicado a lo largo y ancho del estado. Éstos cuentan con diversos atractivos, espacios y productos turísticos auténticos que resaltan y preservan sus costumbres, tradiciones, fiestas e historia, entre otras, y proyecta una imagen de autenticidad ante el imaginario colectivo de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

En 2020, en relación con los cuatro Pueblos Mágicos de Sinaloa, en el indicador relacionado con la llegada de turistas, sólo El Fuerte y El Rosario tienen registros, siendo este último el más visitado. En cambio, en la oferta de hospedaje todos cuentan con registro, pero El Fuerte es el que tiene mayor oferta con 31 establecimientos. Por último, El Rosario es el que tiene mayor participación en ocupación hotelera con 34.30% y en estadía con 1.4 noches en promedio.

INDICADORES TURÍSTICOS DE LOS PUEBLOS MÁGICOS EN SINALOA, 2020

Pueblos Mágicos	Llegada de turistas	Oferta de hospedaje	Ocupación hotelera	Estadía (noches)
Cosalá	N/D	15	N/D	N/D
El Fuerte	25 417	31	28.40%	1
El Rosario	46 604	13	34.30%	1.4
Mocorito	N/D	6	N/D	N/D

Fuente: SECTUR. Compendio Estadístico de Turismo en México, DATATUR, 2020.

El programa de Pueblos Señoriales se presenta como una alternativa de desarrollo para diferentes regiones del estado con 8 destinos catalogados: Ahome, Concordia, Imala, Choix, Elota, El Quelite, San Ignacio y Sinaloa de Leyva, que cuentan con diversidad de recursos y atractivos naturales y culturales para realizar actividades relacionadas con el turismo gastronómico y rural, entre otros. También algunos de éstos se ubican geográficamente cerca de Pueblos Mágicos, destinos turísticos de Sol y Playa o Urbanos.

Otro elemento importante que sirve como impulsor de actividades turísticas y detonador de desarrollo económico y bienestar que involucra a pobladores de diferentes pueblos es el Turismo Rural como un tipo de actividad en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados en general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (OMT, 2021).

Este tipo de turismo se puede vincular con los *Pueblos Mágicos* y *Pueblos Señoriales* de Sinaloa, ya que se presentan características similares en ellos.

Según la OMT, el Turismo Gastronómico es «un tipo de actividad turística que se caracteriza porque el viajero experimente durante su viaje actividades y productos relacionados con la gastronomía del lugar. Además de las experiencias culinarias auténticas, tradicionales y/o innovadoras, este turismo también puede incluir otro tipo de actividades, como visitar productores locales, participar en festivales gastronómicos o asistir a clases de cocina» (OMT, 2021). En la actualidad, hay un amplio consenso en la capacidad del turismo gastronómico para contribuir a los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS) en los destinos y una oportunidad de desarrollar el turismo rural, el crecimiento económico, la generación de empleos o el consumo y la producción responsable.

El eje vertebral de la oferta gastronómica es el territorio, debido a que un espacio con dotación de recursos alimenticios de cualquier tipo como es Sinaloa, líder productor de alimentos en el país, se convierte en parte sustancial para llevarlo a cabo, ya que sus paisajes, cultura, productos, técnicas y platos definen la identidad culinaria o el ADN de las experiencias turísticas del visitante (OMT, 2021).

En suma, estos cuatros segmentos turísticos pueden crecer y desarrollarse como reales alternativas para el bienestar de las poblaciones o destinos turísticos sinaloenses, pero en ellos se presentan dos problemas: uno relacionado con la imagen negativa del estado por la presencia de grupos delictivos, debido a que se ubican en zonas serranas conflictivas; otro, vinculado con las limitaciones al desarrollo turístico por problemas sanitarios producto de la pandemia.

Por otro lado, el *Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024*, el *Programa Sectorial de Turismo 2020-2024* del gobierno federal y la OMT expresan que la accesibilidad y la inclusión son un derecho universal de los individuos como elementos cruciales de toda política de un turismo responsable y sostenible. El turismo accesible se define como «la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos de modo que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios, bajo los principios del Diseño».



México es uno de los principales países ricos en recursos naturales, famoso por tener destinos con hermosas playas, pero muy pocas son incluyentes, en el sentido de ser accesibles a personas con capacidades diferentes. En el país se cuenta con algunas playas incluyentes como Cuastecomates (Jalisco), Fundadores, 88, las Perlas y Tulum (Quintana Roo), Bahías de Papanoa y Quieta (Guerrero), entre otras. Ante la ausencia de destinos turísticos accesibles e inclusivos en Sinaloa, es momento de que Mazatlán, otras playas y otros destinos del estado, aprovechen el potencial de este segmento por medio de la adecuación en materia de accesibilidad e inclusión de sus playas, para ser certificadas por empresas especializadas y la Secretaría de Turismo, debido a que existe una falta cultura de la inclusión, y esto provoca efectos como la pérdida de competitividad turística por no atender este tipo de mercado.

El Turismo de Congresos y Convenciones en el estado de Sinaloa se ha convertido en uno de los segmentos con mayor dinamismo en las tres ciudades principales como Mazatlán, Culiacán y Los Mochis, ya que cuentan con la infraestructura adecuada para realizar estos eventos donde se pueden combinar las reuniones de negocios o convenciones con el placer de disfrutar una agradable estancia en cada uno de esos destinos.



En el año 2020 se programaron alrededor de 250 eventos.⁴ Por la situación de la pandemia, muchos se cancelaron o cambiaron de fecha para llevarlos a cabo en los próximos años; por tanto, se presentaron limitaciones al desarrollo turístico de Sinaloa a causa de problemas sanitarios, debido a que no se tiene un control de contagios, falta de una cultura sanitaria por turistas y locales y confinamiento de la demanda turística nacional e internacional, lo cual provoca efectos como cancelación de eventos, disminución en la llegada de turistas, pérdida de empleos y cierre de empresas turísticas, así como baja derrama económica y de inversiones en Sinaloa.

En lo que se refiere al turismo de Bodas, este segmento turístico es una importante opción para combinar un destino de sol y playa, clima y experiencia para realizar una boda. Mazatlán está en constante crecimiento y se está proyectando como una verdadera opción para el turismo regional, pero se presentaron cancelaciones de eventos a partir del mes de abril del 2020, debido al confinamiento por la pandemia, provocando limitaciones en el desarrollo turístico de este segmento, similar a los efectos en el turismo de congresos y convenciones.

Una llave para detonar el turismo de bodas es enfocarse al mercado LGBTTTIQ+ apoyándose en la *Ley de matrimonio igualitario* aprobada en Sinaloa en 2018, pues está reconocido como de altos ingresos económicos.



El turismo cinegético y de pesca pueden ser importantes opciones para potenciar el desarrollo económico de las comunidades sinaloenses, ya que en ellas se cuenta con recursos naturales o creados para llevarlos a cabo. En primer lugar, el turismo cinegético se relaciona con la caza de fauna silvestre, por lo que se debe poner atención en la caza regulada para concretarlo. En México, hay algunos estados que cuentan con la caza deportiva regulada como Coahuila, Sonora, Nuevo León y Tamaulipas, este último, líder en esta actividad; esto lo hace a través de ranchos cinegéticos, que en muchas ocasiones fungen como criaderos de muchas especies. Se estima que en el país hay cerca de 730 ranchos de ese tipo.

También el turismo de pesca es una opción al poderse llevar a cabo en las 11 presas de Sinaloa, distribuidas en el territorio estatal, con escasa interacción entre los turistas, prestadores de servicios y pobladores de las comunidades. Además, se podrían organizar torneos de pesca deportiva en las presas con la finalidad de potenciar las comunidades rurales y que se reflejen los beneficios en las localidades. Sin embargo, el rezago en este segmento turístico incide en la falta de generación de empleos, pérdida del bienestar en los habitantes y bajo crecimiento y desarrollo económico en importantes comunidades.

Los aspectos fundamentales para considerar por el turismo en Sinaloa son, tanto el flagelo de la inseguridad, como la pandemia del Covid-19 que en los dos últimos años han significado de los retos más importantes. Esta última, ha obligado a mantener los protocolos de sanidad en las empresas turísticas y los destinos turísticos, debido a que el componente sanitario se ha estado constituyendo en factor esencial a considerar en la toma de decisiones por los visitantes al momento de decidir su viaje. También repercute en las inversiones del ramo y en la promoción de circuitos turísticos de las regiones de Sinaloa por las agencias y operadores de viajes. De consolidarse los avances en el tema sanitario y el menor impacto del fenómeno delictivo, la marca Sinaloa y sus destinos serán muy favorecidos.

Marco Estratégico

1. Política para el fomento del desarrollo turístico sostenible

Consiste en atender y resolver problemas como la falta de mayor conectividad aérea, pérdida de arribo de cruceros, mayor inversión en establecimientos de 5 estrellas, generar más empleos y empresas vinculadas con el turismo, las limitaciones en el desarrollo turístico de Sinaloa por problemas sanitarios generados por la pandemia en Pueblos Mágicos y Señoriales y comunidades, por lo cual está enfocado a beneficiar a los sectores productivos, las y los trabajadores del ramo y sus familias, así como a la sociedad vinculada al turismo.

Entre las prioridades de esta política destacan mejorar las condiciones de logística del transporte desde el lugar de origen del turista hasta el destino, e integrar a visitantes y residentes por vía aérea, marítima, terrestre y ferroviaria, con el fin de aumentar el flujo turístico y de inversiones en infraestructura hotelera de calidad, así como generar empleos. Asimismo, incrementar la participación de Sinaloa en proyectos turísticos regionales, condiciones para el desarrollo equilibrado del turismo alternativo e impulsar la competitividad turística del estado.

Objetivo Prioritario 1.1

Consolidar la actividad turística para generar crecimiento y desarrollo económico, así como el bienestar en los municipios de Sinaloa.

Estrategia 1.1.1

Aumentar la afluencia de turistas nacionales e internacionales, su derrama económica y pernocta.

Líneas de acción

- 1.1.1.1. Incrementar la conectividad aérea, marítima, terrestre y ferroviaria tanto a escala internacional como nacional.
- 1.1.1.2. Atraer mayor inversión de cadenas hoteleras internacionales y nacionales de gran turismo o de 5 estrellas a la entidad
- 1.1.1.3. Gestionar la integración de circuitos y rutas entre los destinos turísticos con el aprovechamiento de los recursos culturales, naturales y espaciales de Sinaloa.
- 1.1.1.4. Impulsar mayor inversión que estimule la oferta, los servicios y el desarrollo de nuevos productos en los destinos turísticos y comunidades.
- 1.1.1.5. Fomentar el turismo social en el estado.
- 1.1.1.6. Diversificar la procedencia de los turistas, tanto nacionales como internacionales, que arriban a la entidad.
- 1.1.1.7. Ofrecer una mayor oferta de servicios médicos para turistas nacionales e internacionales.

Estrategia 1.1.2

Promover la participación de Sinaloa en proyectos turísticos regionales a escala nacional.

Líneas de acción

- 1.1.2.1. Impulsar los proyectos en materia turística en el marco del programa Mar de Cortés.
- 1.1.2.2. Desarrollar la integración del producto turístico regional denominado Mazatlán-Islas Marías.
- 1.1.2.3. Fortalecer los proyectos turísticos regionales entre Durango y Sinaloa.

Estrategia 1.1.3

Elevar la competitividad en los destinos turísticos.

Líneas de acción

- 1.1.3.1. Impulsar un plan de mejoramiento de la infraestructura turística.
- 1.1.3.2. Desarrollar un programa estatal de señalética turística en los destinos y comunidades con vocación turística.
- 1.1.3.3. Desarrollar productos ancla en cada uno de los destinos turísticos o comunidades sinaloenses, dirigidos a nuevos nichos de mercado potenciales a escala nacional e internacional.
- 1.1.3.4. Fomentar el cuidado del medio ambiente en la oferta de productos y servicios turísticos.
- 1.1.3.5. Promover la seguridad y protección integral al turista.
- 1.1.3.6. Impulsar la calidad y modernización de los servicios turísticos en los destinos.
- 1.1.3.7. Promover certificaciones y distintivos a las empresas turísticas en materia de calidad, competitividad y sanitaria.
- 1.1.3.8. Profesionalizar a las y los prestadores de servicios turísticos.

Estrategia 1.1.4

Gestionar un mayor número de empleos de la actividad turística en los destinos, así como en las comunidades.

Líneas de acción

- 1.1.4.1. Fomentar la inversión privada para la creación de empresas relacionadas con el turismo.
- 1.1.4.2. Promover la igualdad de género en los empleos generados por la industria turística.
- 1.1.4.3. Crear rutas o circuitos de productos turísticos entre comunidades de los diversos municipios, por medio del aprovechamiento de los recursos culturales, naturales y espaciales.
- 1.1.4.4. Profesionalizar los recursos humanos en la industria turística.

Objetivo Prioritario 1.2

Generar el desarrollo económico equilibrado de los diversos segmentos del turismo alternativo en las regiones de Sinaloa.

Estrategia 1.2.1

Promover el desarrollo de la actividad turística alternativa en las regiones norte, centro y sur de la entidad.

Líneas de acción

- 1.2.1.1. Impulsar el potencial turístico de los Pueblos Mágicos y Señoriales.
- 1.2.1.2. Promover el turismo gastronómico como valor identitario para el desarrollo de los destinos turísticos y comunidades.
- 1.2.1.3. Fomentar la sostenibilidad en los nuevos proyectos turísticos alternativos.
- 1.2.1.4. Promover el turismo rural en las comunidades sinaloenses.
- 1.2.1.5. Desarrollar a Culiacán como un destino de turismo de negocios y reuniones.
- 1.2.1.6. Impulsar el segmento de turismo de bodas o romance de matrimonios igualitarios.
- 1.2.1.7. Desarrollar la actividad responsable del turismo cinegético y de pesca en las comunidades.
- 1.2.1.8. Diversificar los productos y servicios de otros segmentos del turismo alternativo (senderismo, turismo de leyendas, avistamiento de aves, religioso, ecoturismo, entre otros) en las comunidades.

2. Política para el Desarrollo del Turismo Accesible e Inclusivo

Consiste en atender y resolver problemas relacionados como la accesibilidad a los atractivos y destinos turísticos, con la finalidad de incluir diversos segmentos como la población con discapacidad (motriz, audio, vista, mentales, etc.), perspectiva de género y grupos vulnerables de la sociedad con el objetivo de satisfacer sus experiencias turísticas y de esta manera evolucionar en el modelo de desarrollo turístico en Sinaloa que produzca bienestar de los visitantes, pobladores y actores turísticos de las comunidades y destinos turísticos de la entidad

Objetivo Prioritario 2.1

Desarrollar el turismo accesible e inclusivo en Sinaloa.

Estrategia 2.1.1

Fomentar el impulso del turismo accesible en los destinos turísticos del estado.

Líneas de acción

- 2.1.1.1. Adecuar los principales atractivos turísticos de cada municipio con el fin de que sean accesibles.
- 2.1.1.2. Generar las condiciones para crear playas accesibles en cualquier destino de sol y playa.
- 2.1.1.3. Elaborar proyectos turísticos accesibles en los Pueblos Mágicos y Señoriales.
- 2.1.1.4. Fomentar los servicios accesibles en las empresas turísticas del estado.
- 2.1.1.5. Capacitar a prestadores de servicios turísticos para la atención especializada a los turistas con capacidades diferentes.

Estrategia 2.1.2

Realizar acciones para el impulso de un turismo inclusivo en el estado.

Líneas de acción

- 2.1.2.1. Promover el turismo como un derecho de todos los sinaloenses.
- 2.1.2.2. Impulsar el turismo como un estado de bienestar para turistas y sinaloenses.
- 2.1.2.3. Desarrollar programas de acceso a la oferta turística a la población sinaloense en situación de vulnerabilidad.
- 2.1.2.4. Fomentar el segmento del turismo LGBTTTIQ+ en los principales destinos turísticos de la entidad.
- 2.1.2.5. Promover a productores artesanales, gastronómicos y turísticos locales en los eventos y ferias turísticas nacionales e internacionales.

3. Política de Promoción Turística

Esta política consiste en atender y resolver los problemas relacionados con los impactos negativos de la imagen del estado de Sinaloa, así como la pérdida de cruceros turísticos. Asimismo, se encarga de promover los diferentes atractivos, emblemas, productos y sitios de los destinos turísticos y municipios a los mercados tradicionales, además de atraer nuevos nichos para generar las condiciones adecuadas de un turismo responsable (seguridad, inclusión y sanitaria) para consolidar algunos destinos turísticos y potencializar otros de cualquier segmento turístico y de esta manera generar condiciones de crecimiento y desarrollo económico en beneficio de la misma actividad, actores turísticos y de la población sinaloense.

Objetivo Prioritario 3.1

Promover una promoción turística incluyente, sanitaria y segura de la entidad al interior y exterior del país.

Estrategia 3.1.1

Mejorar el posicionamiento de la imagen y marca de Sinaloa, así como de sus destinos turísticos.

Líneas de acción

- 3.1.1.1. Participar en ferias y tianguis turísticos tanto nacionales como internacionales, con el objeto de promocionar destinos y productos, así como los municipios del estado con el fin de fomentar los negocios en beneficio de la actividad turística.
- 3.1.1.2. Llevar a cabo eficientemente la planeación, diseño y operación de las campañas promocionales de cada uno de los municipios y del estado.
- 3.1.1.3. Mantener la promoción turística de los Pueblos Mágicos y Señoriales.
- 3.1.1.4. Invertir el impuesto sobre hospedaje aplicado en Sinaloa en promoción turística.
- 3.1.1.5. Crear una oficina de promoción turística en Mazatlán, en coordinación directa con el sector empresarial local.
- 3.1.1.6. Crear campañas de promoción turística nacional o internacional, en la región norte del estado.

- 3.1.1.7. Impulsar un programa de asesoramiento sobre la elaboración de una marca turística para cada uno de los municipios.
- 3.1.1.8. Impulsar el uso de las TIC para la difusión turística de los municipios y del estado.
- 3.1.1.9. Promover el programa de embajadores turísticos (deportistas, artistas, cantantes, entre otros) con el objetivo de impulsar la confianza a través de la percepción de la imagen turística de cada uno de los municipios y del estado.

Estrategia 3.1.2

Fomentar el turismo responsable para mejorar la imagen turística de Sinaloa y sus destinos.

Líneas de acción

- 3.1.2.1. Trabajar de manera coordinada con las dependencias indicadas para el manejo de información, con el fin de disminuir el impacto de los efectos de la inseguridad en la imagen del estado y sus destinos turísticos.
- 3.1.2.2. Elaborar protocolos de accesibilidad e inclusión a los diversos segmentos de mercados como personas discapacitadas y la comunidad LGBTTTIQ+.
- 3,1.2.3. Coordinar los protocolos sanitarios en las empresas y destinos turísticos, con el objetivo de ofrecer servicios de calidad y una imagen favorable en materia sanitaria.

INDICADORES Y METASAprovechamiento del Potencial y Atractivo de Espacios y Destinos Turísticos

Indicador	Línea Base	Metas para Sinaloa 2027		
	(Año)	Mínima	Óptima	
1. Ranking de llegadas de turistas	5° lugar nacional (4 millones) (2020)	5° lugar nacional (7.5 millones)	4° lugar nacional (8.5 millones)	
2. Oferta de alojamiento (establecimientos)	684 (2020)	725	750	
3. Oferta de alojamiento (Habitaciones)	26 781 (2020)	31 000	33 000	
4. Oferta de alojamiento (Establecimientos categoría de 5 estrellas)	34 (2020)	38	44	
5. Oferta de alojamiento (Habitaciones de 5 estrellas)	5915 (2020)	6500	7000	
6. Movimiento de arribo de cruceros	34 (2020)	400	500	
7. Llegada de visitantes de cruceros	105 228 (2020)	800 000	1 millón	
8. Movimiento aéreo de Culiacán, Mazatlán y Los Mochis (vuelos)	12 174 (2020)	78 000	84 000	

	Línea Base	Metas para	Sinaloa 2027	
Indicador	(Año)	Mínima	Óptima	
9. Movimiento aéreo de Culiacán, Mazatlán y Los Mochis (Pasajeros)	1 147 794 (2020)	13 millones	14.5 millones	
10. Ranking nacional en empresas relacionadas con el turismo	14° lugar (2020)	12	10	
11. Ranking nacional de personal ocupado en el turismo	27° lugar (2020)	24	22	
12. Pueblos Mágicos	4 (2021)	5	6	
13. Pueblos Señoriales	8 (2020)	10	12	
14. Playas incluyentes (accesibles a personas con capacidades diferentes)	0 (2020)	1	2	
15. Proyectos turísticos accesibles en Pueblos Mágicos	ND (2020)	5	10	
16. Porcentaje de personal de prestadores de servicios turísticos para la atención a turistas con capacidades diferentes y atención a grupos inclusivos, que reciben capacitación	ND (2020)	25%	50%	
17. Ferias y tianguis turísticos nacionales e internacionales en que se participa para promocionar los destinos turísticos de Sinaloa	3 (2020)	20	30	
18. Embajadores turísticos en cada uno de los municipios y del estado para promover destinos turísticos	ND (2020)	18	36	

