



# Informe Anual de Actividades 2021 - 2022





GOBIERNO  
DE **SONORA**

---

SECRETARÍA  
DE **TURISMO**

---

## ÍNDICE

Introducción .....	4
Marco normativo .....	5
Resumen Ejecutivo.....	6
Operación de la Estrategia.....	9
Proyectos Estratégicos .....	17
Glosario .....	18
Anexos.....	26

## Introducción

El marco de la nueva transformación política en el estado de Sonora representa un verdadero cambio en el ejercicio del poder, en el que por primera vez se cuenta con el mayor presupuesto social en la historia y va encaminado mediante el Plan Estatal de Desarrollo 2022-2027 hacia un auténtico progreso en la generación de oportunidades laborales y mejores condiciones de vida a través de políticas públicas eficientes que deriven principalmente en la reactivación económica del estado.

La coyuntura geopolítica de nuestra entidad federativa es afortunada y sumamente fundamental para determinar la factibilidad de los proyectos estratégicos de mayor relevancia que darán viabilidad a mediano y largo plazo para el propio seguimiento de políticas públicas del estado, máxime si es indispensable la extraordinaria voluntad política en materia binacional e internacional para la gestación, diseño, análisis, ejecución y evaluación las políticas públicas.

La proyección económica del gobierno del estado de Sonora tendió puentes en las localidades con mayor necesidad de desarrollo, vislumbrando el gran potencial que ostentan las características inigualables que ofrece nuestro estado, particularmente para el turismo, que representa un nicho de oportunidad para impulsar las vocaciones consolidadas y emergentes.

### Resultado de indicadores

Número de indicadores	Con avance	Sin avance	Igual
7	5	2	0

## **Marco normativo**

Este documento se elabora en cumplimiento con los Lineamientos para elaborar, dictaminar y dar seguimiento a los programas derivados del Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 publicado en el Boletín Oficial del Gobierno del Estado de Sonora, Número 24, Sección I del 24 de marzo de 2022.

En el apartado: VIII. Transparencia, numeral 28:

Las dependencias y entidades deberán difundir y publicar en sus páginas de internet, los programas a su cargo al día siguiente de su aprobación. Así mismo, deberán publicar dentro del primer bimestre de cada año, en el mismo medio electrónico, los logros obtenidos, de conformidad con los objetivos, indicadores y metas definidos en los programas.

## Resumen Ejecutivo

Al inicio de la presente administración, el Gobierno del Estado de Sonora estableció como una de sus prioridades, identificar los temas y las problemáticas más relevantes para cada una de las regiones de la entidad con la finalidad de generar las propuestas y objetivos que se integraron en el Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 de Sonora (PED).

Para la formulación del PED, se realizó un amplio ejercicio de planeación participativa, donde se contó con la participación de diversos actores como presidentes municipales, diputados, servidores públicos de los tres niveles de gobierno, líderes de cámaras empresariales, empresarios y productores, cooperativas, activistas y organizaciones de la sociedad civil, así como representantes del sector académico, de pueblos originarios y etnias en el estado, y de mujeres líderes en la agenda de género.

Del diálogo generado en los distintos foros de consulta, se identificaron contenidos de gran importancia para el desarrollo de las regiones de Sonora y de sus comunidades. La importancia del sector turístico se estableció dentro del PED en el objetivo número 9. “Reactivación del crecimiento económico con finanzas sanas”, con el propósito de consolidar el liderazgo de Sonora como una potencia turística en el mercado local, regional, nacional e internacional como un motor para la reactivación económica inclusiva, equitativa y sostenible.

Para el estado de Sonora, el sector turístico toma relevancia en la presente administración como una prioridad del Gobierno para la reactivación del crecimiento económico inclusivo, equitativo y sostenible.

El año 2022 ha significado un periodo de consolidación y de fortalecimiento de las actividades realizadas por la Secretaría de Turismo del Estado de Sonora. Este proceso ha empujado al sector turístico a trabajar con mayor eficacia y eficiencia en favor de todos los sonorenses.

El periodo comprendido del 13 de septiembre de 2021, hasta el 31 de diciembre de 2022, se lograron en su totalidad metas y objetivos las cuales fomentan y desarrollan una oferta amplia y de calidad para toda la población. Con base en los resultados logrados durante el primer año y medio de este gobierno, podemos afirmar que en Sonora, la actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, nacional e internacional. Esto a su vez refleja la tierra de oportunidades al ¿fomentar la generación de? empleos e impulsar los diferentes sectores en las localidades receptoras, lo que permitirá, en el mediano plazo, ser un factor para el crecimiento y desarrollo de las comunidades anfitrionas de los destinos turísticos que alberga el país.

Estas acciones generaron un incremento en la variación de la afluencia turística de 12.5% en el 2022 que en conjunto con la población general de Sonora y del extranjero en las diversas acciones, se obtuvo una derrama económica estimada, de una variación anual de 32 puntos porcentuales al año 2022, con respecto al 2021.

Dicha visión se refleja en la alineación de los objetivos del Programa Sectorial de la Secretaría de Turismo del Estado de Sonora 2022-2027 con los objetivos estratégicos y transversales del Plan Estatal de Desarrollo 2021-2027 de Sonora (PED). Siendo siete objetivos estratégicos que este Programa plantea;

1. Promocionar los destinos turísticos de Sonora
2. Impulsar la vocación turística de los municipios a través de ferias y eventos regionales.

3. Fomentar actividades de turismo sustentable alternativo e incrementar la oferta de espacios, productos y servicios turísticos sustentables en el estado.
4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales, e internacionales con pernocta en el estado.
5. Incrementar la profesionalización de los servicios turísticos y la calidad de los mismos, así como la información proporcionada al sector turismo en el estado-.
6. Fortalecer la atención y seguridad de los visitantes.
7. Fortalecer las finanzas públicas del Gobierno estatal mediante la captación y recaudación de impuestos correspondientes a los comerciantes de la zona turística.

## Capítulo II. Alineación de la Estrategia PND – PED – PMP.

Matriz de alineación - A 2030 - PND-PROSECTUR – PED - PS.

AGENDA 20 -30	PND	PED	PS TURISMO SON
OBJETIVOS	EJE/OBJETIVO	EJES / OBJETIVOS	OBJETIVOS
<p>Objetivo de Desarrollo Sostenible: 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos</p> <p>Meta: 8.9 de aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.</p> <p>Indicador: 8.9.3 Número de empleos en el sector turístico como proporción del número de empleos totales del país.</p> <p>Indicador: 8.9.1 PIB directo turístico como proporción del PIB total y en tasas de crecimiento.</p>	<p>Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024 (PND)</p> <p>Eje 3. Economía</p> <p>Estrategia Nacional de Seguridad Pública</p> <p>Objeto: detonar el crecimiento, alentar la inversión privada e impulsar el Marco Normativo reactivación económica, el mercado interno y el empleo en el país.</p>	<p>Eje 4.- Una Coordinación Histórica entre Desarrollo y Seguridad</p> <p>Objetivos Estratégicos:</p> <p>8. Seguridad y Desarrollo.</p> <p>9. Reactivación del crecimiento económico con finanzas sanas.</p> <p>10. Infraestructura para el desarrollo económico inclusivo.</p>	<p>Objetivo 1. Promocionar los destinos turísticos de Sonora</p> <p>Objetivo 2 Impulsar la vocación turística de los municipios a través de ferias y eventos regionales</p> <p>Objetivo 3 Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado.</p> <p>Objetivo 4 . Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado</p> <p>Objetivo 5. Incrementar la profesionalización de los servicios turísticos, la calidad de estos y de la información proporcionada al sector turismo en el estado.</p> <p>Objetivo 6. Fortalecer la atención y seguridad de los visitantes</p> <p>Objetivo 7. Impulsar la recaudación del impuesto al hospedaje de hoteles y plataformas digitales</p>

## Operación de la Estrategia

**Objetivo 1.** Promocionar los destinos turísticos de Sonora.

### **Estrategia 1.2. Implementar técnicas innovadoras de mercadotecnia dirigidas a la atracción de visitantes regionales, nacionales e internacionales.**

Se desarrolló e integró material gráfico-digital de vanguardia para apoyar el conocimiento y difusión de la oferta de rutas y circuitos turísticos entre los diferentes segmentos de mercado, mismos que se encuentran estratégicamente dirigidos a grupos de interés turísticos en 27 localidades como Rancho La Montosa ubicado en Mazocahui para la campaña de Semana Santa “En Sonora te espera la aventura” 2022, Álamos para la producción de material audiovisual que se utilizó en el Tianguis de Pueblos Mágicos de Barcelona en abril del 2022, así como para la promoción en general de los Pueblos Mágicos, Campaña de Verano 2022 a los destinos turísticos Puerto Peñasco, El Pinacate, San Carlos y Guaymas, Mátape, Sierra Alta, Bosque de Sahuaros , Bahía de Kino y Punta Chueca, Circuito Rodeo en Bavispe, Moctezuma y Hermosillo, Cierre Nacional WakeBoard San Carlos , Exposición Fotográfica Itinerante “Sonora, un tesoro por descubrir en CDMX , “Feria de la Talabartería” en Moctezuma y Evento “Dino Fest”.

**Estrategia 1.3.** Implementar campañas de promoción turística dirigidas a incentivar el turismo de los segmentos especiales de mercado.

Implementación de campañas de promoción de destinos turísticos y eventos especiales logrando una publicidad innovadora, con elementos esenciales que aseguren incentivar al mercado, al generar un total de 80 pautas, reflejados mediante diseños de banners/post para redes sociales, producciones de videos y spots para radio promocionando diferentes destinos, actividades y experiencias.

Asimismo, se ha impulsado la generación de productos turísticos a través de los segmentos especiales, mediante la promoción del turismo de romance. En la ciudad de Monterrey se llevó a cabo la 12va. edición del Congreso de Bodas LAT, que reunió a más de 500 profesionales de la industria de bodas y turismo de México y Latinoamérica, donde participaron las oficinas de Convenciones y Visitantes de Guaymas y Hermosillo, así como algunos coordinadores de bodas y eventos de Sonora.

**Estrategia 1.4.** Promover la imagen turística de Sonora en el mercado regional, nacional e internacional.

Se logró promover la imagen turística de Sonora en el mercado regional, nacional e internacional, participando en el evento “Safari Convention Internacional”, donde se promociona a Sonora como un destino para la práctica responsable de la cacería, llevado a cabo en Las Vegas, Nevada, en coordinación con Sagarhpa) y los clubs de caza en Sonora. Además de asistir en la ciudad de Tucson, Arizona al evento “Visit Tucson’s 2022, Annual Meeting. Asimismo, se da seguimiento a la promoción a nivel internacional del Gran evento Carrera del Desierto en Arizona, en coordinación con el Consulado de México en Arizona se llevó a cabo una rueda de prensa con televisión, radio y productores de contenidos en redes sociales para informar acerca de los beneficios de visitar el estado. Además de atender la invitación de la Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca y la Secretaría de Turismo Federal, para participar en la Cuarta Edición del Tianguis del Pueblos Mágicos edición 2022, evento donde participaron 132 pueblos y se realizó del 11 al 14 de octubre, donde participaron más de 2,200 stands, con una asistencia de más de 20,000 personas, realizando casi 1,700 citas de negocios

Promoción a través de las redes sociales de mayor concurrencia, a las actividades del turismo mediante el desarrollo y actualización de la página web Visit Sonora, con publicaciones de artículos semanales, actualización de eventos, videos y campañas.

**Estrategia 1.5.** Promover a través de la comercialización electrónica los productos que ofertan los prestadores de servicios turísticos.

Innovación en el diseño del sitio web, [www.visitsonora.com](http://www.visitsonora.com), para convertirlo en la principal plataforma de promoción digital del estado. Se implementó una estrategia de promoción, al contar con un mapa interactivo con las 20 principales experiencias turísticas, así como con un calendario de todos los eventos turísticos de la entidad, siendo el primero en su tipo con el objetivo principal de brindar información relevante sobre el estado de Sonora para todos aquellos turistas o viajeros que desean visitarlo.

**Objetivo 2.** Impulsar la vocación turística de los municipios a través de ferias y eventos regionales.

Para concretar el impulso de la vocación turística, ha sido necesario poner en marcha el acercamiento con los ayuntamientos de Sonora, para conocer sus necesidades y apoyarlos en materia de promoción de eventos culturales, deportivos, religiosos, entre algunos más.

Con ello se ha logrado organizar y realizar eventos, en coordinación con autoridades municipales como Bavispe, Cajame, Cananea, Cucurpe, Navojoa, Moctezuma, Magdalena, Álamos, Guaymas, Huatabampo y Etchojoa, así como también con prestadores de servicios turísticos.

En Moctezuma, los días 18 y 19 de noviembre del 2022, se realizó el Primer Festival de la Talabartería, donde se instalaron para venta y exhibición de productos de piel más de 24 stands, donde ciento de clientes compraron productos de alta calidad, se instalaron puestos de comida regional, así como de bebidas. Durante el evento se tuvo una afluencia de más de 3,000 personas.

Otra actividad que resalta la identidad de los pueblos de Sonora, ha sido el Circuito de Rodeo, siendo la primera etapa, la cual tuvo lugar el 1ro de octubre en la Arena de Rodeo de Bavispe, donde se llevaron a cabo actividades como jineteo de caballos con montura y con petral, carrera entre polos, carrera de barriles, jineteo de toros y lazos de parejas. Contó con la participación de 79 concursantes provenientes de diferentes lugares de la entidad, así como del vecino estado de Arizona. La segunda etapa se realizó el 20 de noviembre en el municipio de Moctezuma donde jugaron suertes de lazo de caballo, montas y barriles. Cerrando con broche de oro el 3 de diciembre en Hermosillo. Entre otros eventos destacados se encuentran, Punto México, Tianguis de Pueblos Mágicos, Tianguis Turístico y Carrera del Desierto de Altar, en conjunto se ha logrado fomentar actividades de atracción turística y promoción de los destinos.

En alcance a lo anterior, se ha difundido de manera masiva y estratégica los eventos culturales y artísticos de los municipios mediante la producción y cobertura de 83 eventos ampliando la oferta turística existente.

**Objetivo 3.-** Fomentar actividades de turismo sustentable alternativo. Incrementar la oferta de espacios, productos y servicios turísticos sustentables en el estado.

**Estrategia 3.1.** Incrementar la oferta de espacios, productos y servicios turísticos sustentables en el estado.

Para incrementar los estándares en temas de sanidad e inocuidad entre los prestadores de servicios, se han certificado a través del modelo de consultorías y creación de Instituciones certificadas en Sonora para empresas consolidadas, **con un total de 20 empresas, los Distintivo H, Distintivo S, Distintivo M.** Asimismo, se han impartido un total de 12 cursos, entre los más destacados, "Manejo higiénico de los

alimentos” y “Construyendo un espacio laboral de bajo riesgo para contagios de la Covid-19”, plática de medidas de protección frente al Covid-19, en conjunto con la Coordinación Estatal de Protección Civil.

Para incentivar el desarrollo sustentable de las actividades turísticas en la zona rural, se llevó a cabo el diplomado de formación de guías especializados en la Ruta Cultural Moctezuma-Agua Prieta, con una duración de 322 horas. Impartido por personal docente de la Universidad de la Sierra. Obteniendo un total de 15 guías certificados de los municipios de Moctezuma, Agua Prieta, Cumpas y Nacozari.

**Estrategias 3.3.** Incentivar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad turística en el estado.

Con el objetivo de incentivar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad turística en el estado, se ha asistido a 43 eventos de promoción turística así como en México y en el extranjero, siendo algunas de las más destacadas, el vertimiento del Ex Buque ARM “SANTOS” (PO106), para la creación de un arrecife artificial en el estado de Sonora, la participación en la edición 2022 de VINO FEST San Carlos, evento cuya finalidad es promover el destino turístico, además de fomentar la cultura del vino mexicano, con una estimación de 2,000 asistentes, participación en el primer Tianguis Internacional de Pueblos Mágicos 2022, celebrado en Barcelona, España y Tianguis Turístico México, Acapulco 2022, el evento más importante del sector turístico a nivel nacional y la participación en el XI Summit Turístico Internacional 2022.

**Objetivo 4.** Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado.

**Estrategia 4.1.** Promover el arribo de cruceros y nuevas rutas aéreas al estado.

Con el aprovechamiento total de las instalaciones aeroportuarias se ha fomentado el turismo al ser inaugurado el nuevo vuelo Tijuana-Puerto Peñasco de Calafia Airlines, en el aeropuerto Mar de Cortés en Puerto Peñasco, esto contribuye a estimular el turismo de una de las playas más populares del Noroeste de Sonora, mejorando e impulsando la conectividad aérea del estado.

Se establecieron vías de comunicación con el sector privado en beneficio de la conectividad del estado, basado en una serie de reuniones de trabajo con representantes del aeropuerto de Puerto Peñasco y gracias a las negociaciones y la certidumbre que ofrece Sonora, permitió concretar el vuelo Tijuana – Puerto Peñasco a través de la aerolínea Aerocalafia.

**Estrategia 4.2.** Impulsar la mejora de la infraestructura turística pública en el estado para aumentar la estadía del visitante.

Con enfoque orientado a promover la inversión pública-privada para mejorar los servicios disponibles, y consolidar el desarrollo turístico de los “Pueblos Mágicos”, así como los “Tesoros de Sonora”, se ha llevado a cabo una reunión con autoridades municipales de Hermosillo y sociedad civil de Villa de Seris para la conformación del Comité Pro Tesoros de Sonora de esa población, que da lugar a acciones que en conjunto brindan beneficios a la sociedad y al sector.

Con el fin de promover en los proyectos el incluir sistemas que permitan mejorar la sanidad e inocuidad, en beneficio de los usuarios de los servicios, Se impartió curso “Turismo Sustentable, Atención al Turista y Manejo Higiénico de los alimentos” llevado a cabo en la comunidad del Desemboque de los Seris el 13 de octubre del 2022 Con un total de 10 personas capacitadas.

**Estrategia 4.3.** Impulsar el crecimiento del mercado de turismo de reuniones, así como incrementar la oferta disponible para este segmento en el estado.

Se desarrollaron actividades de promoción en los mercados nacional e internacional, para el impulso de las inversiones público – privadas, para el desarrollo de infraestructura que impulse el crecimiento del turismo de reuniones, a través de la rueda de prensa en el Consulado de México en el estado de Arizona, para anunciar el 1er. Summit Inmobiliario a realizarse en Guaymas, cuyo objetivo fue promocionar y fortalecer el crecimiento de oportunidades de inversión inmobiliaria en nuestro estado.

**Estrategia 4.4.** Impulsar la generación de nuevos productos sustentables para el aprovechamiento de la vocación turística, los recursos patrimoniales de naturaleza e histórico - culturales de los municipios del estado.

Se consolidó apoyo a las diferentes iniciativas municipales para integrarse y/o permanecer en los programas de Pueblos Mágicos y Tesoros de Sonora, mediante la realización de toma de protesta a los integrantes del Comité Ciudadanos de Pueblos Mágicos de Ures con la participación de autoridades municipales y como testigos de honor la Maestra Celida Teresa López Cárdenas, Secretaría de Turismo del estado de Sonora.

**Objetivo 5.** Incrementar la profesionalización de los servicios turísticos y la calidad de los mismos, así como la información proporcionada al sector turismo en el estado.

**Estrategia 5.1.** Fortalecer la calidad de los servicios en el estado.

Se han implementado 4 campañas de concientización (Cultura Turística) a fin de que la población conozca los beneficios de la actividad turística en la entidad y contribuya a su desarrollo, a través de la conferencia en línea, Webinar, de presentación de Destino Sonora, donde se ofertaron los destinos turísticos con los que cuenta el estado, además de la elaboración y promoción de las redes sociales (Facebook / Instagram) de nombre “Cultura Turística Sonorense”, en la cual también se promueve el turismo en la entidad, a fin de sensibilizar a la población sonorense del cuidado de los atractivos con los que cuenta el estado.

Para el desarrollo de acciones orientadas a la cultura turística en escuelas y organismos municipales, se ha implementado el diplomado de formación de guías especializados en la Ruta Cultural Moctezuma-Agua Prieta, con una duración de 322 horas. Este fue impartido por personal docente de la Universidad de la Sierra y se contó con un total de 15 guías certificados de los municipios de Moctezuma, Agua Prieta, Cumpas y Nacoziari.

Para la difusión de la promoción para la concientización de los sonorenses en la valoración del patrimonio y su importancia en la atracción de turistas, así como para tener una mejor actitud de servicio hacia los visitantes, se implementó a través de una conferencia en línea (webinar) la presentación de Destino Sonora, elaboración de páginas de internet (Facebook / Instagram) “Cultura Turística Sonorense”.

**Estrategia 5.2.** Implementar acciones de Capacitación y Competitividad Turística en el estado.

Se implementaron acciones de capacitación en los principales municipios turístico del estado, Puerto Peñasco, Hermosillo, Caborca, Cananea y Guaymas, en los cuales se certificación un total 20 empresas, mediante los Distintivo H, Distintivo M, Distintivo Cerca de China, Distintivo Código de Conducta, Distintivo Punto Limpio en Hermosillo, Distintivo Código de Conducta Nacional para la protección de Niñas, Niños y Adolescentes de los sectores de viajes y Turismo.

Se realizaron cursos presenciales impartidos para el apoyo a la generación, articulación y fortalecimiento de cadenas de valor de los sectores turísticos, mediante asesoría, capacitación y servicios de información oportuna, en los cursos estrategia de Promoción Turística, Taller de Profesionalización y Certificación para el Desarrollo del Turismo en Sonora, Perfil del Turista en Sonora dirigido a Tour Operadores y Guías Turísticos, Taller de creación de Productos Turísticos Mediante el uso de plataformas electrónicas se dieron los webinars “Presentación de Destino” con el apoyo de Volaris y Tour Operadores de Sonora para mostrar los atractivos y productos turísticos de nuestro estado. También se llevó a cabo el curso con catedráticos y consultores de GDL, a fin de ver los puntos y contenidos para capacitar guías de naturaleza bajo la NOM09, a través de la empresa consultora Carbono 14. Por otra parte, se buscaron opciones en la iniciativa privada para traer las capacitaciones correspondientes a la Norma oficial de turismo 09 en las regiones indígenas y rurales con vocación turística y prestadora de servicios turísticos existentes, impartidos en los municipios de Agua Prieta, Caborca, Ciudad Obregón, Cananea, Empalme, Hermosillo, Navojoa y Álamos.

Se implementó en coordinación con dependencias y entidades de salud del estado, programas de capacitación que permitan implantar medidas de sanidad e inocuidad en las empresas turísticas, mediante el Distintivo H a un total de 7 empresas.

También se otorgaron cursos de capacitación orientados a los prestadores de servicios turísticos, sobre nuevas tecnologías aplicables al sector, para el diseño y desarrollo de productos y experiencias turísticas sustentables, con la aplicación de nuevas tecnologías, mediante el desarrollo de reuniones vía Google Meet con la representante de “SIMO Consulting” y especialista en estudios estadísticos, para platicar sobre el levantamiento de información para el Sistema Estadístico de Información Turística de Sonora.

**Objetivo 6.** Fortalecer la atención y seguridad de los visitantes

**Estrategia 6.1.** Formular un sistema transversal, coordinado entre Instituciones Públicas de Seguridad en el estado, la iniciativa privada y gobiernos municipales, para la atención y seguridad del turismo de la entidad.

Se estableció la coordinación con Ángeles Verdes para mejorar la seguridad y atención del turista, mediante el Banderazo Nacional de Inicio de Operativo Vacacional Invierno 2022, con el acompañamiento del Secretario de Turismo Federal, Lic. Miguel Torruco Márques, con el fin de impulsar el turismo en Sonora y brindarles una buena atención a nuestros amigos paisanos.

#### RESULTADO DE LOS INDICADORES DEL OBJETIVO

**Objetivo 7.** Fortalecer las finanzas públicas del Gobierno Estatal mediante la captación y recaudación de impuestos correspondientes a los comerciantes de la zona turística.

**Estrategia 7.1** Impulsar la sustentabilidad de los ingresos generados por el turismo para generar bienestar social.

Coordinar acciones con la iniciativa privada del estado, para el uso transparente y responsable de los recursos generados por los Impuestos, para ello durante el ejercicio 2022 se celebraron 7 sesiones Ordinarias del Comité Técnico del Fideicomiso del Impuesto por la Prestación de Servicio al Hospedaje, con la finalidad de impulsar acciones, estrategias y programas para la promoción turística del estado.

Se desarrollaron nuevas propuestas de ley y sus normativas para mejorar la sustentabilidad del turismo, en beneficio de los turistas nacionales y extranjeros, en base la reunión con el Responsable Oficial de la Secretaría de Turismo para dar seguimiento a las acciones de mejora y simplificación que se encuentran realizando para la integración de sus Agendas y Programas de Mejora Regulatoria, resolver dudas y emitir opiniones, además, **se implementó la capacitación** y reunión de seguimiento para el análisis y atención de acciones, así como el planteamiento de una agenda de trabajo conjunta que permita integrar iniciativas de acciones de mejora y simplificación de trámites y servicios.

Resultado de los indicadores del Objetivo

Indicador	Línea base 2021	Resultado 2022	Fuente	Semáforo (Respecto a Línea base*)
Tasa de Habitaciones en el ramo turístico	20,983 (2021)	25,029	Secretaría de Turismo, fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.	
Variación anual Ocupación Hotelera	40.2% (2021)	55.2% (Data tur- Hmo Nov) 57.30% (OCV's Hmo oct)	Secretaría de Turismo, fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.	
Variación Anual de Afluencia Turística	13.6% (2021)	De 2.4 en 2021 a 2.7 millones en 2022. Un incremento del 12.5% ((Año actual 2.7/ año anterior 2.4) -1) X100	Secretaría de Turismo, fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.	
Variación anual de Derrama Turística	25.9% (2021)	De 3,125 M en 2021 a 4,126 M en 2022, una variación del 32%	Secretaría de Turismo, fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.	
Variación anual de Gasto Promedio	1.4% Nacional, 1.1% Extranjero (2021)	15.4% Extranjero	Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como OCV'S, INEGI.	

Número de Empleo	119,270 (2020)	103,519	Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como IMSS, INEGI.	
Recursos del Impuesto del 2%	49 M	59M	Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como el	

Verde: Avance; amarillo: Igual y; rojo: Retroceso

## Proyectos Estratégicos

Las campañas de promoción del estado realizadas a través de medios digitales son una manera de fortalecer y complementar las campañas de medios tradicionales. Un sitio web, las redes sociales y diversas plataformas tecnológicas ofrecen un gran alcance y eficiencia en los impactos. En este sentido, se han pautado en México y Estados Unidos 80 acciones implementadas través de campañas de creatividad, imagen turística y publicidad mediante de medios impresos y digitales, siendo las siguientes:

Campaña de Semana Santa 2022 “En Sonora te espera la Aventura”

Campaña de Top 20 Experiencias de Sonora

Campaña de Verano 2022 “En Sonora te espera la Aventura”

Campaña Vuelo Tijuana-Puerto Peñasco

Campaña “Gran Carrera del Desierto”

Campaña de Invierno 2022: “See you in Sonora”

Como parte de su estrategia de promoción y fuente principal de promoción turística para el Estado de Sonora, se encuentra la página web [www.visitsonora.com](http://www.visitsonora.com), la cual se encuentra en constante actualización en función de lo que se vaya integrando para su respectiva divulgación, ofrece información detallada sobre cada una de las experiencias, así como un mapa interactivo donde podrán ubicarse de manera visual.

Además, de manera paralela se ha dado difusión masiva mediante las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, brindando a la población opciones de recreación turística de aventura, naturaleza y cultura a los visitantes de nuestro estado, de los principales destinos turísticos y experiencias tales como; Reserva de la Biósfera del Pinacate y el Gran Desierto de Altar, San Carlos y puerto de Guaymas, Álamos Mágico, Sierra Alta, Bahía Kino y Nación Seri, Puerto Peñasco, Sierra Baja, Cócorit y pueblos Yaquis, Ruta Río Sonora, arqueología del desierto, Ruta de las Misiones, Sierra Ruta 17, Ruta Sierra Mar, Valle y bosques de Yécora, Magdalena de Kino, Navjoa y Río Mayo, El Novillo, Cananea, Ciudad Obregón y Hermosillo.

## Glosario.

### A

**ACTIVIDAD TURÍSTICA** Comprende aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas.

**AGENCIA DE VIAJES** Empresa que concibe, crea, planea, organiza y ejecuta programas de servicio de viajes para el organizador o el cliente en los que incluye normalmente alojamiento, alimentación, transporte de aproximación y local así como excursiones en sitio y a los alrededores para el grupo de participantes en el evento a petición del cliente; bien sea en forma directa o como intermediarios entre los usuarios y los prestadores de servicios turísticos tanto nacionales como internacionales.

**ATRATIVOS TURÍSTICOS** Valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo.

**ALOJAMIENTO** Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios.

**ÁREA TURÍSTICA** Extensión de dimensiones variables compuesta de atractivos turísticos unidos y próximos unos a otros, que además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.  
Está constituida por un espacio geográfico determinado, en el que se concentran varios lugares de atracción de tipo homogéneo o complementario. Debe contar con atractivos turísticos relativamente contiguos y de categorías y jerarquías variables y comprende, generalmente, uno o varios centros urbanos de cualquier magnitud, y además cuenta con una red de transporte que los intercomunica.

### C

**CUARTOS  
DISPONIBLES**

Es el número de cuartos o habitaciones que se encuentran en servicio. No contabiliza las habitaciones que por reparación o alguna otra causa estén fuera de servicio.

**D**

**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.

**DESTINO**

Es el lugar visitado. En el caso de los visitantes internos, el destino es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país. Un destino es la unidad geográfica básica utilizada para la elaboración de las estadísticas del turismo. Dentro del país de referencia, el país puede dividirse en zonas de destino que representan regiones turísticas homogéneas o que pueden ser grupos de regiones administrativas del gobierno local.

**E**

**ESTABLECIMIENTO DE  
ALOJAMIENTO**

Se considera establecimiento de alojamiento turístico, aquel que presta al público el servicio de hospedaje en forma temporal, con áreas e instalaciones comunes, que consta de una edificación o conjunto de edificaciones construidas o acondicionadas para tal fin, y operadas en forma conjunta, ocupando la totalidad o parte de dichas edificaciones.

**ESTABLECIMIENTO DE  
HOSPEDAJE**

El inmueble en el que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación (Fracción VII del Reglamento de la Ley Federal de Turismo)

**ESTADÍSTICAS DE TURISMO** DE Es una herramienta que se utiliza para el estudio de los fenómenos relacionados con el sector turismo, mediante un conjunto de procedimientos de recolección, procesamiento, clasificación, análisis y difusión de información, para conocer el comportamiento de la actividad turística, describiéndolo cuantitativamente para la toma de decisiones en materia de políticas turísticas.

## F

**FOLLETO TURÍSTICO** Publicación impresa de hasta cincuenta páginas que se distribuye, por lo general gratuitamente, con finalidad informativa o publicitaria de un destino, atractivo, monumento, hotel, etc.

## G

**GASTO TURÍSTICO** Total de gastos de consumo efectuados por un visitante o por cuenta de un visitante durante su desplazamiento y su estancia turística en el lugar de destino.

**GASTO POR TURISMO INTERNO** Gastos efectuados como resultado directo de viajes por parte de visitantes residentes dentro de su país de residencia. Incluye los gastos en ruta y en los lugares visitados, así como los pagos por adelantado necesarios para la preparación e inicio del viaje y los gastos relacionados con el viaje efectuado en el lugar de residencia a la vuelta del viaje.

## H

**HOSPEDAJE** Servicio que ofrecen hoteles y establecimientos especializados para crear las condiciones adecuadas de estancia por una noche o más de los turistas o visitantes.

## **HOTEL**

Establecimiento edificado tradicionalmente en estructuras físicas verticales, que ha experimentado con el tiempo diversas transformaciones hasta llegar a sus características específicas de servicio actual, mismas que lo hacen ser considerado como el establecimiento típicamente turístico. Dichas características están dadas por las unidades de alojamiento que le son propias en cuartos y suites, y en su caso, por la disponibilidad de servicios complementarios; por ejemplo los espacios sociales, restaurantes, piscinas, bares y centros nocturnos en los que algunos de ellos son concesionados a terceros (agencias de viajes, tiendas especializadas, estéticas, asesoría de deportes, etc.) El servicio tipo hotel está catalogado como aquél que se proporciona en un establecimiento con un mínimo de 10 habitaciones, que se han instituido para proveer básicamente alojamiento, alimentación y los servicios complementarios demandados por el turista.

## **I**

### **INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA**

Comprende las obras básicas, generalmente de acción estatal, en materia de accesos, comunicaciones, abastecimientos de agua, eliminación de desechos, puertos, aeropuertos, etc.

### **INSTALACIONES TURÍSTICAS**

Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas.

## **L**

### **LLEGADA TURISTAS**

**DE** Número de personas registradas en el mes, clasificadas según su lugar de residencia en nacionales o extranjeras (esta información se toma directamente de los registros, si la dirección ahí anotada pertenece al país, entonces se considera al turista como nacional, en caso contrario se le considera extranjero).

## **O**

## **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.
- Estos establecimientos deberán vender su producto para uso final en zonas turísticas, por lo tanto la mayoría de sus clientes sean turistas.

## **P**

### **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. Ahora bien, en la producción de productos turísticos hay que destacar el tratamiento especial de tres tipos de actividad productiva turística:

- a.- Producción de bienes
- b.- Las agencias de viajes y
- c.- Los operadores turísticos

### **PROMOCIÓN TURÍSTICA**

Implica la difusión de las bondades de la oferta turística hacia los "clientes" potenciales, es decir dar a conocer el producto turístico. Este incluye tanto los atractivos, como actividades turísticas, infraestructura y todo tipo de servicios que dentro del territorio comunal pueden ser de interés para una visita.

## **R**

### **RECREACIÓN**

Constituye un conjunto de actividades individuales o colectivas para la utilización positiva del tiempo libre y el turismo en particular, que contribuyan al desarrollo integral de la persona, mejorando su calidad de vida y la de su familia.

<b>RECURSOS TURÍSTICOS</b>	Corresponde a todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad humana y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.
<b>REGISTRO NACIONAL TURÍSTICO (RNT)</b>	Consiste en un sistema que permite contar con una base de datos de todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen operaciones. Para prestar servicios turísticos de manera legal, los prestadores de servicios deben inscribirse en el mismo.
<b>S</b>	
<b>SERVICIOS TURÍSTICOS HOSPEDAJE</b>	<b>DE</b> Son aquéllos que se prestan a través de hoteles, moteles, albergues y demás establecimientos de hospedaje, así como campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicios a turistas.
<b>T</b>	
<b>TASAS OCUPACIÓN</b>	<b>DE</b> La tasa de ocupación de los alojamientos es un concepto basado en la oferta. Es un indicador importante a numerosos efectos. Facilita información sobre las diferencias de uso entre los diversos tipos de establecimientos de hospedaje y si se presenta en datos mensuales también indica la pauta estacional del uso de los alojamientos turísticos. Existen varios tipos de tasa de ocupación. Algunas se refieren a plazas-cama, mientras que otras a habitaciones, viviendas, espacios de acampada y atraques. El número de plazas-cama ofertadas es el número de camas dispuestas en las habitaciones ofertadas, contabilizando una cama doble como dos plazas-cama.
<b>TOUR</b>	Es un recorrido o desplazamiento en donde el punto de salida y entrada se encuentra dentro de una misma localidad.
<b>TRANSPORTE</b>	Cantidad de Unidades: Número de vehículos, nave o aeronaves que posee el prestador de servicios turísticos.
<b>TRANSPORTE TURÍSTICO</b>	Es todo aquel prestador de servicio turístico legalmente constituido que brinda a los turistas nacionales e internacionales, desplazamiento dentro o fuera del país, traslados, excursiones, circuitos turísticos o alquiler de vehículos con o sin chofer; por empresas de transporte turístico inscritas en el Registro Nacional Turístico, con unidades de transporte debidamente autorizadas, y en la cual le brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios.

**TRANSPORTE  
TURÍSTICO AÉREO**

Son aquellas empresas dedicadas a interconectar centros de interés turístico para posibilitar el disfrute de atractivo turísticos utilizando aeronaves, entendiéndose por éstas, aquellas que puedan sustentarse en la atmósfera por reacción del aire y las cuales deben estar debidamente inscritas y autorizadas por el Registro Nacional Turístico y en las cuales brinden comodidad, agilidad de movimiento, precio, rapidez y seguridad a los usuarios.

**TURISMO**

Comprende 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, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.

**TURISMO  
INTERNACIONAL**

Se compone de turismo receptor y turismo emisor.

**TURISMO INTERNO**

Visitantes residentes que viajan dentro del territorio económico del país de referencia.

**TURISMO NACIONAL**

Incluye el turismo interno y el turismo emisor.

**TURISTA  
INTERNACIONAL  
(Visitantes  
Internacionales  
México-Turista  
Internacional)**

a

Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en México.

**TURISTA  
INTERNACIONAL  
(Visitantes  
Internacionales  
de  
México al Exterior-  
Turista Internacional)**

de

Un visitante que permanece fuera de México, una noche por lo menos, en un medio de alojamiento colectivo o privado.

**TURISTAS**

Visitantes que pernoctan en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado una noche por lo menos.

**TURISTAS  
INTERNACIONALES**

Turistas que pernoctan cuando menos una noche en el país visitado.

## V

### **VIAJE O VISITA**

Todo desplazamiento fuera del entorno habitual, y se refiere a las actividades que el viajero realiza fuera de su lugar de residencia habitual, desde el momento de su salida hasta su regreso (Naciones Unidas, 1994).

### **VISITANTE**

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional (Naciones Unidas, 1994).

## Z

### **ZONA TURÍSTICA**

Corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas y que cuenta con una unidad paisajística. En su interior se pueden agrupar extensiones territoriales de menor tamaño, denominadas áreas turísticas. La Zona Turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran.

## Anexos

CÉDULA DE INDICADORES			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 3. Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado.		
CARACTERÍSTICAS			
<b>INDICADOR:</b>	Tasa de Habitaciones en el ramo turístico.		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Identificar las áreas de oportunidad para el crecimiento turístico.		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Incentivar la atracción de inversiones privadas en el ramo turístico para fomentar el crecimiento de la actividad turística en el estado.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	Número de habitaciones Año Actual		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
FUENTE:		UNIDAD DE MEDIDA	
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.		Número de habitaciones	
<b>REFERENCIA ADICIONAL.</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.		
Línea base 2021	2022	Meta 2027	
20,983 Habitaciones de hospedaje	25,029 habitaciones de hospedaje	21, 550	Habitaciones de hospedaje

<b>CÉDULA DE INDICADORES</b>			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>INDICADOR:</b>	Variación anual Ocupación Hotelera		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Identificar el porcentaje de ocupación hotelera en los establecimientos de hospedaje en la entidad.		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Se busca incrementar el porcentaje de ocupación hotelera en los establecimientos de hospedaje de la entidad.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	$(\text{Ocupación hotelera Año Actual} / \text{de Ocupación hotelera Año Anterior}) \times 100$ .		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
<b>FUENTE:</b>		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.		Porcentaje (%)	
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.		
<b>Línea base 2021</b>	<b>2022</b>	<b>Meta 2027</b>	
40.2%	55.2% (Data tur- Hmo Nov) 57.30% (OCV's Hmo oct)	51.0%	

<b>CÉDULA DE INDICADORES</b>			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>INDICADOR:</b>	Variación Anual de Afluencia Turística		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Elevar la afluencia turística en la entidad		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Se busca incrementar la afluencia nacional y extranjera en la entidad.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	$(\text{Porcentaje Afluencia Turística Año Actual} / \text{Porcentaje Afluencia Turística Año Anterior}) - 1 \times 100$		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
<b>FUENTE:</b>		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.		(Porcentaje)	
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca su Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.		
<b>Línea base 2021</b>	<b>2022</b>	<b>Meta 2027</b>	
13.6%	11.2%	26%	

<b>CÉDULA DE INDICADORES</b>			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado.		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>INDICADOR:</b>	Variación anual de Derrama Turística.		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Elevar la derrama económica turística en la entidad.		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Se busca incrementar la derrama económica del turista nacional y extranjero en la entidad.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO</b>	$(\text{Porcentaje de Derrama Total Turística Año Actual} / \text{Porcentaje de Derrama Total Turística Año Anterior}) - 1 \times 100$		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
<b>FUENTE:</b>		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>	
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como las Oficinas de Convenciones y Visitantes, Sistema DataTur de SECTUR, INEGI.		Porcentaje	
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.		
<b>Línea base 2021</b>	<b>2022</b>	<b>Meta 2027</b>	
25.9%	32%	83.4%	

<b>CÉDULA DE INDICADORES</b>		
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b> Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico.
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL O TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 4. Fortalecer la conectividad para lograr una mayor afluencia de visitantes regionales, nacionales e internacionales con pernocta en el estado	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>		
<b>INDICADOR:</b>	Variación anual de Gasto Promedio	
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Medir el gasto promedio de los turistas que visitan nuestro estado	
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Se busca aumentar el gasto promedio de los turistas que visitan nuestro estado	
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	$(\text{porcentaje de gasto promedio de los turistas Año Actual} / \text{porcentaje de gasto promedio de los turistas Año Anterior}) - 1 \times 100$	
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.	
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual	
<b>FUENTE:</b>		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como OCV'S, INEGI.		Porcentaje de gasto promedio
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.	
<b>Línea base 2021</b>	<b>2022</b>	<b>Meta 2027</b>
1.4% Nacional 1.1% Extranjero	15.4% Extranjero	3% Nacional 2.5% Extranjero

CÉDULA DE INDICADORES			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico
<b>OBJETIVO SECTORIAL, INSTITUCIONAL TRANSVERSAL:</b>	Objetivo 3. Incrementar la oferta de espacios y servicios turísticos sustentables en el estado.		
CARACTERÍSTICAS			
<b>INDICADOR:</b>	Número de Empleos en el sector		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Elevar el número de empleos generados en el sector turístico		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Se busca incrementar el número de empleos que se generen en el sector turístico		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	Número de empleos del sector turístico Año Actual		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
FUENTE:		UNIDAD DE MEDIDA	
Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como IMSS, INEGI.		Número de empleos	
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de integrar el sistema de estadística del sector, así como coordinar su operación.		
Línea base 2021	2022	Meta 2027	
119, 270 durante el 2020 %???	103,519 %??	127,142	

<b>CÉDULA DE INDICADORES</b>			
<b>UNIDAD RESPONSABLE:</b>	Secretaría de Turismo del Estado de Sonora.	<b>UNIDAD EJECUTORA:</b>	Fideicomiso del Impuesto para la Prestación del Servicio al Hospedaje.
<b>OBJETIVO INSTITUCIONAL TRANSVERSAL:</b>	<b>SECTORIAL,</b> O	Objetivo 7. Impulsar la recaudación del impuesto al hospedaje de hoteles, moteles y plataformas.	
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>INDICADOR:</b>	Recursos del Impuesto del 2%		
<b>OBJETIVO DEL INDICADOR:</b>	Impulsar la sustentabilidad de los ingresos generados por el turismo para que sean fuente de bienestar social		
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL:</b>	Coordinar acciones con la iniciativa privada del estado, para el uso sustentable y responsable de los recursos generados por el Impuesto al Hospedaje del 2 %.		
<b>MÉTODO DE CÁLCULO:</b>	Ingresos de recursos obtenidos en el año por el impuesto del 2%		
<b>SENTIDO DEL INDICADOR:</b>	Ascendente.		
<b>FRECUENCIA DE MEDICIÓN:</b>	Anual		
<b>FUENTE:</b>	Estimación propia de la Secretaría de Turismo con información de fuentes externas como el Fideicomiso del Impuesto para la Prestación del Servicio al Hospedaje.		<b>UNIDAD DE MEDIDA</b>
			Pesos
<b>REFERENCIA ADICIONAL:</b>	La Dirección General de Planeación y Desarrollo Turístico, es responsable según lo marca el Reglamento Interior de Integrar la información del sector.		
<b>Línea base 2021</b>	<b>2022</b>	<b>Meta 2027</b>	
49 Mdp	59 Mdp	400 mdp	