



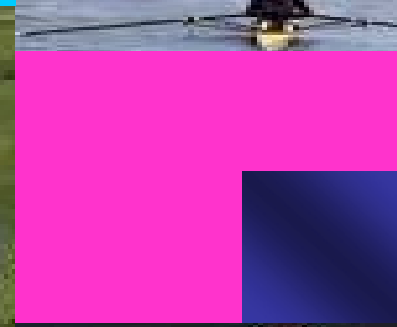
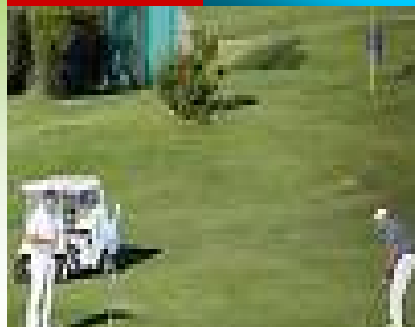
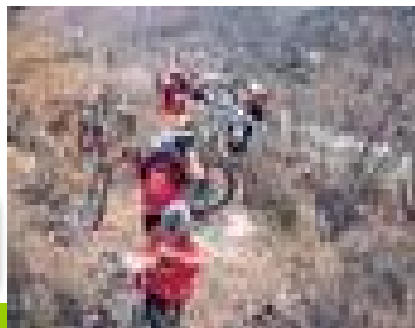
SEP



TURISMO
DEPORTIVO

SUBDIRECCIÓN
GENERAL DEL
DEPORTE

2007



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO



Consejo de Promoción Turística

TURISMO
DEPORTIVO

DIRECCIÓN
DE
TURISMO
DEPORTIVO Y
NÁUTICO

2007

LOS SEGMENTOS TURÍSTICOS SON LA LÍNEA A SEGUIR EN EL PRÓXIMO SEXENIO



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

EL OBJETIVO ES:

"...hacer de México uno de los cinco destinos turísticos más visitados del mundo, para ello necesitamos multiplicar y diversificar la oferta turística del país."

**Presidente Felipe Calderón
Hinojosa, Abril 2007**



**EN MAYO 2007 SE FIRMA EL CONVENIO
PARA EL DESARROLLO DE TURISMO
DEPORTIVO**



SECTUR



**SECRETARÍA
DE TURISMO**

“Deporte y Turismo son 2 actividades globales con elevado impacto social, económico y ambiental que tienen objetivos comunes:

1. Repercusiones económicas,
2. Creación de empleos,
3. Inversión en infraestructura y equipamiento,
4. Propiciar el intercambio cultural,
5. Protección del medio ambiente,
6. Fomento en aspectos positivos a la globalización,
7. Desarrollo deportivo,
8. Desarrollo de destinos turísticos
9. Promoción

**EN MAYO 2007 SE FIRMA EL CONVENIO
PARA EL DESARROLLO DE TURISMO
DEPORTIVO**



La competitividad de los destinos turísticos (MEXICO) depende de la capacidad de innovar y mejorar permanentemente sus productos.

En el mercado turístico se han observado cambios constantes en la demanda donde el turista ahora va en busca de experiencias diferentes, vivencias, emociones, viajes a su medida, buscando ser el protagonista de sus viajes y esperando recibir servicios de acuerdo a sus necesidades y expectativas, por lo que se ha buscado identificar alternativas de diversificación que respondan a diferentes grupos de demanda y a múltiples motivaciones de viaje, cuyo interés se ha enfatizado en mercados específicos como el turismo deportivo.

¿QUÉ ES EL TURISMO DEPORTIVO?



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

Existe una interrelación creciente entre deporte y turismo. **Los magnos eventos deportivos** son o deberían ser diseñados, planificados y promocionados igualmente como grandes eventos turísticos.

La **práctica deportiva** es una de las actividades características que configuran una parte sustantiva de la oferta turística, añade mayor valor a los destinos, complementa y diversifica productos tradicionales, eleva la competitividad y contribuye a incrementar los ingresos turísticos.



¿COMO LO DEFINES?



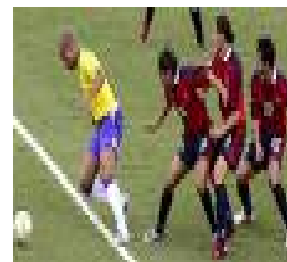
SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

El deporte es una razón por la cual viajan las personas:

- Son turistas – cuando viajan más de 80 Km. y/o pernoctan una noche.
- La razón de su viaje es el deporte – no hubieran viajado a ese destino si no hubiera sido por ese evento particular.



SEGMENTOS DE MERCADO MÁS IMPORTANTES PARA EL 2020 ESTABLECIDOS POR LA OMT



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

1. Sol y Playa
2. **Deportes**
3. Aventura
4. T. basado en la naturaleza
5. Turismo cultural
6. Turismo urbano
7. Turismo rural
8. Cruceros
9. Parques temáticos
10. Reuniones y conferencias



- Golf
- Atletismo
- Tenis
- Fútbol
- Carreras de aventura
- Natación
- Karate y Artes Marciales
- Baseball
- Basketball
- Gimnasia
- Vela
- Voleibol

- Charrería
- Escalada y Montaña
- Tae Kwon Do
- Remo
- Canotaje
- Ecuestre y Polo

- Ciclismo
- Triatlón
- Automovilismo
- Motonáuticas
- Pesca
- Actividades Subacuáticas (Surfing, Buceo)
- Olimpiadas Nacionales
- **Entre otros eventos y deportes***

*OMT Turismo Horizonte 2020, Datos actuales y Previsiones. Presentación de Augusto Huéscar Martínez, Organización Mundial de Turismo, Departamento de Estudios de Mercado y Promoción, en el Illes Balears Forum Noviembre 2005, Acerca de Turismo Deportivo **Turismo: Panorama 2020 - Previsiones mundiales y perfiles de los segmentos de mercado, UNWTO Publications**

LA MISIÓN - SECTUR



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

Alentar a los responsables del desarrollo turístico a identificar las actividades susceptibles de conformar productos turísticos deportivos que contribuyan a la diversificación y desestacionalización de la oferta turística de los destinos.

Alentar a destinos que desarrollen su patrimonio deportivo para fomentar su diferenciación y reforzar su posicionamiento turístico, potenciando su progreso económico y social.



¿QUÉ PUEDEN HACER TURISMO y DEPORTE?



SECTUR

SECRETARÍA
DE TURISMO



■ Eventos deportivos son una oportunidad para crear y promover un destino turístico, tornándose más competitivos al diversificar su oferta y atraer nuevos y diferentes flujos turísticos.



El reto para el Turismo es doble:

1. Complementar eventos deportivos con una experiencia turística en el corto plazo y
2. Transformar al país, Estado o Ciudad anfitriona en un destino turístico a mediano o largo plazo.



BENEFICIOS ESPERADOS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

1. Impacto Económico / Diversificación económica.
2. Flujos nuevos y diferentes turistas.
3. Creación de empleos.
4. Promoción / Imagen para los destinos.
5. Incremento de la cultura deportiva.
6. Mejora de calidad de vida de comunidades sedes.
7. Detonadores de infraestructura deportiva y turística.
8. Mayores apoyos al desarrollo del deporte de diferentes niveles competitivos.
9. Desestacionalización y diferenciación de los destinos.



CUANTIFICACIÓN DE BENEFICIOS

millones de pesos (2005)



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

Ha sido calculada la derrama de varios segmentos y eventos de Turismo Deportivo:



■ Pesca Deportiva	\$5,325
■ Buceo	\$1,835
■ Golf (70 campos)	\$4,348
■ Cinegético	\$1,612
■ Festival Globos León	\$ 56
■ Carreras de Aventura (18)	\$ 25
■ Triatlón (10)	\$ 53
■ Paseos Ciclistas (2)	\$ 45
■ Juego NFL (Oct. 2005)	\$ 60
■ Automovilismo NASCAR (mar. 2006)	\$ 150

Estos representan una derrama directa de **\$13 mil millones de pesos** y una afluencia de **3 millones de personas**.

OBJETIVOS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

TURISTICOS:

1. Mayor Derrama económica
2. Promoción de mercado
3. Desarrollo de Infraestructura
4. Desarrollo de Destinos Turísticos
5. Creación de empleos y combate a la pobreza

DEPORTIVOS:

1. Fortalecer el esquema nacional para el desarrollo del deporte
2. Fomentar la excelencia deportiva
3. Desarrollar proyectos deportivos
4. Desarrollar Infraestructura
5. Incrementar la participación de la población en general
6. Incrementar la colaboración entre organizaciones deportivas y los sectores público y privado



TURISMO DE EVENTOS DEPORTIVOS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

“Organizar eventos deportivos a niveles Nacional e Internacional tiene beneficios significativos directos e importantes: Contribuyen a lograr objetivos como son el desarrollo económico y social de la población e incrementa la experiencia de deportistas y organizadores.

*Examinando las prácticas de otros países, los gobiernos toman la iniciativa al promover las políticas para el desarrollo y apoyo de eventos deportivos por varias razones: como alternativa de desarrollo de producto turístico y; brinda mayores beneficios económicos y sociales.” **



* Report on Hosting International Sports events in Canada- a proposal for a Strategic Framework, September 2003, pg. 1
Strategic Hosting work group

TURISMO DEPORTIVO EN EL MUNDO



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

Principal producto turístico de:

Canadá
Australia

Hawaii
Islas Baleares

Irlanda
Puerto Rico

En EU, hay 2,570 ciudades activamente dedicadas en buscar y atraer eventos deportivos.”



“Hay un número de países que han incorporado al turismo deportivo en sus planes nacionales de turismo y marketing; EU, China, Irlanda, Tailandia, Corea, Canadá, Australia, Austria, Reino Unido (UK).

MERCADO DE TURISMO DEPORTIVO EN EU



SECTUR

SECRETARÍA
DE TURISMO



- El segmento de más rápido crecimiento en el área de viajes de ocio y grupos en los EU según el Sport Business Journal
- La industria de negocios relacionados al deporte representó en 2006, \$213 billones de USD en los Estados Unidos.
- OCV's crean divisiones únicamente dedicadas a atraer eventos deportivos al destino.



CONSTITUCIÓN EUROPEA



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

Dictamen del Comité Económico y Social Europeo
sobre el tema:

***“Turismo y Deporte: los futuros desafíos para
Europa.”***

15 Diciembre 2004

El turismo y el deporte tienen un creciente impacto económico que podría convertirse en un verdadero motor para la Unión Europea y contribuir a la realización de los objetivos de desarrollo económico y social para las regiones.



CANADÁ JUEGOS OLÍMPICOS DE INVIERNO 2010



SECTUR

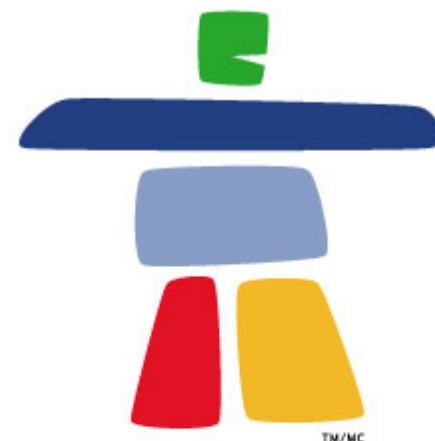


SECRETARÍA
DE TURISMO

Se estima un costo de USD\$1.3 billones. \$86 millones financiado por los Gobiernos Federal y Estatal; se gastará en mejorar, renovar o construir infraestructura de la cual la ciudad será propietaria.

Impacto económico 2008-2015 sobre el Producto Doméstico del Estado. Sería de \$2 a \$4.5 billones de USD.

Se estima que atraerán a 6,000 atletas y oficiales, 10,000 representantes de medios y 35,000 visitantes. Las visitas inducidas por los Juegos desde fuera de la provincia para el periodo 2008-2013 podrían ser de 35,000 a 80,000 personas. Los impactos económicos directos e indirectos se estiman entre \$920 millones y \$2 billones de USD.



vancouver 2010



Copa Mundial de Futbol Sub-20 CANADA

Junio 30-Julio 22

Victoria, Burnaby, Edmonton, Toronto, Ottawa, Montreal



- El impacto económico fue de aprox. \$114 millones al PIB y generó un estimado de \$259 millones en actividad económica en las 4 provincias anfitrionas.
- El Total de gastos de visitantes, gastos operativos y costos de construcción fueron \$108 millones y apoyaron \$74 millones en gastos de salarios y aprox. 1,700 empleos.
- El gasto inicial generó más de \$8.5 millones en impuestos directos
- Cuando se considera el impacto directo e indirecto resultó en una generación de \$43 millones en impuestos al nivel federal, estatal y local.
- Tuvo una participación de 750 atletas, entrenadores y oficiales y 68,770 espectadores de “fuera”.

“Ser anfitrión de estos eventos incrementa el Turismo, **el desarrollo económico, la inversión en infraestructura y da una oportunidad para presentar Canadá al mundo.**”

Diane Ablonczy, Secretaria de Estado de Pequeña Industria y Turismo

•“El Turismo Deportivo es desarrollo económico – creando trabajos y beneficios económicos para las comunidades, el evento impactó los negocios locales y regionales en las comunidades y dio un excelente **Retorno a la Inversión** para el sector público”

Rick Traer, CEO Alianza Canadiense de Turismo Deportivo.

•El evento atrajo 1,192,168 espectadores a los 52 partidos, se transmitió a más de 200 países, la CBC dio más de 110 transmisiones y 220 horas de cobertura, adicional a la cobertura en vivo en Internet de la CBC.ca y FIFA.com

•Hubo equipos de 24 países, 5 equipos de CONCACAF, 4 de CONMEBOL, 6 de UEFA, 4 de CAF, 4 de AFC, 1 de OFC.

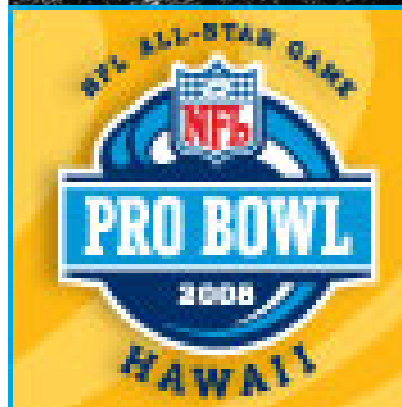
http://www.canadiansporttourism.com/eng_cat.cfm?CatID=5



En el año 2005, el Hawaii Tourism Authority (HTA) elaboró una estrategia específica con el objetivo de situarse como un destino deportivo de renombre internacional. Su misión es fortalecer la economía, la imagen y la calidad de vida a través de la atracción, promoción y desarrollo del deporte.



NFL Pro Bowl
IRONMAN Triathlon
Torneos de Pesca
PGA Tour, -80 Campos
Surfing World Championships
61 Espacios Cinegéticos



La HTA facilita patrocinios para los eventos deportivos que encajan con la estrategia de deportes. Tiene contratos plurianuales con la PGA para acoger eventos profesionales y con la NFL para patrocinar el Pro Bowl. Crea otros eventos deportivos de menor necesidad de recursos económicos. En el año 2005 se financiaron 14 eventos de estas características.



HAWAII

ATRAYENDO VISITANTES COMO PARTICIPANTES,
ESPECTADORES Y OPERADORES



Los eventos deportivos son invaluableles en dar a Hawaii una cobertura mediática mundial y generar la percepción como el destino preferido para eventos de alto perfil y calidad. HTA ha creado un portafolio interesante de estos eventos con sociedades con la NFL, la PGA, IRONMAN, torneos de pesca y Surfing Internacionales.

Actividades diseñadas para lograr que la HTA logre su objetivo de crecer el gasto de los visitantes y otros beneficios:



1. **IMPACTO ECONOMICO.** Las personas que vienen a a participar, visitar u operar eventos se traduce en gastos de visitantes que crea y mantiene puestos de trabajo, genera ingresos por impuestos locales y estatales.
2. **COBERTURA DE MEDIOS.** Se genera publicidad positiva nacional e internacional de TV y medios que promueven a Hawaii como un destino atractivo al visitante y un destino atractivo para deportes.
3. **MEJORAR LA CALIDAD DE VIDA DE LOS RESIDENTES** Los eventos deportivos le dan a los residentes oportunidades para visitar o participar en actividades de entretenimiento que añaden a nuestra calidad de vida. Adicionalmente, cada evento requiere del apoyo de numerosos voluntarios. Ser parte de estos crea un sentimiento de contribución y de ser parte de algo importante. Finalmente, casi todos los eventos tienen una parte caritativa que regresa a la comunidad.

www.hawaiiitourismauthority.org

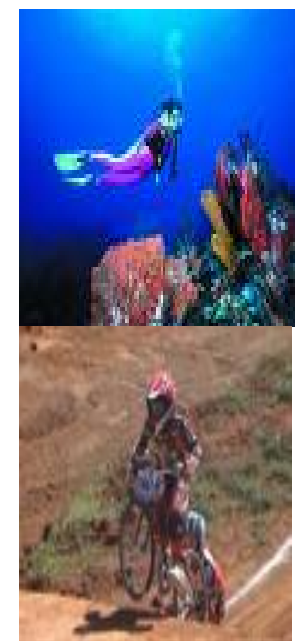
CONCILIO DE TURISMO DEPORTIVO PUERTO RICO



El segmento de viajes relacionados a eventos deportivos ha surgido como el de mayor crecimiento en el área de viajes de ocio y grupos en EU y Europa, la Compañía de Turismo de PR, junto con el PR Convention Bureau y el Depto. de Recreación y Deportes, ha concentrado sus esfuerzos para atraer y desarrollar eventos deportivos en la Isla.



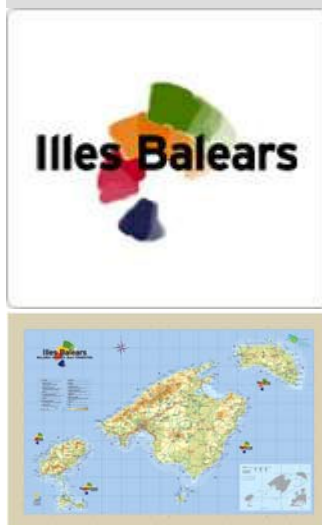
“El mercado de eventos deportivos crea un impacto económico directo en la región donde se lleva a cabo el evento, además de crear una imagen positiva del destino y un efecto favorable ya que promueve la participación de varios miembros de la familia. Al involucrar a la familia, aumenta sin duda, el impacto que este representa. El deporte es actividad sana y saludable, por lo que sus eventos se consideran beneficiosos. Y, a pesar de las adversidades económicas y sociales, las actividades deportivas suelen prevalecer. “



Fuente: www.meetpuertorico.com/sports/sportscouncil

TURISMO DEPORTIVO EN ISLAS BALEARES

Reportó 688,2 M € en 2006.



- Incremento del 24,1% respecto a 2001, cuando alcanzó los 522 M €.
- El # de visitantes de este segmento turístico no ha dejado de crecer en 5 años; 412.900 turistas en 2001 vs. 485.000 en 2006
- Los ingresos por el turismo deportivo fueron de; €637 M en '05, €607 en '04, €585 en '03, €563 en '02 y €522 en '01.
- El gasto $\frac{1}{2}$ x estancia de este tipo de turista rondó los 114,3€.
- La CAEB ha celebrado recientemente jornadas sobre el turismo deportivo, en las que "quedó patente el valor añadido" de este subsector para un destino como las Islas Baleares.
- El valor del turismo deportivo, bajo el binomio de la actividad física en el medio natural y la organización de grandes eventos deportivos, puede ser una alternativa al turismo de sol y playa. Se destacó la importancia de este tipo de actividades para aumentar el turismo fuera de la temporada alta, y concluyó que el cliente del "turismo deportivo se ajusta al perfil de calidad que se pretende lograr por su elevado nivel de gasto y su buena imagen".

Fuente: 8 Oct. 2007, HOSTELTUR departamento de Economía de la
Confederación de Asociaciones Empresariales de Baleares(actualidad@hosteltur.com)



Empresa Pública Turismo Andaluz
CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

SEVILLA.- La CTCD promocionará Andalucía como destino turístico vinculado con la organización de grandes eventos deportivos en el transcurso de la feria internacional de fútbol Soccerex, que se celebra entre los próximos 26-28 de noviembre en Johannesburgo.

En la presentación de esta acción promocional hoy en Sevilla, el secretario general para el Deporte, destacó los objetivos de la presencia andaluza en la feria son atraer a la región concentraciones de equipos y selecciones, aumentar el uso de instalaciones deportivas de la comunidad y "hacer una promoción conjunta del destino con clubes, instituciones, touroperadores, empresas hoteleras, patronatos de turismo y otros agentes del sector que puedan estar interesados en ir de la mano de la Junta a tan importante acontecimiento".

Soccerex está considerado como el salón dedicado al fútbol más importante del mundo, donde se prevé la asistencia 3.500 profesionales, entre representantes de clubes, jugadores, managers, proveedores, federaciones y patrocinadores; 300 expositores de 90 países y 200 medios de comunicación. En la pasada edición de la feria, celebrada en Dubai (Emiratos Árabes), se firmaron contratos por valor de 750 millones de €.

TURISMO DEPORTIVO

PROBLEMÁTICA



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

- No hay planificación al apoyo de eventos deportivos turísticos.
- Se invierte de parte de todos y nadie; CPTM, FONATUR, OCV's.
- No hay constancia en la inversión y no hay parámetros que delimiten el por qué se realiza la inversión y de qué montos.
- Los eventos no se escogen por sus “méritos” propios.
- La SECTUR no tenía las facultades para realizar el apoyo directamente.
- Innumerables solicitudes de recursos de parte de Gobiernos Estatales, Municipales y promotores para apoyar la organización de eventos deportivos que causan presiones fiscales en todos los niveles de gobierno.



TURISMO DEPORTIVO

PROBLEMÁTICA

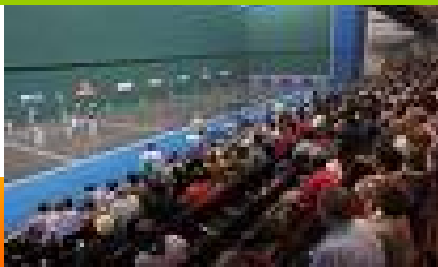


SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

- El legado turístico del evento.
- Se entregan aportaciones después de que pueda tener beneficio turístico tangible.
- La distribución geográfica de eventos esta desbalanceada.
- El desarrollo de eventos deportivos se ha realizado, la mayor de las veces, por comunidades entusiastas, con el objetivo de promover su actividad y de recibir un beneficio económico, turístico o promocional, sin contar con experiencia suficiente en la organización o atracción de eventos.
- No hay cálculos de retorno de la inversión.



CONVENIO INTERINSTITUCIONAL CONADE-SECTUR-CPTM



Firma del Convenio Interinstitucional en apoyo al Turismo Deportivo por CONADE, SECTUR Y CPTM (mayo 2007)

- Establecer prioridades interinstitucionales.
- Fomentar la planeación que permita decisiones fiscales responsables y disminuir el riesgo al gasto de gobierno.
- Promover una distribución Geográfica Balanceada.
- Establecer esquemas de medición permanente para conocer el impacto económico en los destinos.
- Fortalecer la cooperación entre los 3 niveles de gobierno.
- Involucrar a la comunidad local en los eventos deportivos turísticos.
- Promover los beneficios del deporte y su importancia para la salud y la actividad física.
- Maximizar legados turísticos, beneficios económicos y sociales.
- Desarrollar la infraestructura deportiva y turística, así como el desarrollo cultural y de atletas de altos niveles competitivos en el país.
- Difundir y desarrollar proyectos deportivos diversos.



POLÍTICAS DE TRABAJO



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

- Trabajar con las instancias involucradas para dar las mayores posibilidades de éxito de las candidaturas que se decida competir.
- Otorgar capacitación y herramientas para lograr una candidatura o licitación exitosa.
- Identificar destinos que desean organizar eventos.
- Gestionar en conjunto con los organismos miembros del SINADE, además de promotores o destinos, las candidaturas de eventos deportivos turísticos.
- Planificar una distribución regional de los eventos, siempre y cuando las condiciones de infraestructura deportiva y turística lo permitan.
- Ser anfitrión de por lo menos 10 a 15 eventos anualmente.



APOYOS A EVENTOS DEPORTIVOS REQUERIMIENTOS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

1. El presupuesto solicitado para lograr la organización del evento.
2. Una carta compromiso de la Ciudad, Municipio o Estado manifestando su disposición de contribuir con financiamiento o en la organización del evento o con ambos y especificar los montos y formas del apoyo.
3. Apoyar la candidatura correspondiente del miembro del SINADE que se trate.
4. El organismo sujeto del apoyo deberá requisitar el *“Formato de Plan de Negocios para eventos”*.
5. Generar un estudio obligatorio pre-evento y post-evento de Impacto económico, *“Modelo de Impacto Económico de Turismo Deportivo”*.
6. El destino debe requisitar la *“Guía de eventos deportivos-turísticos”*.
7. Entregar reportes de avance y situación general.

APOYOS A EVENTOS DEPORTIVOS REQUERIMIENTOS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

El Grupo de Trabajo integrado por la SECTUR, el CPTM y la CONADE siempre evaluarán por encima, aquellos eventos deportivos turísticos que **garanticen un mayor retorno a la inversión** desde el punto de vista económico, social, de legado turístico, de desarrollo deportivo, de desarrollo de infraestructura y de promoción nacional o internacional.

1. Excelencia Deportiva (15%) ¿El evento deportivo permite el desarrollo de atletas de nivel olímpico o entrenadores de alto nivel?
2. Desarrollo Deportivo (15%): ¿El evento promueve la participación de la población en el deporte, como espectadores, voluntarios o participantes? ¿Permite el evento que se fomenten las estrategias para motivar el desarrollo de futuros atletas?
3. Promoción del destino y de la actividad física (15%): ¿El evento promueve a la sede como un destino de atractivo turístico y fomenta el desarrollo de la actividad física?
4. Impacto Económico (35%)
5. Desarrollo comunitario, socialización de beneficios (15%): ¿El evento desarrollará acciones de infraestructura local, maximizando los beneficios y la derrama económica a los pobladores.
6. El evento aumenta las posibilidades de que se ganen candidaturas para otros eventos (5%) ¿Ser anfitrión de eventos incrementa posibilidades para obtener los derechos de organización de otros eventos y/o acceder a más candidaturas?

PARÁMETROS



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

- Eventos anuales o periódicos, el apoyo federal no excederá de 4 años.
- La aportación económica será disminuida, en por lo menos un 20%, en comparación a la última cifra total entregada.
- Solo se recibirán solicitudes, por lo menos, con un año de anticipación a la realización del evento.
- La aportación máxima del Gobierno Federal nunca será mayor al 70% del total del presupuesto operativo del evento.
- Los eventos que se apoyen por medio de los instrumentos contemplados dentro del Convenio deben de contar con la dictaminación por escrito del Grupo de Trabajo integrado por SECTUR, CPTM y CONADE.

EVENTOS 2008

APORTACIÓN REQUERIDA \$50 MDP



SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

1. 8º Campeonato Mundial de Polo México 2008
2. Campeonato Mundial de Clavados FINA
3. Vuelta Ciclista Internacional México 2008
4. Campeonato Internacional de Beisbol
5. Copa Mundial ITU de Triatlón
6. IRONMAN / IRONMAN 70.3
7. Q50 Serie Carrera de Larga Distancia
8. "Run Across the World Series", Ultramaratón 250kms.
9. Carreras de Aventura (1-2)
10. Campeonato Int. de Tae Kwon Do
11. Maratón Internacional



CONCLUSIÓN

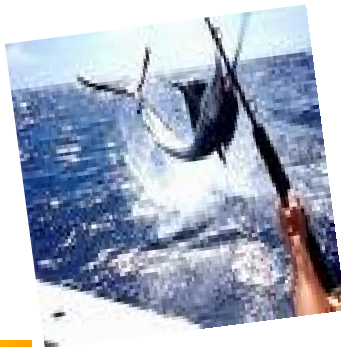


SECTUR



SECRETARÍA
DE TURISMO

El *Convenio de Colaboración Interinstitucional para el Desarrollo del Turismo Deportivo*, podrá romper barreras, organizar más eficientemente tanto la actividad turística como la deportiva y ser medio para construir alternativas para la sana recreación y el desarrollo del deporte. Se espera que estas propuestas sean el comienzo del ordenamiento del proceso de apoyo, candidatura y organización de eventos deportivos turísticos en México.



México

Consejo de Promoción Turística



SEP



CONADE

SECTUR

SECRETARÍA
DE TURISMO



Brad Gerlach, Todos Santos, Mexico, 21 December 2005 © Robert Brown/BillabongXXL.com