

Anexos

Evaluación Estratégica: Sector Turismo

Programa 103 Promoción Turística

Programa 195 Planeación Turística y Desarrollo Estratégico

Programa 196 Profesionalización Turística

Programa 197 Comercialización Turística

Programa 198 Desarrollo Turístico Sustentable

Diciembre 2020

Anexo 1. Ficha: Características de los programas del Sector Turismo

Programa 103 Promoción turística

Tema	Variable	Datos
Datos Generales	Número y nombre del Pp	103 promoción turística
	Unidad responsable Coordinadora	Secretaría de Turismo
	Unidad responsable Participantes	Secretaría de Turismo
	Año de inicio de operación	2016
	Fuente (s) de financiamiento	Federal y Estatal
	Ramo	
	Nombre del responsable titular del programa	
	Teléfono de contacto	
	Correo electrónico de contacto	
Objetivos	Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible con el que está alineado	Objetivo 8.9 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.
	Eje del PED con el que está alineado	IV Oaxaca Productivo e Innovador
	Objetivo del PED con el que está alineado	3. Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.
	Programa (Sectorial, Especial o Institucional) con el que está alineado	Plan Estratégico Sectorial Turismo
	Objetivo (Sectorial, especial o institucional) con el que está alineado	3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos

Tema	Variable	Datos
		en los mejores mercados nacionales e internacionales
	Problema o necesidad que el Pp pretende atender, atenuar o resolver	Destinos turísticos de Oaxaca con disminución de afluencia turística nacional e internacional
	Propósito del programa	Aumentar la afluencia turística nacional e internacional en los destinos turísticos del estado de Oaxaca
	Descripción de los bienes o servicios que ofrecen el Pp	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de promoción turística, • participación en eventos de promoción turística
Población potencial	Definición	Destinos turísticos
	Cuantificación	Tres (Huatulco, Puerto Escondido y Cd. de Oaxaca)
Población objetivo	Definición	No disponible
	Cuantificación	No disponible
Población atendida	Definición	No disponible
	Cuantificación	No disponible
Presupuesto para el año evaluado	Presupuesto original (miles \$)	81,298.4
	Presupuesto modificado (MDP)	107,774.1
	Presupuesto ejercido (MDP)	107,774.1
	Tipo de recurso (fuente)	Federal y Estatal
Focalización	Unidad territorial del programa	Destinos turísticos de Oaxaca (Huatulco, Puerto Escondido y Cd. de Oaxaca)

Tema	Variable	Datos
Metas	Fin	Que la Tasa de variación de la derrama económica generada por turismo sea superior en 4.4 puntos respecto del año 2018.
	Fin	Que la estadía promedio de los visitantes sea de 1.67 noches.
	Propósito	Que la tasa de variación de la afluencia turística internacional sea mayor en 11.24 puntos respecto a la afluencia del año anterior.
	Componentes	Que el número de campañas turísticas realizadas sea igual al número de campañas planeadas para tener 100% de cumplimiento.
	Componentes	Que el número eventos turísticos realizados sea igual al número de eventos turísticos planeados y tener un avance de 100%.
	Actividad	El número de campañas nacionales e internacionales implementadas llegue al mismo número de campañas planeadas, alcanzando 100% de cumplimiento.
	Actividad	El número de campañas de reuniones y romance implementadas sea el mismo número de campañas de ese tipo programadas y cumplir 100% la meta.
Actividad	El número de eventos turísticos naciones e internacionales realizados	

Tema	Variable	Datos
		llegue al mismo número de eventos turísticos nacionales e internacionales planeados y cumplir 100% la meta.
	Actividad	Que el número de eventos de fomento turístico realizados sea el mismo que el número de eventos de fomento turístico planeados para tener avance de 100%.
	Actividad	El número de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos llegue a igual número de eventos de reuniones y romance programados para la meta de 100%.
	Actividad	El número de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos llegue a igual número de eventos de reuniones y romance programados para la meta de 100%.
Valoración	Resumen de la valoración de la pertinencia del diseño del Pp respecto a la atención del problema o necesidad	En una escala de 1 a 4, el diseño del programa alcanzó una puntuación de 2.71

Programa 195 Planeación Turística y Desarrollo Estratégico

Tema	Variable	Datos
Datos Generales	Número y nombre del Pp	195 planeación turística y desarrollo estratégico.
	Unidad responsable Coordinadora	Secretaría de Turismo.
	Unidad responsable Participantes	Secretaría de Turismo
	Año de inicio de operación	2018
	Fuente (s) de financiamiento	Asignación ordinaria de operación (gasto corriente).
	Ramo	
	Nombre del responsable titular del programa	
	Teléfono de contacto	
Objetivos	Correo electrónico de contacto	
	Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible con el que está alineado	Objetivo 8.9 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.
	Eje del PED con el que está alineado	Oaxaca productivo e innovador.
	Objetivo del PED con el que está alineado	Objetivo 1. Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad.
	Programa (Sectorial, Especial o Institucional) con el que está alineado	Plan estratégico sectorial Turismo (2016-2022)

Tema	Variable	Datos
	Objetivo (Sectorial, especial o institucional) con el que está alineado	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.
	Problema o necesidad que el Pp pretende atender, atenuar o resolver	Poca diversificación de los productos turísticos en los municipios del estado de Oaxaca con vocación turística.
	Propósito del programa	Productos turísticos diversificados en los municipios del estado de Oaxaca con vocación turística.
	Descripción de los bienes o servicios que ofrecen el Pp	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes turísticos estratégicos, • fortalecer la infraestructura turística.
Población potencial	Definición	Municipios con vocación turística que conforman las rutas turísticas.
	Cuantificación	65 municipios.
Población objetivo	Definición	Sin definición.
	Cuantificación	No cuantificada.
Población atendida	Definición	Sin definición.
	Cuantificación	No cuantificada.
Presupuesto para el año evaluado	Presupuesto original (miles \$)	254.0
	Presupuesto modificado (miles \$)	231.8
	Presupuesto ejercido (miles \$)	231.8
	Tipo de recurso (fuente)	Asignación ordinaria de operación.

Tema	Variable	Datos
Focalización	Unidad territorial del programa	65 municipios con vocación turística
Metas	Fin	Que la Tasa de variación de la derrama económica generada por turismo sea superior en 4.4 puntos respecto del año 2018.
	Fin	Que la estadía promedio de los visitantes sea de 1.67 noches.
	Propósito	Que el número de municipios con diversificación de productos turísticos sea igual al número de municipios programados a diversificar, para alcanzar un porcentaje de 100%.
	Componente	Que el número de planes estratégicos desarrollados sea igual número de planes que se programó, para alcanzar porcentaje de 100%.
	Componente	Que el número de municipios con vocación turística atendidos sea igual al de los municipios con vocación turística catalogados, para alcanzar porcentaje de 100%.
Valoración	Resumen de la valoración de la pertinencia del diseño del Pp respecto a la atención del problema o necesidad	En una escala de 1 a 4, el diseño del programa alcanzó una puntuación de 2.43

Programa 196 Profesionalización Turística

Tema	Variable	Datos
Datos Generales	Número y nombre del Pp	196 profesionalización turística
	Unidad responsable Coordinadora	Secretaría de Turismo
	Unidad responsable Participantes	Secretaría de Turismo
	Año de inicio de operación	2018
	Fuente (s) de financiamiento	Asignación estatal
	Ramo	
	Nombre del responsable titular del programa	
	Teléfono de contacto	
	Correo electrónico de contacto	
Objetivos	Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible con el que está alineado	Objetivo 8.9 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.
	Eje del PED con el que está alineado	Oaxaca productivo e innovador
	Objetivo del PED con el que está alineado	Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal.
	Programa (Sectorial, Especial o Institucional) con el que está alineado	Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022
	Objetivo (Sectorial, especial o institucional) con el que está alineado	Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.

Tema	Variable	Datos
	Problema o necesidad que el Pp pretende atender, atenuar o resolver	Oaxaca cuenta con pocos destinos turísticos competitivos, mínima profesionalización y baja calidad en los servicios turístico.
	Propósito del programa	El estado de Oaxaca cuenta con prestadores de servicios turísticos profesionalizados.
	Descripción de los bienes o servicios que ofrecen el Pp	<ul style="list-style-type: none"> • Se imparten cursos en materia turística, • se otorgan certificaciones a empresas turísticas y la acreditación de guías de turistas, • se brinda información y asistencia a turistas, y • se realizan visitas de verificación de la normatividad en la materia.
Población potencial	Definición	Municipios que corresponden a destinos turísticos (cuatro) y cinco pueblos mágicos.
	Cuantificación	Nueve municipios.
Población objetivo	Definición	No definida
	Cuantificación	No cuantificada
Población atendida	Definición	No definida
	Cuantificación	No cuantificada
Presupuesto para el año evaluado	Presupuesto original (miles \$)	306.3
	Presupuesto modificado (miles \$)	268.9
	Presupuesto ejercido (miles \$)	268.9
	Tipo de recurso (fuente)	Estatal, asignación ordinaria de operación.
Focalización	Unidad territorial del programa	Nueve municipios.

Tema	Variable	Datos
Metas	Fin	Que la Tasa de variación de la derrama económica generada por turismo sea superior en 4.4 puntos respecto del año 2018.
	Fin	Que la estadía promedio de los visitantes sea de 1.67 noches.
	Propósito	Que el número de PST profesionalizados llegue a 89% respecto del total de PST del Estado.
	Componente 1	Que la tasa de variación del número de personal de empresas turísticas capacitado en el año sea mayor en dos puntos respecto del personal capacitado el año anterior (la meta corresponde a OCV, secretaría de Turismo no programó meta).
	Componente 2	Que el número de distintivos turísticos otorgados sea igual a 2% respecto del número de distintivos otorgados el semestre anterior.
	Componente 3	No se programó meta para la Tasa de variación de turistas atendidos (turistas atendidos en el periodo respecto de los atendidos en el año base).
	Componente 4	Que la cantidad de verificaciones normativas realizadas sea igual a las verificaciones programadas para obtener 100% de cumplimiento.
	Actividad (C1)	Que se impartan cursos de capacitación al 100% de las solicitudes de ese servicio.
	Actividad (C2)	Que el número de empresas que se certifiquen corresponda al 100% de las empresas programadas a certificar.
Valoración	Resumen de la valoración de la pertinencia del diseño del Pp respecto a la atención del problema o necesidad	En una escala de 1 a 4, el diseño del programa alcanzó una puntuación de 1.70

Programa 197 Comercialización turística

Tema	Variable	Datos
Datos Generales	Número y nombre del Pp	197 comercialización turística
	Unidad responsable Coordinadora	Secretaría de Turismo
	Unidad responsable Participantes	Secretaría de Turismo
	Año de inicio de operación	2018
	Fuente (s) de financiamiento	Estatal, asignación ordinaria de operación.
	Ramo	
	Nombre del responsable titular del programa	
	Teléfono de contacto	
	Correo electrónico de contacto	
Objetivos	Meta del Objetivo de Desarrollo Sostenible con el que está alineado	Objetivo 8.9 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.
	Eje del PED con el que está alineado	Oaxaca productivo e innovador.
	Objetivo del PED con el que está alineado	Diseñar sistemas eficientes y actualizados de comercialización para apoyar las labores de promoción y posicionamiento de la oferta turística de Oaxaca.
	Programa (Sectorial, Especial o Institucional) con el que está alineado	Plan estratégico Sectorial Turismo 2016-2022
	Objetivo (Sectorial, especial o institucional) con el que está alineado	Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización.

Tema	Variable	Datos
	Problema o necesidad que el Pp pretende atender, atenuar o resolver	Escasa información estratégica de Municipios del Estado de Oaxaca con vocación turística para su comercialización como destinos turísticos.
	Propósito del programa	Municipios del estado de Oaxaca con vocación turística cuentan con información estratégica a través de estudios para su comercialización como destinos turísticos.
	Descripción de los bienes o servicios que ofrecen el Pp	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar estudios de comercialización de los destinos turísticos, • Monitorear la actividad turística.
Población potencial	Definición	Municipios de interés turístico.
	Cuantificación	Doce.
Población objetivo	Definición	No definida.
	Cuantificación	No cuantificada.
Población atendida	Definición	No definida.
	Cuantificación	No cuantificada.
Presupuesto para el año evaluado	Presupuesto original (miles \$)	260.3
	Presupuesto modificado (miles \$)	202.3
	Presupuesto ejercido (miles \$)	202.3
	Tipo de recurso (fuente)	Asignación ordinaria de operación.
Focalización	Unidad territorial del programa	Doce municipios de interés turístico.

Tema	Variable	Datos
Metas	Fin	Que la Tasa de variación de la derrama económica generada por turismo sea superior en 4.4 puntos respecto del año 2018.
	Fin	Que la estadía promedio de los visitantes sea de 1.67 noches.
	Propósito	Que el número de estudios realizados sea igual al número de estudios programados para tener cumplimiento de 100%.
	Componente 1	Número de esquemas de comercialización creados llegue al mismo número de esquemas planeados para avanzar 100%.
	Componente 2	Registrar el 100% de las encuestas que se apliquen.
	Actividad (C1)	Que el número de estudios de mercado realizados sea igual al número de estudios de mercado programados, para alcanzar cumplimiento del 100%.
	Actividad (C1)	Evaluar la totalidad de productos turísticos desarrollados para alcanzar 100% de cumplimiento.
Valoración	Resumen de la valoración de la pertinencia del diseño del Pp respecto a la atención del problema o necesidad	En una escala de 1 a 4, el diseño del programa alcanzó una puntuación de 2.71

Programa 198 Desarrollo Turístico Sustentable

Tema	Variable	Datos
Datos Generales	Número y nombre del Pp	198 desarrollo turístico sustentable
	Unidad responsable Coordinadora	Secretaría de Turismo
	Unidad responsable Participantes	Secretaría de Turismo
	Año de inicio de operación	2018
	Fuente (s) de financiamiento	En 2019 no tuvo asignación presupuestal.
	Ramo	
	Nombre del responsable titular del programa	
	Teléfono de contacto	
	Correo electrónico de contacto	
Objetivos	Metas del Objetivo de Desarrollo Sostenible con el que está alineado	12.6 Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. 14.7 Aumentar los beneficios económicos que los pequeños estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.
	Eje del PED con el que está alineado	Oaxaca productivo e innovador.
	Objetivo del PED con el que está alineado	Impulsar el desarrollo sustentable de las comunidades oaxaqueñas ubicadas en zonas de potencial turístico, favoreciendo sus participaciones en el sector para generar beneficios económicos y sociales en el estado.

Tema	Variable	Datos
	Programa (Sectorial, Especial o Institucional) con el que está alineado	Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022
	Objetivo (Sectorial, especial o institucional) con el que está alineado	Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el sector para generar beneficios económicos y sociales.
	Problema o necesidad que el Pp pretende atender, atenuar o resolver	Desaprovechamiento de los recursos de las comunidades Oaxaqueñas en zonas de potencial turístico.
	Propósito del programa	Los municipios con vocación turística del estado de Oaxaca se benefician mediante el aprovechamiento sustentable de sus recursos y con la integración de productos turísticos experienciales.
	Descripción de los bienes o servicios que ofrecen el Pp	<ul style="list-style-type: none"> • Productos turísticos desarrollados, • Destinos de naturaleza y culturales apoyados.
Población potencial	Definición	Municipios con vocación turística que conforman las rutas turísticas.
	Cuantificación	65 municipios.
Población objetivo	Definición	No definida.
	Cuantificación	No cuantificada.
Población atendida	Definición	No definida.
	Cuantificación	No cuantificada.
Presupuesto para el año evaluado	Presupuesto original (miles \$)	Sin asignación presupuestal.
	Presupuesto modificado (miles \$)	Sin asignación presupuestal.
	Presupuesto ejercido (miles \$)	Sin asignación presupuestal.
	Tipo de recurso (fuente)	No tuvo recursos.

Tema	Variable	Datos
Focalización	Unidad territorial del programa	65 municipios con vocación turística.
Metas	Fin	Que la Tasa de variación de la derrama económica generada por turismo sea superior en 4.4 puntos respecto del año 2018.
	Fin	Que la estadía promedio de los visitantes sea de 1.67 noches.
	Propósito	Que la afluencia de visitantes en los municipios con vocación turística supere en 4.3 puntos la afluencia turística del año anterior.
	Componente 1	Que el número de productos turísticos desarrollados sea igual al número de productos programados para tener avance de 100%.
	Componente 2	Que el número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales que se apoye sea igual al número de proyectos de este tipo que se programaron, para tener cumplimiento del 100%.
	Actividad (C1)	El número de productos del segmento de reuniones y romance desarrollados sea igual al número de productos de este segmento que se programaron, para cumplir la meta en 100%.
	Actividad (C2)	Que el número de proyectos en destinos de naturaleza desarrollados sea igual al número de proyectos de este tipo que se programaron, para tener cumplimiento del 100%.
Valoración	Resumen de la valoración de la pertinencia del diseño del Pp respecto a la atención del problema o necesidad	En una escala de 1 a 4, el diseño del programa alcanzó una puntuación de 2.71

Anexo 2. Instrumentos y evidencia del trabajo en campo

NO APLICA DEBIDO A QUE NO SE HA OBTENIDO INFORMACIÓN EN CAMPO.

a) Instrumentos aplicados

Formato libre

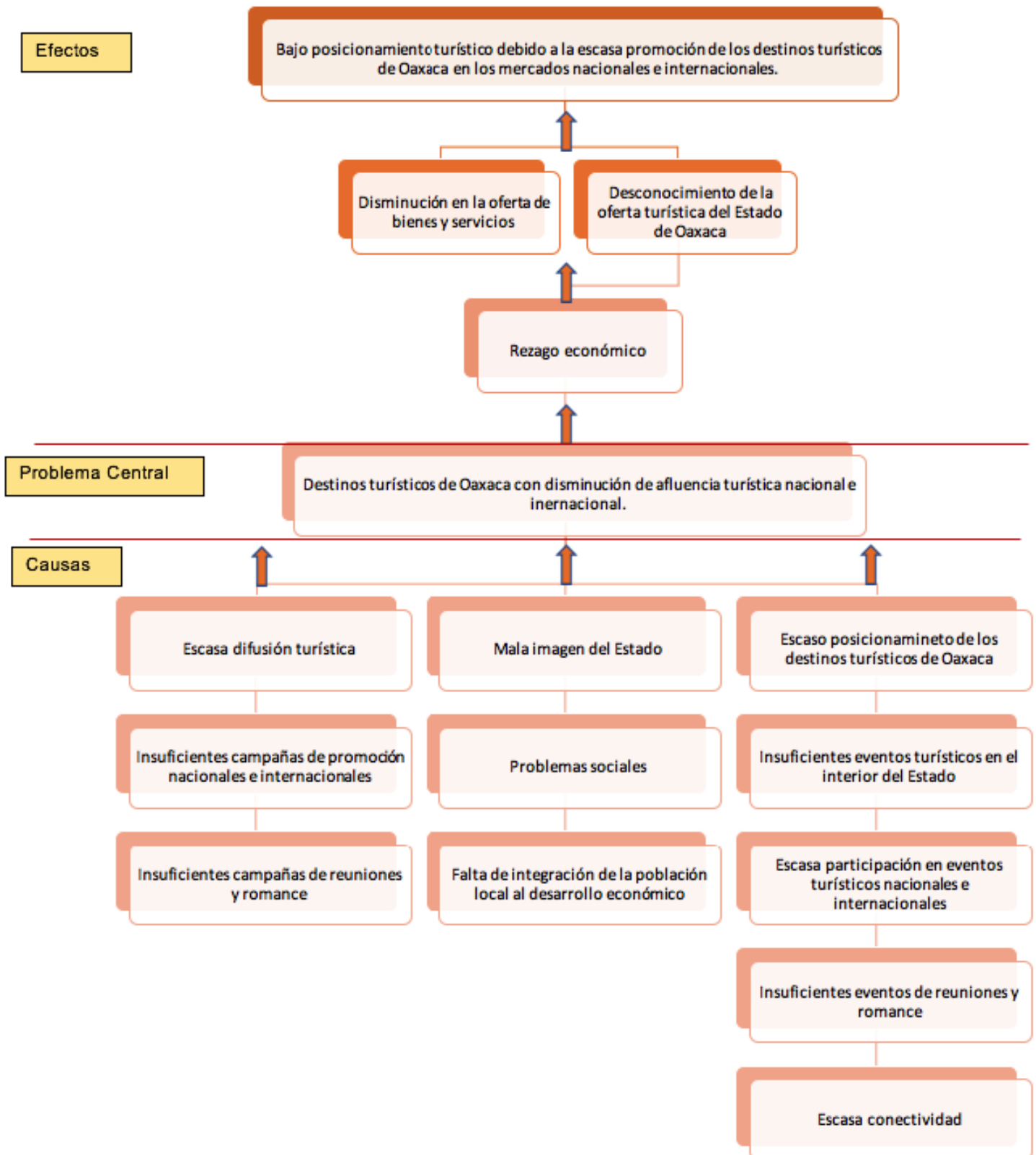
b) Reporte de evidencia del trabajo en campo

Si bien el formato es libre, se deberá integrar, como mínimo

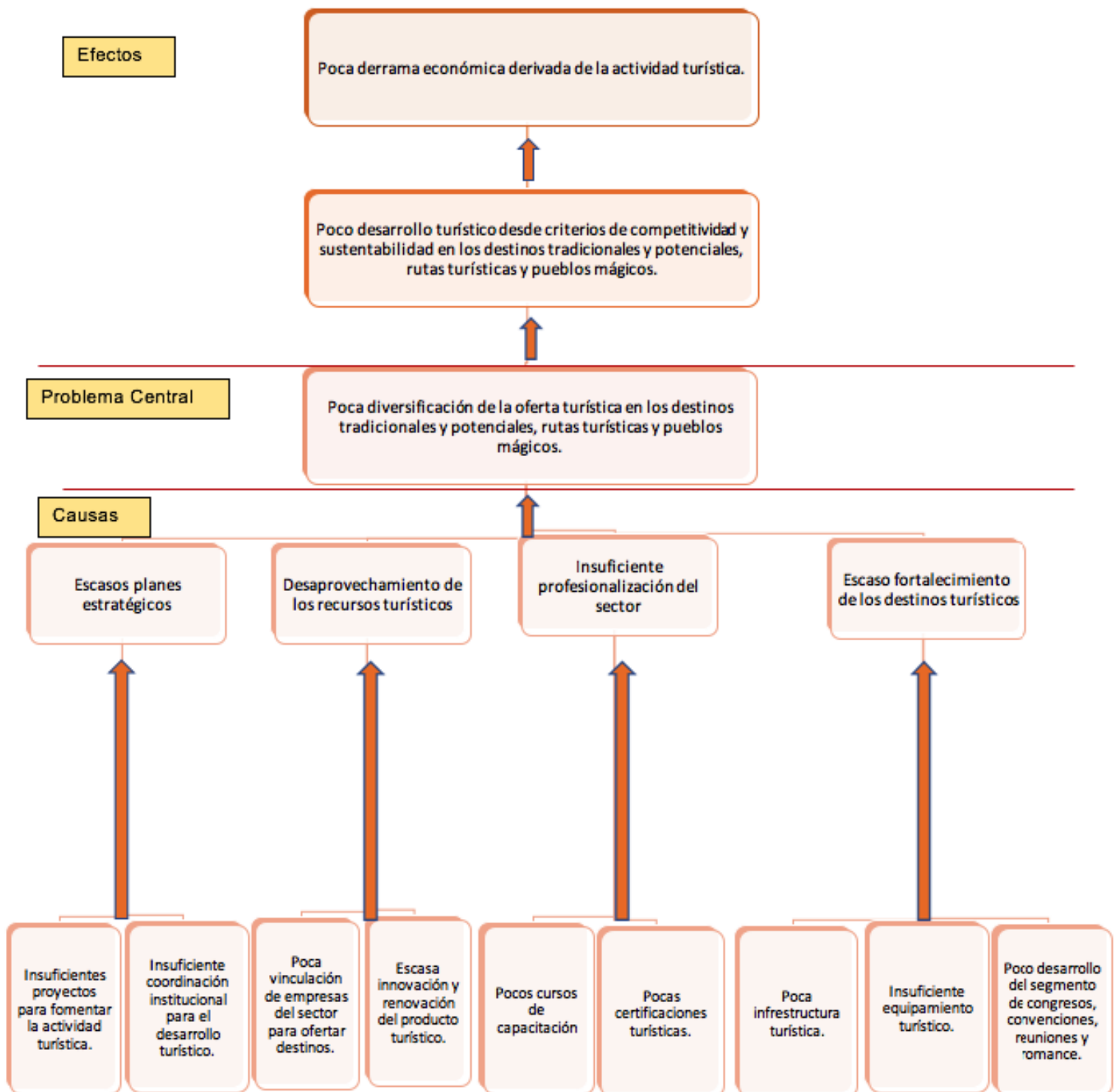
- *Minutas debidamente firmadas*
- *Evidencia fotográfica*
- *Evidencia física de encuestas, cuestionarios, etc. aplicados y/o bases de datos de resultados de instrumentos virtuales utilizados, en cuyo caso, anexar capturas de pantalla, links o elementos que evidencien la realización de este aspecto.*

Anexo 3. Árbol del problema

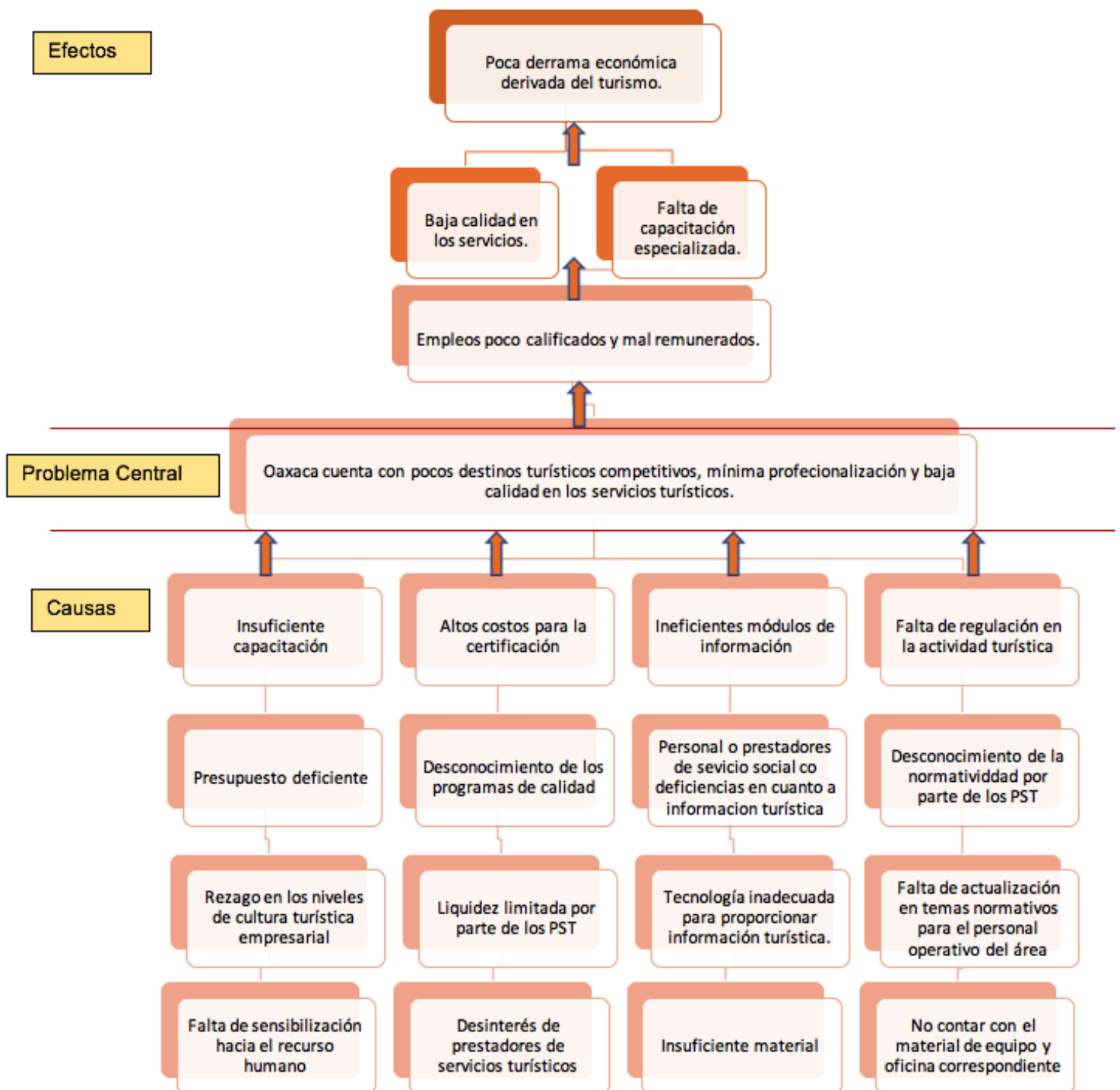
PROGRAMA 103 PROMOCIÓN TURÍSTICA



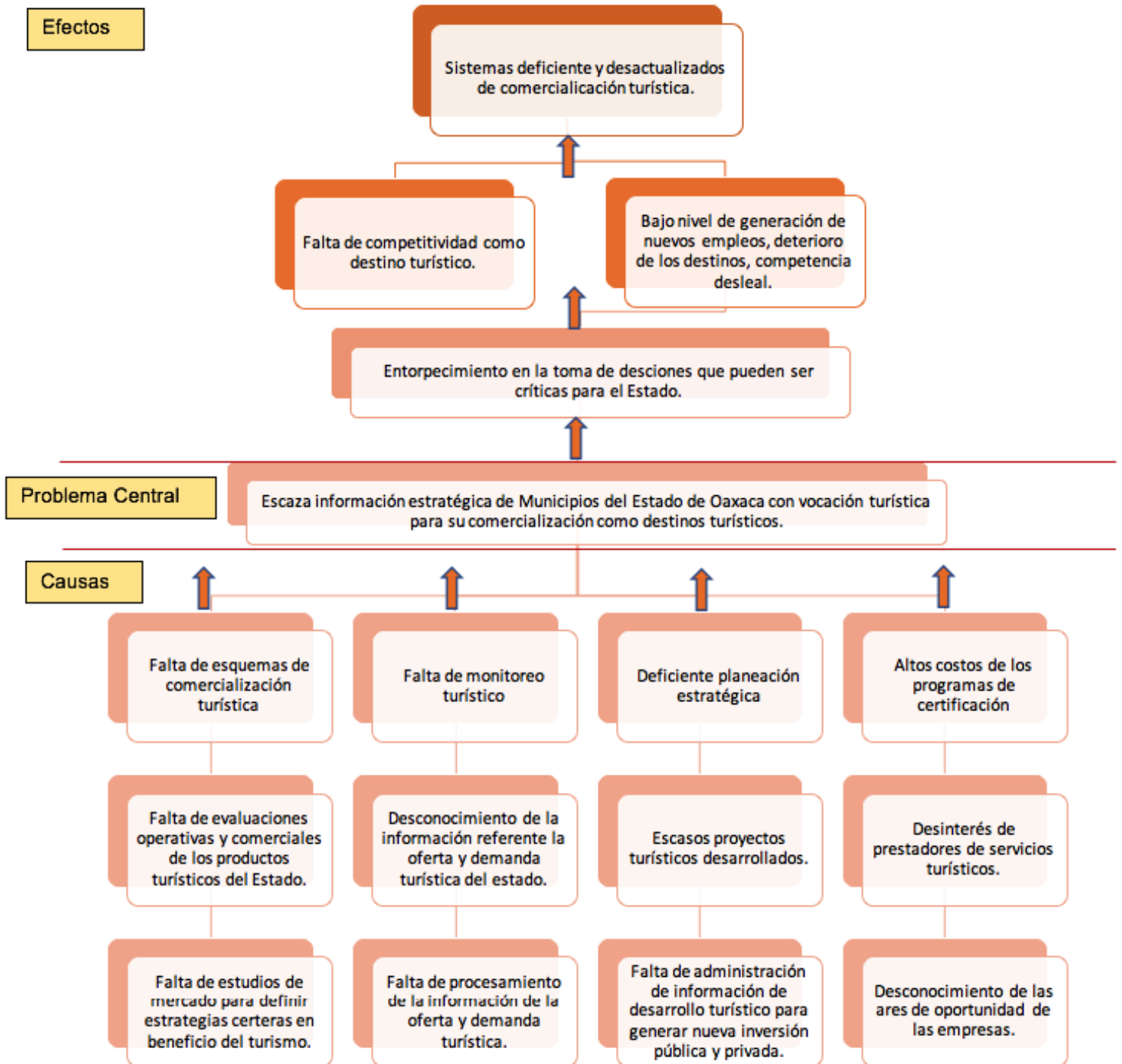
PROGRAMA 195 PLANEACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO ESTRATÉGICO



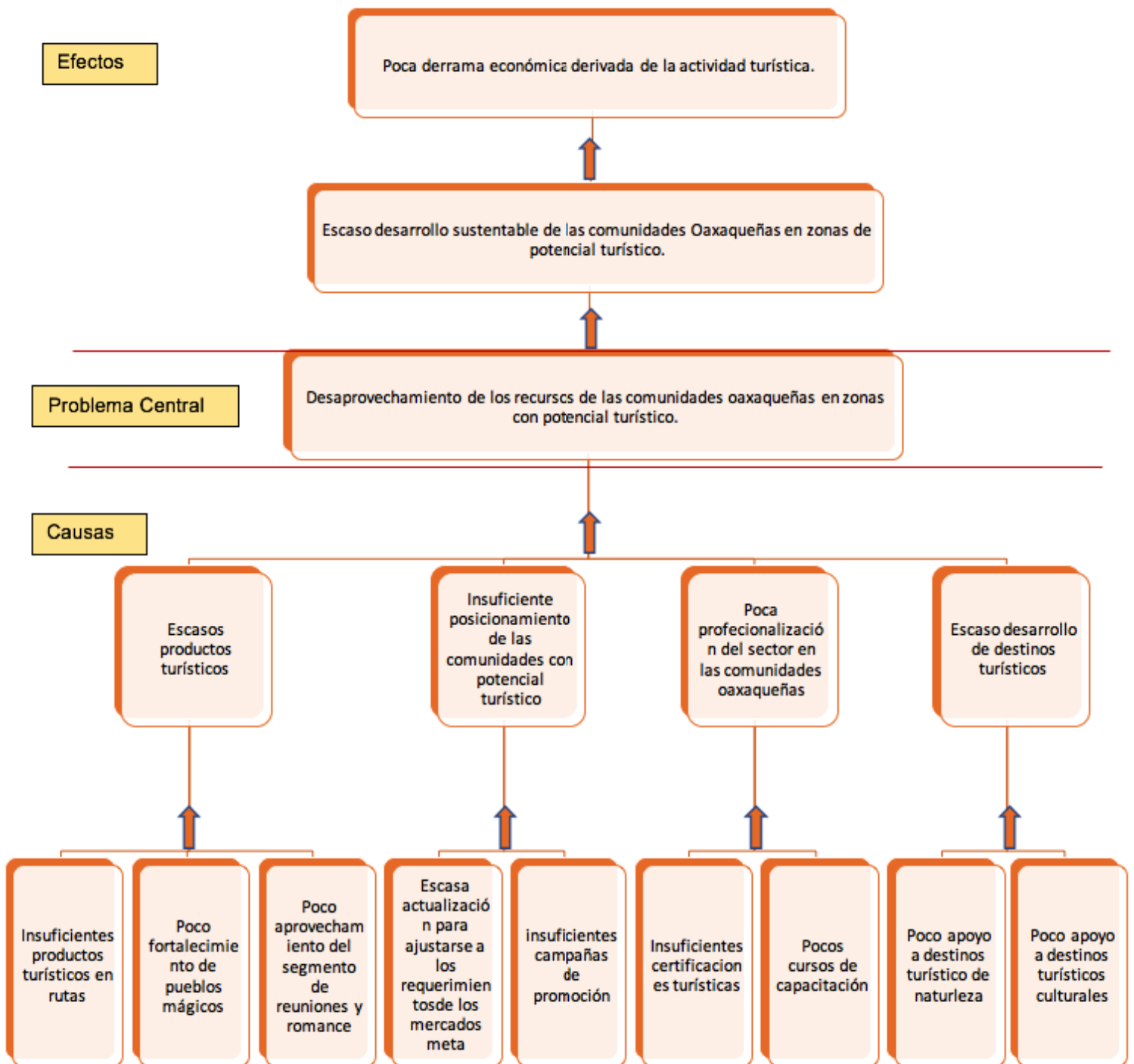
PROGRAMA 196 PROFESIONALIZACIÓN TURÍSTICA



PROGRAMA 197 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

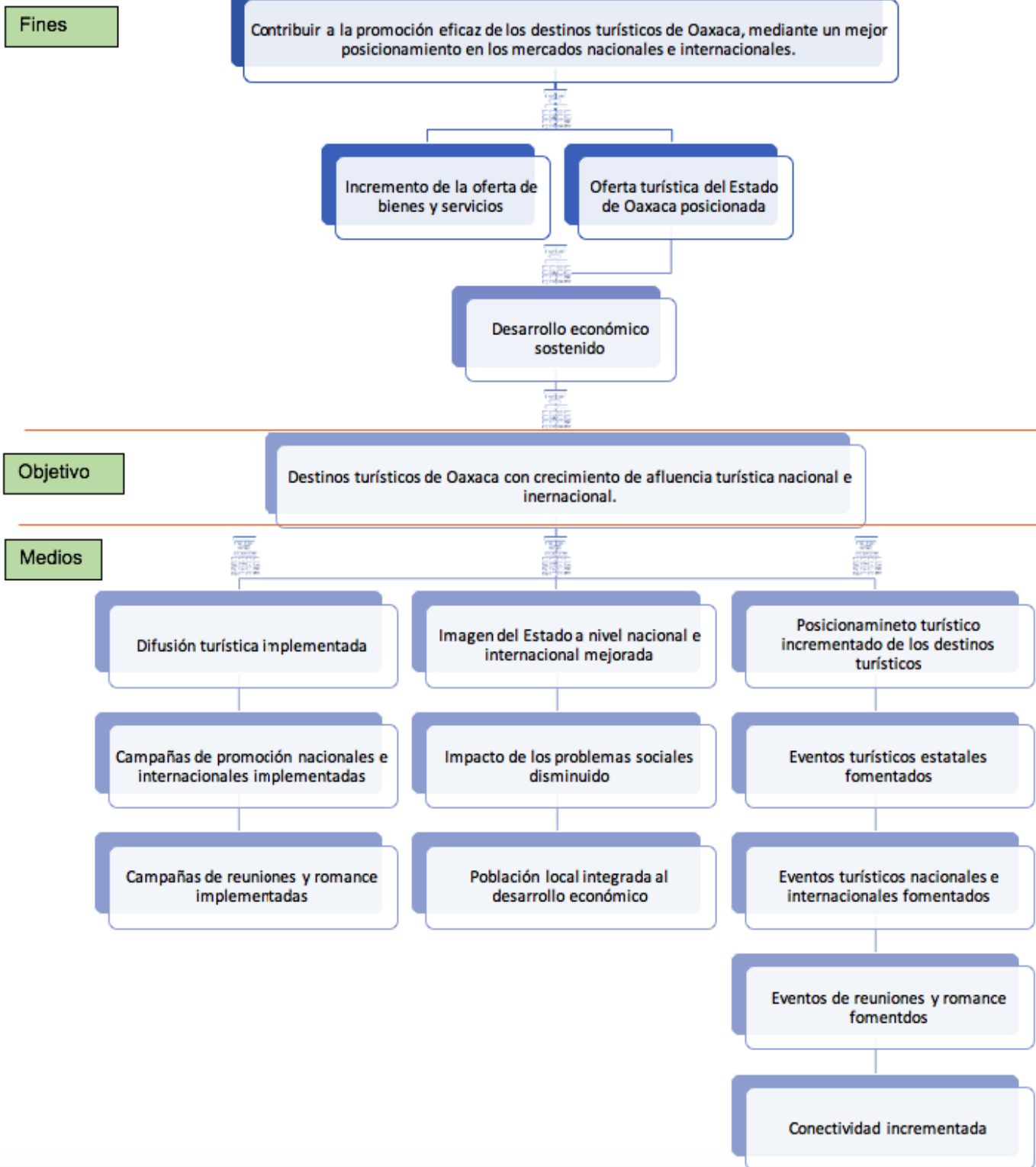


PROGRAMA 198 DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE

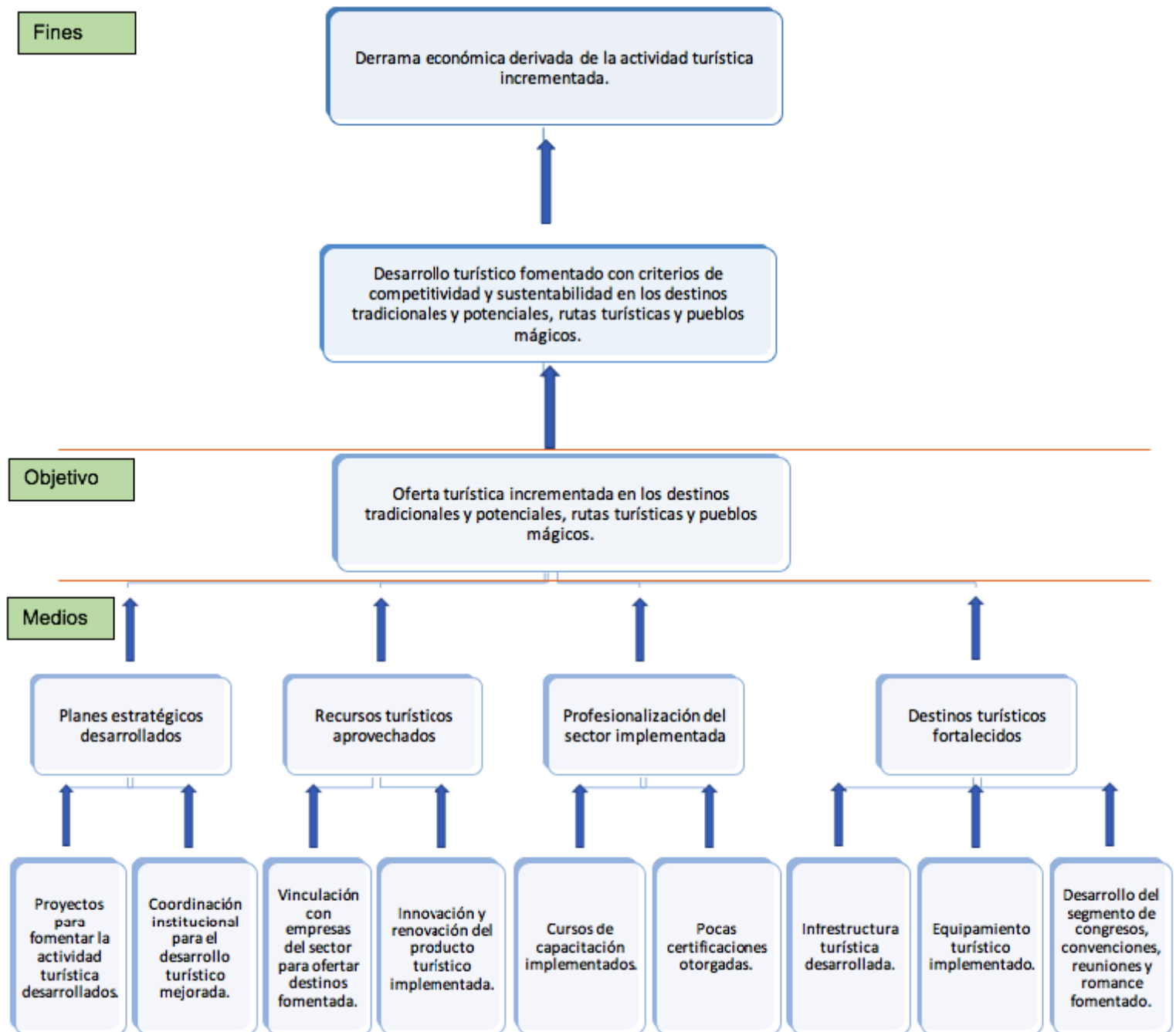


Anexo 4. Árbol de objetivos

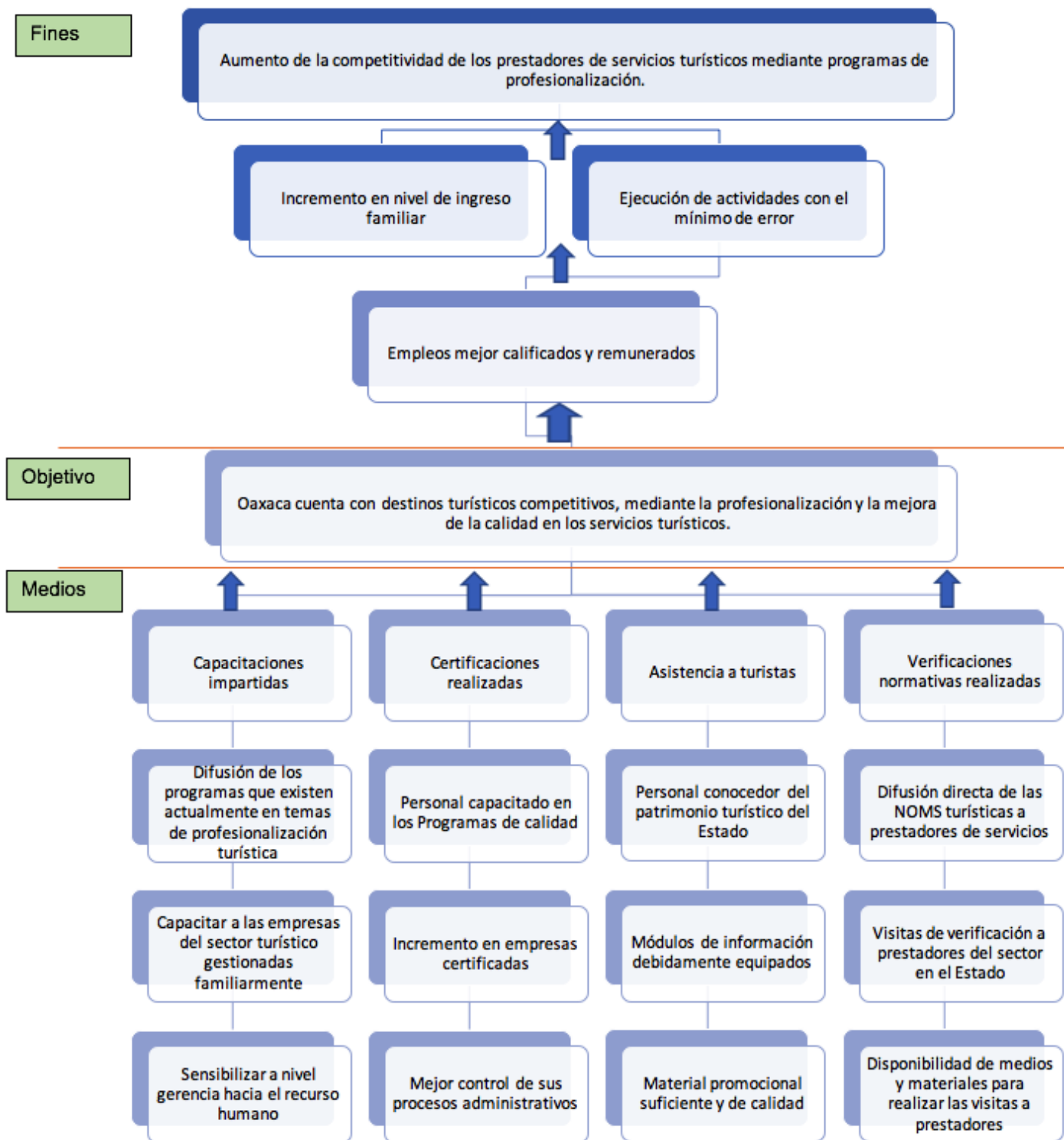
PROGRAMA 103 PROMOCIÓN TURÍSTICA



PROGRAMA 195 PLANEACIÓN TURÍSTICA Y DESARROLLO ESTRATÉGICO

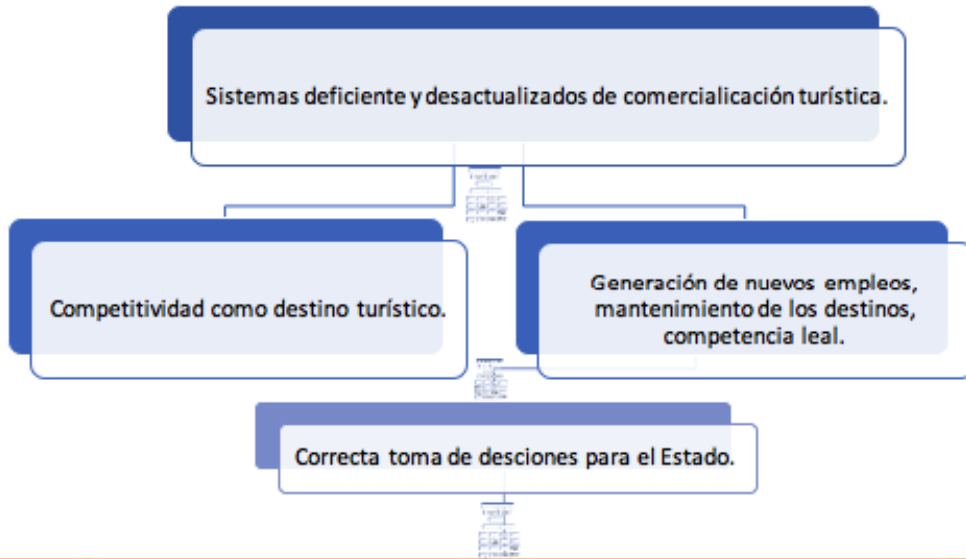


PROGRAMA 196 PROFESIONALIZACIÓN TURÍSTICA

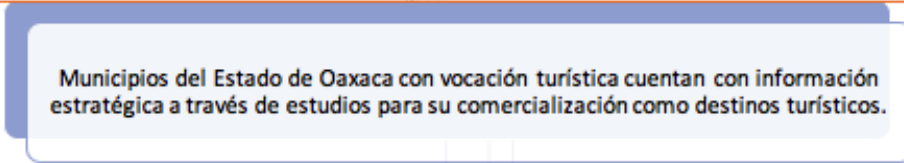


PROGRAMA 197 COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

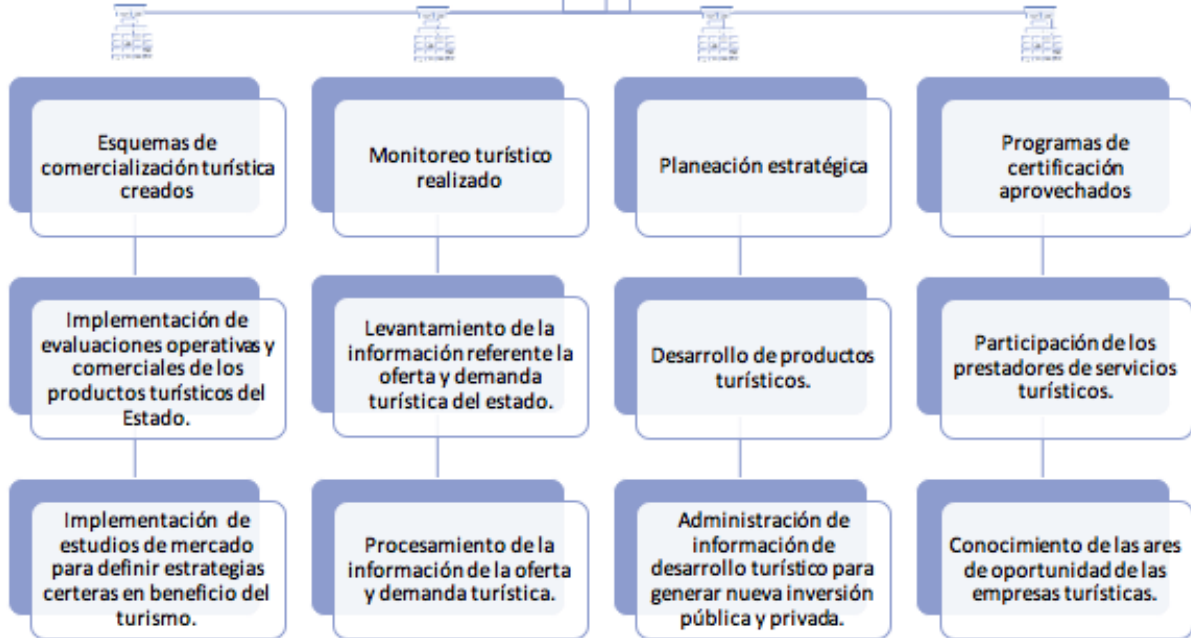
Fines



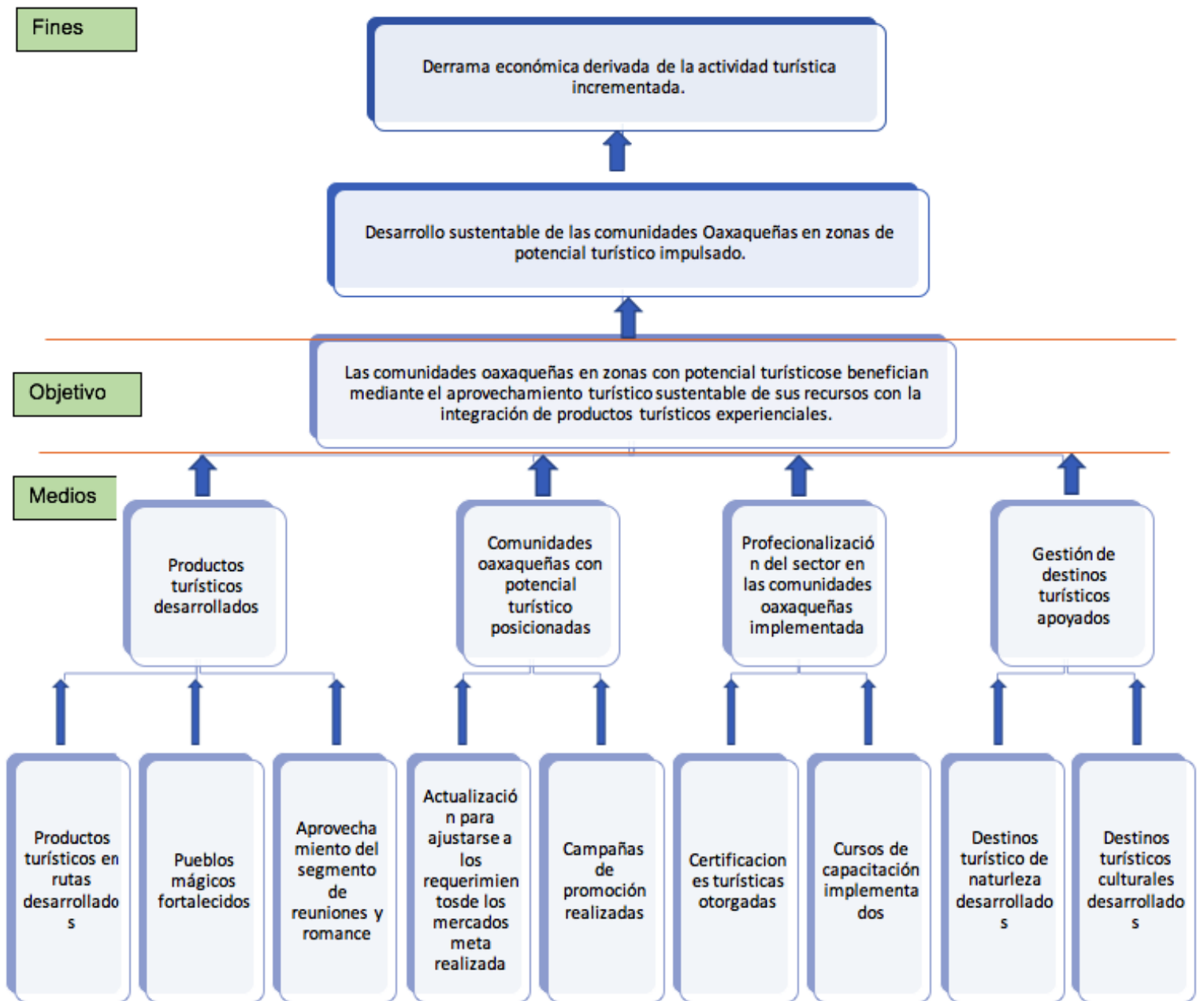
Objetivo



Medios



PROGRAMA 198 DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE



Anexo 5. Poblaciones

Clave y nombre del Pp:		103 promoción turística											
Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida													
Población		Definición											
Potencial (PP)		Destinos turísticos (Huatulco, Puerto Escondido y Cd. de Oaxaca)											
Objetivo (PO)		Sin definición											
Atendida (PA)		Sin definición											
Evolución de la cobertura (información no disponible)													
Población	Unidad de medida	Año 1	Año 2	Año 3	Año (...)								
Potencial (P)													
Objetivo (O)													
Atendida (A)													
(A/O) x 100	%	%	%	%	%								
Análisis de la estrategia de cobertura													
La estrategia de cobertura contempla o incluye al menos:						Valoración	Propuesta						
Método de cálculo documentado	X	Si	No	Parcial		No adecuada, aun cuando tiene base en la afluencia de visitantes, la promoción no se ciñe a tres ciudades o lugares.							
Consistencia con el diseño del programa	X	Si	No	Parcial		Adecuada es un área de enfoque							
El presupuesto requerido		Si	No	Parcial		Sin elementos para valorar							
Metas a corto plazo factibles		Si	No	Parcial		Sin elementos para valorar							
Análisis de posibles riesgos o amenazas que vulneren el cumplimiento de las metas	X	Si	No	Parcial		Limitaciones presupuestales							
Indicadores claros		Si	No	Parcial		Sin indicador para medir cobertura de la población							

Clave y nombre del Pp:		195 planeación turística y desarrollo estratégico					
Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida							
Población		Definición					
Potencial (PP)		Municipios con vocación turística que conforman las rutas turísticas (65 municipios)					
Objetivo (PO)		Sin definición					
Atendida (PA)		Sin definición					
Evolución de la cobertura (información no disponible)							
Población	Unidad de medida	Año 1	Año 2	Año 3	Año (...)		
Potencial (P)							
Objetivo (O)							
Atendida (A)							
(A/O) x 100	%	%	%	%	%	%	
Análisis de la estrategia de cobertura							
La estrategia de cobertura contempla o incluye al menos:						Valoración	Propuesta
Método de cálculo documentado	X	Si	No		Parcial	Adecuada, tiene criterios base para determinar la vocación turística.	
Consistencia con el diseño del programa	X	Si	No		Parcial	Adecuada es un área de enfoque	
El presupuesto requerido		Si	No		Parcial	Sin elementos para valorar	
Metas a corto plazo factibles		Si	No		Parcial	Sin elementos para valorar	
Análisis de posibles riesgos o amenazas que vulneren el cumplimiento de las metas	X	Si	No		Parcial	Limitaciones presupuestales	
Indicadores claros		Si	No	X	Parcial	El indicador debe mejorarse para brindar mayor utilidad	

Clave y nombre del Pp:		196 profesionalización turística			
Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida					
Población		Definición			
Potencial (PP)		Municipios que corresponden a destinos turísticos (nueve municipios)			
Objetivo (PO)		Sin definición			
Atendida (PA)		Sin definición			
Evolución de la cobertura (información no disponible)					
Población	Unidad de medida	Año 1	Año 2	Año 3	Año (...)
Potencial (P)					
Objetivo (O)					
Atendida (A)					
(A/O) x 100	%	%	%	%	%
Análisis de la estrategia de cobertura					
La estrategia de cobertura contempla o incluye al menos:				Valoración	Propuesta
Método de cálculo documentado	x	Si	No	Parcial	No adecuada, aun cuando tiene base en afluencia a principales destinos, el objetivo sectorial indica profesionalización de prestadores de servicios turísticos
Consistencia con el diseño del programa		Si	X No	Parcial	No adecuada por lo arriba mencionado
El presupuesto requerido		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar
Metas a corto plazo factibles		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar
Análisis de posibles riesgos o amenazas que vulneren el cumplimiento de las metas	X	Si	No	Parcial	Limitaciones presupuestales

Indicadores claros		Si	No	Parcial	Sin indicador para medir cobertura de la población	
--------------------	--	----	----	---------	--	--

Clave y nombre del Pp:		197 comercialización turística				
Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida						
Población	Definición					
Potencial (PP)	Municipios de interés turístico (doce)					
Objetivo (PO)	Sin definición					
Atendida (PA)	Sin definición					
Evolución de la cobertura (información no disponible)						
Población	Unidad de medida	Año 1	Año 2	Año 3	Año (...)	
Potencial (P)						
Objetivo (O)						
Atendida (A)						
(A/O) x 100	%	%	%	%	%	
Análisis de la estrategia de cobertura						
La estrategia de cobertura contempla o incluye al menos:					Valoración	Propuesta
Método de cálculo documentado	X	Si	No	Parcial	No adecuada, aun cuando Municipios de interés turístico se definen por monitoreo de afluencia y derrama económica, el objetivo sectorial indica sistemas eficientes y actualizados de comercialización	
Consistencia con el diseño del programa	X	Si	No	Parcial	Adecuada es un área de enfoque	
El presupuesto requerido		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar	
Metas a corto plazo factibles		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar	
Análisis de posibles riesgos o amenazas que vulneren el cumplimiento de las metas	X	Si	No	Parcial	Limitaciones presupuestales	
Indicadores claros		Si	No	Parcial	Sin indicador para medir cobertura de la población	

Clave y nombre del Pp:	198 desarrollo turístico sustentable				
Poblaciones Potencial, Objetivo y Atendida					
Población	Definición				
Potencial (PP)	Municipios con vocación turística que conforman las rutas turísticas (65 municipios)				
Objetivo (PO)	Sin definición				
Atendida (PA)	Sin definición				
Evolución de la cobertura (información no disponible)					
Población	Unidad de medida	Año 1	Año 2	Año 3	Año (...)
Potencial (P)					
Objetivo (O)					
Atendida (A)					
(A/O) x 100	%	%	%	%	%
Análisis de la estrategia de cobertura					
La estrategia de cobertura contempla o incluye al menos:				Valoración	Propuesta
Método de cálculo documentado	X	Si	No	Parcial	Adecuada, tiene criterios base para determinar la vocación turística.
Consistencia con el diseño del programa	X	Si	No	Parcial	Adecuada es un área de enfoque
El presupuesto requerido		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar
Metas a corto plazo factibles		Si	No	Parcial	Sin elementos para valorar
Análisis de posibles riesgos o amenazas que vulneren el cumplimiento de las metas	X	Si	No	Parcial	Limitaciones presupuestales, partiendo de que no tuvo en 2019 asignación presupuestal
Indicadores claros		Si	No	Parcial	Sin indicador para medir la cobertura de la población

Anexo 6. Mecanismo de solicitud y entrega

Como se mencionó en el informe de la evaluación, la naturaleza propia de los servicios que generan los programas presupuestarios (entre los más destacados: campañas de promoción turística, participación en eventos de promoción turística, elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico, brindar información y asistencia a turista, verificar la aplicación de normas en la materia, monitoreo de la actividad y desarrollo de productos turísticos específicos para pueblos mágicos y rutas turísticas) determina que no apliquen mecanismos de solicitud y entrega.

Las estrategias y líneas de acción del Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022 están orientadas más que a individualizar los servicios, a atender como áreas de enfoque los destinos turísticos en el sentido más amplio.

Anexo 7. Procedimiento de actualización de la población/área de enfoque atendida

Como se mencionó en el informe de la evaluación, la naturaleza propia de los servicios que generan los programas presupuestarios (entre los más destacados: campañas de promoción turística, participación en eventos de promoción turística, elaboración de planes estratégicos de desarrollo turístico, brindar información y asistencia a turista, verificar la aplicación de normas en la materia, monitoreo de la actividad y desarrollo de productos turísticos específicos para pueblos mágicos y rutas turísticas) determina que no se integren padrones de beneficiarios.

Las estrategias y líneas de acción del Plan Estratégico Sectorial Turismo 2016-2022 están orientadas más que a individualizar los servicios, a atender como áreas de enfoque los destinos turísticos en el sentido más amplio.

Anexo 8. Instrumentos de seguimiento al desempeño

NOTA.- La batería de indicadores sujeta de análisis se tomó de la MIR reporte de cierre 2019 de cada programa, los datos se complementan con las fichas técnicas de indicadores respectiva y con el Reporte de Monitoreo de Indicadores Estratégicos edición 2020 (ejercicio 2019).

Programa 103 – Promoción turística

Características del instrumento de seguimiento del desempeño

criterio	Respues ta	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuen cia de medición	Líne a base	Sentido del indicado r	Propues ta de mejora del indicad or
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación anual de la derrama económica	Mide el crecimiento anual de la contribución generada por el turismo que visita la entidad, con relación a años anteriores	$((\text{Derrama económica TO} / \text{Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Anual	Año 2016	Ascendente	

El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	SÍ	Estadía promedio	Mide la permanencia de los visitantes en los destinos turísticos de la entidad	Total, turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Anual	Año 2016	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	SÍ	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	Mide la afluencia turística en la derrama económica por parte del turismo nacional	$[(\text{Afluencia turística nacional en el año T}/\text{Afluencia turística nacional en el año T-1})-1]*100$	Tasa	Anual	Sin dato	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	SÍ	Tasa de variación de la afluencia turística internacional	Mide la afluencia turística en la derrama económica por parte del turismo internacional	$[(\text{Afluencia turística internacional en el año T}/\text{Afluencia turística internacional en el año T-1})-1]*100$	Tasa	Anual	Sin dato	Ascendente	
La cobertura de la población.		Sin indicador para este criterio							

La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C1	Sí	Porcentaje de campañas turísticas realizadas	Mide el porcentaje de campañas turísticas realizadas respecto al número de campañas turísticas planeadas	(Número de campañas turísticas realizadas/Número de campañas turísticas planeadas)*100	Porcentaje	Semestral	1	Ascendente	
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C2	Sí	Porcentaje de eventos turísticos realizados	Mide el porcentaje de eventos turísticos realizados respecto al número de eventos turísticos planeados.	(Número de eventos turísticos realizados/Número de eventos turísticos planeados)*100	Porcentaje	Semestral	1	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A1	Sí	Porcentaje de campañas nacionales e internacionales implementadas	Mide el porcentaje de campañas nacionales e internacionales implementadas respecto a las planeadas	(Número de campañas nacionales e internacionales implementadas/Número de campañas nacionales e internacionales planeadas)*100	Porcentaje	Trimestral	3	Ascendente	
La gestión de los principales	Sí	Porcentaje de campañas	Mide el porcentaje de	(Número de campañas de reuniones y	Porcentaje	Trimestral	6	Ascendente	

procesos (actividades) del Pp. C1A2		de reuniones y romance implementadas	campañas de reuniones y romance implementadas respecto a las programadas	romance implementadas/Número de campañas programadas)*100					
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A1	Sí	Porcentaje de participación en eventos turísticos nacionales e internacionales realizados	Mide el porcentaje de eventos turísticos nacionales e internacionales realizados respecto al número de eventos planeados nacionales e internacionales.	(Número de eventos turísticos nacionales e internacionales realizados/Número de eventos turísticos nacionales e internacionales planeados)*100	Porcentaje	Trimestral	14	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A2	Sí	Porcentaje de participación en eventos de fomento turístico realizados	Mide el porcentaje de participación en eventos de fomento turístico, respecto de los eventos de fomento turístico planeado	(Número de eventos de fomento turístico realizados/Número de eventos de fomento turístico planeados)*100	Porcentaje	Trimestral	5	Ascendente	

La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A3	Sí	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos	Mide el porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos respecto al número de eventos de turismo de reuniones programados	(Número de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos/Número de eventos de turismo de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Trimestral	86	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A4	Sí	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos	Mide el porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos respecto al número de eventos de turismo de reuniones programados	(Número de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos/Número de eventos de turismo de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Trimestral	10	Ascendente	

Programa 103 – Promoción turística

Características de los indicadores

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Claro	Relevante	Económico	Monitoreable	Adecuado	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	No	Sí	Sí	No	Sí	C: No indica que es la contribución generada por turismo M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Fin	Estadía promedio	Sí	No	Sí	No	Sí	R: EL objetivo del Programa es la promoción M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	

Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística nacional. EN MIR REPORTE DE CIERRE NO APARECE	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística internacional	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Componente 0	Porcentaje de acciones de gestión realizadas	No	No	No	No	No	C: No indica el tipo de acciones de gestión a las que se refiere. R: Al no saber el tipo de acción se desconoce la relación con el objetivo principal E: Si el indicador no es claro y relevante no puede ser económico M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador

Componente 1	Porcentaje de campañas turísticas realizadas	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Componente 2	Porcentaje de eventos turísticos realizados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividades C0A1	Porcentaje de direcciones ejecutivas realizadas	Sí	No	Sí	No	No	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador

Actividades C1A1	Porcentaje de campañas nacionales e internacionales implementadas	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: No se cuentan con medios de verificación
Actividades C1A2	Porcentaje de campañas de reuniones y romance implementadas. CORRESPONDE A LA OCV	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividades C2A1	Porcentaje de participación en eventos turísticos nacionales e internacionales realizados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividades C2A2	Porcentaje de participación en eventos de fomento turístico realizados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: No se cuentan con medios de verificación

Actividades C2A3	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividades C2A4	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador

Programa 103 – Promoción turística

Características de las metas

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Mejora del desempeño	Factibles pero retadoras	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	4.40	$((\text{Derrama económica TO} / \text{Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Fin	Estadía promedio	1.67	Total turistas noche / Total de llegada de turistas	Promedio	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	Sin dato	$[(\text{Afluencia turística nacional en el año T} / \text{Afluencia turística nacional en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística internacional	11.24	$[(\text{Afluencia turística internacional en el año T} / \text{Afluencia turística internacional en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Sí		Sí		

Componente C0	Porcentaje de acciones de gestión realizadas	100.00	(Número de acciones de gestión realizadas/Número de acciones de gestión programadas a realizar)*100	Porcentaje	Sí	No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento
Componente C1	Porcentaje de campañas turísticas realizadas	100.00	(Número de campañas turísticas realizadas/Número de campañas turísticas planeadas)*100	Porcentaje	Sí	No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento
Componente C2	Porcentaje de eventos turísticos realizados	100.00	(Número de eventos turísticos realizados/Número de eventos turísticos planeados)*100	Porcentaje	Sí	No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento
Actividades COA1	Porcentaje de direcciones ejecutivas realizadas	14.00	((Número de direcciones ejecutivas realizadas/Total de direcciones ejecutivas)*100	Porcentaje	Sí	No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento

Actividades C1A1	Porcentaje de campañas nacionales e internacionales implementadas	30.00	(Número de campañas nacionales e internacionales implementadas/Número de campañas nacionales e internacionales planeadas)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividades C1A2	Porcentaje de campañas de reuniones y romance implementadas	7.00	(Número de campañas de reuniones y romance implementadas/Número de campañas programadas)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividades C2A1	Porcentaje de participación en eventos turísticos nacionales e internacionales realizados	520.00	(Número de eventos turísticos nacionales e internacionales realizados/Número de eventos nacionales e internacionales planeados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	

Actividades C2A2	Porcentaje de participación en eventos de fomento turístico realizados	7.00	(Número de eventos de fomento turístico realizados/Número de eventos de fomento turístico planeados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividades C2A3	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos	121.00	(Número de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos/Número de eventos de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividades C2A4	Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos	12.00	(Número de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos/Número de eventos de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	

Programa 103 – Promoción turística

Medios de verificación

Indicador	MIR Nivel de objetivo	Nombre completo del documento donde se encuentra la información	Nombre del área administrativa que genera o publica la información	Año/Periodo en el que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición del indicador	Ubicación física del documento o de la liga electrónica donde se encuentra publicada la información	Propuesta de mejora del medio de verificación
<i>Tasa de variación anual de la derrama económica</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oxaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Estadía promedio</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oxaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Tasa de variación de la afluencia turística nacional</i>	Propósito	Reportes estadísticos	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oxaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Tasa de variación de la afluencia turística internacional</i>	Propósito	Reportes estadísticos	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de acciones de gestión realizadas</i>	Componente	Expediente de nómina en poder del Departamento de Recursos Humanos	Secretaría de Turismo	Sin dato	www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/fracciónVIII	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de campañas turísticas realizadas</i>	Componente	Reporte de campañas turísticas realizadas en poder de la Dirección de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	http://www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/artículo70,fracciónV	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de eventos turísticos realizados</i>	Componente	Reporte de eventos turísticos realizados en poder de la Dirección de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	http://www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/artículo70,fracciónV	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de direcciones ejecutivas realizadas</i>	Actividad des C0A1	Expediente del Departamento de Recursos Humanos de la OCV Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	Departamento de Recursos Humanos de la OCV Oaxaca	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de campañas nacionales e internacionales implementadas</i>	Actividad des C1A1	Sin dato	Secretaría de Turismo	No se cuenta con medios de verificación	Sin dato	
<i>Porcentaje de campañas de reuniones y romances implementadas</i>	Actividad des C1A2	Reporte de campañas implementadas en poder del Departamento de Inteligencia de Mercados	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	Departamento de Inteligencia de Mercados	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de participación en eventos turísticos nacionales e internacionales realizados</i>	Actividad des C2A1	Reporte de eventos en poder de la Dirección de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo	Sin dato	Dirección de Promoción Turística de la Secretaría de Turismo	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de participación en eventos de fomento turístico realizados</i>	Actividades C2A2	Sin dato	Secretaría de Turismo		Sin dato	No se cuentan con medios de verificación
<i>Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atraídos</i>	Actividades C2A3	Reporte trimestral de eventos de reuniones y romance realizados en poder de la Dirección General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	Dirección General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de eventos de turismo de reuniones y romance atendidos</i>	Actividades C2A4	Reporte trimestral de eventos de reuniones y romance realizados en poder de la Dirección General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	Dirección General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

Programa 195 – Planeación turística y desarrollo estratégico

Características del instrumento de seguimiento del desempeño

Criterio	Respuesta	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Línea base	Sentido del indicador	Propuesta de mejora del indicador
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación anual de la derrama económica	Mide el crecimiento anual de la contribución generada por el turismo que visita la entidad, con relación a años anteriores	$((\text{Derrama económica TO/Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Pesos	Anual	12,250 Mill \$	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Estadía promedio	Mide la permanencia de los visitantes en los destinos turísticos de la entidad	Total turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Anual	Año 2016	Ascendente	

El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Porcentaje de productos turísticos diversificados	Mide el número de municipios que diversifica su oferta turística	[(Número de municipios con diversificación de productos turísticos implementados/Número de municipios con diversificación de productos turísticos programados)-1]*100	Porcentaje	Anual	2	Ascendente	
La cobertura de la población.	Si	Porcentaje de municipios con vocación turística atendidos		(Número de municipios con vocación turística atendidos/Número de municipios con vocación turística catalogados)*100	Porcentaje	Semestral	s/d	Ascendente	

<p>La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C1</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de planes estratégicos desarrollados</p>	<p>Mide el porcentaje de planes estratégicos desarrollados respecto del número de proyectos elaborados de acuerdo al plan de trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR</p>	<p>(Número de planes estratégicos desarrollados/Número de planes estratégicos programados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Semestral</p>	<p>3</p>	<p>Ascendente</p>	
<p>La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C2</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de municipios con vocación turística atendidos</p>	<p>Mide el porcentaje de de municipios con vocación turística atendidos respecto al número de municipios con vocación turística catalogados</p>	<p>(Número de municipios con vocaciones turísticas atendidos/Número de municipios con vocaciones turísticas catalogados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Semestral</p>	<p>3</p>	<p>Ascendente</p>	

<p>La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A1</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de convenios de coordinación implementados</p>	<p>Mide el número de convenios de coordinación implementados respecto al número de convenios de coordinación programados en el plan de trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR</p>	<p>(Número de convenios de coordinación implementados/Número de convenios de coordinación programados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Trimestral</p>	<p>1</p>	<p>Ascendente</p>	
<p>La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A2</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de proyectos estratégicos desarrollados</p>	<p>Mide el porcentaje del número de proyectos estratégicos autorizados respecto al número de proyectos estratégicos elaborados de acuerdo</p>	<p>(Número de proyectos estratégicos autorizados/Número de proyectos estratégicos elaborados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Trimestral</p>	<p>3</p>	<p>Ascendente</p>	

			al plan de trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR						
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A1	Sí	Porcentaje de proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados	Mide el porcentaje de proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados respecto a los proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance programados en los planes de la Oficinas y Visitantes de Oaxaca	(Proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados/Proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Trimestral	1	Ascendente	

<p>La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A2</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de programas de equipamiento o turístico implementados</p>	<p>Mide el porcentaje de programas de equipamiento o turístico realizados respecto a los de programas de equipamiento o turístico programados en el plan de trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR</p>	<p>(Programas de equipamiento turístico realizados/Programas de equipamiento turístico programados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Trimestral</p>	<p>2</p>	<p>Ascendente</p>	
<p>La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A3</p>	<p>Sí</p>	<p>Porcentaje de proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados</p>	<p>Mide el número de proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados respecto al número de proyectos de fortalecimiento</p>	<p>(Proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados/Proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística programados)*100</p>	<p>Porcentaje</p>	<p>Trimestral</p>	<p>1</p>	<p>Ascendente</p>	

			nto de infraestructu ra turística programado s en el plan de trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR						
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A3	Si	Porcentaje de metros cuadrados de obra de infraestructu ra turística construidos	Sin definición	(Metros cuadrados de obra de infraestructura turística construidos/Metros cuadrados de obra de infraestructura turística programados)*100	Porcent aje	Trimestra l	s/d	Ascende nte	Eliminarl o si no se asigna meta, como ocurrió en 2019

Programa 195 – Planeación turística y desarrollo estratégico

Características de los indicadores

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Claro	Relevante	Económico	Monitoreable	Adecuado	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	No	Sí	Sí	No	Sí	C: No indica que es la contribución generada por turismo M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Fin	Estadía promedio	Sí	No	Sí	No	Sí	R: EL objetivo del Programa es el desarrollo estratégico M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Propósito	Porcentaje de productos turísticos diversificados	No	No	Sí	No	No	C: El nombre no corresponde con las variables y la definición, el método de cálculo corresponde a una tasa no a porcentaje. R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de	

							cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Componente 1	Porcentaje de planes estratégicos desarrollados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Componente 2	Porcentaje de municipios con vocación turística atendidos	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Actividad C1A1	Porcentaje de convenios de coordinación implementados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	

Actividad C1A2	Porcentaje de proyectos estratégicos desarrollados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividad C2A1	Porcentaje de proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividad C2A2	Porcentaje de programas de equipamiento turístico implementados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividad C2A3	Porcentaje de proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento

							M: No se cuenta con medios de verificación	
Actividad C2A4	Porcentaje de metros cuadrados de obra de infraestructura turística construidos	<i>No se programó meta para 2019</i>						

Programa 195 – Planeación turística y desarrollo estratégico

Características de las metas

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Mejora del desempeño	Factibles pero retadoras	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	4.40	$((\text{Derrama económica TO}/\text{Derrama económica T-1})-1)*100$	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Fin	Estadía promedio	1.67	Total turistas noche/total de llegada de turistas	Promedio	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Porcentaje de productos turísticos diversificados	100.00	$[(\text{Número de municipios con diversificación de productos turísticos implementados}/\text{Número de municipios con diversificación de productos turísticos programados})-1]*100$	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	

Componente C1	Porcentaje de planes estratégicos desarrollados	100.00	(Número de planes estratégicos desarrollados/Número de planes estratégicos programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Componente C2	Porcentaje de municipios con vocación turística atendidos	100.00	(Número de municipios con vocaciones turísticas atendidos/Número de municipios con vocaciones turísticas catalogados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C1A1	Porcentaje de convenios de coordinación implementados	1.00	(Número de convenios de coordinación implementados/Número de convenios de coordinación programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C1A2	Porcentaje de proyectos estratégicos desarrollados	109.00	(Número de proyectos estratégicos autorizados/Número de proyectos estratégicos elaborados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	

Actividad C2A1	Porcentaje de proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados	3.00	(Proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados/Proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C2A2	Porcentaje de programas de equipamiento turístico implementados	0.00	(Programas de equipamiento turístico realizado/Programas de equipamiento turístico programados)*100	Porcentaje	<i>No se programó meta para 2019</i>				
Actividad C2A3	Porcentaje de proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados	2.00	(Proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados/Proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	

Actividad C3A4	Porcentaje de metros cuadrados de obra de infraestructura turística construidos	s/d	(Metros cuadrados de obra de infraestructura turística construidos/Metros cuadrados de obra de infraestructura turística programados)*100	Porcentaje	<i>No se programó meta para 2019</i>
-------------------	---	-----	---	------------	--------------------------------------

Programa 195 – Planeación turística y desarrollo estratégico

Medios de verificación

Indicador	MIR Nivel de objetivo	Nombre completo del documento o donde se encuentra la información	Nombre del área administrativa que genera o publica la información	Año/Periodo en el que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición del indicador	Ubicación física del documento o de la liga electrónica donde se encuentra publicada la información	Propuesta de mejora del medio de verificación
<i>Tasa de variación anual de la derrama económica</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?pague_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Estadía promedio</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?pag_e_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de productos turísticos diversificados</i>	Propósito	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de planes estratégicos desarrollados</i>	Componente 1	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de municipios con vocación turística atendidos</i>	Componente 2	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de convenios de coordinación implementados</i>	Actividad C1A1	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de proyectos estratégicos desarrollados</i>	Actividad C1A2	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de proyectos de desarrollo de turismo de reuniones y romance realizados</i>	Actividad C2A1	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de programas de equipamiento turístico implementados</i>	Actividad C2A2	Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de proyectos de fortalecimiento de infraestructura turística ejecutados</i>	Actividad C2A3	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	Sin dato	No se cuenta con medios de verificación

<i>Porcentaje de metros cuadrados de obra de infraestructura turística construidos</i>	<i>Actividad C2A4</i>	<i>No se programó meta para 2019</i>
--	-----------------------	--------------------------------------

Programa 196 – Profesionalización turística

Características del instrumento de seguimiento del desempeño

criterio	Respuesta	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Línea base	Sentido del indicador	Propuesta de mejora del indicador
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación anual de la derrama económica	Mide el crecimiento anual de la contribución generada por el turismo que visita la entidad, con relación a años anteriores	$((\text{Derrama económica 2018}/\text{Derrama económica 2013}) - 1) * 100$	Tasa	Anual	4.36	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Estadía promedio	Mide la permanencia de los visitantes en los destinos turísticos de la entidad	Total turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Anual	Año 2016	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de	Sí	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos	Mide el porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados	$[(\text{Número de PST profesionalizados}/\text{Total de PST del Estado}) * 100]$	Porcentaje	Anual	Sin dato	Ascendente	

la ejecución del Pp.		profesionalizados	respecto con el total de prestadores de servicios turísticos del estado						
La cobertura de la población.	No	Sin indicador para este criterio							
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C1	Sí	Tasa de personal de empresas turísticas capacitado	Mide el personal de empresas turísticas capacitado en el periodo T con respecto al personal de empresas turísticas capacitado en igual periodo anterior	$((\text{Número de empresas turísticas capacitado en el periodo T} / \text{Número de personal de empresas turísticas capacitado en el periodo T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Semestral	1,600 personal capacitado	Ascendente	
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C2	Sí	Tasa de variación semestral distintivos de calidad autorizados	Mide el número de certificaciones otorgadas respecto a los otorgados en el semestre anterior	$((\text{Número de distintivos turísticos otorgados} / \text{Número de distintivos turísticos otorgados del semestre anterior}) * 100$	Tasa	Trimestral	25 distintivos	Ascendente	

La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C3	Sí	Tasa de variación de turistas asistidos	Mide la tasa número de variación de turistas asistidos respecto al año base 2017	$[(\text{Número de turistas atendidos}/\text{Número de turistas año base T})-1]*100$	Tasa	Trimestral	7.27%	Ascendente	
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C4	Sí	Porcentaje de verificaciones normativas realizadas	Mide el número de verificaciones normativas realizadas con respecto al número de verificaciones programadas	$(\text{Número de verificaciones normativas realizadas}/\text{Número de verificaciones normativas programadas})*100$	Porcentaje	Trimestral	0	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A1	Sí	Porcentaje de cursos impartidos	Mide el número de cursos impartidos respecto al número de cursos solicitados	$(\text{Número de cursos impartidos}/\text{Número de cursos solicitados})*100$	Porcentaje	Trimestral	78	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A1	Sí	Porcentaje de empresas certificadas	Mide el número de certificaciones otorgadas a las empresas con respecto al número de empresas convocadas	$(\text{Número de empresas certificadas}/\text{Número de empresas programadas a certificar})*100$	Porcentaje	Trimestral	54	Ascendente	

Programa 196 – Profesionalización turística

Características de los indicadores

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Claro	Relevante	Económico	Monitoreable	Adecuado	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	No	Sí	Sí	No	Sí	C: No indica que es la contribución generada por turismo M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Fin	Estadía promedio	Sí	No	Sí	No	Sí	R: EL objetivo del Programa es la profesionalización M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Propósito	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados	No	Sí	Sí	No	Sí	C: Utiliza las siglas "PST", una persona ajena al programa desconocería a que refiere M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Componente 1	Tasa de personal de empresas turísticas capacitadas	No	Sí	Sí	No	Sí	C: El nombre debería referir a una tasa de variación M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	

Componente 2	Tasa de variación semestral distintivos de calidad autorizados	No	Sí	Sí	No	Sí	C: El nombre debería referir a un porcentaje M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Componente 3	Tasa de variación de turistas asistidos	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Componente 4	Porcentaje de verificaciones normativas realizadas	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividad C1A1	Porcentaje de cursos impartidos	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador
Actividad C2A1	Porcentaje de empresas certificadas	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador

Programa 196 – Profesionalización turística

Características de las metas

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Mejora del desempeño	Factibles pero retadoras	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	4.40	((Derrama económica 2018/Derrama económica 2013)-1)*100	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Fin	Estadía promedio	1.67	Total turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados	88.89	[(Número de PST profesionalizados/ Total de PST del Estado)*100]	Porcentaje	Sí		Sí		
Componente 1	Tasa de personal de empresas turísticas capacitado	2.00	((Número de personal de empresas turísticas capacitado en el periodo T/Número de personal de empresas turísticas capacitado en el	Tasa	Sí		Sí		

			periodo T-1)-1)*100					
Componente 2	Tasa de variación semestral distintivos de calidad autorizados	2.00	((Número de distintivos otorgados/Número de distintivos otorgados del semestre anterior)*100	Porcentaje	Sí		Sí	
Componente 3	Tasa de variación de turistas asistidos	0.00	[(Número de turistas atendidos/Número de turistas año base T)-1]*100	Tasa	Sí		Sí	
Componente 4	Porcentaje de verificaciones normativas realizadas	100.00	(Número de verificaciones normativas realizadas/Número de verificaciones normativas programadas)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento
Actividad C1A1	Porcentaje de cursos impartidos	233.00	(Número de cursos impartidos/Número de cursos solicitados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento

Actividad C2A1	Porcentaje de empresas certificadas	2.00	(Número de empresas certificadas/Númer o de empresas programadas a certificar)*100	Porcent aje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicament e de cumplimie nto	
-------------------	---	------	---	----------------	----	--	----	--	--

Programa 196 – Profesionalización turística

Medios de verificación

Indicador	MIR Nivel de objetivo	Nombre completo del documento o donde se encuentra la información	Nombre del área administrativa que genera o publica la información	Año/Periodo en el que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición del indicador	Ubicación física del documento o de la liga electrónica donde se encuentra publicada la información	Propuesta de mejora del medio de verificación
<i>Tasa de variación anual de la derrama económica</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Estadía promedio</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados</i>	Propósito	Reportes estadísticos, Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Tasa de personal de empresas turísticas capacitado</i>	Componente 1	Expediente de la actividad. Informe trimestral. Referencia: Departamento de Atención a Asociaciones	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	http://www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/articulo70,fraccionV	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Tasa de variación semestral distintivos de calidad autorizados</i>	Componente 2	Expediente de la actividad. Informe trimestral. Referencia: Departamento de Atención a Asociaciones	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	http://www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/articulo70,fraccionV	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Tasa de variación de turistas asistidos</i>	Componente 3	Departamento de Atención y Asistencia al Turista, Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de verificaciones normativas realizadas</i>	Componente 4	Departamento de Certificación y Competitividad Turística, Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de cursos impartidos</i>	Actividad C1A1	Secretaría de Turismo, Departamento de Capacitación y Cultura Turística	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de empresas certificadas</i>	Actividad C2A1	Expediente de la actividad. Informe trimestral. Lista de participantes. Referencia: Departamento de Atención a Grupos	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	transparenciaocvoaxaca.com	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

Programa 197 – Comercialización turística

Características del instrumento de seguimiento del desempeño

Criterio	Respuesta	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Línea base	Sentido del indicador	Propuesta de mejora del indicador
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación anual de la derrama económica	Mide el crecimiento anual de la contribución generada por el turismo que visita la entidad, con relación a años anteriores	$((\text{Derrama económica TO} / \text{Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Anual	Año 2016	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Estadía promedio	Mide la permanencia de los visitantes en los destinos turísticos de la entidad	Total turistas noche / Total de llegada de turistas	Promedio	Anual	Año 2016	Ascendente	

El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Porcentaje de estudios realizados	Mide el porcentaje de estudios realizados, respecto con los programados	[(Número de estudios realizados/Número de estudios programados)*100]	Porcentaje	Anual	Sin dato	Ascendente	
La cobertura de la población.	No	Sin indicador para este criterio							
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C1	Sí	Porcentaje de esquemas de comercialización creados	Mide el número de esquemas de comercialización creados respecto al número de esquemas de comercialización planeados	(Número de esquemas de comercialización creados/Número de esquemas de comercialización planeados)*100	Porcentaje	Semestral	0	Ascendente	
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C2	Sí	Número de encuestas registradas	Mide el número de encuestas registradas respecto al número de encuestas aplicadas	(Número de encuestas registradas/Número de encuestas aplicadas)*100	Porcentaje	Semestral	0	Ascendente	

La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A1	Sí	Porcentaje de estudios de mercado realizados	Mide el porcentaje de estudios de mercado realizados respecto al número de estudios de mercado programados	(Número de estudios de mercado realizados/Número de estudios de mercado programados)* 100	Porcentaje	Trimestral	0	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A2	Sí	Porcentaje de productos turísticos evaluados	Mide el porcentaje de productos turísticos evaluados respecto al número de productos turísticos desarrollados	(Número de productos turísticos evaluados/Número de productos turísticos desarrollados) *100	Porcentaje	Trimestral	0	Ascendente	

Programa 197 – Comercialización turística

Características de los indicadores

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Claro	Relevante	Económico	Monitoreable	Adecuado	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	No	Sí	Sí	No	Sí	C: No indica que es la contribución generada por turismo M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Fin	Estadía promedio	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Sin relevancia para el objetivo superior al que este nivel debe contribuir M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Propósito	Porcentaje de estudios realizados	No	No	No	No	No	C: No indica a qué tipo de estudios se refiere R: Al no identificar el tipo de estudios se desconoce la relación con el objetivo principal E: Si el indicador no es claro y relevante no puede ser económico	

							<p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p> <p>A: Al no cumplir con los demás criterios, el indicador no da una base para emitir un juicio</p>	
Componente 1	Porcentaje de esquemas de comercialización creados	Sí	Sí	Sí	No	Sí	<p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p>	
Componente 2	Número de encuestas registradas	No	No	No	No	No	<p>C: No indica a qué tipo de encuestas se refiere</p> <p>R: Al no identificar el tipo de encuestas se desconoce la relación con el objetivo principal</p> <p>E: Si el indicador no es claro y relevante no puede ser económico</p> <p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p> <p>A: Al no cumplir con los demás criterios, el indicador no da una base para emitir un juicio</p>	

Actividad C1A1	Porcentaje de estudios de mercado realizados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Actividad C1A2	Porcentaje de productos turísticos evaluados	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	

Programa 197 – Comercialización turística

Metas

Características de las metas

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Mejora del desempeño	Factibles pero retadoras	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	4.40	((Derrama económica TO/Derrama económica T-1)-1)*100	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Fin	Estadía promedio	1.67	Total turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Porcentaje de estudios realizados	100.00	[(Número de estudios realizados/Número de estudios programados)*100]	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	
Componente C1	Porcentaje de esquemas de comercialización creados	100.00	(Número de esquemas de comercialización creados/Número de esquemas de comercialización planeados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	

Componente C2	Número de encuestas registradas	100.00	(Número de encuestas registradas/Número de encuestas aplicadas)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C1A1	Porcentaje de estudios de mercado realizados	3.00	(Número de estudios de mercado realizados/Número de estudios de mercado programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C1A2	Porcentaje de productos turísticos evaluados	40.00	(Número de productos turísticos evaluados/Número de productos turísticos desarrollados)*100	Porcentaje	Sí		Sí		

Programa 197 – Comercialización turística

Medios de verificación

Indicador	MIR Nivel de objetivo	Nombre completo del documento donde se encuentra la información	Nombre del área administrativa que genera o publica la información	Año/Periodo en el que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición del indicador	Ubicación física del documento o de la liga electrónica donde se encuentra publicada la información	Propuesta de mejora del medio de verificación
<i>Tasa de variación anual de la derrama económica</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Estadía promedio</i>	Fin	Sin dato	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de estudios realizados</i>	Propósito	Estudios realizados. Expediente de la actividad.	Secretaría de Turismo	Sin dato	Dirección de Comercialización Turística	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de esquemas de comercialización creados</i>	Componente	Expediente de la actividad. Informe Trimestral	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	http://www.ocv.oaxaca.gob.mx/transparencia/articulo70,fraccionV	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Número de encuestas registradas</i>	Componente	Reportes del perfil y grado de satisfacción del turista y Directorios de prestadores de servicios turísticos	Secretaría de Turismo	Sin dato	Sin dato	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de estudios de mercado realizados</i>	Actividad C1A1	Expediente del estudios de mercado	Secretaría de Turismo	Sin dato	transparenciaocvoaxaca.com	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de productos turísticos evaluados</i>	Actividad C1A2	Dictamen de la evaluación de los productos turísticos	Secretaría de Turismo	Sin dato	Departamento de Evaluación de Programas de la Secretaría de Turismo	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

Programa 198 – Desarrollo turístico sustentable

Características del instrumento de seguimiento del desempeño

Criterio	Respuesta	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuencia de medición	Línea base	Sentido del indicador	Propuesta de mejora del indicador
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación anual de la derrama económica	Mide la tasa de variación de la derrama económica de un año respecto al anterior	$((\text{Derrama económica TO/Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Anual	12,250 mill \$	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Estadía promedio	Mide la permanencia de los visitantes en los destinos turísticos de la entidad	Total turistas noche/Total de llegada de turistas	Promedio	Anual	Año 2016	Ascendente	
El cambio producido en la población objetivo derivado de la ejecución del Pp.	Sí	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios	Mide la tasa de variación de la afluencia turística de un año	$[(\text{Afluencia turística en el año T/Afluencia turística en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Anual	126,824	Ascendente	

		con vocación turística	respecto al anterior						
La cobertura de la población.	NO	Sin indicador para este criterio							
La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C1	Sí	Porcentaje de productos turísticos desarrollados	Mide el porcentaje de productos turísticos desarrollados respecto al porcentaje de productos turísticos programados en el Plan de Trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR	(Número de productos turísticos desarrollados/Número de productos turísticos programados)*100	Porcentaje	Semestral	3	Ascendente	

La generación y/o entrega de los bienes y/o servicios (componentes). C2	Sí	Porcentaje de destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados	Mide el número de destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados respecto al número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales programados en el Plan de Trabajo de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico de la SECTUR	(Número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados/Número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales programados)*100	Porcentaje	Semestral	3	Ascendente	
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C1A1	Sí	Porcentaje de productos del segmento de reuniones y romance desarrollados.	Mide el porcentaje del número de productos del segmento de reuniones y romance desarrollados respecto	(Número de productos del segmento de reuniones y romance/Productos del segmento de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Semestral	0	Ascendente	

			al número de productos de reuniones y romances programados en los planes de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca						
La gestión de los principales procesos (actividades) del Pp. C2A1	Sí	Porcentaje de proyectos en destinos culturales desarrollados.	Mide el número de proyectos en destinos culturales desarrollados, respecto al número de proyectos en destinos culturales programados en el plan de la Dirección de Planeación y Desarrollo Turístico	(Número de proyectos en destinos de naturaleza desarrollados/Número de proyectos en destinos de naturaleza programados)*100	Porcentaje	Trimestral	1	Ascendente	

Programa 198 – Desarrollo turístico sustentable

Características de los indicadores

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Claro	Relevante	Económico	Monitoreable	Adecuado	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	No	Sí	Sí	No	Sí	C: No indica que es la contribución generada por turismo M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Fin	Estadía promedio	Sí	No	Sí	No	Sí	R: EL objetivo del Programa es el desarrollo turístico sustentable M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística	Sí	Sí	Sí	No	Sí	M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	

Componente 1	Porcentaje de productos turísticos desarrollados	No	No	No	No	No	<p>C: No indica a qué tipo de productos turísticos se refiere</p> <p>R: Al no saber a qué tipo de productos turísticos se refiere se desconoce la relación con el objetivo</p> <p>E: Si el indicador no es claro y relevante no puede ser económico</p> <p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p> <p>A: Al no cumplir con los demás criterios, el indicador no da una base para emitir un juicio</p>
Componente 2	Porcentaje de destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados	Sí	No	Sí	No	Sí	<p>R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento</p> <p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p>
Actividad C1A1	Porcentaje de productos del segmento de reuniones y romances desarrollados	Sí	No	Sí	No	Sí	<p>R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento</p> <p>M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador</p>

Actividad C2A1	Porcentaje de proyectos en destinos culturales desarrollados	Sí	No	Sí	No	Sí	R: Se relaciona con el objetivo, sin embargo es solo de cumplimiento M: Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador	
----------------	--	----	----	----	----	----	--	--

Programa 198 – Desarrollo turístico sustentable

Características de las metas

MIR Nivel de objetivo	Nombre del indicador	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Mejora del desempeño	Factibles pero retadoras	Justificación	Propuesta de mejora
Fin	Tasa de variación anual de la derrama económica	4.40	$((\text{Derrama económica TO} / \text{Derrama económica T-1}) - 1) * 100$	Tasa	Sí		Sin dato de comparación		
Fin	Estadía promedio	1.67	Total turistas noche / Total de llegada de turistas	Promedio	Sí		Sin dato de comparación		
Propósito	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística	4.30	$[(\text{Afluencia turística en el año T} / \text{Afluencia turística en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Sí		Sí		
Componente C1	Porcentaje de productos turísticos desarrollados	100.00	$(\text{Número de productos turísticos desarrollados} / \text{Número de productos turísticos programados}) * 100$	Porcentaje	Sí		No	F: No es retadora por ser únicamente de cumplimiento	

Componente C2	Porcentaje de destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados	100.00	(Número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados/Número de proyectos en destinos de naturaleza y destinos culturales programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C1A1	Porcentaje de productos del segmento de reuniones y romance desarrollados.	1.00	(Número de productos del segmento de reuniones y romance/Productos del segmento de reuniones y romance programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	
Actividad C2A1	Porcentaje de proyectos en destinos culturales desarrollados.	3.00	(Número de proyectos en destinos de naturaleza desarrollados/Número de proyectos en destinos de naturaleza programados)*100	Porcentaje	Sí		No	F: No es retardadora por ser únicamente de cumplimiento	

Programa 198 – Desarrollo turístico sustentable

Medios de verificación

Indicador	MIR Nivel de objetivo	Nombre completo del documento donde se encuentra la información	Nombre del área administ rativa que genera o publica la informa ción	Año/Periodo en el que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición del indicador	Ubicación física del documento o de la liga electrónica donde se encuentra publicada la información	Propuesta de mejora del medio de verificación
<i>Tasa de variación anual de la derrama económica</i>	Fin	Sin dato	Secretarí a de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Estadía promedio</i>	Fin	Sin dato	Secretarí a de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?page_id=23	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística</i>	Propósito	Boletín informativo (convenios). Sistema de Información Turística Estatad (SITE) SECTUR OAXACA	Secretarí a de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de productos turísticos desarrollados</i>	Componente 1	Boletín informativo (convenios). Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR OAXACA	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de destinos de naturaleza y destinos culturales apoyados</i>	Componente 2	Boletín informativo (convenios). Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR OAXACA	Secretaría de Turismo	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
<i>Porcentaje de productos del segmento de reuniones y romance desarrollados.</i>	Actividad C1A1	Expediente de la actividad. Informe trimestral.	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Trimestral	transparenciaocvoaxaca.com	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información

<i>Porcentaje de proyectos en destinos culturales desarrollados.</i>	Actividad C2A1	Boletín informativo (convenios). Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR OAXACA	Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca	Sin dato	http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25	Los medios de verificación no son claros, no se encuentra la información
--	----------------	--	--	----------	---	--

Anexo 9. Afectaciones diferenciadas de la estrategia de Política pública

No aplica.

El problema o necesidad pública no tiene efectos diferenciados por poblaciones o territorios del estado, en consecuencia, la estrategia de política pública del sector turismo y los cinco programas presupuestarios que la conforman no cuentan con mecanismos de atención diferenciada.

Anexo 10. Alineación de la Estrategia de Política pública a la planeación nacional

Objetivos estratégicos de la política pública	Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.			
Valoración de la alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria/acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Propuesta de alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria /acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024	3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional	<p>3.3 Promover la imagen de México en el exterior para posicionarlo como un referente turístico</p> <p>3.3.1 Instrumentar estrategias de comunicación enfocadas a promover a México en el ámbito internacional</p> <p>3.3.3 Fortalecer la coordinación con el sector privado y social para participar en el desarrollo de la promoción turística de México</p> <p>3.3.4 Desarrollar herramientas de inteligencia comercial que permitan alinear la promoción turística con el desarrollo local y regional del país.</p>	La promoción eficaz considerada en el objetivo estratégico toma en cuenta herramientas de inteligencia comercial, tiene apertura a los sectores social y privado para dar a conocer su oferta de servicios, posicionar a Oaxaca como destino turístico en los mejores mercados nacionales e internacionales, promueve también la imagen de México en el exterior.	El objetivo estratégico tiene una vinculación y contribución directa a la estrategia y líneas de acción descritas.

Objetivos estratégicos de la política pública	Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.			
Valoración de la alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria/acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Propuesta de alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria /acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024	2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México	<p>2.2 Fortalecer la integración de productos y servicios para consolidar la actividad turística</p> <p>2.2.1 Desarrollar productos turísticos ancla para mejorar y revitalizar la oferta actual y fomentar la integración de circuitos y rutas turísticas especializadas</p> <p>2.2.2 Apoyar la vinculación de los actores en las cadenas de valor para fortalecer la comercialización y posicionar la oferta turística y que los beneficios del turismo permeen regionalmente</p>	La implementación de proyectos integrales de desarrollo turístico sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad contribuyen al crecimiento económico de las regiones y comunidades, la formulación de los planes privilegia la consolidación de productos de calidad.	El objetivo estratégico encuentra plena alineación con el objetivo, la estrategia y las líneas de acción descritas.

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.			
Valoración de la alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria/acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Propuesta de alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria /acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024	2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México	<p>2.4 Impulsar la formación y profesionalización de recursos humanos para generar oportunidades de bienestar y elevar la calidad en los servicios asociados al turismo</p> <p>2.4.2 Impulsar cursos o talleres de profesionalización presenciales, virtuales y mixtos, que contribuyan a la actualización de las empresas del sector turismo</p> <p>2.4.8 Promover la profesionalización de hombres y mujeres del sector turístico, a través de la capacitación y certificación en competencias laborales</p>	La vinculación del objetivo estratégico se hace evidente en mayor grado con las líneas de acción relativas a la capacitación de los prestadores de servicios turísticos y la certificación de los estándares de calidad de las empresas del sector.	Se considera que es una alineación adecuada.

		2.4.9 Promover modelos de estandarización para la regulación y certificación en la prestación de los servicios turísticos		
--	--	---	--	--

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización.			
Valoración de la alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria/acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Propuesta de alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria /acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024	2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México	2.3 Promover el fortalecimiento de los sistemas de información estadística y geográfica para fomentar el desarrollo del turismo. 2.3.2 Propiciar la adopción de nuevos desarrollos tecnológicos que faciliten la recopilación, procesamiento y difusión de la información estadística y geográfica turística. 2.3.7 Fortalecer las estrategias de coordinación interinstitucional para mejorar la veracidad, oportunidad y cobertura de la información turística.	Lograr el objetivo estratégico de la política pública, implementando sistemas eficientes de información y que sean el soporte de modernos instrumentos comercialización, encuentran plena vinculación con las acciones puntuales y la estrategia señalada.	La alineación es adecuada.

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.			
Valoración de la alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria/acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Propuesta de alineación				
Programa derivado	Objetivo prioritario	Estrategia prioritaria /acción puntual	Contribución de la política pública	Valoración
Programa Sectorial de Turismo 2020-2024	4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional	<p>4.2 Promover proyectos sostenibles para impulsar el desarrollo turístico</p> <p>4.2.2 Contribuir a la realización y permanencia de iniciativas de turismo rural, ante diferentes instancias público, privadas, nacionales e internacionales</p> <p>4.2.3 Fortalecer las capacidades técnicas del sector turístico para la conservación y uso sostenible de los recursos naturales a partir del diseño e implementación de medidas de adaptación basada en ecosistemas.</p>	El objetivo estratégico de la política pública persigue el aprovechamiento sustentable de los recursos turísticos por parte de las comunidades que se encuentran en zonas naturalmente privilegiadas, situación que tiene correspondencia inequívoca con el objetivo y estrategia prioritaria del programa sectorial del gobierno federal.	El objetivo estratégico encuentra plena alineación con el objetivo, la estrategia y las líneas de acción descritas

		4.2.6 Impulsar proyectos de turismo comunitario sostenible de naturaleza en ANP y/o en zonas estratégicas que consideren medidas de adaptación al cambio climático		
--	--	--	--	--

Anexo 11. Alineación de la Estrategia de Política pública a los ODS

Objetivos estratégicos de la política pública	Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.																								
Vinculación																									
El evaluador externo presentar la vinculación de los objetivos estratégicos de la política pública con los ODS y sus metas específicas. Se deberá incluir la valoración de dicha vinculación, considerando la contribución efectiva de la política pública a los objetivos y/o metas de desarrollo sostenible.																									
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vincula la política pública.</i>																									
																									
X																									
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 12.5%;">ODS</th> <th style="width: 12.5%;">Meta</th> <th style="width: 12.5%;">Vinculación</th> <th style="width: 12.5%;">Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="224 884 516 1346"> Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos </td> <td data-bbox="516 884 786 1346"> Objetivo 8.9 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. </td> <td data-bbox="786 884 1130 1346" style="text-align: center;"> Directa </td> <td data-bbox="1130 884 1503 1346"> Vinculación adecuada. La promoción de los destinos turísticos de Oaxaca como parte de una política pública contribuye inequívocamente a crear puestos de trabajo, además promueva la cultura y los productos locales. </td> </tr> </tbody> </table>																		ODS	Meta	Vinculación	Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)	Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	Objetivo 8.9 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.	Directa	Vinculación adecuada. La promoción de los destinos turísticos de Oaxaca como parte de una política pública contribuye inequívocamente a crear puestos de trabajo, además promueva la cultura y los productos locales.
ODS	Meta	Vinculación	Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)																						
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	Objetivo 8.9 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.	Directa	Vinculación adecuada. La promoción de los destinos turísticos de Oaxaca como parte de una política pública contribuye inequívocamente a crear puestos de trabajo, además promueva la cultura y los productos locales.																						
Propuesta de vinculación																									
En caso de que la instancia evaluadora detecte áreas de mejora en la vinculación o en caso de no contar con evidencia documental sobre la misma, elaborará una propuesta de vinculación y su justificación, considerando la contribución efectiva de la política pública a los objetivos y/o metas de desarrollo sostenible.																									
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se propone vincular la política pública.</i>																									
																									


















ODS	Meta	Vinculación	Justificación de la propuesta (instancia evaluadora)
Consideraciones:			
>> ODS: Se incluirá el número y la redacción fidedigna del ODS conforme a lo establecido por el PNUD.			
>> Meta: Se incluirá la redacción fidedigna de la meta del ODS conforme a lo establecido por el PNUD.			
>> La información de los ODS y sus metas pueden consultarse en: http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/			
>> Vinculación		Directa: el objetivo estratégico contribuye claramente al cumplimiento de la(s) meta(s) ODS identificada(s).	
		Indirecta: el objetivo estratégico propicia la generación de condiciones que contribuyen al cumplimiento de la(s) meta(s) de ODS identificada(s), a pesar de no ser su objetivo principal.	

Objetivos estratégicos de la política pública	Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.																
Vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vincula la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
							X										
ODS	Meta	Vinculación	Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)														
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	Objetivo 8.9 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.	Indirecta	Vinculación adecuada. Los planes y programas integrales de desarrollo turístico favorecen el cumplimiento de la meta ODS, pues dan fortaleza a las tareas de promoción de la actividad y la generación de fuentes de empleo.														
Propuesta de vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se propone vincular la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
ODS	Meta	Vinculación	Justificación de la propuesta (instancia evaluadora)														

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.																
Vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vincula la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
							X										
ODS	Meta	Vinculación					Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)										
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	Objetivo 8.9 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.	Indirecta					Vinculación adecuada. El aumento de la competitividad mediante programas de profesionalización favorece el cumplimiento de la meta ODS, pues una mayor calidad de los servicios turísticos mayor garantía de permanencia de las fuentes de trabajo.										
Propuesta de vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se propone vincular la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
ODS	Meta	Vinculación					Justificación de la propuesta (instancia evaluadora)										

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización.																
Vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vincula la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
							X										
ODS	Meta	Vinculación					Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)										
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos	Objetivo 8.9 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.	Directa					Vinculación adecuada. La información obtenida de estudios de mercado y monitoreo de la actividad económica relacionada con el turismo contribuye inequívocamente a promover el turismo sostenible, crear puestos de trabajo, además a promover la cultura y los productos locales.										
Propuesta de vinculación																	
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se propone vincular la política pública.</i>																	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
ODS	Meta	Vinculación					Justificación de la propuesta (instancia evaluadora)										

Objetivos estratégicos de la política pública	Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.																	
Vinculación																		
<i>Marcar con una "X" el/los ODS con los que se vincula la política pública.</i>																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17		
											x		x					
ODS	Meta	Vinculación										Valoración de la vinculación (instancia evaluadora)						
Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	Directa										Vinculación adecuada. Desarrollar productos turísticos específicos (y la evaluación de los mismos) contribuye a cumplir la meta, lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura.						
Objetivo 14: Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos.	14.7 Aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.	Directa										Vinculación adecuada. Desarrollar productos turísticos específicos contribuye a aumentar los beneficios económicos obtenidos del uso sostenible de los recursos marinos y el turismo.						

Propuesta de vinculación																
Marcar con una "X" el/los ODS con los que se propone vincular la política pública.																
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
																
											X		X			
ODS		Meta			Vinculación					Justificación de la propuesta (instancia evaluadora)						

Anexo 12. Indicadores del desempeño de la Estrategia de Política pública

Registrar al menos un indicador del desempeño por cada uno de los objetivos estratégicos de la política pública

Características de los indicadores del desempeño								
Objetivo estratégico	Nombre del indicador	Definición	Método de cálculo	Unidad de medida	Frecuencia	Línea base	Sentido	Propuesta de mejora
Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	Mide la afluencia turística en la derrama económica por parte del turismo nacional	$[(\text{Afluencia turística nacional en el año T} / \text{Afluencia turística nacional en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Anual	Sin dato	Ascendente	Corregir la definición del indicador (derrama económica) y establecer el valor de la línea base si no se tiene determinada.
Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.	Porcentaje de productos turísticos diversificados	Mide el número de municipios que diversifica su oferta turística	$[(\text{Número de municipios con diversificación de productos turísticos implementados} / \text{Número de municipios con diversificación de productos turísticos programados}) - 1] * 100$	Porcentaje	Anual	2	Ascendente	Corregir el nombre del indicador a lo que las variables y la definición refieren, el método de cálculo corresponde a una tasa no a

								porcentaje, establecer la línea base si no se tiene determinada.
Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados	Mide el porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados respecto con el total de prestadores de servicios turísticos del estado	[[Número de PST profesionalizados/Total de PST del Estado)*100]]	Porcentaje	Anual	Sin dato	Ascendente	Establecer el valor de la línea base si no se tiene determinada.
Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y	Porcentaje de estudios realizados	Mide el porcentaje de estudios realizados, respecto con los	[[Número de estudios realizados/Número de estudios programados)*100]]	Porcentaje	Anual	Sin dato	Ascendente	Establecer el valor de la línea base si no se tiene determinada.

actualizados de comercialización.		programados						
Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística	Mide la tasa de variación de la afluencia turística de un año respecto al anterior	$[(\text{Afluencia turística en el año T} / \text{Afluencia turística en el año T-1}) - 1] * 100$	Tasa	Anual	126,824	Ascendente	Corregir la definición del indicador (derrama económica) y establecer el valor de la línea base si no se tiene determinada

Características de los indicadores						
Objetivo estratégico	Nombre	Claro	Relevante	Monitoreable	Pertinente	Propuesta de mejora del indicador
Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	Si	Sí	No	Si	<i>Que los medios de verificación sean claros, que esté disponible la información para replicar el indicador</i>
Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.	Porcentaje de productos turísticos diversificados	No	No	No	No	<i>Replantear el nombre del indicador para que corresponda con las variables y la definición, por ser de nivel propósito debe buscarse que muestre resultados relevantes del programa no</i>

						<p><i>limitarse al cumplimiento de una actividad.</i></p> <p><i>Que los medios de verificación sean claros, que esté disponible la información para replicar el indicador</i></p>
<p>Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización</p>	<p>Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados</p>	No	Si	No	Si	<p><i>Dejar de utilizar las siglas "PST", una persona ajena al programa desconocería a que refiere.</i></p> <p><i>Tener precisión en medios de verificación y que esté disponible, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador.</i></p>

<p>Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización</p>	<p>Porcentaje de estudios realizados</p>	<p>No</p>	<p>No</p>	<p>No</p>	<p><i>Indicar a qué tipo de estudios se refiere (claridad) para conocer si tiene o no relación con el objetivo estratégico u objetivo central del programa (relevancia).</i></p> <p><i>Ser precisos con los medios de verificación no son claros, que esté disponible la información necesaria para replicar el indicador.</i></p> <p><i>Por ser de nivel propósito debe buscarse que muestre resultados relevantes del programa no limitarse al</i></p>
---	--	-----------	-----------	-----------	--

						<i>cumplimiento de una actividad.</i>
Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística	<i>Sí</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>Si</i>	<i>Incluir los municipios, destinos o localidades específicas en las que se quiere conocer las variaciones en afluencia, y que son motivo primordial del objetivo estratégico, pues se tiene otro indicador similar (el correspondiente al primer objetivo estratégico) que incluiría los municipios con vocación turística Tener precisión en medios de</i>

						<i>verificación y que esté disponible, no se encuentra la información necesaria para replicar el indicador.</i>
--	--	--	--	--	--	---

Características de las metas									
Objetivo estratégico	Nombre	Meta	Método de cálculo	Unidad de medida	Congruente con el sentido	Se orienta a mejorar el desempeño	Factibles	Retadoras	Propuesta de mejora
Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	<i>Sin dato</i>	$[(\text{Afluencia turística nacional en el año T} / \text{Afluencia turística nacional en el año T-1}) - 1] * 100$	<i>Tasa de variación</i>	<i>Si</i>	<i>Si</i>	<i>Sin dato de comparación</i>	<i>Sin dato de comparación</i>	<i>Determinar las características faltantes, es un indicador idóneo y tiene seguimiento a través del Reporte de monitoreo de indicadores estratégicos.</i>
Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y	Porcentaje de productos turísticos diversificados	<i>100</i>	[(Número de municipios con diversificación de productos turísticos implementados/Número de municipios con diversificación de productos turísticos	<i>Porcentaje</i>	<i>No</i>	<i>No</i>	<i>Si</i>	<i>No</i>	<i>Por ser de nivel propósito debe buscarse que muestre resultados</i>

proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.			programados)-1]*100						<i>relevantes del programa no limitarse al cumplimiento de una actividad.</i>
Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados	88.89	$[(\text{Número de PST profesionalizados} / \text{Total de PST del Estado}) * 100]$	Porcentaje	Si	Si	No	Si	<i>Puntualizar si el 88% de los prestadores de servicios turísticos se profesionalizarán en un año, o es una cifra acumulada, si son pocos prestadores es factible.</i>
Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y	Porcentaje de estudios realizados	100	$[(\text{Número de estudios realizados} / \text{Número de estudios programados}) * 100]$	Porcentaje	Si	No	Si	No	<i>Por ser de nivel propósito debe buscarse que muestre resultados relevantes del programa no limitarse al</i>

actualizados de comercialización									<i>cumplimiento de una actividad.</i>
Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.	Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística	4.3	$[(Afluencia\ turística\ en\ el\ año\ T/Afluencia\ turística\ en\ el\ año\ T-1)-1]*100$	Tasa	Si	Si	Si	Si	

Medios de verificación						
Objetivo estratégico	Nombre	Nombre completo del documento donde se encuentra la información	Nombre del área administrativa que genera o publica la información	Año/periodo en que se emite el documento y si coincide con la frecuencia de medición	Ubicación física del documento o la liga electrónica	Propuesta de mejora
Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Tasa de variación de la afluencia turística nacional	<i>Reportes estadísticos</i>	<i>Secretaría de Turismo</i>	<i>Sin dato</i>	<i>http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?pague_id=23</i>	Citar con precisión el documento donde se encuentra la información, que la liga electrónica lleve directamente a la información del indicador, ya que no se encuentra

<p>Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.</p>	<p>Porcentaje de productos turísticos diversificados</p>	<p><i>Boletín informativo (convenios) Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR Oaxaca</i></p>	<p><i>Secretaría de Turismo</i></p>	<p><i>Sin dato</i></p>	<p><i>http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25</i></p>	<p>Citar con precisión el documento donde se encuentra la información, que la liga electrónica lleve directamente a la información del indicador, ya que no se encuentra</p>
--	--	---	-------------------------------------	------------------------	---	--

<p>Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización</p>	<p><i>Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados</i></p>	<p><i>Reportes estadísticos, Secretaría de Turismo</i></p>	<p><i>Secretaría de Turismo</i></p>	<p><i>Sin dato</i></p>	<p><i>http://www.sectur.oxaca.gob.mx/?pague_id=23</i></p>	<p>Citar con precisión el documento donde se encuentra la información, que la liga electrónica lleve directamente a la información del indicador, ya que no se encuentra</p>
---	---	--	-------------------------------------	------------------------	---	--

<p>Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización</p>	<p>Porcentaje de estudios realizados</p>	<p><i>Estudios realizados. Expediente de la actividad.</i></p>	<p><i>Secretaría de Turismo</i></p>	<p><i>Sin dato</i></p>	<p><i>Dirección de Comercialización Turística</i></p>	<p>Citar con precisión el documento donde se encuentra la información, preferentemente ponerlos a disposición en medios electrónicos.</p>
<p>Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales</p>	<p>Tasa de variación de la afluencia turística en los municipios con vocación turística</p>	<p><i>Boletín informativo (convenios). Sistema de Información Turística Estatal (SITE) SECTUR OAXACA</i></p>	<p><i>Secretaría de Turismo</i></p>	<p><i>Sin dato</i></p>	<p><i>http://www.sectur.oaxaca.gob.mx/?cat=25</i></p>	<p>Citar con precisión el documento donde se encuentra la información, que la liga electrónica lleve directamente a la información del indicador, ya que no se encuentra.</p>

s mediante productos turísticos de calidad que favorezca n su participaci ón en el Sector para generar beneficios económic os y sociales.						
---	--	--	--	--	--	--

Anexo 13. Flujogramas de los procesos identificados

La información documental disponible no aportó elementos suficientes para identificar con precisión los principales procesos de carácter operativo, ni los procesos intersecretariales inherentes en su caso.

Anexo 14. Cadena de Resultados de la Estrategia de Política pública

La información documental disponible no aportó elementos suficientes para identificar con precisión los principales procesos de carácter operativo, ni los procesos intersecretariales inherentes en su caso.

Anexo 15. Complementariedades, similitudes o duplicidades

Información del Pp evaluado			
Nombre del Programa:	103 Promoción turística	Modalidad y clave:	
Dependencia/Entidad:	Secretaría de Turismo	Ramo:	
Unidad Responsable:	Secretaría de Turismo	Clave:	
Tipo de Evaluación:	Estratégica de política pública	Año de la Evaluación:	2019
Información de los Pp analizados			
Descripción			
Nombre del Pp	Programa 197. Comercialización turística.		
Modalidad y clave			
Dependencia o Entidad:	Secretaría de Turismo.		
Ramo	Turismo.		
Problema público que busca resolver	Escasa información estratégica de Municipios del Estado de Oaxaca con vocación turística para su comercialización como destinos turísticos		
Objetivo central	Municipios del estado de Oaxaca con vocación turística cuentan con información estratégica a través de estudios para su comercialización como destinos turísticos.		
Población objetivo	Municipios de interés turístico		
Cobertura geográfica	Doce municipios		
Tipo de Apoyo otorgado	Elaborar estudios de comercialización de los destinos turísticos,		
Relación identificada	Complementariedad.		
Argumentación	La elaboración y fortalecimiento de esquemas comerciales, contribuye a la diversificación de la oferta para el desarrollo turístico, haciéndolo más competitivo, situación que busca el programa de promoción turística.		
Recomendación			

Información del Pp evaluado			
Nombre del Programa:	195 Planeación turística y desarrollo estratégico	Modalidad y clave:	
Dependencia/Entidad:	Secretaría de Turismo	Ramo:	
Unidad Responsable:	Secretaría de Turismo	Clave:	
Tipo de Evaluación:	Estratégica de política pública	Año de la Evaluación:	2019
Información de los Pp analizados			
Descripción			
Nombre del Pp	Programa 198. Desarrollo turístico sustentable.		
Modalidad y clave			
Dependencia o Entidad:	Secretaría de Turismo.		
Ramo	Turismo.		
Problema público que busca resolver	Desaprovechamiento de los recursos de las comunidades Oaxaqueñas en zonas de potencial turístico.		
Objetivo central	Las comunidades oaxaqueñas en zonas con potencial turístico se benefician mediante el aprovechamiento turístico sustentable de sus recursos con la integración de productos turísticos experienciales.		
Población objetivo	Municipios con vocación turística.		
Cobertura geográfica	Cobertura estatal.		
Tipo de Apoyo otorgado	Desarrollo de productos turísticos en rutas y desarrollo de Pueblos Mágicos.		
Relación identificada	Complementariedad.		
Argumentación	Las rutas turísticas y pueblos mágicos se han consolidado con acciones integradoras y visión estratégica, a las que se suma el desarrollo de productos turísticos específicos sin excluir recursos potenciales de ser explotados.		
Recomendación			

Información del Pp evaluado			
Nombre del Programa:	Programa 198. Desarrollo turístico sustentable.	Modalidad y clave:	
Dependencia/Entidad:	Secretaría de Turismo	Ramo:	
Unidad Responsable:	Secretaría de Turismo	Clave:	
Tipo de Evaluación:	Estratégica de política pública	Año de la Evaluación:	2019
Información de los Pp analizados			
Descripción			
Nombre del Pp	195 Planeación turística y desarrollo estratégico.		
Modalidad y clave			
Dependencia o Entidad:	Secretaría de Turismo.		
Ramo	Turismo.		
Problema público que busca resolver	Poca diversificación de la oferta turística destinos tradicionales y potenciales, rutas turísticas y pueblos mágicos		
Objetivo central	Productos turísticos diversificados en los municipios del estado de Oaxaca con vocación turística.		
Población objetivo	Municipios con vocación turística.		
Cobertura geográfica	Cobertura estatal.		
Tipo de Apoyo otorgado	Fortalecer la infraestructura turística.		
Relación identificada	Complementariedad.		
Argumentación	Al mejorarse las condiciones de infraestructura y equipamiento del sector, se favorece la creación de producto turístico en destinos consolidados como las rutas turísticas.		
Recomendación			

Anexo 16. Alineación de programas del Sector Turismo

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
P1 103 Promoción turística	C1 Difusión turística instrumentada	A1 Implementar campañas de promoción nacionales e internacionales	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1: Diseñar una estrategia integral de promoción turística para posicionar a la entidad en la preferencia de los mercados nacionales e internacionales.	Diseñar campañas y acciones de promoción eficaces de los destinos turísticos estatales, apoyadas en canales modernos de comunicación, dirigidas a mercados especializados cautivos y potenciales, para posicionar a la entidad como un destino seguro, confiable y de alta calidad, logrando un mayor aprovechamiento del producto turístico estatal, y aumentando los índices de afluencia,	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1. Diseñar y aplicar campañas y programas de promoción turística eficaces y profesionales de los destinos, rutas, Pueblos Mágicos y productos turísticos de Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para posicionar al estado en los mejores mercados nacionales e internacionales.

					estancia y derrama económica en las regiones.		
		A2 Implementar campañas de reuniones y romance	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales .	Estrategia 3.2: Acceder a nuevos segmentos de mercado para diversificar y consolidar la oferta turística de Oaxaca.	Participar y coordinar ferias turísticas a nivel nacional e internacional conjuntamente con el sector social y privado, para comercializar y consolidar los destinos y productos turísticos que oferta Oaxaca.	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.2. Brindar acompañamiento a las acciones de prospección en nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal para acceder a mercados nacionales e internacionales no explotados.
	C2 Turismo posicionada	A1 Participar en eventos turísticos nacionales e internacionales	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales .	Estrategia 3.1: Diseñar una estrategia integral de promoción turística para posicionar a la entidad en la preferencia de los mercados nacionales e internacionales.	Participar y coordinar ferias turísticas a nivel nacional e internacional conjuntamente con el sector social y privado, para comercializar y consolidar los destinos y productos	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1. Diseñar y aplicar campañas y programas de promoción turística eficaces y profesionales de los destinos, rutas, Pueblos Mágicos y productos turísticos de

					turísticos que oferta Oaxaca.		Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para posicionar al estado en los mejores mercados nacionales e internacionales.
		A2 Atraer eventos de turismo de reuniones y romance	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales .	Estrategia 3.2: Acceder a nuevos segmentos de mercado para diversificar y consolidar la oferta turística de Oaxaca.	Diseñar campañas de promoción dirigidas a aprovechar de manera eficiente los segmentos de mercado de congresos y convenciones, turismo premium, turismo gourmet y turismo religioso, con el objetivo de incrementar los índices turísticos y romper con la estacionalidad.	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.2. Brindar acompañamiento a las acciones de prospección en nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal para acceder a mercados nacionales e internacionales no explotados.

		A3 Atender eventos de turismo de reuniones y romance	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales .	Estrategia 3.2: Acceder a nuevos segmentos de mercado para diversificar y consolidar la oferta turística de Oaxaca.	Diseñar campañas de promoción dirigidas a aprovechar de manera eficiente los segmentos de mercado de congresos y convenciones, turismo premium, turismo gourmet y turismo religioso, con el objetivo de incrementar los índices turísticos y romper con la estacionalidad.	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.2. Brindar acompañamiento o a las acciones de prospección en nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal para acceder a mercados nacionales e internacionales no explotados.
--	--	---	--	--	--	---	---

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
		A4 Participar en eventos de fomento turísticos estatales	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1: Diseñar una estrategia integral de promoción turística para posicionar a la entidad en la preferencia de los mercados nacionales e internacionales.	Participar y coordinar ferias turísticas a nivel nacional e internacional conjuntamente con el sector social y privado, para comercializar y consolidar los destinos y productos turísticos que oferta Oaxaca.	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1. Diseñar y aplicar campañas y programas de promoción turística eficaces y profesionales de los destinos, rutas, Pueblos Mágicos y productos turísticos de Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para posicionar al estado en los mejores mercados nacionales e internacionales.

		A5 Incrementar conectividad	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad.	Estrategia 1.3: Fomentar la conectividad desde los principales mercados nacionales e internacionales hacia los destinos turísticos de Oaxaca, para incrementar la densidad de conexiones aéreas, terrestres y marítimas.	Aplicar programas de mejoramiento de la infraestructura vial para facilitar la conectividad en localidades turísticas del estado, promoviendo la modernización de carreteras, el mejoramiento de accesos y la instalación de señalamiento turístico carretero en las regiones	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.3. Fomentar y aplicar acciones que incrementen la conectividad aérea, terrestre y marítima a los principales destinos turísticos, a través de convenios con empresas de transporte y acciones de mejoramiento de infraestructura, equipamiento y el acceso eficiente, con calidad, a los destinos de turismo del estado, para generar mayor número de opciones de conexión y enlace desde los principales mercados turísticos.
--	--	-----------------------------------	--	---	---	--	--

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
P1 195 Planeación turística y desarrollo estratégico	C1 Planes estratégicos desarrollados	A1 Implementar convenios de coordinación institucional	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad	Estrategia 1.1: Impulsar la articulación presupuestal y programática de las acciones de los tres órdenes de Gobierno y del sector empresarial, orientándolas hacia los objetivos que favorezcan el desarrollo de los destinos turísticos y el aprovechamiento de los recursos potenciales de la entidad.	Firmar convenios de colaboración y coordinación con el sector privado, los gobiernos locales, los prestadores de servicios y el sector académico para la elaboración de estudios de planeación estratégica y el desarrollo de un producto turístico competitivo.	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad .	Estrategia 1.1. Impulsar acciones del sector público y privado, coordinando estrategias con órganos como el Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión de Turismo del H. Congreso del Estado, dependencias estatales, y otras instancias del sector, para contribuir a la consolidación y el desarrollo de destinos turísticos tradicionales y de nueva creación.

		A2 Desarrollar proyectos estratégicos de turismo	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad	Estrategia 1.2: Fomentar el desarrollo turístico sustentable del estado de Oaxaca.	Generar proyectos de clústers turísticos estratégicos para desarrollar zonas de atención especial que fomenten más inversión privada e internacional, mejorando tanto la infraestructura turística como la prestación de los servicios.	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad .	Estrategia 1.6. Diseñar e implementar planes y programas integrales e incluyentes de desarrollo turístico, mediante acciones de planeación estratégica sustentable, integrando a la oferta recursos turísticos competitivos, así como identificando y diseñando nuevos productos de turismo, para fomentar el desarrollo y consolidación de los destinos turísticos estatales.
--	--	--	--	--	---	--	--

	C2 Destinos turísticos fortalecidos	A1 Desarrollar los segmentos de turismo de reuniones y romance en municipios con vocación turística	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor posicionamiento o en los mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.2: Acceder a nuevos segmentos de mercado para diversificar y consolidar la oferta turística de Oaxaca.	Diseñar campañas de promoción dirigidas a aprovechar de manera eficiente los segmentos de mercado de congresos y convenciones, turismo premium, turismo gourmet y turismo religioso, con el objetivo de incrementar los índices turísticos y romper con la estacionalidad	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, y programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad	Estrategia 1.5. Evaluar nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal, para acceder a mercados nacionales e internacionales no explotados anteriormente.
--	--	--	---	---	---	---	---

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
		A2 Implementar programas de equipamiento turístico	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad	Estrategia 1.1: Impulsar la articulación presupuestal y programática de las acciones de los tres órdenes de Gobierno y del sector empresarial, orientándolas hacia los objetivos que favorezcan el desarrollo de los destinos turísticos y el aprovechamiento de los recursos potenciales de la entidad.	Desarrollar programas de infraestructura y equipamiento turístico para apoyar la diversificación e innovación de la oferta de productos, así como la consolidación de las rutas y destinos turísticos del estado	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad .	Estrategia 1.3. Fomentar el diseño e instrumentación de programas sustentables de infraestructura y equipamiento turístico dirigidos al fortalecimiento y la consolidación de los destinos turísticos estatales.

		A3 Ejecutar proyectos para el fortalecimiento de la infraestructura turística	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad .	Estrategia 1.1: Impulsar la articulación presupuestal y programática de las acciones de los tres órdenes de Gobierno y del sector empresarial, orientándolas hacia los objetivos que favorezcan el desarrollo de los destinos turísticos y el aprovechamiento de los recursos potenciales de la entidad	Desarrollar programas de infraestructura y equipamiento turístico para apoyar la diversificación e innovación de la oferta de productos, así como la consolidación de las rutas y destinos turísticos del estado	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad .	Estrategia 1.3. Fomentar el diseño e instrumentación de programas sustentables de infraestructura y equipamiento turístico dirigidos al fortalecimiento y la consolidación de los destinos turísticos estatales.
--	--	--	---	--	--	---	---

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
P1 196 Profesionalización turística	C1 Capacitaciones impartidas	A1 Impartir cursos en materia turística	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	Implementar el Programa Integral de Capacitación, Profesionalización y Cultura Turística de los Prestadores de Servicios Directos y Asociados, con el objetivo de alcanzar la excelencia en la calidad de los servicios ofrecidos.	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.2. Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas, aplicando programas de capacitación dirigida y especializada.
		A2 Realizar pláticas de sensibilización	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad	Estrategia 2.2: Implementar acciones de orientación, asistencia y auxilio al turismo	Desarrollar programas de atención y asistencia para inducir la visita a los sitios turísticos, generando un ambiente de confianza que incremente el	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.2. Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas, aplicando programas de capacitación dirigida y especializada.

			de los servicios turísticos estatales.		grado de satisfacción de las y los visitantes.		
		A3 Impartir cursos de embajadores turísticos	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	Implementar el Programa Integral de Capacitación, Profesionalización y Cultura Turística de los Prestadores de Servicios Directos y Asociados, con el objetivo de alcanzar la excelencia en la calidad de los servicios ofrecidos.	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.2. Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas, aplicando programas de capacitación dirigida y especializada.
	C2 Certificaciones realizadas	A1 Certificar destinos turísticos	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y	Desarrollar programas de certificación, basados en normas nacionales e internacionales, implementados y aplicados en los destinos	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de	Estrategia 2.1. Implementar programas de profesionalización y certificación turística para alcanzar niveles de excelencia en la calidad de

			nte la competitividad de la oferta turística estatal.	competitividad de los servicios turísticos estatales.	turísticos del estado y a los prestadores de servicios turísticos, para garantizar la calidad de los mismos.	profesionalización.	los servicios turísticos que permitan elevar la competitividad de la oferta turística del estado.
--	--	--	---	---	--	---------------------	---

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
		A2 Certificar empresas turísticas	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal.	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	Desarrollar programas de certificación, basados en normas nacionales e internacionales, implementados y aplicados en los destinos turísticos del estado y a los prestadores de servicios turísticos, para garantizar la calidad de los mismos.	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.1. Implementar programas de profesionalización y certificación turística para alcanzar niveles de excelencia en la calidad de los servicios turísticos que permitan elevar la competitividad de la oferta turística del estado.
		A3 Realizar certificaciones especializadas	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el	Desarrollar programas de certificación, basados en normas nacionales e internacionales, implementados	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante	Estrategia 2.1. Implementar programas de profesionalización y certificación turística para alcanzar niveles de excelencia

			incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal.	incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	s y aplicados en los destinos turísticos del estado y a los prestadores de servicios turísticos, para garantizar la calidad de los mismos.	programas de profesionalización.	en la calidad de los servicios turísticos que permitan elevar la competitividad de la oferta turística del estado.
		A4 Organizar cursos para la acreditación de guías de turistas	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal	Estrategia 2.1: Desarrollar e implementar programas y acciones de profesionalización y certificación, para el incremento de la calidad y competitividad de los servicios turísticos estatales.	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una red de guías profesionales, especializados, actualizados y certificados, que generen y mantengan altos estándares de calidad en el servicio de los destinos turísticos del estado. 	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.2. Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas, aplicando programas de capacitación dirigida y especializada

	C3 Asistencia a turistas otorgadas	A1 Dar atención a los turistas en los módulos de información	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal.	Estrategia 2.2: Implementar acciones de orientación, asistencia y auxilio al turismo.	Desarrollar programas de atención y asistencia para inducir la visita a los sitios turísticos, generando un ambiente de confianza que incremente el grado de satisfacción de las y los visitantes.	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.3. Diseñar e implementar programas de orientación, asistencia y auxilio turístico para reforzar la excelencia en los servicios y fortalecer la imagen de Oaxaca como destino seguro.
--	---------------------------------------	---	--	--	--	--	--

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
		A2 Dar atención a turistas afectados	Objetivo 2: Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal.	Estrategia 2.2: Implementar acciones de orientación, asistencia y auxilio al turismo.	Desarrollar programas de atención y asistencia para inducir la visita a los sitios turísticos, generando un ambiente de confianza que incremente el grado de satisfacción de las y los visitantes.	Objetivo 2. Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización.	Estrategia 2.3. Diseñar e implementar programas de orientación, asistencia y auxilio turístico para reforzar la excelencia en los servicios y fortalecer la imagen de Oaxaca como destino seguro.
	C4 Verificaciones normativas realizadas	A1 Verificar el cumplimiento de la normatividad turística					

		A2 Realizar visitas de verificación					
--	--	--	--	--	--	--	--

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
P1 196 Comercialización turística	C1 Esquemas de comercialización creados	A1 Desarrollar estudios de mercado	Objetivo 4: Diseñar sistemas eficientes y actualizados de comercialización para apoyar las labores de promoción y posicionamiento de la oferta turística de Oaxaca.	Estrategia 4.1: Definir los esquemas de comercialización para impulsar los mercados turísticos cautivos y potenciales	Realizar los estudios de mercado correspondientes para determinar los segmentos turísticos con mayor potencial para la entidad	Objetivo 4. Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización	Estrategia 4.1. Instrumentar programas de comercialización eficaces, a través del análisis de las características de los mercados cautivos y potenciales, para impulsar el incremento de la afluencia y la derrama turísticas
		A2 Integrar las evaluaciones operativas y comerciales de productos turísticos					
	C2 Monitoreo turístico realizado	A1 <i>No registró actividades</i>	Objetivo 4: Diseñar sistemas eficientes y actualizados	Estrategia 4.2: Definir programas de monitoreo de la actividad	Monitorear el Sistema de Información Estadística denominado	Objetivo 4. Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento	Estrategia 4.3. Aplicar programas de monitoreo de la actividad

			de comercialización para apoyar las labores de promoción y posicionamiento de la oferta turística de Oaxaca.	turística de Oaxaca.	“datatur” de la ciudad de Oaxaca de Juárez, Bahías de Huatulco y Puerto Escondido	to mediante la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización	turística de Oaxaca, privilegiando el uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para generar bases de datos que fundamenten la toma de decisiones de desarrollo turístico.
--	--	--	--	----------------------	---	---	--

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
P1 198 Desarrollo turístico sustentable	C1 Productos turísticos desarrollados	A1 Desarrollar producto en rutas turísticas	Objetivo 5: Impulsar el desarrollo sustentable de las comunidades oaxaqueñas ubicadas en zonas de potencial turístico, favoreciendo su participación en el sector para generar beneficios económicos y sociales en el estado	Estrategia 5.1: Promover acciones coordinadas que aprovechen de manera sustentable los recursos culturales y naturales de la entidad, generando oportunidades de desarrollo.	<ul style="list-style-type: none"> Llevar a cabo la reingeniería de las "Rutas Turísticas" con la finalidad de promover polos de desarrollo económico en las ocho regiones del estado. 	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.	Estrategia 3.1. Diseñar y aplicar campañas y programas de promoción turística eficaces y profesionales de los destinos, Pueblos Mágicos y productos turísticos de Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para posicionar al estado en los mejores mercados nacionales e internacionales.

Programa	Componente	Acción	PED objetivo	PED estrategia	PED línea de acción	PES objetivo	PES estrategia
		A2 Realizar proyectos para fortalecer los pueblos mágicos	Objetivo 5: Impulsar el desarrollo sustentable de las comunidades oaxaqueñas ubicadas en zonas de potencial turístico, favoreciendo su participación en el sector para generar beneficios económicos y sociales en el estado	Estrategia 5.1: Promover acciones coordinadas que aprovechen de manera sustentable los recursos culturales y naturales de la entidad, generando oportunidades de desarrollo.	Apoyar el proceso de consolidación de los “Pueblos Mágicos” de Oaxaca y la consecución de nuevos nombramientos para otras comunidades.	Objetivo 3. Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales .	Estrategia 3.1. Diseñar y aplicar campañas y programas de promoción turística eficaces y profesionales de los destinos, rutas, Pueblos Mágicos y productos turísticos de Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para posicionar al estado en los mejores mercados nacionales e internacionales.
		A3 Desarrollar productos del segmento	Objetivo 3: Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su mejor	Estrategia 3.2: Acceder a nuevos segmentos de mercado para diversificar y consolidar la	Diseñar campañas de promoción dirigidas a aprovechar de manera eficiente los segmentos	Objetivo 1. Fortalecer la oferta turística estatal, diseñando y aplicando planes,	Estrategia 1.5. Evaluar nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal,

		de reuniones y romances	posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales.	oferta turística de Oaxaca.	de mercado de congresos y convenciones, turismo premium, turismo gourmet y turismo religioso, con el objetivo de incrementar los índices turísticos y romper con la estacionalidad.	programas y proyectos integrales de desarrollo turístico, sobre esquemas de competitividad y sustentabilidad.	para acceder a mercados nacionales e internacionales no explotados anteriormente.
	C2 Destinos de naturaleza y culturales apoyados	A1 Desarrollar proyectos en destinos de naturaleza	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad.	Estrategia 1.2: Fomentar el desarrollo turístico sustentable del estado de Oaxaca.	<ul style="list-style-type: none"> Fomentar programas de rescate cultural, arquitectónico y natural en los municipios del estado con potencial turístico, para impulsar su aprovechamiento o sustentable y reforzar su identidad. 	Objetivo 5. Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.	Estrategia 5.1. Diseñar y desarrollar programas dirigidos al aprovechamiento de los recursos naturales de las regiones de la entidad, para desarrollar y apuntalar productos de naturaleza, incorporando a las comunidades rurales a los beneficios de la actividad turística.

		A2 Desarrollar proyectos en destinos culturales	Objetivo 1: Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad.	Estrategia 1.2: Fomentar el desarrollo turístico sustentable del estado de Oaxaca.	Impulsar acciones institucionales de desarrollo para el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales y culturales en las reservas de Oaxaca.	Objetivo 5. Contribuir al desarrollo sustentable de las comunidades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el Sector para generar beneficios económicos y sociales.	Estrategia 5.2. Aplicar acciones de identificación de comunidades con recursos naturales y culturales con vocación turística, mediante acciones de trabajo en campo, para generar oportunidades de desarrollo y crecimiento turístico.
--	--	--	---	--	--	--	--

Anexo 17. Situación actual del sector Turismo en el Estado de Oaxaca

CUARTO INFORME DE GOBIERNO

TURISMO

Oaxaca es fiesta, música, color y hermandad. Sin importar a donde se mire, es una tierra que deja encantados a todos sus visitantes. Debido a su riqueza cultural y natural, así como a la generosa vocación de hospitalidad de sus habitantes, el turismo se ha consolidado como un factor esencial para el desarrollo económico y social de Oaxaca. Es por ello que, ante una circunstancia tan grave como la de la actual pandemia provocada por el COVID-19, que establece principalmente restricciones totales o parciales en cuanto a la movilidad, el desplazamiento de personas y la concurrencia a sitios públicos, el turismo es uno de los sectores que ha resultado más afectado y golpeado en el presente año.

A pesar de esto, el Gobierno del Estado, aun en medio de la crisis sanitaria, ha llevado a cabo diversas acciones para fortalecer a este sector y a los miles de oaxaqueños y oaxaqueñas que dependen de las actividades turísticas y otras asociadas. Estas acciones se inscriben en los objetivos definidos por el Gobierno del Estado como base de su visión de crear, construir y crecer; y se concretan a través de cinco rubros fundamentales en materia turística: planeación estratégica, profesionalización, promoción, comercialización y desarrollo sustentable.

De este modo, entre las acciones de gran magnitud emprendidas por esta Administración, en coordinación con el Gobierno Federal, se encuentra el diseño de la “*Estrategia de Turismo Comunitario y Sustentable*”, integrada a través de la participación de Oaxaca en la creación del “*Programa de Desarrollo del Istmo de Tehuantepec*”, en el cual se fundamenta el impulso al Corredor Multimodal Interoceánico, uno de los proyectos prioritarios que la Federación lleva a cabo en nuestra entidad. Dicha estrategia provee a corto, mediano y largo plazo los esquemas y directrices que se plantean e integran a los objetivos de progreso de la entidad por parte de los gobiernos Federal y Estatal; y se convertirá en una verdadera herramienta de desarrollo para los habitantes de los municipios de esa región que cuenten con potencial turístico, entre los 41 que están considerados en el citado Programa.

En cumplimiento de los compromisos establecidos por el Gobierno Estatal en materia de desarrollo, en el primer trimestre del año, se dio conclusión a la obra “*Mejoramiento del Alumbrado Público*”, en la localidad de San Pablo Villa de Mitla, en los Valles Centrales. Esta obra, realizada con una inversión de 5,200,000.00 pesos, beneficia a 12,500 habitantes de esa comunidad que cuenta con el nombramiento de Pueblo Mágico. Los trabajos realizados permitieron la instalación de 107 luminarias que brindan seguridad a turistas y pobladores, en el corredor de acceso a la zona arqueológica.

Igualmente, atendiendo el compromiso gubernamental con la localidad de San Baltazar Guelavila, en los Valles Centrales, durante el segundo trimestre del presente año, se elaboró un estudio para el diseño de una ruta de caminata y bicicleta de montaña, que incorpora la visita a la zona conocida como Las Salinas, brindando elementos para incorporar a Guelavila a la oferta de la “*Ruta Caminos del Mezcal*”, potenciando sus atractivos y generando un flujo turístico hacia la comunidad, beneficiando de este modo a sus 3,130 habitantes.

Asimismo, dado que el turismo religioso es uno de los segmentos que aportan un mayor flujo de turistas al Estado (tan solo durante 2019, el santuario de Santa Catarina Juquila recibió más de un millón de peregrinos), en el mes de octubre se iniciará la elaboración del “*Estudio Diagnóstico*

y *Factibilidad de la Ruta Turística Religiosa*”, el cual permitirá a las comunidades por donde se desplazan los peregrinos contar con elementos para emprender negocios de apoyo a esos visitantes, quienes requieren servicios y equipamiento de apoyo a lo largo de su trayecto. Se proyecta concluir el estudio en el mes de diciembre, dando así cumplimiento al compromiso establecido, consistente en apoyar el desarrollo del turismo religioso.

En materia de desarrollo de los cinco Pueblos Mágicos¹ de Oaxaca, y a fin de hacer eficientes las labores de planeación, durante el mes de abril, la Secretaría de Turismo (SECTUR) estatal apoyó y asesoró directamente a las autoridades municipales de esas localidades en la integración de indicadores para el Sistema de Información Turística, que permitirá realizar un seguimiento ordenado y esquematizado de datos estadísticos, además de facilitar las labores de evaluación de los trabajos que se realizan para el posicionamiento de sus productos turísticos. Además, este Sistema permitirá, de resultar necesario, reorientar las estrategias de desarrollo turístico, ya que brinda información real y fidedigna de los indicadores de desempeño.

Como parte de las acciones que el Gobierno del Estado lleva a cabo para lograr la permanencia de los cinco Pueblos Mágicos oaxaqueños en el programa federal, se brindó apoyo de gestión y coordinación a las autoridades de esas localidades en el proceso de integración de las carpetas ejecutivas que la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República establece como requisitos en el citado proceso, con lo cual se logró que, por cuarto año consecutivo en esta Administración, esas comunidades mantengan el citado nombramiento.

A finales del mes de septiembre, el Gobierno del Estado organizó y coordinó la celebración de la firma de la Carta de Hermanamiento de estos cinco Pueblos Mágicos, en el marco del quinto aniversario de haber sido otorgado este nombramiento a las localidades de San Pablo Villa de Mitla, San Pedro y San Pablo Teposcolula, El Mazunte y Huautla de Jiménez. Esta acción, a la que se integró el municipio de Capulálpam de Méndez, tiene el objetivo de establecer un marco de coordinación y compromiso entre dichas comunidades y esta Administración, para fortalecer la estrategia estatal de desarrollo del turismo y mantener ese importante nombramiento durante el proceso de evaluación que anualmente realiza la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal.

Asimismo, con la finalidad de posicionarlos en los mercados nacionales de turismo, se gestiona una inversión de 1,200,000.00 pesos para apoyar a los cinco Pueblos Mágicos de Oaxaca en las tareas de organización, logística y desarrollo de producto turístico que se presentará en el mes de noviembre en la segunda edición del *“Tianguis Turístico de Pueblos Mágicos”*, principal evento de promoción y venta de los productos turísticos de estos destinos oaxaqueños. La participación en este Tianguis es igualmente uno de los requisitos esenciales establecidos por el Gobierno de la República para continuar la evaluación de permanencia de las comunidades en el programa federal.

Por otra parte, en este año se concluyó la elaboración de la *“Guía Turística de la Ruta Mágica de las Artesanías”*, cumpliendo el compromiso referente al desarrollo de un corredor turístico que incluya los atractivos de las localidades de San Antonio Arrazola, Cuilálpam de Guerrero y la Villa de Zaachila a la oferta turística de los otros seis municipios (Santa María Atzompa, San Bartolo Coyotepec, San Martín Tilcajete, Santo Tomás Jalieza, San Antonino Castillo Velasco y Ocotlán de Morelos), que conformaban inicialmente esta ruta. Con esta acción se apoya a más de 65,900 habitantes de las tres primeras localidades.

En virtud de que uno de los objetivos prioritarios del Gobierno del Estado y de su Secretaría de Turismo es impulsar el desarrollo turístico mediante acciones diversas que contribuyan a la recuperación económica de este importante sector, en coordinación con la Secretaría de Turismo

¹ Villa de Capulálpam de Méndez, San Pedro y San Pablo Teposcolula, San Pablo Villa de Mitla, Huautla de Jiménez y la agencia El Mazunte, en Santa María Tonameca.

del Gobierno Federal, en el mes de octubre, se llevará a cabo el “*Taller Virtual de Orientación sobre Fuentes de Financiamiento, Inversión y Proveeduría a Empresas Turísticas*”, enfocado a MIPyMES del sector turístico, con la finalidad de fortalecer los esquemas de financiamiento que ofrece la banca de desarrollo para el impulso a proyectos orientados a vigorizar y reforzar la cadena de proveeduría. Se prevé una participación de 200 empresarios en este Taller.

Durante el año que se informa se fortalecieron las acciones que buscan elevar los niveles de profesionalización de los prestadores de servicios turísticos, así como de todas las personas que brindan atención a los visitantes, en cumplimiento de un objetivo prioritario del Gobierno del Estado para lograr que Oaxaca sea un destino competitivo en los mercados de turismo nacionales e internacionales.

Una característica muy reconocida año con año por nuestros visitantes es la atención y asistencia brindadas durante su estancia en la entidad, por parte del Gobierno Estatal a través de la SECTUR; un servicio personalizado y gratuito en áreas especializadas en las que se proporciona información turística oportuna, completa, veraz y actualizada. Una de las principales herramientas en este propósito es el programa denominado “*Embajadores turísticos*”, integrado en este año con 45 jóvenes estudiantes de nivel medio superior y superior de los Valles Centrales, quienes del 31 de marzo al 3 de abril se profesionalizaron en los temas de “Cultura y sensibilización turística”, “Atención a turistas”, “Comunicación asertiva”, “Trabajo en equipo” e “Inclusión”.

Como parte de estas acciones y en seguimiento de la estrategia “*Misión por la inclusión 2022*”, presentada por el Gobierno del Estado, del 31 de enero al 14 de febrero, de manera coordinada con el Sistema Estatal para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), se impartió a 30 personas (funcionarios de la SECTUR y embajadores turísticos) el curso denominado “*Lengua de señas mexicanas*”, con el propósito de contar con personal capacitado en las áreas de contacto con el público y brindar en ellas atención personalizada, pronta y expedita.

Dentro de esta estrategia, cuyo fin es velar por los derechos de todas y todos los oaxaqueños y eliminar cualquier tipo de discriminación, para que todos sin excepción tengan las mismas oportunidades de desarrollo, en coordinación con el Sistema DIF estatal y el Consejo Estatal para la Prevención y el Control del SIDA (COESIDA), en los meses de enero a abril, se implementó por primera vez el programa de capacitación presencial “*Sembrando igualdad, turismo accesible e incluyente*”, el cual tiene como principal objetivo sensibilizar a las y los prestadores de servicios turísticos sobre la igualdad y no discriminación. Mediante este Programa, se impartieron 22 cursos que beneficiaron a 1,110 prestadores de servicios turísticos de las ocho regiones de la entidad.

De la misma manera, con la finalidad de sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos para fortalecer la oferta turística hacia la comunidad lésbico, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti e intersexual (LGBTTTI), durante el mes de febrero, a través de la Campaña “*Febrero, mes de la inclusión LGBTTTI*”, se realizaron dos actividades recreativas en la ciudad de Oaxaca: la primera fue una presentación grupal (*flashmob*) bajo el título “*Amor es inclusión*”, con la participación de 200 personas, entre ellas prestadores de servicios turísticos y miembros de dicha comunidad; y la segunda, una carrera deportiva de cinco kilómetros, en la que participaron 500 personas.

También en el mes de enero se reactivó la campaña “*Guía de Turistas Certificado*”, que esta Administración implementó con el fin de incentivar a los turistas a contratar únicamente recorridos brindados por personas acreditadas por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México y habilitadas para brindar al visitante orientación e información profesional sobre el patrimonio cultural y natural de Oaxaca, así como sobre los atractivos, destinos y servicios turísticos. Más de 550 guías de turistas certificados se benefician con esta campaña, así como miles de turistas nacionales y extranjeros que visitan al Estado y que reciben un servicio con calidad y seguridad.

Entre enero y abril de este año, se impartieron pláticas de sensibilización, conferencias, foros y cursos para guías de turistas, así como cursos presenciales diversos, orientados a la profesionalización del sector turístico: básicos, a nivel gerencial, por puesto y por área de trabajo. Estos cursos beneficiaron a 623 personas, enfocando sus impactos en las regiones de Valles Centrales, Costa, Mixteca, Cañada y Papaloapan. Asimismo, se implementó por primera vez un programa de capacitación en línea para guías de turistas, beneficiando a 50 de estos profesionales.

Durante el mismo período, se implementó el programa de capacitación presencial *“Oaxaca Tu Segundo Hogar”*, dirigido a policías, taxistas y locatarios de mercados, mediante el cual se impartieron 40 cursos de capacitación, beneficiando a 1,997 personas de los municipios de Oaxaca de Juárez, San Agustín Etla, Villa de Zaachila, Tlacolula de Matamoros, Santa María Atzompa, Santa Lucía del Camino, Santa María Huatulco, San Pedro Mixtepec, Santa María Colotepec, San Pedro Pochutla, Huajuapán de León, Tamazulapán del Progreso y San Juan Bautista Tuxtepec.

En este mismo sentido, en alianza y coordinación con empresarios de la industria de hospedaje, durante el mes de abril se implementaron dos cursos sobre *“Estrategias digitales para hoteleros en tiempos de crisis”*, con lo cual se benefició a 46 empresas.

Con la certeza de que los esfuerzos de concientización en el rubro turístico deben dirigirse también hacia temas de responsabilidad social, se desarrolló un programa de sensibilización basado en el *“Código de Conducta Nacional para la Protección de Niñas, Niños y Adolescentes”*, instrumento federal que orienta y compromete a la industria turística en la aplicación de acciones de prevención, detección y denuncia de los delitos de explotación sexual y laboral de niñas, niños y adolescentes en el sector de los viajes y el turismo.

Como parte de dicho Programa, durante la presente Administración, 26 empresas han implementado este Código, con lo cual son ya 30 las empresas que se comprometen con esta importante causa. Además, en el mes de julio fue impartida la videoconferencia *“El compromiso del sector turístico en la prevención y combate a la explotación humana”*, que muestra el proceso de implementación de ese Código.

Esta videoconferencia obtuvo una audiencia de 946 personas, tanto prestadores de servicios como estudiantes, de los municipios de Oaxaca de Juárez, San Agustín Etla, Villa de Zaachila, Tlacolula de Matamoros, Santa Lucía del Camino, Santa María Huatulco, San Pedro Mixtepec, Santa María Colotepec, San Pedro Pochutla, Heroica Ciudad de Huajuapán de León, Tamazulapán del Progreso y San Juan Bautista Tuxtepec.

Del mismo modo, desde el mes de abril y hasta el mes de septiembre, se llevó a cabo, por primera vez en el Estado, el programa de capacitación en línea *“Fortaleciendo la industria turística”*, integrado por 23 cursos dirigidos a prestadores de servicios turísticos, catedráticos y estudiantes de la carrera de Turismo de toda la entidad, y cuyo principal objetivo fue ofrecer profesionalización especializada mediante las plataformas virtuales. Este programa benefició a 2,946 personas de todas las áreas que conforman el sector turístico en las ocho regiones de Oaxaca.

Con similar propósito, y en coordinación con la organización “Identidad y Desarrollo”, durante los meses de abril a julio, se desarrolló el *“Seminario de innovación de productos y destinos turísticos”*, que fue impartido en línea. En la entidad, 188 prestadores de servicios de las ocho regiones obtuvieron, por parte de la misma organización, una beca que cubrió el costo total del seminario, mismo que tuvo participantes de otros estados de la República y de varios países.

Igualmente, con motivo del Día Mundial del Turismo (celebrado en septiembre de cada año), del 27 de septiembre al 2 de octubre se ofreció un ciclo de videoconferencias denominado *“Turismo Rural: la Grandeza de nuestro Estado. Oaxaca Vívelo”*, dirigido a prestadores de servicios

turísticos, estudiantes, catedráticos y público en general, a fin de concientizar sobre la importancia de defender, proteger y desarrollar las zonas rurales; elevar el nivel de bienestar de los habitantes de las mismas; y debatir las múltiples ventajas y desventajas de desarrollar el turismo en áreas rurales.

Las actividades incluyeron seis videoconferencias, con temas como *“Pueblos Mágicos de México: una alternativa de viaje en la nueva normalidad”*, *“Beneficios de las herramientas digitales en la industria turística”* y *“Coronavirus y viajes”*, que en total alcanzaron una audiencia de 1,218 personas conectadas en la plataforma Facebook Live, así como un impacto en publicaciones en Facebook de 167,243 personas.

También como parte de este ciclo virtual se realizaron 14 actividades, como conversatorios, demostraciones y charlas gastronómicas, bajo el título *“Oaxaca es Gastronomía”*, a cargo de cinco chefs reconocidos internacionalmente y nueve cocineras tradicionales de siete regiones del Estado, con la finalidad de mostrar la variedad de platillos que pueden disfrutarse en cada rincón de la entidad, sumando también al emblemático mezcal oaxaqueño, que acompaña su vasta gastronomía. Estas presentaciones generaron un alcance estimado de más de 200 mil personas en redes sociales.

Para llevar a cabo un trabajo coordinado con el personal de la policía turística y los jóvenes estudiantes que integran el programa federal *“Embajadores Turísticos”*, en el mes de octubre se celebrará un convenio de colaboración entre la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) y la SECTUR estatal, con el fin de brindar a los visitantes información turística en los módulos de seguridad ubicados en el parque El Llano, jardín Conzatti, calle Allende y Alameda de León, así como en los módulos turísticos localizados en la terminal de autobuses de primera clase (ADO) y en la calle de Allende.

Por otra parte, con el fin de promover el cumplimiento de la Ley General de Turismo en lo referente a la inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT), como un requisito para contar con una certificación de calidad, en lo que va de la presente Administración se ha logrado la inscripción de 1,167 prestadores de servicios turísticos de las ocho regiones del Estado, al pasar de 61 registros en 2016 a 1,228 en septiembre de 2020.

Para dar inicio a las actividades en torno a las Fiestas de la Guelaguetza, fue emitida la convocatoria para elegir la imagen de la *Guelaguetza 2020*, obteniendo una participación histórica de 67 obras inéditas de otros tantos artistas oaxaqueños. La obra ganadora, denominada *“Trenzando magia”*, plasma a la mujer como símbolo de la madre tierra, dadora de toda riqueza, y refleja la belleza de Oaxaca a través de representaciones de las danzas emblemáticas de sus diversas regiones. Además de entregar un reconocimiento a la artista, se difundió su obra en medios diversos y se mantuvo la exposición virtual *“Pinceladas de Tradición”*, en el sitio www.oaxaca.travel, que exhibió durante el mes de julio las obras participantes, con una afluencia de más de 800 visitantes.

Ante la contingencia derivada del COVID-19, las actividades de la máxima fiesta de los oaxaqueños se celebraron con programas especiales en coordinación con la Secretaría de las Culturas y Artes de Oaxaca (SECULTA), la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV) y la Secretaría de Economía (SE), con retransmisiones de presentaciones pasadas de la Guelaguetza y material videográfico informativo sobre las distintas comunidades que han participado en ella. Además, se llevaron a cabo paneles, talleres y charlas que alcanzaron una audiencia de 1,091,494 personas a través de las redes sociales institucionales.

Tras la reprogramación del *“Tianguis Turístico México 2020”* debido a la contingencia sanitaria, los días 23 y 24 de septiembre, Oaxaca estuvo presente con un stand virtual en el *“Primer Tianguis Turístico Digital 2020”*, a través de la plataforma provista por la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, donde de manera coordinada con los prestadores de servicios del sector, se

promovió la oferta turística estatal, integrada por los destinos turísticos, gastronomía, Pueblos Mágicos, zonas arqueológicas, rutas turísticas, artesanías, playa, ecoturismo, cultura y tradición.

Durante este encuentro virtual participaron 43 prestadores de servicios de los tres principales destinos turísticos, y de las regiones Sierra Norte y Papaloapan, en coordinación con representantes del Gobierno del Estado; y se atendieron 37 citas de negocios con diversas empresas (aerolíneas, tour operadores, agencias de viajes y socios comerciales), generando más de 250 contactos comerciales interesados en la oferta turística de Oaxaca, así como promoción mediante entrevistas con medios nacionales especializados.

El fortalecimiento de los esquemas de comercialización de los productos turísticos oaxaqueños, así como la elevación de la competitividad de la oferta de turismo del Estado, están asociados a la conectividad hacia y desde los destinos turísticos de Oaxaca, pues esta permite y favorece el desplazamiento no sólo de los visitantes sino también de los propios habitantes de las comunidades, y los prestadores de servicios, productos y mercaderías.

De este modo, al mes de marzo del presente ejercicio, la conectividad de la entidad mantuvo sus volúmenes y capacidad de recepción de nuevos vuelos y conexión con nuevos destinos, presentando un total de 35 rutas activas (27 nacionales, cinco internacionales y dos locales), mismas que conectaban a Oaxaca con 16 destinos (nueve nacionales, cuatro internacionales y tres locales), a través de diez diferentes aerolíneas.

A estas rutas se añadió la ruta Tuxtla Gutiérrez-Oaxaca-Tuxtla Gutiérrez, lograda en estrecha coordinación con la línea aérea “Aeromar”, y que inició operaciones en el primer trimestre del año con seis vuelos a la semana, de lunes a sábado. Estos asientos adicionales se sumaron a la oferta promedio mensual acumulada para el Estado, alcanzando los 128,790 asientos disponibles al cierre de marzo. **[Cuadro Estadístico 4.3.4.]**

Derivado de las gestiones tendentes a mantener la conectividad en la entidad, durante el mes de agosto, la aerolínea *American Airlines* reinició las operaciones de las rutas Dallas Fort Worth-Oaxaca y Dallas Fort Worth-Huatulco. Así también, la aerolínea *Volaris* reinició las operaciones de su vuelo Los Ángeles-Oaxaca.

Igualmente, como resultado de la participación de Oaxaca en el pasado Tianguis Turístico Virtual, se acordó con la aerolínea *Volaris* la reactivación, en el mes de noviembre, del vuelo Mérida-Oaxaca, así como la apertura, en el mes de diciembre, de la ruta Cancún-Oaxaca, de gran importancia al ser ese destino caribeño punto clave para los vuelos de conexión, ya que su aeropuerto presenta el mayor arribo de turistas después del aeropuerto de la Ciudad de México.

En este contexto, gracias a los resultados obtenidos en materia de conectividad y en especial a la afluencia de pasajeros dentro del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Oaxaca, la empresa ASUR anunció la inversión, en dos etapas, de 948 millones de pesos destinados a la ampliación y reconfiguración de la plataforma comercial y el edificio terminal.

Para brindar atención al compromiso de gobierno referente a “*Programas de fomento del destino turístico en temporada baja, en bahías de Huatulco*”, se inició la elaboración del “*Estudio de mercado para el desarrollo de estrategias de conectividad marítima, posicionando a la Bahía de Huatulco como destino internacional*”, cuya conclusión se proyecta para el mes de octubre.

Entre los objetivos de este Gobierno, la atracción de inversiones privadas en el sector turístico de Oaxaca es prioritaria, pues genera beneficios inmediatos mediante la creación de empleos y, en el mediano y largo plazo, añade valor agregado a la oferta de turismo estatal. Es por ello que, en cumplimiento del compromiso de gobierno, relativo a fomentar la creación de mayor infraestructura en Huatulco, que es el principal destino de playa de la entidad, en el segundo trimestre del año, se elaboró un estudio de mercado que integra los indicadores, características principales y fortalezas de este importante centro turístico, el cual pretende ser un facilitador en

la toma de decisiones para las personas interesadas en emprender negocios en este destino, lo cual beneficiará a más de 45 mil personas del municipio de Santa María Huatulco. Igualmente, se proyecta contar al final de este año con un documento similar que permitirá cumplir el compromiso adquirido, en este sentido, con la localidad de Puerto Escondido.

En 2020, el Gobierno del Estado fortaleció las diversas acciones y campañas de promoción que se diseñan, desarrollan y aplican con el objetivo de posicionar a Oaxaca, en los mercados nacionales e internacionales, como un producto turístico de calidad mundial. En estos esfuerzos, la marca “*Oaxaca lo tiene todo*” (que integra la oferta de turismo estatal y promueve los diferentes destinos, rutas, “*Pueblos Mágicos*” y productos que conforman la riqueza oaxaqueña en el sector turístico) continúa generando interés, en turistas de todo el mundo, para visitar la entidad.

Entre estas acciones, destaca la participación del Estado, del 22 al 26 de enero, en la *Feria Internacional de Turismo* (FITUR) dentro del pabellón de México, para promover la riqueza turística y gastronómica de Oaxaca en una de las ferias más importantes del mercado internacional.

En el contexto de la Feria, se llevó a cabo una reunión con autoridades del Centro Culinario Vasco (Basque Culinary Center), universidad de ciencias gastronómicas ubicada en San Sebastián, España, donde se llevó a cabo un intercambio de conocimientos y experiencias, con las cuales se busca fortalecer el Centro Gastronómico Oaxaqueño que se proyecta crear en la entidad.

De igual modo, se establecieron acuerdos para realizar campañas de promoción y comercialización con las principales touroperadoras de Europa, como “Viajes El Corte Inglés”, “TUI Spain”, “Grupo Avasa” y “Logitravel”, y se llevaron a cabo 50 reuniones de trabajo con touroperadores e instituciones de turismo, en las cuales se plantearon alianzas diversas para incrementar el turismo europeo a Oaxaca, así como herramientas y esquemas de promoción de la oferta turística de la entidad, en las que destacaron las relativas a la experiencia de turismo en la ciudad de Oaxaca y en la región Costa, además de la gestión de un *press trip* (viaje de prensa) al Estado en el presente año, con la participación de seis medios españoles de alto nivel en el ámbito turístico.

De esta forma, como parte de las acciones asociadas a la realización de esta Feria, se llevó a cabo una campaña de difusión en Europa, en el mes de marzo, con la compañía “Native Trails”, especializada en el desarrollo y realización de viajes a México, con la cual se firmó un convenio por 92,800.00 pesos (integrados en el presupuesto de FITUR). La campaña, cuyo objetivo fue difundir la oferta turística de Oaxaca entre los principales operadores de Alemania, Reino Unido, Francia, Suiza, Austria, Bélgica, Irlanda y Luxemburgo, incluyó un webinar promocional dirigido a agentes de viajes de esos países, y una publicación en las cuentas de redes sociales de la compañía, así como material turístico de Oaxaca en su directorio de hoteles, en idiomas inglés, alemán, francés y español.

Por otra parte, para fortalecer los productos turísticos de Oaxaca y su difusión en distintos mercados, el Gobierno del Estado apoyó en este año la promoción de diversos eventos en destinos de la entidad.

Así las cosas, del 17 al 19 de enero, difundió el “*VIII Torneo Internacional de Pez Dorado*”, en Puerto Angelito, Puerto Escondido, competencia de pesca deportiva que se caracteriza por enfocarse a atraer turistas provenientes de distintos estados de México y también de países como Estados Unidos de América, Canadá, Italia y Perú. Igualmente, competidores de varias localidades de la región de la Costa, como Huatulco, Puerto Ángel, Chachagua y la propia comunidad anfitriona participaron en el evento, realizado en coordinación con las autoridades municipales y el club local de pesca deportiva “Fragatas de Puerto Escondido”.

Además, del 31 de enero al 3 de febrero, se llevó a cabo el “*Festival Nudista*”, en la playa de Zipolite, perteneciente al municipio de San Pedro Pochutla. El Gobierno del Estado realizó una inversión de 350 mil pesos para apoyar la realización del Festival, con el propósito de lograr un evento con mayor impacto e impulso como producto de calidad turística.

El Festival reportó un 100% de ocupación hotelera y un alto porcentaje de participación turística, con un promedio de 4,500 personas por día, y particularmente la presencia de 1,700 nudistas provenientes de la Ciudad de México y de 25 estados de la República, entre ellos Puebla, Veracruz y Chihuahua, así como de 18 países como Estados Unidos de América, Canadá, El Salvador, Guatemala, Argentina, Francia, Italia, Inglaterra y Austria, generando una derrama económica de 13 millones de pesos, derivada de los servicios de hospedaje y alimentos en establecimientos de dicho municipio y otros alrededores.

Complementariamente, durante el periodo comprendido de enero a marzo, en colaboración con 22 municipios y organizaciones no gubernamentales, se brindó cobertura de difusión y promoción a 25 actividades culturales, deportivas, gastronómicas, artesanales, dancísticas y tradicionales, entre las cuales destacan el aniversario del nombramiento de Capulálpam de Méndez como “Pueblo Mágico de México” y el “Carnaval Putleco”, en la localidad de Putla Villa de Guerrero.

Con motivo del incremento de vuelos hacia los destinos turísticos de la entidad, en el mes de febrero se participó en el evento “*Seminario Ruta Sureste*”, organizado por la aerolínea “Aeromar”, también en la Ciudad de México, donde se dieron a conocer los principales destinos y atractivos turísticos del Estado ante 200 agentes de viajes.

Asimismo, Oaxaca se sumó a la campaña “*Tendencias de Viaje 2020*”, realizada por Expedia, agencia de viajes internacional en línea, cuyo objetivo fue promover entre sus seguidores y clientes las ciudades que se convirtieron en tendencia este año a través de las plataformas digitales de esa empresa. Del 3 al 7 de febrero se difundieron las distintas actividades que pueden realizar los turistas en la entidad, logrando un alcance de más de 800 mil personas.

En el mes de marzo, el Gobierno del Estado a través de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca (OCV), participó en el Congreso Nacional de la Asociación Mexicana de Recintos Feriales (AMEREF), el cual tiene como objetivo fundamental impulsar, promover y desarrollar recintos feriales, congresos, convenciones, ferias, exposiciones y todo tipo de eventos colectivos en el país, coadyuvando a su profesionalización y fortaleciendo su proyección regional, nacional e internacional mediante la realización de eventos de turismo de reuniones.

La participación en este foro ha posicionado a Oaxaca como uno de los mejores destinos para el segmento de turismo de reuniones, y constituye una importante herramienta para la atracción de eventos hacia la entidad, que demuestra con ello su capacidad de albergar congresos, convenciones, expos y viajes de incentivos, que favorecen a toda la cadena de valor.

Durante el presente año, Oaxaca realizó 16 postulaciones para ser sede de este tipo de eventos, de los cuales, a causa de la pandemia, únicamente dos se concretaron, generando una derrama económica de 9,586,200.00 pesos.

De igual manera, se brindó apoyo de gestión y logístico a la empresa “Nippur Media”, productora de la Ciudad de México, para la realización del programa “*Motor Oax*”, una serie producida para el canal de televisión Discovery Channel y enfocada a los entusiastas de la restauración de vehículos. A lo largo de sus capítulos, la serie muestra lugares y atractivos emblemáticos del Estado de Oaxaca. La primera temporada se lanzó en el mes de mayo, únicamente para audiencias de los Estados Unidos de América, generando una audiencia de 3 millones de personas por capítulo.

Como resultado de las campañas de promoción aplicadas durante la presente Administración, la entidad recibió diversos reconocimientos por la calidad y características de su oferta de turismo.

Destaca entre ellos el otorgado a Oaxaca en el mes de julio en el certamen “*The World’s Best*” (Lo mejor del mundo) de *Travel+Leisure*, la revista internacional de viajes más importante del mundo, que año con año realiza una encuesta para que las y los viajeros compartan sus opiniones sobre los principales destinos y las compañías de viajes, y así premiar a los mejores. En este año, la ciudad de Oaxaca fue reconocida con el primer lugar en las categorías “Top City Overall” y “Top City México”, que premian, respectivamente, a las mejores ciudades del mundo y a las mejores en la República Mexicana.

A partir del 21 de julio, la empresa de difusión de contenidos audiovisuales en línea *Netflix*, difunde la docuserie “*Street Food Latinoamérica*” (Comida callejera de Latinoamérica), con la participación de Oaxaca como referente gastronómico de México. En ese marco, dicha empresa realizó en redes sociales un campeonato para elegir a la mejor comida callejera latinoamericana, en el cual la tradicional “tlayuda” resultó ganadora frente a otros platillos de la región.

También en agosto, el buscador en línea “*Kayak*” señaló que la ciudad de Oaxaca y Puerto Escondido se encuentran entre los cinco principales destinos preferidos por los turistas nacionales para viajar tras el confinamiento.

Asimismo, en septiembre, la ciudad de Oaxaca recibió tres nominaciones para los premios “*World Travel Award*”, en las categorías “Destino líder de México 2020”, “Mejor destino de escapada urbana en México 2020” y “Mejor destino de escapada urbana de México y Centro América”. Conocidos también como ‘los Óscares del turismo mundial’, estos premios anuales, cuyos ganadores son elegidos tanto por expertos de la industria como por consumidores, recompensan y celebran la excelencia en todos los sectores de la industria mundial de viajes y turismo.

Con la finalidad de comenzar a impulsar eventos que generen derrama económica para el Estado, cumpliendo con las medidas sanitarias pertinentes en apego al protocolo sobre COVID-19 emitido por la Comisión Nacional de Rallies México, A.C. (CNRM), y por los clubes locales, como el Oaxaca Auto Club (OAC), organizador del evento, los días 28 y 29 de agosto, se llevó a cabo la XVII edición del “*Campeonato Rally Sierra Juárez*”, uno de los eventos deportivos más importantes a nivel nacional. En este año participaron en la competencia 22 tripulaciones, con destacados pilotos de distintas nacionalidades y categorías, entre ellos siete oaxaqueños.

La crisis de salud generada por el COVID-19 ha impuesto condiciones muy difíciles al sector; sin embargo, privilegiando la salud de las y los oaxaqueños y de los visitantes, mientras la contingencia lo permita y el semáforo determinado a nivel federal sea favorable, se proyecta retomar, en los meses de octubre a diciembre, acciones puntuales de promoción y eventos a nivel local, para generar afluencia de visitantes a los diferentes destinos turísticos. Igualmente, en esta proyección destaca la presencia de Oaxaca y su participación en jornadas de promoción en las principales ciudades emisoras de turismo a nivel nacional.

Por lo tanto, este año Oaxaca será nuevamente el punto de partida de uno de los eventos de velocidad tipo rally de autos clásicos en carretera más importante y de mayor recorrido en el mundo: la *Carrera Panamericana*, programada para llevarse a cabo del 16 al 22 de octubre. Esta edición tiene un significado especial para esta tradicional carrera, pues se celebrarán 70 años de su inicio. En coordinación con el Gobierno Federal, se impulsará este gran evento que, cumpliendo también con el protocolo COVID-19 de la CNRM, será un detonante importante para la reactivación de la actividad turística del Estado.

Del 10 de octubre al 15 de noviembre, en la ciudad de Huajuapán de León, se vivirá el “*Festival de Mole de Caderas*”, que consiste en la preparación y venta de este tradicional platillo en restaurantes afiliados a la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados (CANIRAC), para que los comensales puedan degustar este auténtico guiso, representativo de la gastronomía de la Mixteca. Participarán en este evento establecimientos de

la localidad, así como de la capital del Estado. Con este Festival se continúa enalteciendo a la gastronomía oaxaqueña, motor fundamental para la reactivación turística en la entidad.

A fin de difundir y reflejar la esencia de las tradicionales festividades de Día de Muertos, se producirán seis documentales que resaltarán los aspectos más importantes alrededor de esta celebración: la gastronomía, el tradicional pan de muerto, las comparsas o “muerteadas”, las visitas a panteones, las artesanías y, por último, las diferentes formas de celebrarlo en las 8 regiones del Estado. Estos documentales, que se transmitirán del 12 de octubre al 10 de noviembre a través de las redes sociales, tendrán un alcance estimado de alrededor de 200 mil personas.

Por otra parte, como resultado del posicionamiento de la entidad como destino ideal para la realización de congresos, convenciones, ferias, exposiciones y bodas de destino, durante el periodo comprendido de enero a diciembre, se comercializaron 26 eventos, 14 de los cuales tuvieron como sede el Centro Cultural y de Convenciones de Oaxaca (CCCO), y 12 se realizaron en el Jardín Etnobotánico de Oaxaca.

Estos eventos coadyuvaron a incrementar la actividad turística en el Estado, impulsando los 10,878 empleos directos de proveeduría especializada en la industria de reuniones y romance en la región de los Valles Centrales de Oaxaca, y generando una derrama económica de 42,499,000,00 pesos, así como 2,968,115.00 pesos por comercialización de los mencionados recintos.

Con estas acciones, desarrolladas en el contexto de los retos impuestos al sector por la actual contingencia sanitaria, el Gobierno Estatal se mantiene firme en su propósito de fomentar y desarrollar la actividad turística en las ocho regiones de Oaxaca, promoviendo sus riquezas naturales y culturales en los mercados más competidos del mundo.

A cuatro años de distancia, se sigue avanzando hacia la meta de hacer del turismo una verdadera herramienta de desarrollo social y económico, así como de posicionar a la entidad como el mejor destino de viaje, para que los beneficios de esta noble industria alcancen a todas y todos los oaxaqueños.

Anexo 18. Recomendaciones

ID	Clasificación	Apartado informe final de la Evaluación	Característica evaluada	Tiempo estimado de atención	Recomendación del evaluador externo	Resultado esperado
1	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia de política pública y coherencia con los programas que la integran	Problema o necesidad. Programa 103 Promoción turística.	Tres meses	Reorientar el problema central en el sentido del objetivo estratégico – aplicación de acciones de promoción eficaz.	Lograr plena correspondencia del problema central del programa con el objetivo estratégico con el que está alineado. En consecuencia ajustar el objetivo central del programa.
2	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Problema o necesidad. Programa 195 Profesionalización turística.	Tres meses	Replantear el problema, acotarlo a uno no tres como se redactó,	Que el problema central sea profesionalización específicamente, para que corresponda con el programa presupuestario. En consecuencia ajustar el objetivo central del programa.
3	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Problema o necesidad. Programa 197	Tres meses	Reorientar el problema central en el sentido del objetivo estratégico – implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización.	Lograr plena correspondencia del problema central del programa con el objetivo estratégico con el que está alineado. En consecuencia, ajustar el objetivo central del programa.

4	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Problema o necesidad. Programas 103 Promoción turística, Programa 195 Planeación turística y desarrollo estratégico, 196 Profesionalización turística y 197 Comercialización turística.	Tres meses	Seguir cuidadosamente la relación causa-efecto del problema central identificado en los árboles de problemas.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la elaboración de la Matriz de Indicadores para Resultados del CONEVAL.
5	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Objetivo central. Programa 195 Planeación turística y desarrollo estratégico.	Tres meses	Hacer precisa la redacción del objetivo con la del problema central, aclarando si la oferta turística se quiere incrementar o diversificar.	Mantener la relación precisa entre árbol de problemas y árbol de objetivos.
6	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Objetivo central. Programa 198 desarrollo turístico sustentable	Tres meses	Hacer precisa la redacción del objetivo con la del problema central, al trasladar en sentido positivo el problema central no debe agregarse otros conceptos o circunstancias.	Mantener la relación precisa entre árbol de problemas y árbol de objetivos.
7	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Poblaciones. Programa 196 Profesionalización turística	Seis meses	Reorientar el área de enfoque de destinos turísticos por prestadores de servicios turísticos. Con esa base definir y cuantificar las poblaciones/áreas de enfoque potencial, objetivo y atendidas.	Correspondencia plena de áreas de enfoque del objetivo estratégico y programa presupuestario.

8	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Poblaciones 197 Comercialización turística.	Seis meses	Reorientar el área de enfoque de municipios de interés turístico por Sistemas de comercialización. Con esa base definir y cuantificar las poblaciones/áreas de enfoque potencial, objetivo y atendidas.	Correspondencia plena de áreas de enfoque del objetivo estratégico y programa presupuestario
9	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Poblaciones. Programas 103 Promoción turística, Programa 195 Planeación turística y desarrollo estratégico, 198 Desarrollo turístico sustentable.	Tres meses	Definir y cuantificar las áreas de enfoque objetivo y atendidas.	Contar con elementos para medir de la evolución de la cobertura de los programas.
10	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Criterios de elegibilidad. Programa 196 Profesionalización turística.	Cuatro meses	Definir y hacer públicos criterios de elegibilidad para quienes soliciten cursos de capacitación, certificaciones o acreditaciones como guías de turistas.	Establecer prioridades de atención, máxime cuando la demanda supere la capacidad de atención.
11	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Mecanismos de solicitud y entrega. Programa 196 Profesionalización turística.	Cuatro meses	Definir y hacer públicos mecanismos de solicitud y entrega de los servicios para quienes soliciten cursos de capacitación, certificaciones o acreditaciones como guías de turistas.	Establecer los tramos de gestión de los servicios (recepción, calificación o valoración, entrega del servicio, etc.) máxime cuando la demanda supere la capacidad de atención.

12	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Padrones. Programa 196 Profesionalización turística.	Seis meses	Integrar el padrón de beneficiarios atendiendo el tipo de bien o servicio recibido.	Conocer a la población atendida, de los servicios o bienes entregados por el programa de manera individual o personal.
13	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Instrumentos de seguimiento del desempeño. Cinco programas.	Tres meses	<i>Recomendación genérica.</i> Cumplir con las reglas de sintaxis e incorporar un supuesto por cada uno de los niveles del resumen narrativo de la MIR	Guía para la Elaboración de la Matriz de Indicadores para Resultados del CONEVAL
14	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Instrumentos de seguimiento del desempeño. Cinco programas.	Tres meses	<i>Recomendación genérica.</i> Los indicadores deben cumplir los criterios de claridad, relevancia, economía, monitoreable y adecuado. En el Anexo 8 se detallan errores, inconsistencias, datos faltantes y justificación de criterios que no cumplen los indicadores.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.
15	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Instrumentos de seguimiento del desempeño. Cinco programas.	Tres meses	<i>Recomendación genérica.</i> Citar con precisión, en los medios de verificación, las ligas electrónicas donde de manera directa se puede consultar la información que ocupan los indicadores.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de

						México del: CONEVAL.
16	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Alternativas de intervención. Programa 195 Planeación turística y desarrollo estratégico.	Seis meses	Definir, en su caso, criterios de elegibilidad para las acciones de fortalecimiento de la infraestructura turística.	Que las acciones en ésta materia estén acordes al Plan Estratégico Sectorial, el cual refiere el mejoramiento de infraestructura a la conectividad aérea, terrestre y marítima a los principales destinos turísticos.
17	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Bienes y servicios. Programa 197 Comercialización turística	Tres meses	Registrar en la MIR, en su caso, las actividades inherentes a identificar los recursos existentes que potencialmente pueden ser explotados, si la información se obtiene de la operación propia del programa presupuestario.	Que la MIR contenga una actividad primordial que es base para desarrollar nuevos productos turísticos.
18	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Asociación lógica. Análisis de la estrategia de política pública.	Cuatro meses	Homologar las áreas de enfoque de los programas presupuestarios y de la propia estrategia de política pública. A reserva de reorientar el área de enfoque de dos programas.	Evitar ambigüedades al respecto.

19	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Evaluabilidad. Indicador Tasa de variación de la afluencia turística nacional	Tres meses	Corregir la definición del indicador (quitar derrama económica) y establecer el valor de la línea base.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.
20	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Evaluabilidad. Indicador Porcentaje de productos turísticos diversificados	Tres meses	Corregir el nombre del indicador a lo que las variables y la definición refieren, el método de cálculo corresponde a una tasa no a porcentaje. Replantear el indicador para que mida resultados del programa o sustituirlo.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.
21	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Evaluabilidad. Indicador Porcentaje de prestadores de servicios turísticos profesionalizados.	Tres meses	Establecer el valor de la línea base.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.

22	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Evaluabilidad. Indicador Porcentaje de estudios realizados.	Tres meses	Puntualizar a qué tipo de estudios se refiere el indicador para identificar si tiene relación con el objetivo central del programa (el programa tiene otro indicador parecido Porcentaje de estudios de mercado realizados). Establecer el valor de la línea base. Replantear el indicador para que mida resultados del programa o sustituirlo.	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.
23	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Evaluabilidad. Indicador Tasa de variación de la afluencia turística en municipios con vocación turística.	Tres meses	Corregir la definición del indicador (quitar derrama económica). Incluir los municipios, destinos o localidades específicas en las que se quiere conocer las variaciones en la afluencia pues se tiene otro indicador similar (Tasa de variación de la afluencia turística nacional) que pudiera incluir los municipios con vocación turística. Corroborar el valor de la línea base (126,824).	Cumplir las recomendaciones de la Guía para la construcción de Indicadores Manual para el Diseño y la Construcción de Indicadores. Instrumentos principales para el monitoreo de programas sociales de México del: CONEVAL.

24	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Transparencia. Análisis de la estrategia de política pública.	Seis meses	Poner a disposición del público tres estudios que se contrataron en 2019.	Dar cumplimiento a las disposiciones en materia de transparencia.
25	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Sostenibilidad. Análisis de la estrategia de política pública.	Seis meses	Incorporar puntualmente en los documentos normativos e institucionales, el problema identificado, los objetivos, estrategias y líneas de acción a las que responden de manera particular cada programa presupuestario, así como la política pública del sector en conjunto.	Actualizar el marco normativo e institucional que da soporte a la estrategia de política pública.
26	Interinstitucional	III. Análisis del diseño de la estrategia...	Sostenibilidad. Análisis de la estrategia de política pública.	Seis meses	Gestionar y obtener la asignación presupuestal para el Programa 198 Desarrollo turístico sustentable.	Asegurar su continuidad.

Anexo 19. Ficha Técnica de la Evaluación

Tabla 3. "Ficha Técnica con los datos generales de la instancia evaluadora y el costo de la evaluación"	
Estratégica	
· Nombre de la instancia evaluadora	Estrategia Integral Consultores, S.A. de C.V.
· Nombre del coordinador de la evaluación	Edgar Alfonso Hernández Muñoz eahernandezm@eicsa.com
· Nombres de los principales colaboradores	Roberto Cedillo Victoria
	Leticia Echenique Vázquez
· Nombre de la unidad administrativa responsable de dar seguimiento a la evaluación	Coordinación de evaluación e informes de la Jefatura de la Gubernatura
· Nombre del titular de la unidad administrativa responsable de dar seguimiento a la evaluación	Mtro. José Luis Ramírez Coronado
· Forma de contratación de la instancia evaluadora	Adjudicación Directa
· Costo total de la evaluación	\$1,300,000.00 sin IVA El costo corresponde a la partida Uno del Contrato de Prestación de Servicios número CAEASEO II 2.1/SO-025/2020, que considera 8 evaluaciones externas de acuerdo al PAE 2020
· Fuente de financiamiento	Recursos fiscales
6.1 Tipo de contratación:	6.1.1 Adjudicación directa X
6.1.1 Adjudicación directa X	
6.2 Unidad Administrativa responsable de contratar la evaluación:	Jefatura de la Gubernatura
6.3 Costo de la evaluación	\$1,300,000.00 sin IVA El costo corresponde a la partida Uno del Contrato de Prestación de Servicios número CAEASEO II 2.1/SO-025/2020, que considera 8 evaluaciones externas de acuerdo al PAE 2020
6.4 Fuente de financiamiento:	Recursos Fiscales
Nombre de la instancia evaluadora	Estrategia Integral Consultores SA de CV
Nombre del(a) coordinador(a) externo(a) de la evaluación	Edgar Alfonso Hernández Muñoz

Nombre de los(as) principales colaboradores(as)	Roberto Cedillo Victoria
Nombre de la Unidad Administrativa Responsable de dar seguimiento a la evaluación (Área de Evaluación)	Leticia Echenique Vázquez Coordinación de evaluación e informes de la Jefatura de la Gubernatura