

**Turismo**

2 Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



**Plan Estratégico Sectorial**

**Turismo**

**Contenido**

**Directorio**

Mtro. Alejandro Ismael Murat Hinojosa

Gobernador Constitucional del Estado Libre y Soberano de Oaxaca

1. Introducción / 5
2. Metodología / 7
3. Marco Jurídico / 11
4. Diagnóstico / 13

Mtro. Juan Carlos Rivera Castellanos

Secretario de Turismo

Lic. Mariel López Martínez Directora General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca

Lic. Sergio Rafael Vera Díaz

Coordinador General del Comité Estatal de Planeación para el Desarrollo de Oaxaca

1. Marco Estratégico / 23
2. Marco Programático y Presupuestal / 41
3. Marco de Resultados / 43
4. Seguimiento y Evaluación / 45
5. Conclusiones / 47 Siglas y abreviaturas / 49 Tablas y gráficas / 50

# Introducción

lo largo de las últimas décadas, el turismo se ha afirmado como una de las mejores alternativas para el desarrollo económico y social de Oaxaca, esto como resultado de la gran riqueza de atracti- vos y recursos naturales, étnicos y culturales de la entidad, a su vez, el patrimonio más valioso de las

**A**

y los oaxaqueños.

Teniendo en cuenta el potencial de dicha ri- queza, la presente Administración ha proyectado para el Sector Turístico que Oaxaca sea reconoci- do como uno de los principales destinos para el turismo nacional e internacional, principalmen- te por la diversidad de productos turísticos que ofrece en sus ocho regiones, y que posicionarán al estado en un centro de desarrollo confiable para las inversiones en el Sector, que asimismo genere una buena derrama económica a favor de todos sus habitantes. Al respecto, se prevé que en el año 2022 esta derrama por concepto de turismo alcance cifras superiores a los 17 mil millones de pesos.

Para aprovechar este recurso y las amplias perspectivas de desarrollo que representa, se han diseñado estrategias eficientes que permitirán a esta Administración Estatal motivar niveles de afluencia de más de 5 millones 300 mil visitantes al estado para el término del año referido.

Dichas estrategias, plasmadas en el presente Plan Sectorial de Turismo, se estructuran en torno a cinco programas definidos a partir del análisis objetivo de las características, potencialidades y ventanas de oportunidad de la actividad turís- tica estatal. Clasificados en: “Planeación y desa- rrollo estratégico”, “Profesionalización turística”, “Promoción turística”, “Comercialización turística” y “Desarrollo turístico sustentable”, estos progra-

mas constituyen los ejes rectores alrededor de los cuales se plantean los objetivos y metas del Sector.

Al respecto, se ha tomado en consideración que, en la actualidad, los mercados turísticos mundiales presentan características diferenciales muy marcadas en relación con su comportamien- to tradicional, debido sobre todo a que las nuevas corrientes turísticas ya no se satisfacen sólo con admirar las representaciones culturales o las rique- zas naturales de los destinos turísticos, sino que buscan, además, la vivencia y el disfrute de expe- riencias únicas en cada sitio visitado.

A esto debemos agregar que, en los últimos años, las comunicaciones globales y sus diversos recursos han modificado sustancialmente los há- bitos de viaje: desde la elección del sitio a visitar hasta las expectativas sobre el mismo, pasando por los protocolos de reservación, búsqueda de transporte y hospedaje, contactos en el destino e información sobre el mismo —particularmen- te las reseñas de visitantes o usuarios directos—, procesos que más de un tercio de los viajeros en el mundo realizan en línea y cada vez más fre- cuentemente desde los llamados “dispositivos móviles”.

Igualmente importantes resultan en el con- texto actual del turismo las características de los nuevos segmentos que han ido definiéndose di- rectamente en los mercados respectivos, como los viajeros jóvenes, las mujeres que viajan solas o en grupo, o el turismo LGBT; que continúan creciendo y que —sin dejar de lado segmentos tradicionales como el de sol y playa, de cultura o gastronomía—, deben formar parte de los ele- mentos a considerar en la creación de productos



Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



5

y políticas turísticas, los cuales, por otra parte, deben configurarse con un firme enfoque inclu- yente.

Para responder adecuadamente a estas nuevas exigencias, la política turística de Oaxaca plantea estrategias definidas y diseñadas a partir de un proceso de análisis y planeación con fundamento en las particularidades de cada región turística, que se concretarán en opciones que permitan a los visi- tantes interactuar con las comunidades anfitrionas e involucrarse en las actividades locales, participar en las costumbres y tradiciones, en la elaboración de piezas artesanales, y en el conocimiento, disfru- te y conservación de la naturaleza, igual que apren- der los idiomas locales y compartir la vida cotidiana de las comunidades. En suma, vivir experiencias que hagan inolvidable el sitio visitado.

Para un destino turístico como Oaxaca, con una oferta tan amplia y diversa, las acciones planteadas privilegian la integración de un producto competi- tivo, vinculado estrechamente con estrategias para su posicionamiento. Adicionalmente, los alcances de la comunicación actual y el mercadeo turístico permiten brindar una respuesta eficaz a las de- mandas de los viajeros y ofrecer alternativas que se ajusten —o incluso se adelanten— a las ten- dencias y evoluciones del mercado, lo que a su vez fortalece, amplía y diversifica la oferta turística oa- xaqueña en el escenario nacional e internacional.

De manera preponderante, elevar el nivel de competitividad del Sector Turístico es clave para la consolidación de la entidad como destino de viaje, considerando las exigencias del mercado y la sostenibilidad como base de las actividades económicas. Lo anterior determina la necesidad de que las empresas, relacionadas directa o indi- rectamente con el turismo, estén mejor prepara- das para ofrecer sus productos y servicios, por lo que el presente Plan Sectorial de Turismo destaca las estrategias de creación y aplicación de esque-

mas de profesionalización turística, indispensa- bles para elevar los niveles de competitividad de cada destino.

Por otra parte, la creación de una plataforma de infraestructura y servicios de muy alta calidad, dirigida a mercados de mayor poder adquisitivo, favorece el posicionamiento y la consolidación de Oaxaca como destino preferencial e incluso como marca, impulsando con ello el cumplimiento de los lineamientos definidos por los gobiernos Fe- deral y Estatal, a través de sus respectivos Planes de Desarrollo, en el sentido de hacer del turismo una verdadera herramienta para el desarrollo, que se traduce en la generación de más beneficios so- ciales y económicos, y por consiguiente, en el ac- ceso a una mejor calidad de vida para la población mexicana en general y la oaxaqueña en particular. En especial, la búsqueda del acceso a estos mercados se fundamenta en el hecho de que el aumento en los índices de afluencia no necesaria- mente significa una mayor derrama económica en los destinos, o en beneficios monetarios directos para las comunidades anfitrionas. Además de ge- nerar una derrama económica más alta y benefi- cios monetarios directos para las comunidades anfitrionas, lograr el acceso a dichos mercados permite equilibrar el aumento en los índices de afluencia en los destinos y, también algo muy im- portante, los impactos generados en los entornos

natural y social.

Por último, de modo particular, las políticas tu- rísticas deben definirse con un sentido estratégico de desarrollo sustentable e incluyente, de manera que el Gobierno, la iniciativa privada y la sociedad civil contribuyamos efectivamente al cumplimien- to de las metas y objetivos trazados en el presente documento.

Juan Carlos Rivera Castellanos

Secretario de Turismo

# Metodología

os Planes Estratégicos Sectoriales (PES) son ins- trumentos de Planeación Estatal que establecen las prioridades, objetivos, metas y la estimación anual y/o plurianual indicativa del gasto corriente y de inversión requerida por cada Sector para el

**L**

cumplimiento de sus objetivos.

La Ley Estatal de Planeación (LEP) establece, en su Artículo 48, que la Coordinación General del Comité Estatal de Planeación para el Desarrollo de Oaxaca (COPLADE), en coordinación y con el apo- yo de la Instancia Técnica de Evaluación, definirán las metodologías generales y específicas para la formulación, el seguimiento y la evaluación de los Planes derivados del Plan Estatal de Desarrollo (PED), y en su Artículo 71, que conjuntamente con la Secretaría de Finanzas establecerán las políticas y lineamientos para integrar la planeación con el presupuesto.

Con la finalidad de facilitar la ordenación siste- mática de la gestión plurianual de los Subsectores, la Planeación Estratégica Sectorial incorpora un conjunto de elementos metodológicos y procedi- mientos estandarizados.

Dicha ordenación se da alrededor de Objetivos, Estrategias, Programas y Subprogramas, los cuales orientan la programación y asignación de recursos con base en Metas e Indicadores de Desempeño (Impactos, Resultados y Productos), así como la definición de responsabilidades, la coordinación de acciones, el seguimiento, la evaluación de re- sultados y la rendición de cuentas.

El Artículo 36 de la Ley Estatal de Planeación establece que el PED se implementa a través de los Planes Estratégicos Sectoriales y demás pla- nes de él derivados, como son: los Regionales, los Institucionales y los Especiales, por lo que de con-

formidad con el Artículo 51 de esa misma Ley, los PES deben ser congruentes con el PED y contener como mínimo los siguientes elementos:

1. Un Apartado General con un breve diag- nóstico y análisis de la evolución y situación actual del Sector, incluyendo un análisis de riesgos;
2. Los Objetivos Estratégicos Sectoriales, los lineamientos de política y una priorización sectorial de acciones;
3. La Estructura Programática del Sector en armonía con el PED y los Planes Regionales;
4. Un Marco Sectorial de Gasto de mediano plazo, consistente con el Marco Anual y/o Plurianual de Gasto Corriente y de Inversión requerido para su ejecución;
5. El Marco de Resultados Sectoriales en térmi- nos de productos, resultados e impactos es- perados, así como los indicadores y las metas aplicables para la medición del desempeño, y
6. La Identificación de los Responsables Insti- tucionales y de los arreglos de coordinación para su ejecución.

Estos elementos están orientados al cumpli- miento de los objetivos del Plan Estatal de Desa- rrollo de Oaxaca (PED 2016-2022) y deben estar rigurosamente alineados al mismo, dado que éste se implementa a través de los Planes y Programas derivados de él, siendo los Planes Estratégicos Sec- toriales el principal instrumento para su realización. Conviene recordar dos aspectos que fue- ron fundamentales en la elaboración del PED 2016-2022. En primer lugar, fue un proceso de naturaleza democrática y con una amplia par- ticipación social a través de 11 Foros Sectoriales,

ocho Regionales y uno Virtual, además de otros especiales. Contó con la participación de más de 5,300 actores provenientes de instituciones de la sociedad civil, de las organizaciones sociales, de colegios profesionales y cámaras dempresariales, de universidades públicas y privadas, los distintos sectores productivos, de los tres niveles de Gobier- no, quienes intervinieron en su elaboración, pre- sentando más de 1,100 propuestas y diagnósticos. El resultado fue un profuso material que, junto con otras fuentes, fue procesado y articulado por cada uno de los Sectores para dar forma al PED 2016- 2022, y posteriormente utilizado para los Planes Estratégicos Sectoriales.

El segundo aspecto fue que, para concretar- se, se aplicó de la Metodología del Marco Lógico (MML), dada su amplia aceptación en el sector público, su recomendación por prestigiadas ins- tituciones, tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), el Banco Mundial, la Comi- sión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la obligatoriedad de su uso indicada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la experiencia probada de ésta por muchos go- biernos.

Siguiendo dicha metodología, se elaboraron Árboles de Problemas en los que podían identifi- carse las relaciones causa-efecto de los principales problemas de cada Sector, y con los cuales se hizo un ejercicio de prospectiva a efecto de diseñar los nuevos escenarios a alcanzar y las intervenciones posibles para lograrlo. Se continuó con la selec- ción de alternativas y quedaron definidas las prin- cipales Estrategias con sus Líneas Generales de Ac- ción. Es necesario destacar que dicha metodología se aplicó en el PED 2016-2022 con flexibilidad, pues en ese momento correspondía establecer el Marco Estratégico General sin grandes niveles de concreción. Sin embargo, fue una herramienta muy eficaz para dar sustento metodológico al Plan Estatal.

En los Planes Estratégicos Sectoriales, por su parte, se utiliza de nuevo la Metodología del Mar- co Lógico, pero con mayor rigor. De hecho, el pro- ducto principal de ésta, la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR), ha sido fundamental para la articulación interna de los mismos. Los principales indicadores de la MIR de cada Programa están pre-

sentes en el Diagnóstico, en el Marco Estratégico y en el Marco de Resultados. Son estos indicadores con sus metas los que miden la calidad del gasto debido a que la presupuestación y programación del gasto se realiza tomando como fundamento los objetivos, indicadores y metas establecidos en las MIR.

De este modo, se ha logrado vincular estrecha- mente el gasto a la Planeación Estratégica de la Administración Estatal y se sientan las bases meto- dológicas para que el seguimiento y la evaluación de los Programas Presupuestales se realicen de manera consistente. La articulación de esta lógica de Planeación, Programación, Presupuestación, Seguimiento y Evaluación en la estructura del Plan Estratégico Sectorial incorpora los siguientes ele- mentos:

* 1. Introducción: Visión de conjunto del Sector, señalando los principales retos derivados del Diagnóstico y las políticas públicas priorita- rias con las que se afrontarán, así como los resultados y cambios que se lograrán a través del trabajo comprometido y coordinado de los distintos actores del Sector.
  2. Metodología: Explica la metodología adop- tada para la elaboración del Plan Estratégico Sectorial.
  3. Marco jurídico: Establece el conjunto de Le- yes y Normas que regulan los aspectos espe- cíficos del Sector, incluidos los fundamentos legales de las atribuciones de las distintas Dependencias y Entidades de Gobierno e Instituciones que participan.
  4. Diagnóstico: Identifica las problemáticas, potencialidades y oportunidades de cada Sector y Subsector. Este proceso incluye la integración y el análisis de la información estadística, geográfica y de campo, necesaria para dar cuenta del escenario de referencia, además de contar con indicadores estratégi- cos. Incluye tanto el análisis de la situación actual como la evolución reciente de los aspectos más relevantes. Los Foros Participa- tivos realizados para el PED han sido consi- derados como un importante insumo para el diagnóstico.
  5. Marco Estratégico: Define con base en el diagnóstico del escenario futuro que se pre-

tende alcanzar, para lo cual se establecen los Objetivos Específicos y los Programas Operativos que guiarán y concretarán la ac- ción gubernamental. El Marco Estratégico se compone de los siguientes elementos:

* + 1. *Definición de Objetivos:* Las problemáti- cas señaladas y priorizadas en el diag- nóstico se transforman en un conjunto de Objetivos Específicos que están ali- neados al PED 2016-2022, así como al Plan Nacional de Desarrollo (PND) y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030.
    2. *Definición de Programas Operativos* con sus principales estrategias y acciones, a través de los cuales se garantiza el cum-

plimiento del PED 2016-2022 en cada uno de los Sectores Estratégicos en los que interviene el Gobierno.

* + 1. *Prospectiva:* Se presentan los resultados y metas a alcanzar durante el sexenio, que definen el nuevo escenario espera- do como resultado de la transformación operada en el Sector.
  1. Marco Programático y Presupuestal: El PED 2016-2022 y los Planes de él derivados, implican una nueva orientación del recurso que asegure tanto la orientación estratégica del gasto corriente y de la inversión pública, como su articulación temporal. Por ello, los elementos del nuevo Marco Programático y Presupuestal son:
     1. *Nueva Estructura Programática:* A partir de la revisión de la Estructura Programá- tica recibida de la administración ante- rior y del análisis de las necesidades deri- vadas del PED 2016-2022, se procedió al ajuste, modificación, eliminación y crea- ción de los Programas, Subprogramas, Proyectos y Actividades, dando como resultado una nueva Estructura Progra- mática que a su vez permitió estructu- rar el Presupuesto 2018, de modo que el primer presupuesto elaborado por la presente Administración nace alineado estratégicamente al PED 2016-2022. De esta manera, cada año se revisará dicha estructura para mejorarla con base en los insumos derivados de las evaluaciones.
     2. *Marco Plurianual del Gasto con Carácter Indicativo:* Se ha llevado a cabo una pro- yección sexenal del gasto previsto para cada año en cada uno de los sectores en los que se articula el presupuesto. Esta proyección tiene carácter indicati- vo, dado que depende de condiciones sociales, políticas, económicas, financie- ras y presupuestales futuras, tanto del ámbito local como del nacional e inter-

nacional, que difícilmente pueden de- finirse en el presente con certidumbre; pero que, en cualquier caso, es necesaria como marco de referencia indicativo.

* 1. Marco de Resultados (Indicadores y Metas): Cada Plan Sectorial cuenta con una Matriz de Indicadores en la que se definen los indi- cadores clave para medir el desempeño del sector. Los indicadores son de tres tipos: de Impacto, de Resultados y de Productos, de modo que se atienda tanto los niveles estra- tégicos como los de gestión. Además, cada indicador tiene asignada una meta por cada año de ejercicio.
  2. Seguimiento y Evaluación: Con el fin de monitorear el avance en el cumplimiento de los Objetivos Sectoriales y de conformidad con la normativa estatal, se plantea la Estrate- gia de Seguimiento a los Indicadores y Metas que se han establecido en las etapas de Pla- neación, Programación y Presupuestación.

Asimismo, a través de una valoración objetiva de la intervención sectorial y sus efectos, se incluirá la Estrategia de Evaluaciones al PED y a los progra- mas del PES, así como la utilización de los resulta- dos y recomendaciones derivadas de los Informes de Evaluación, con la finalidad de mejorar el diseño y los resultados de las políticas sectoriales.



# III. Marco Jurídico

l presente documento rector se fundamen- ta en los artículos 25 y 26 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que establecen la facultad del Estado para regir el desarrollo nacional y organizar la planeación de- mocrática; 34, 35 y 36 de la Ley de Planeación, que definen el ámbito y las características de la coordinación entre la Federación y los estados para la planeación del desarrollo integral nacio- nal y estatal; artículos 2, fracción II, 4, fracción V y 9, fracción III, que establecen las bases para la política, planeación, programación, fomento y desarrollo de la actividad turística en todo el terri- torio nacional; y 20 de la Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Oaxaca, que señala la rectoría del Gobierno Estatal en la planeación, conducción, coordinación y orientación de la ac-

**E**

tividad económica local.

Este Plan también se fundamenta en el Artí- culo tercero, fracciones III, IV y XI; Artículo 7, frac- ciones I, II, V y VI de la Ley de Turismo del Estado de Oaxaca, en los cuales se define el papel del Gobierno Estatal, así como los criterios y linea- mientos respectivos para regir la actividad turís- tica en la entidad, además de formular, conducir y evaluar la política turística local; 1, 3, 5, 6, 7, 8,

13, 15 y 16, fracciones I, II y III, y 21, 28, 36, 39,

43, 44, 45, 47, 48, 50, 51, 52 y 53 de la Ley Esta-

tal de Planeación, que expresan la facultad del Estado para planear y evaluar el desempeño del Plan Estatal de Desarrollo, de igual manera que los planes, programas y proyectos que se deriven del mismo; y particularmente el Artículo 46-B de la Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca, que indica que a la Secretaría de Turis- mo le corresponde el despacho de los siguientes asuntos:

10 Plan Estratégico Sectorial **Turismo**

1. Planear, regular y fomentar el desarrollo turístico del estado, promoviendo las acti- vidades y rutas turísticas que propicien la generación de bienestar social;
2. Proponer al gobernador las políticas y pro- gramas relativos al fomento de las activida- des y rutas turísticas;
3. Desarrollar, dirigir, coordinar y organizar la ejecución de los programas de fomento y promoción turística para el desarrollo de la entidad;
4. Impulsar con diferentes actores relevantes del sector empresarial, foros y reuniones donde se propongan y analicen las mejores alternativas para el desarrollo turístico;
5. Fomentar la comercialización, promoción y difusión de las rutas y destinos turísticos que se ofrecen en el estado;

Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



11

1. Establecer los mecanismos que permitan hacer del estado de Oaxaca el mejor desti- no turístico a nivel nacional e internacional, fortaleciendo la vocación turística como pi- lar del desarrollo económico local;
2. Promover la inversión nacional y extranje- ra en el desarrollo de infraestructura turísti- ca en todo el territorio oaxaqueño;
3. Impulsar la capacitación permanente de los prestadores de servicios, buscando con ello generar una cultura de servicio y asis- tencia al turista;
4. Elaborar y emprender proyectos estraté- gicos, innovadores y sustentables que sean eficaces para lograr el desarrollo turístico conservando un ámbito de respeto del pa- trimonio cultural.
5. Promover de manera permanente y estraté- gica la imagen turística y las oportunidades de inversión en el estado a nivel nacional e internacional;
6. Desarrollar de manera permanente fuentes al- ternas de turismo que estén en armonía con el entorno de vida de las diferentes comunidades.

# Diagnóstico

l inicio de la presente Administración, el Go- bierno del Estado de Oaxaca estableció como prioridad que todos los sectores sociales y produc- tivos de la entidad trabajaran de forma armónica y coordinada, a partir de objetivos comunes y metas precisas. Es importante destacar al respecto, que esta iniciativa conlleva retos de gran impacto, prin- cipalmente por su propósito de favorecer el desa- rrollo de las regiones del estado con mayor rezago, aprovechando de forma integral sus vocaciones

**A**

productivas y potencialidades.

Para Oaxaca, el turismo se ha convertido en las últimas décadas en una de las mejores alternativas para impulsar el desarrollo económico y social de la población, pues el estado cuenta con atracti-

vos y recursos naturales, étnicos y culturales, que constituyen un excepcional y diverso patrimonio y una gran ventana de oportunidad para dicho desarrollo.

a. Derrama económica

En este contexto, uno de los indicadores más im- portantes es la derrama económica que se deriva de la actividad turística, dimensionada a partir de la suma del gasto promedio diario de los turistas, que al cierre del año 2016 ascendía a 1,479 pesos, y que ese mismo año reportó un monto conjunto superior a 12 mil millones de pesos, con una Tasa Media de Crecimiento Anual (TMCA) de 7.43% en el periodo 2010-2016.

**Gráfica 1.** Derrama Económica en Oaxaca derivada de la actividad turística 2010-2016 (MDP)

14,000 13,612

12,000

MILLONES DE PESOS

10,000

8,000

6,000

4,000

2,000

0

7,967 8,554

10,312

11,415

10,352

12,250

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  |  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

AÑOS

2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

Es importante señalar que, en el año 2016, el principal destino captador de divisas fue Bahías de Huatulco, que por sí solo, y con apenas 11.56% de la afluencia turística estatal, contribuyó con 43.72% del total de la derrama económica que en materia turística generó el estado. A este destino le sigue la ciudad de Oaxaca, que contribuyó con 32.80%, y Puerto Escondido, con 9.34%. El resto

de la derrama provino de otros destinos como Juquila, los cinco Pueblos Mágicos —Capulálpam de Méndez, San Pedro y San Pablo Teposcolula, El Mazunte, San Pablo Villa de Mitla y Huautla de Jiménez—, así como el Istmo de Tehuantepec y el resto del estado, incluyéndose en este último porcentaje los pueblos con proyectos de turismo de naturaleza.

Las cifras para 2016 no fueron alentadoras debido a la problemática social que atravesó el estado, que se intensificó en el verano de ese mismo año y que ocasionó un declive en la industria turística en Oaxaca, mostrando un retroceso de 2.41% de

**Gráfica 3.** Gasto promedio diario del turista en Oaxaca

afluencia. Sin embargo, el mantenimiento de un gasto promedio anual elevado y la derrama eco- nómica permitió no resentir tanto el impacto de la baja en la afluencia de visitantes al estado.

1,800

**Gráfica 2.** Contribución porcentual de los principales destinos turísticos a la afluencia turística y derrama económica de Oaxaca

60.00%

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL

1,600

1,400

1,200

1,000

800

1,224

1,295 1,322

1,363

1,259

1,533

1,479

50.00%

40.00%

30.00%

20.00%

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 10.00% |
| 0.00% |

23.83%

32.80%

43.72%

11.56% 12.85% 9.34%

51.76%

14.14%

600

400

200

0

AÑOS

2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Gasto promedio

CIUDADA DE OAXACA

BAHÍAS

DE HUATULCO

PUERTO

ESCONDIDO

RESTO

DEL ESTADO

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

Afluencia Derrama

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

c. Origen del visitante

Hace dos décadas, la relación porcentual de visitan- tes nacionales-visitantes extranjeros en Oaxaca era

Oaxaca se encontraba en el lugar 16 a nivel nacional en la captación de turismo internacional.

Por otra parte, los estudios del perfil del visitante

b. Afluencia

A partir de 2010, el volumen de afluencia ha va- riado positivamente sobre una TMCA de 4.10%, generada en parte por la recuperación de los mer-

**Tabla 1.** Afluencia turística estatal 2010-2016

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Año AFLUENCIA ESTATAL  Volumen (visitantes) Variación anual | | |
| 2010 | 4,146,677.00 |  |
| 2011 | 4,207,420.00 | 1.46% |
| 2012 | 5,054,760.00 | 20.14% |
| 2013 | 5,295,256.00 | 4.76% |
| 2014 | 5,325,594.00 | 0.57% |
| 2015 | 5,560,057.00 | 4.40% |
| 2016 | 5,276,532.00 | -5.10% |
| **INCREMENTO LINEAL 2010-2016 27.25%** | | |
| **TMCA 2010-2016 4.10%** | | |

cados nacionales, pues el turismo internacional se encuentra todavía deprimido (a razón de una TMCA del -1.76%).

de 75% y 25%, respectivamente. La situación inter- nacional del turismo, aunada a una creciente per- cepción en el exterior de que nuestro país atraviesa por problemas serios de seguridad, han ocasionado que la actividad turística estatal dependa en gran medida de la demanda nacional, que aporta 96.8% de los visitantes, mientras sólo 3.2% corresponde al turismo internacional. Según cifras de la Secretaría de Turismo (SECTUR) del Gobierno Federal, en 2015

**Gráfica 4.** Origen del visitante nacional en el estado

indican que los destinos turísticos estatales reciben en mayor medida turistas de la Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Veracruz, quienes aportan en con- junto 69.3% de la afluencia estatal; otro dato interesante de analizar es que 15.53% de esta afluencia se compo- ne de turismo interno, es decir, oaxaqueños que se des- plazan a los destinos dentro de la entidad, lo que refleja que los servicios turísticos en el ámbito local generan interés y afluencia importantes.

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

Chiapas Jalisco Nuevo León Veracruz Puebla

Otros estados Estado de México

Oaxaca Ciudad de México

1.42%

1.45%

1.57%

2.64%

6.95%

10.74%

14.78%

**15.53%**

44.92%

0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40% 45% 50%

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

También es relevante destacar que esta corriente turística estatal prefiere los destinos de playa, los pro- yectos ecoturísticos, los cinco Pueblos Mágicos y los sitios culturales de los Valles Centrales y la Mixteca.

En cuanto al turismo extranjero, que alcanza 3.2% de la afluencia estatal, el mayor volumen proviene principalmente del mercado norteame-

**Gráfica 5.** Origen del visitante internacional en el estado

ricano —Estados Unidos de América y Canadá, que juntos proveen 38.9% del turismo internacio- nal en el estado— lo que muestra la dependencia de estos mercados; mientras que los potenciales flujos provenientes de otros mercados con mayor poder adquisitivo y crecimiento global, como los asiáticos, no están siendo aprovechados.

conectividad, lo que implica el mejoramiento de la infraestructura carretera, especialmente la que conecta la capital del estado con las regiones de la Mixteca, Papaloapan, Sierra Norte y Sierra Sur, y principalmente la terminación de las superca- rreteras Oaxaca-Istmo y Oaxaca-Costa, la auto- pista Puerto Escondido-Huatulco, la terminación de la carretera Juquila-Río Grande, así como el impulso a la construcción de una autopista que conecte a Oaxaca de Juárez con San Juan Bautis-

En este punto, debe puntualizarse que persis- ten dos problemas que no se han resuelto desde hace mucho tiempo. En primer lugar, las elevadas tarifas aéreas, y en segundo, los horarios existentes, que dificultan realizar conexiones de corta espera en el Aeropuerto Internacional “Benito Juárez” de la Ciudad de México. Ambos factores colocan en desventaja al estado en relación con otros destinos turísticos, aun cuando estos se encuentren más le- janos que Oaxaca de la capital del país.

Australia

Inglaterra Holanda

Italia Canadá España Alemania Francia Otros países

U.S.A.

1.94%

1.85%

1.93%

2.37%

3.01%

4.41%

4.41%

20.21%

25.07%

35.80%

ta Tuxtepec.

*Vía aérea*

Cabe mencionar que el flujo turístico por vía aé- rea es el que menos se ha visto afectado por los conflictos sociales en Oaxaca, teniendo una tasa de crecimiento anual de 14.87% a partir de 2010. En 2016 el estado contaba con una disponibilidad mensual de 91,842 asientos, de los cuales 42,462 corresponden a frecuencias hacia la ciudad de

*Vía marítima*

En particular, el turismo de cruceros también se vio afectado por la situación de inseguridad en el país. En 2010 arribaron 84 cruceros a Bahías de Huatulco, mientras que en 2016 sólo arribaron 31, una dismi- nución de 63%, equivalente a 80 mil pasajeros, lo que representa la pérdida de una derrama econó- mica estimada de 283 millones de pesos anuales en ese destino, además de lo correspondiente a los

0% 5% 10% 15% 20% 25% 30% 35% 40% 45% 50%

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

Oaxaca, 37,362 a las Bahías de Huatulco y 12,019 a Puerto Escondido, lo que implica una conectivi- dad aérea de 1,102,104 asientos anuales. No obs-

impuestos generados por derechos de internación. Debe precisarse aquí, que esta tendencia es gene- ral en los destinos de playa del país, algunos de los

En la relación de países, Francia, Alemania y España aparecen como principales generadores de los flujos de visitantes del mercado europeo, sumando 29.03% de la afluencia internacional.

1. Medios de llegada del visitante

*Vía terrestre*

El turismo nacional arriba al estado principal- mente mediante autobús, lo que se traduce en 42.79% del total, mientras 31.14% lo hace en auto- móvil particular y 18.62% llega por vía aérea. Las cifras difieren si tomamos en cuenta solamente al turismo internacional, dado que 50.34% prefiere desplazarse por vía aérea, 40.72% por autobús y sólo 3.61% llega en un vehículo particular.

Un dato más a subrayar es que los mercados de Centro y Sudamérica han desaparecido del orden de importancia en este rubro.

**Gráfica 6.** Medios de llegada del visitante al estado (2016) 60.00%

50.34%

50.00%

40.72%

42.79%

40.00%

31.14**%**

30.00%

18.62%

tante, esta disponibilidad aún no es suficiente para cubrir la demanda.

**Gráfica 7.** Arribo de cruceros 2005-2016 (Huatulco) 90

84

64

72

57

54

56

58

37

37

34

32

31

80

70

Número de cruceros

60

50

40

30

20

20

10

0

cuales incluso han cerrado operaciones en ceros en los últimos años.

Al respecto, el flujo vehicular registrado en la su-

percarretera Cuacnopalan-Oaxaca muestra un in-

20.00%

AÑO 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

cremento poco sustancial: en 2012, en la caseta de Huitzo, se recibieron 2,448,260 vehículos, mientras que en 2016 el flujo fue de 2,511,698 vehículos, es decir, en cuatro años el aumento en el aforo fue apenas de 63,438 vehículos, lo cual significa una

10.00%

00.00%

**Extranjeros**

**Nacionales**

3.61%%

Fuente: API Huatulco.

En general, los diferentes problemas sociales ocurridos en la entidad y la inseguridad derivada de ellos, han provocado que la actividad turística

2012, cuando Oaxaca bajó del sitio 12 al 15 en esa preferencia; en 2013 la entidad volvió al lugar 12, pero esta posición no ha mejorado desde entonces. Todo

variación de 2.5 por ciento.

Se hace evidente que una de las demandas más apremiantes del sector turístico es mejorar la

Vehiculo Particular Vía Aérea Autobús

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secreta- ría de Turismo de Oaxaca.

estatal se haya comportado de manera irregular. Se produjo una caída importante en la preferencia de los turistas tanto nacionales como internacionales en

ello plantea la necesidad de diseñar políticas públicas que garanticen la paz social y las condiciones para reposicionar a Oaxaca como un destino seguro.

1. Oferta turística

La oferta turística de Oaxaca es considerada como una de las más amplias del país, a partir de la riqueza y variedad de sus atractivos culturales, naturales, étnicos, arquitectónicos y gastronómicos. Aunque la ciudad de Oaxaca, las Bahías de Huatulco y Puerto Escondido constituyen los tres destinos principales de la entidad, existen otros productos turísticos de gran relevancia, como los cinco Pue- blos Mágicos: Capulálpam de Méndez, San Pablo Villa de Mitla, San Pedro y San Pablo Teposcolula, El Mazunte y Huautla de Jiménez. La experiencia con estos destinos ha sido favorable y ha demostrado la conveniencia, no sólo de fortalecer su desarrollo a partir del trabajo coordinado con autoridades y habitantes sino además de impulsar la incorpora- ción de otras localidades, cuyas características las definan como idóneas, al programa federal “Pue- blos Mágicos de México” de la SECTUR.

En especial, entre los elementos promociona- dos como productos turísticos durante la pasada Administración Estatal se encuentran diez rutas turísticas: Ruta Caminos del Mezcal, Ruta de la Costa, Ruta Mágica de las Artesanías, Ruta de la Sie- rra Juárez, Ruta de la Fe Juquila, Ruta de la Mixteca, Ruta de la Reserva de la Biósfera, Ruta del Istmo, Ruta del Café y Ruta de la Chinantla. Sin embargo, hasta 2016, sólo las cinco primeras rutas mencio- nadas mostraban niveles de afluencia importantes, concentrando 74.14% de la afluencia estatal.

Como es bien sabido, Oaxaca es uno de los cinco estados con mayor biodiversidad en México.

**Tabla 2.** Oferta de hospedaje (establecimientos). Cierre 2016.

Esta riqueza natural, además de la fortaleza de los sistemas tradicionales de organización de las comunidades, ha propiciado la creación de pro- yectos de ecoturismo en varios puntos del territorio estatal. Particularmente la región de la Sierra Norte

—reconocida por el Fondo Mundial para la Natura- leza (WWF) como una de las doce áreas con mayor biodiversidad en el mundo y ejemplo internacional de desarrollo turístico comunitario— representó en la primera década del siglo la punta de lanza de la oferta oaxaqueña de turismo de naturaleza, y aún hoy ocupa un lugar destacado en el país gracias a la calidad de su oferta en este segmento, así como a su cercanía con la capital del estado, principal centro distribuidor de turismo. Sin embargo, estos emprendimientos se han estancado debido a que las comunidades ecoturísticas presentan una oferta de servicios y actividades muy similar, debido a las características naturales y culturales propias de la región. Asimismo, el poco seguimiento de los proyectos de ecoturismo por parte de los órganos fomentadores y financiadores es otro factor que ha contribuido a dicho estancamiento.

En cuanto a la plataforma de servicios turísticos y otros servicios asociados que complementan la oferta de estos destinos y productos de turismo, sobresalen los establecimientos de hospedaje y de alimentos. A este respecto, al cierre de 2016, la oferta de hospedaje alcanzaba 1,350 estableci- mientos de hospedaje en todo el estado, en cate- gorías hasta “cinco estrellas”, con un total de 27,721 cuartos disponibles.



|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 2016 | | | | | | | |
| **Oferta de hospedaje**  Destino | 5\* | 4\* | 3\* | 2\* | 1\* | Sin Clasificar/1 | Total |
| Cd. de Oaxaca | 16 | 56 | 63 | 43 | 35 | 79 | 292 |
| Bahías de Huatulco | 16 | 25 | 26 | 15 |  | 64 | 146 |
| Puerto Escondido | 2 | 15 | 22 | 24 | 13 | 131 | 207 |
| Istmo de Tehuantepec | 0 | 8 | 17 | 16 | 11 | 50 | 102 |
| Tuxtepec | 0 | 6 | 4 | 8 | 3 | 18 | 39 |
| Santa Catarina Juquila | 0 | 0 | 7 | 13 | 15 | 38 | 73 |
| Ventanilla-Puerto Ángel | 0 | 0 | 5 | 3 | 4 | 166 | 178 |
| Mixteca | 0 | 3 | 7 | 4 | 7 | 47 | 68 |
| Resto del estado | 0 | 4 | 11 | 11 | 6 | 213 | 245 |
| Total | 34 | 117 | 162 | 137 | 94 | 806 | 1,350 |

1/ Establecimientos sin clasificación: Incluye hoteles, apartamentos, bungalows, casa de huéspedes, suites, condominios, moteles, villas y cabañas.

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal/ Sectur-Oaxaca.

**Tabla 3.** Oferta de hospedaje (cuartos). Cierre 2016.

**Gráfica 8.** Empleos generados por el Sector Turístico Periodo 2010-2016

180,000

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Oferta de hospedaje**  Destino | 5\* | 4\* | 3\* | 2\* | 1\* | Sin Clasificar/1 | Total |
| Cd. de Oaxaca | 490 | 2053 | 1310 | 1096 | 734 | 1011 | 6694 |
| Bahías de Huatulco | 2089 | 1129 | 577 | 204 |  | 846 | 4845 |
| Puerto Escondido | 251 | 605 | 577 | 601 | 316 | 1880 | 4230 |
| Istmo de Tehuantepec | 0 | 513 | 503 | 400 | 187 | 647 | 2250 |
| Tuxtepec | 0 | 305 | 187 | 264 | 72 | 292 | 1120 |
| Santa Catarina Juquila | 0 | 0 | 240 | 339 | 274 | 480 | 1333 |
| Ventanilla-Puerto Ángel | 0 | 0 | 105 | 102 | 80 | 1483 | 1770 |
| Mixteca | 0 | 90 | 238 | 112 | 233 | 821 | 1494 |
| Resto del estado | 0 | 129 | 342 | 379 | 124 | 3011 | 3985 |
| Total | 2830 | 4824 | 4079 | 3497 | 2020 | 10471 | 27,721 |

160,000

~~153,493~~

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | |  |  | | |  |  | | |
| 94,518  37,807 | 99,506 | | | 101,370 | | | 104,195 | | |
|  | |  |  | |  |  | |  |
|  | |  | |  | |
| 39,802 | | 40,548 | | 41,677 | |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |

140,000

120,000

100,000

80,000

60,000

40,000

20,000

132,325 139,309 141,918

145,872

147,853 149,484

105,609 106,774

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | |  |
|  | |
| 42,244 | |
|  |  |
|  |

42,710

109,638

43,855

1/ Establecimientos sin clasificación: Incluye hoteles, apartamentos, bungalows , casa de huéspedes, suites, condominios, moteles, villas y cabañas.

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal/ Sectur-Oaxaca.

0

2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016

Empleos directos Empleos indirectos Total

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

No obstante, el alojamiento de calidad turística (3, 4 y 5 estrellas) es de apenas 23.18% del total de la capacidad instalada, lo cual genera un muy bajo nivel de participación del estado de Oaxaca en los mercados de turismo de mayor poder adquisitivo,

que prefieren otros destinos que satisfagan sus ne- cesidades de alta calidad, servicios y confort.

En lo correspondiente a la oferta de alimentos y bebidas, en 2016 existía un total de 2,128 estableci- mientos de este tipo.

**Tabla 4.** Establecimientos de alimentos y bebidas. Cierre 2016

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de establecimiento**  Destino Restaurantes Restaurantes-bar Cafeterías Discotecas Bares Otros 3/ Total | | | | | | | |
| Cd. de Oaxaca | 181 | 84 | 73 | 6 | 37 | 59 | 440 |
| Bahías de Huatulco | 148 | 35 | 9 | 1 | 22 | 41 | 256 |
| Puerto Escondido | 84 | 46 | 14 | 1 | 7 | 22 | 174 |
| Istmo de Tehuantepec | 144 | 19 | 9 | 10 | 15 | 102 | 299 |
| Tuxtepec | 54 | 6 | 12 | 8 | 21 | 27 | 128 |
| Santa Catarina Juquila | 10 | 1 | 1 | 0 | 1 | 25 | 38 |
| Ventanilla-Puerto Ángel | 76 | 15 | 4 | 0 | 4 | 50 | 149 |
| Mixteca | 75 | 10 | 9 | 4 | 2 | 40 | 140 |
| Resto del estado | 250 | 54 | 16 | 4 | 9 | 171 | 504 |
| Total | 1,022 | 270 | 147 | 34 | 118 | 537 | 2,128 |

1/ Establecimientos sin clasificación: Incluye hoteles, apartamentos, bungalows , casa de huéspedes, suites, condominios, moteles, villas y cabañas.

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal/ Sectur-Oaxaca.

1. Generación de empleos

Para Oaxaca, uno de los rubros más importantes donde el turismo impacta en el desarrollo, parti- cularmente en los principales destinos del estado

—ciudad de Oaxaca, Bahías de Huatulco y Puer- to Escondido—, es en el de la generación de em- pleos. Al respecto, durante el periodo 2010-2016 se registró una tasa promedio de crecimiento anual de 2.5%, pasando de 37,807 a 43,855 em-

pleos directos, que sumados a los indirectos que genera el Sector arrojaron un total de 153,493 empleos. Esta cifra refleja la necesidad de coor- dinar, eficientar e incrementar los esfuerzos en el sector público y privado para la profesionaliza- ción de esta planta productiva, con la meta de elevar de manera evidente la competitividad de Oaxaca como destino de talla mundial.

# Marco Estratégico

Los objetivos y estrategias sectoriales de este Plan han sido alineados a los objetivos del Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022 (PED 2016-2022) dentro del Eje “Oaxaca Productivo e Innovador” y bajo el tema “Turismo”. A continuación, se presentan los programas sectoriales que darán cumplimiento a lo planteado en el PED a nivel estratégico.

Programa 1. Planeación y Desarrollo Estratégico Para atender el objetivo del PED 2016-2022 relativo a: “Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal mediante el diseño e implementa- ción de planes, programas y proyectos integrales de

desarrollo turístico desde criterios de competitividad y sustentabilidad”, el Plan Estratégico Sectorial de Turismo se propone implementar el Programa “Pla- neación y Desarrollo Estratégico”, que consiste en la instrumentación de planes, programas y proyectos detonadores de infraestructura y equipamiento turís- tico en los destinos, así como el desarrollo de pro- ductos, apoyo a la inversión, gestión administrativa para el financiamiento y celebración de convenios de coordinación institucional. Se muestra, acontinua- ción, la alineación de este Programa con el PED y se explican sus estrategias y principales acciones.



|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias | Objetivos | Estrategias |
| Objetivo 1. | Estrategia 1.1. | Objetivo 1. | Estrategia 1.1. |
| Fortalecer, incrementar y | Impulsar la articulación | Fortalecer la oferta | Impulsar acciones del sector público y privado, coor- |
| diversificar la oferta turís- | presupuestal y programá- | turística estatal, diseñando | dinando estrategias con órganos como el Consejo |
| tica estatal mediante el | tica de las acciones de los | y aplicando planes, | Consultivo de Turismo, la Comisión de Turismo del |
| diseño e implementación | tres órdenes de Gobierno | programas y proyectos | H. Congreso del Estado, dependencias estatales, |
| de planes, programas y | y del sector empresarial, | integrales de desarrollo | y otras instancias del sector, para contribuir a la |
| proyectos integrales de | orientándolas hacia los | turístico, sobre esquemas | consolidación y el desarrollo de destinos turísticos |
| desarrollo turístico desde | objetivos que favorez- | de competitividad y | tradicionales y de nueva creación. |
| criterios de competitivi- | can el desarrollo de los | sustentabilidad. |  |
|  |
| dad y sustentabilidad. | destinos turísticos y el |  | Estrategia 1.2. |
|  | aprovechamiento de los |  | Fomentar la aplicación de esquemas de apoyo a la |
|  | recursos potenciales de la |  | inversión turística pública y privada, que provean |
|  | entidad. |  | información sobre oportunidades e impulsen la |
|  |  |  | coordinación con los interesados, para la concreción |
|  |  |  | de los proyectos de inversión. |
|  |  |  | Estrategia 1.3. |
|  |  |  | Fomentar el diseño e instrumentación de progra- |
|  |  |  | mas sustentables de infraestructura y equipamiento |
|  |  |  | turístico dirigidos al fortalecimiento y la consolida- |
|  |  |  | ción de los destinos turísticos estatales. |
|  |  |  | Estrategia 1.4. |
|  |  |  | Promover la creación de infraestructura y servicios |
|  |  |  | turísticos de apoyo para acceder a nuevos segmen- |
|  |  |  | tos de mercado y fortalecer los actuales. |

Plan Estratégico Sectorial **Turismo**

22 Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



23

Entre los principales proyectos estratégicos considerados dentro de este Programa, destaca el impulso a la construcción del Centro de Con- venciones de las Bahías de Huatulco, que incluye una infraestructura moderna con espacios ade- cuados y acondicionados, ello para fomentar el crecimiento de la actividad turística en la entidad mediante la realización de eventos internaciona- les, nacionales, regionales y locales, principalmen- te de congresos, de convenciones y de negocios que atraigan un mayor número de visitantes y de inversionistas.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias |  | Estrategias |
|  |  |  | Estrategia 1.5. |
| Evaluar nuevos segmentos de turismo, buscando |
| diversificar la oferta estatal, para acceder a mercados |
| nacionales e internacionales no explotados ante- |
| riormente. |
| Estrategia 1.2. | Estrategia 1.6. |
| Fomentar el desarrollo | Diseñar e implementar planes y programas integra- |
| turístico sustentable del | les e incluyentes de desarrollo turístico, mediante |
| estado de Oaxaca. | acciones de planeación estratégica sustentable, |
|  | integrando a la oferta recursos turísticos competi- |
|  | tivos, así como identificando y diseñando nuevos |
|  | productos de turismo, para fomentar el desarrollo y |
|  | consolidación de los destinos turísticos estatales. |
|  | Estrategia 1.7. |
|  | Desarrollar los destinos y sitios turísticos estatales, |
|  | promoviendo la creación de proyectos turísticos |
|  | sustentables con base en criterios de respeto, |
|  | cuidado y preservación del patrimonio cultural y |
|  | natural de las comunidades, para impulsar el desa- |
|  | rrollo turístico regional. |
| Estrategia 1.3. | Estrategia 1.8. |
| Fomentar la conectividad | Fomentar y aplicar acciones que incrementen |
| desde los principales | la conectividad aérea, terrestre y marítima a los |
| mercados nacionales e | principales destinos turísticos del estado, a través de |
| internacionales hacia los | convenios con empresas de transporte y acciones |
| destinos turísticos de | de mejoramiento de infraestructura y equipamiento |
| Oaxaca, para incrementar | y el acceso eficiente, con calidad, a los destinos y |
| la densidad de conexiones | productos de turismo del estado, para generar un |
| aéreas, terrestres y | mayor número de opciones de conexión y enlace |
| marítimas. | desde los principales mercados turísticos. |
| Estrategia 1.4. | Estrategia 1.9. |
| Establecer planes que | Orientar el desarrollo turístico, favoreciendo la acce- |
| favorezcan el turismo | sibilidad de todos los turistas a los servicios, para |
| incluyente. | fomentar el turismo incluyente en el estado. |

Por otra parte, se plantea la remodelación y rehabilitación de los espacios e infraestructura del Teatro “Álvaro Carrillo”, en la ciudad de Oaxa-

ca, para disponer de un complejo donde puedan mostrarse las diversas manifestaciones de la rique- za cultural y étnica del estado, en complemento de la oferta que presenta actualmente el Centro de Convenciones ubicado en el municipio de San- ta Lucía del Camino, Oaxaca.

Igualmente, para contar con mejores herra- mientas para la planeación y la toma de decisiones en el Sector, se diseñará un Sistema de Adminis- tración Turística, que concentre, integre y estruc- ture la información estadística del Sector Turismo en una plataforma digital que permita contar con datos actualizados y disponibles.

Este Programa se llevará a cabo a través de las siguientes estrategias y líneas de acción:

Estrategia 1.1.

Impulsar acciones del sector público y privado, coordinando estrategias con órganos como el Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión de Tu- rismo del H. Congreso del Estado, dependencias estatales, y otras instancias del sector, para contri- buir en la consolidación y el desarrollo de destinos turísticos tradicionales y de nueva creación.

*Líneas de acción:*

* Diseñar y aplicar esquemas institucionales de coordinación, consulta y apoyo técnico entre los tres niveles de Gobierno, a través de orga- nismos como el Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión de Turismo del H. Congreso del Estado, y otras instancias del Sector, a efecto de fortalecer las acciones de planeación y desarrollo turístico en la entidad. Asimismo, se suscribirán convenios de colaboración institu- cional con instancias de los sectores público, privado, empresarial y académico, con el fin de elaborar estudios de planeación y desarrollo de productos turísticos competitivos.
* Promover la elaboración de estudios para iden- tificar potencialidades y vocaciones turísticas que permitan el desarrollo y diversificación de la oferta.
* Aplicar esquemas de seguimiento a los instru- mentos de colaboración institucional con los sectores público, privado y académico, para impulsar el alcance de las metas.
* Establecer acciones de retroalimentación inte- rinstitucional y empresarial, así como de difu- sión de las prácticas y estrategias exitosas en el Sector Turístico, con el objetivo de ampliar sus alcances y replicarlas o adaptarlas a otros pro- yectos.
* Generar y aplicar esquemas para replantear los Centros Integralmente Planeados como Huatul- co, en coordinación y acuerdo con el Gobierno Federal, que brinden también opciones de de- sarrollo para las reservas territoriales suscepti- bles de uso turístico.

Estrategia 1.2.

Fomentar la aplicación de esquemas de apoyo a la inversión turística pública y privada, que provean información sobre oportunidades de inversión e

impulsen la coordinación con los interesados para la concreción de los proyectos de este tipo.

*Líneas de acción:*

* Impulsar esquemas de coordinación institu- cional para promover de manera conjunta la atracción de inversiones en la prestación de servicios y estimular el crecimiento tanto de empresas turísticas como de los destinos esta- tales en desarrollo.
* Apoyar la elaboración de carteras de proyectos turísticos viables, mediante el análisis de las for- talezas de las áreas de oportunidad definidas como “clústers”, para difundir las oportuni- dades de inversión e incentivar la participación de capital privado.
* Brindar acompañamiento a los inversionistas para la concreción de los proyectos en con- diciones de beneficio mutuo para éstos y las regiones.
* Difundir y vincular las reglas de operación de los programas de apoyos federales y estatales de fomento a la inversión y la actividad turís- tica, con el propósito de facilitar el acceso a los recursos disponibles para tal efecto.

Estrategia 1.3.

Fomentar el diseño e instrumentación de pro- gramas sustentables de infraestructura y equi- pamiento turístico, bajo criterios de alta calidad y sustentabilidad, dirigidos al fortalecimiento y la consolidación de los destinos turísticos estatales.

*Líneas de acción:*

* Promover convenios y programas de trabajo en conjunto con los gobiernos Federal, Estatal y Municipal, para la dotación de infraestructura y equipamiento turístico sustentable y con calidad competitiva a destinos y empresas turís- ticas que fortalecen la oferta turística estatal.
* Impulsar acciones coordinadas con los tres niveles de Gobierno para el desarrollo de pro- yectos de turismo de naturaleza, el rescate del patrimonio histórico edificado, los museos comunitarios y el mantenimiento, apertura y protección de las zonas arqueológicas, para su integración a la oferta turística del estado.
* Fomentar el fortalecimiento y actualización

de los destinos turísticos con tecnologías de información y comunicación para mejorar su operación, difusión, comercialización y posicio- namiento.

* + Impulsar en los municipios, acciones de apro- vechamiento sustentable que integren criterios de preservación del patrimonio cultural, edifi- cado y natural, privilegiando los elementos de identidad comunitarios.
  + Apoyar la generación de esquemas de colabora- ción y coordinación entre las instancias guber- namentales municipales, estatales y federales, con los sectores empresarial, académico y privado, con la finalidad de llevar a cabo pro- gramas de difusión e instrumentación de crite- rios de sustentabilidad y cuidado ambiental en la actividad turística.

Estrategia 1.4.

Promover la creación de infraestructura y servicios turísticos de apoyo con calidad competitiva, para acceder a nuevos segmentos de mercado y forta- lecer los actuales.

*Líneas de acción:*

* + Apoyar la generación de actividades alternativas para diversificar la oferta en los destinos turís- ticos tradicionales mediante la incorporación de nuevos destinos turísticos complementarios.
  + Impulsar la creación de programas de infraes- tructura turística prioritaria para fortalecer los productos innovadores y diversificados y con- solidar los destinos turísticos tradicionales, las “Rutas Turísticas” y los “Pueblos Mágicos”.
  + Incentivar la innovación de productos turísticos mediante mecanismos establecidos conjunta- mente con los actores del Sector.

Estrategia 1.5.

Evaluar nuevos segmentos de turismo, buscando diversificar la oferta estatal para acceder a mer- cados nacionales e internacionales no explotados anteriormente.

*Líneas de acción:*

* + Diseñar y aplicar esquemas de fomento al turismo de congresos y convenciones, religioso, gourmet y premium, a efecto de incrementar la

afluencia y derrama de estos segmentos.

* Establecer acciones de desarrollo de infraestruc- tura y equipamiento de turismo de congresos y convenciones, religioso, gourmet y premium, para fortalecer estos segmentos.
* Desarrollar acciones dirigidas a insertar a la medicina tradicional como elemento de valor turístico en las comunidades con este potencial, para acceder al mercado de turismo de salud.
* Desarrollar acciones prospectivas en coordina- ción con habitantes y prestadores de servicios para la creación de productos competitivos a partir de los recursos turísticos integrales de los barrios tradicionales.
* Diseñar y aplicar acciones para posicionar la marca “Oaxaca”, generando un turismo cons- tante e incentivando la fidelidad hacia los des- tinos estatales.

Estrategia 1.6.

Diseñar e implementar planes y programas integrales e incluyentes de desarrollo turístico, mediante acciones de planeación estratégica sus- tentable, integrando a la oferta recursos turísticos competitivos, así como identificando y diseñando productos de turismo innovadores para fomentar el desarrollo y consolidación de los destinos esta- tales.

*Líneas de acción:*

* Identificar e integrar clústers turísticos estra- tégicos en zonas prioritarias y emergentes de probada demanda que concentren atractivos, recursos y servicios turísticos.
* Impulsar la colaboración empresarial dentro de los clústers, con el fin de ampliar las ventajas competitivas en temas como representación, compra de insumos, generación de productos, promoción y comercialización.
* Fomentar la inversión privada nacional e interna- cional en los clústers establecidos, para incen- tivar la creación de una plataforma competitiva de servicios e infraestructura con estándares de excelencia.
* Generar esquemas para integrar eficientemente a los prestadores de servicios en las cadenas de valor, de desarrollo y oferta de productos turísticos.
  + Evaluar las características y componentes de la oferta turística estatal, como los destinos principales, las “Rutas Turísticas” y los “Pue- blos Mágicos”, para definir y aplicar procesos de mejora y desarrollo de productos turísticos competitivos.
  + Fomentar la creación de agendas de competiti- vidad y sustentabilidad de los destinos, rutas y productos turísticos como los “Pueblos Mágicos”, que permitan fundamentar los planes y pro- gramas de desarrollo de la actividad turística.

Estrategia 1.7.

Desarrollar los destinos y sitios turísticos estatales, promoviendo la creación de proyectos turísticos sustentables con base en criterios de respeto, cuidado y preservación del patrimonio cultural y natural de las comunidades, para impulsar el desa- rrollo turístico regional.

*Líneas de acción:*

* + Diseñar productos turísticos enfocados en la experiencia directa del visitante en los des- tinos, ofreciendo vivencias gastronómicas, artesanales, culturales, naturales y de nuevos segmentos de turismo, con el propósito de generar altos estándares de competitividad e impulsar el acceso a mejores mercados.
  + Fomentar en las comunidades la puesta en valor, el aprovechamiento y la preservación de los recursos naturales, culturales y étnicos, a partir de su difusión e impulso.
  + Diseñar mecanismos de trabajo interinstitu- cional para promover el ordenamiento territo- rial en las zonas susceptibles de uso turístico.

Estrategia 1.8.

Fomentar y aplicar acciones que incrementen la conectividad aérea, terrestre y marítima a los principales destinos turísticos del estado, a través de la suscripción de convenios con empresas de transporte y acciones de mejoramiento de infraes- tructura y equipamiento, además del acceso efi- ciente y con calidad a los destinos y productos de turismo del estado, para generar más y mejores opciones de conexión y enlace desde los princi- pales mercados turísticos e incrementar los niveles de afluencia.

*Líneas de acción:*

* Fomentar la construcción, rehabilitación y modernización de infraestructura vial hacia y en los destinos del estado que generen una afluencia turística mayor, más eficiente y com- petitiva.
* Realizar acciones de gestión, diseño e instala- ción de señalamiento turístico inductivo e infor- mativo en las carreteras y caminos hacia los destinos del estado, para fortalecer la calidad de los servicios y los productos turísticos.
* Celebrar acuerdos y convenios con empresas de transporte aéreo, terrestre y marítimo, con el objetivo de aumentar las alternativas de conec- tividad hacia los destinos de la entidad y desde los mercados de turismo potenciales y cautivos.
* Diseñar y aplicar esquemas que aprovechen las nuevas tecnologías de la información y comu- nicación (TIC´s) para generar nuevos canales de conexión con los mercados de turismo.
* Crear sistemas de generación y monitoreo de indicadores de conectividad turística en el estado, así como aprovechar las plataformas existentes para optimizar los procesos y la obtención de resultados.

Estrategia 1.9.

Orientar el desarrollo turístico, favoreciendo la accesibilidad de todo el turismo a los servicios, para fomentar el turismo incluyente en el estado.

*Líneas de acción:*

* Generar esquemas y productos turísticos que integren criterios de accesibilidad, equidad de género y turismo incluyente.
* Instrumentar un programa permanente de con- ciencia turística dirigido a zonas y destinos con potencial turístico, a favor de la apropiación de los proyectos turísticos.
* Promover un programa de capacitación integral y cultura turística, con enfoque inclusivo y de género, que involucre a la sociedad en general desde niveles educativos básicos y que permita prevenir y/o erradicar la violencia de género en la actividad turística, elevando la calidad de los servicios turísticos.
* Crear y promover opciones de turismo accesible para toda la población, a partir de criterios de

inclusión social, económica, cultural, y parti- cularmente enfocada en personas con capaci- dades diferentes y grupos vulnerables.

* + Privilegiar en el desarrollo de los destinos turís- ticos criterios de accesibilidad en lo referente a infraestructura, instalaciones y equipamiento, dirigidos a personas con capacidades diferentes y grupos vulnerables, a efecto de provocar el turismo incluyente.
  + Diseñar y concertar planes y programas para la generación de productos turísticos especiali- zados, en coordinación con las empresas pres- tadoras de servicios, para favorecer e impulsar el turismo de personas con capacidades dife- rentes.
  + Impulsar la creación de programas de alcance estatal y nacional que fomenten e incentiven prácticas de turismo responsable y sustentable.
* Fomentar la vinculación laboral de grupos sociales vulnerables con el sector.
* Impulsar acciones de coordinación institucional para la erradicación de delitos relacionados con la trata de personas o que afecten a grupos vul- nerables, como parte de la actividad turística.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias | Objetivos | Estrategias |
| Objetivo 2.  Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistente- mente 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. | Objetivo 2.  Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesiona- lización. | 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. |
|  | Estrategia 2.2. Implementar acciones de orientación, asistencia y auxilio al turismo. |  | Estrategia 2.2.  Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas, aplicando programas de capacitación dirigida y especializada. |
|  |  |  | Estrategia 2.3.  Diseñar e implementar programas de orientación, asistencia y auxilio turístico para reforzar la excelen- cia en los servicios y fortalecer la imagen de Oaxaca como destino seguro. |

Prospectiva de la Planeación y Desarrollo Estra- tégico a 2022

Con la aplicación del Programa “Planeación y Desarrollo Estratégico”, se estima que para el año 2022 la derrama económica alcance una cifra superior a los 17 mil millones de pesos, con un incremento gradual de 4.29% anual, lo que bene- ficiará directamente a los habitantes de las loca- lidades anfitrionas, así como a proveedores de insumos y prestadores de servicios, tanto turísticos como asociados a este Sector.

**Gráfica 9.** Prospectiva de derrama económica 2017-2022 (MDP)

20000

15000

10000

5000

0

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL

13,912

14,518

15,099

15,758

16,433

17,170

2017 2018 2019 2020 2021 2022

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

Entre las acciones principales consideradas dentro de este Programa, se considera como prio- ritario el “Programa Estatal de Profesionalización y Certificación de Empresas y Destinos Turísticos”, que impulsará la conformación de una plataforma de servicios de alta calidad, orientada a la competi- tividad y acorde con los más exigentes estándares mundiales.

De este modo, el Programa “Profesionalización Turística” del Plan Estratégico Sectorial se llevará a cabo a través de las siguientes estrategias y líneas de acción:

Estrategia 2.1.

Implementar programas de profesionalización y certificación turística para alcanzar niveles de ex- celencia en la calidad de los servicios turísticos, que

tizar la calidad de los destinos turísticos, consi- derando sus características y competitividad a nivel mundial.

* Implementar el Programa Integral de Capaci- tación, buscando aprovechar plenamente el potencial humano de la entidad para lograr la profesionalización de los prestadores de servi- cios turísticos.
* Promover la firma de convenios de coordinación con las instituciones educativas y empresas del Sector, estableciendo acciones y criterios de eficacia que permitan mejorar la calidad de los esfuerzos de capacitación e incrementar sus alcances.
* Impulsar la coordinación de los tres niveles de Gobierno con las instituciones educativas y de capacitación relacionadas con esta actividad

Programa 2. Profesionalización Turística

Para atender el objetivo del PED 2016-2022 relativo a: “impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas de profesionalización para incrementar consistentemente la competitividad de la oferta turística estatal”, el Plan Estratégico Sectorial de Turismo implementa el Programa

“Profesionalización Turística”, el cual consiste en la aplicación de programas y esquemas de capaci- tación, verificación de la calidad de los servicios y certificaciones a prestadores de servicios, así como asistencia turística. A continuación se muestra la ali- neación de este Programa con el PED y se explican sus estrategias y principales acciones.

permitan elevar la competitividad de la oferta del estado.

*Líneas de acción:*

* + Promover reformas legislativas en los diferentes ámbitos de gobierno, en alineación con los cri- terios federales, para fomentar la eficiencia del sector e incrementar los esquemas de mejora continua.
  + Impulsar la certificación con base en normas nacionales e internacionales a efecto de garan-

para buscar la actualización y homologación de sus planes y objetivos de estudio con las necesi- dades de este Sector.

* Aprovechar las nuevas TIC´s para generar pro- gramas de atención y formación remota, a fin de ampliar los alcances de los programas de profesionalización en este Sector.
* Aplicar esquemas eficientes de verificación a partir de los criterios federales del Sector.
* Impulsar la creación de un Catálogo Estatal de Puestos que permita definir los perfiles necesa-

rios para el Sector Turístico, sus características y su distribución geográfica.

* + Promover la creación de un Registro de Institu- ciones y Agentes de Capacitación, que permita conocer sus programas, alcances, grado de efi- ciencia y resultados, fomentando la efectividad de las acciones de profesionalización para el Sector.

Estrategia 2.2.

Apoyar el crecimiento de las empresas turísticas aplicando programas de capacitación dirigida y especializada.

*Líneas de acción:*

* + Apoyar la formación de guías especializados mediante la actualización permanente, pro- moviendo su certificación, con el objetivo de obtener altos estándares en el servicio.
  + Crear una Ventanilla Única de Atención, como un enlace de gestión entre el Sector Turístico y el Gobierno del Estado de Oaxaca, para favo- recer las acciones de desarrollo y particular- mente impulsar las iniciativas que permitan el crecimiento y consolidación de la oferta turís- tica estatal.
  + Impulsar convenios de colaboración con institu- ciones educativas para la creación de espacios y oportunidades de capacitación relacionados con la elaboración de estudios técnicos y de comercialización turística.
  + Fomentar acciones coordinadas de los tres niveles de Gobierno con las empresas del

Sector para generar oportunidades de capaci- tación en campo.

Estrategia 2.3.

Diseñar e implementar programas de orientación, asistencia y auxilio turístico para reforzar la excelen- cia en los servicios y fortalecer la imagen de Oaxaca como destino seguro.

*Líneas de acción:*

* Promover la creación de módulos de atención e información turística en destinos principales y en los “Pueblos Mágicos” del estado.
* Desarrollar programas de atención y fomento turístico para inducir la visita a los sitios y des- tinos turísticos estatales.
* Coadyuvar con el Programa “Ángeles Verdes”, fortaleciéndolo y promoviendo su continuidad, con el fin de mejorar la atención y asistencia al turismo en las carreteras de la entidad.
* Fortalecer el Centro de Protección al Turista (CEPROTUR) para brindar el auxilio turístico oportuno a visitantes en situación de riesgo o que hayan sufrido algún incidente.

Prospectiva de la Profesionalización Turística a 2022

Al elevar la calidad de los servicios turísticos, la aplicación del Programa “Profesionalización Turís- tica” incrementará los niveles de afluencia hasta un volumen de 5,588,351 turistas, como lo mues- tra la gráfica 10.

De este modo, el Programa contribuirá al logro de las metas propuestas para el año 2022 y genera- rá una derrama económica superior a los 17 mil mi- llones de pesos, con un incremento anual estimado de 4.29% (como se muestra en la gráfica 9. Pros- pectiva de derrama económica 2017-2022 MDP). El aumento en la afluencia, y por consiguiente en la derrama económica, generará un beneficio directo para los habitantes de las localidades anfitrionas, así como a proveedores de insumos y prestadores de servicios, tanto turísticos como asociados al Sector.

Programa 3. Promoción Turística

Para atender el objetivo del PED 2016-2022 relativo a: “Promover eficazmente los destinos turísticos de

Oaxaca para su mejor posicionamiento en los mer- cados nacionales e internacionales”, el Plan Estraté- gico Sectorial de Turismo se propone implementar el Programa “Promoción Turística”, que consiste en el diseño y la aplicación de programas y campañas que, a partir del análisis de los mercados naciona- les y extranjeros, promuevan de manera eficaz los destinos, atractivos, productos y servicios turísticos del estado de Oaxaca, además de que incluye la organización y participación en eventos nacionales e internacionales donde se difundan los atractivos, productos y servicios de turismo de la entidad. A continuación, se muestra la alineación de este pro- grama con el PED y se explican sus estrategias y principales acciones.

**Gráfica 10.** Prospectiva de la afluencia 2017-2022 (turistas anuales)

5,221,380

5,588,351

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias | Objetivos | Estrategias |
| Objetivo 3. | Estrategia 3.1. | Objetivo 3. | Estrategia 3.1. |
| Promover eficazmente | Diseñar una estrategia | Aplicar acciones de | Diseñar y aplicar campañas y programas de |
| los destinos turísticos de | integral de promoción | promoción eficaz de los | promoción turística eficaces y profesionales de los |
| Oaxaca para su mejor | turística para posicionar | destinos turísticos de | destinos, rutas, Pueblos Mágicos y productos turísti- |
| posicionamiento en los | a la entidad en la prefe- | Oaxaca para posicionarlos | cos de Oaxaca, considerando las actuales demandas |
| mercados nacionales e | rencia de los mercados | en los mejores mercados | del turismo mundial, para posicionar al estado en los |
| internacionales | nacionales e internacio- | nacionales e internacio- | mejores mercados nacionales e internacionales. |
|  | nales. | nales. |  |
|  | Estrategia 3.2. |  | Estrategia 3.2. |
|  | Acceder a nuevos seg- |  | Brindar acompañamiento a las acciones de prospec- |
|  | mentos de mercado para |  | ción en nuevos segmentos de turismo, buscando |
|  | diversificar y consolidar la |  | diversificar la oferta estatal para acceder a mercados |
|  | oferta turística de Oaxaca. |  | nacionales e internacionales no explotados. |
|  |  |  | Estrategia 3.3. |
|  |  |  | Fomentar y aplicar acciones que incrementen |
|  |  |  | la conectividad aérea, terrestre y marítima a los |
|  |  |  | principales destinos turísticos de Oaxaca, a través de |
|  |  |  | convenios con empresas de transporte y acciones |
|  |  |  | de mejoramiento de infraestructura y equipamiento |
|  |  |  | y el acceso eficiente, con calidad, a los destinos y |
|  |  |  | productos de turismo del estado, para generar un |
|  |  |  | mayor número de opciones de conexión y enlace |
|  |  |  | desde los principales mercados turísticos. |

5,350,000

CONTRIBUCIÓN PORCENTUAL

5,300,000

5,116,564

5,250,000

5,200,000

5,006,248

5,150,000

5,100,000

5,050,000

5,000,000

2017 2018 2019 2020 2021 2022

Los proyectos prioritarios de este Programa son la organización, promoción y realización de la máxima fiesta de los oaxaqueños, la Guelaguetza, así como la coordinación de los eventos asociados, lo que motivará altos niveles de afluencia en el mes de julio, en beneficio de los prestadores de servi- cios de la ciudad de Oaxaca y los Valles Centrales,

5,338,626

5,459,711

Asimismo, destaca la participación del estado en importantes eventos programados de promo- ción nacional e internacional, como el Tianguis Tu- rístico y la Feria Internacional de Turismo (FITUR), lo cual brinda oportunidades de negocio directas con operadoras, agencias de viajes, empresas ma- yoristas y aerolíneas, además de proveer una valio-

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

generando una importante derrama económica.

sa herramienta promocional de primer nivel.

32 Plan Estratégico Sectorial **Turismo** Plan Estratégico Sectorial **Turismo** 33



Este Programa consta de las siguientes estrate- gias y líneas de acción:

Estrategia 3.1.

Diseñar y aplicar campañas y programas de pro- moción turística eficaces y profesionales de los destinos, “Rutas Turísticas”, “Pueblos Mágicos” y productos turísticos de Oaxaca, considerando las actuales demandas del turismo mundial, para po- sicionar al estado en los mejores mercados nacio- nales e internacionales.

*Líneas de acción:*

* + Diseñar y aplicar campañas promocionales de los destinos turísticos estatales, dirigidas a mer- cados específicos y considerando sus particula- ridades, para incrementar su impacto y eficacia.
  + Promover y posicionar al estado como un des- tino turístico seguro y con una oferta de alta
* Promover y brindar acompañamiento a las empresas de servicios turísticos para su integra- ción a la plataforma digital “Viajemos Todos por México”, a fin de fomentar el turismo nacional y romper la estacionalidad.
* Impulsar la instrumentación de esquemas que incentiven una mayor participación de las empresas operadoras mayoristas para desarrollar mejores herramientas de promoción y comercia- lización de los productos turísticos del estado.

Estrategia 3.2.

Brindar acompañamiento a las acciones de pros- pección en nuevos segmentos de turismo, buscan- do diversificar la oferta estatal para acceder a mer- cados nacionales e internacionales no explotados.

*Líneas de acción:*

* Diseñar y aplicar esquemas de fomento y difu-
  + Realizar acciones de gestión, diseño e instala- ción de señalamiento turístico inductivo e infor- mativo en las carreteras y caminos hacia los destinos del estado, para fortalecer la calidad de los servicios y productos turísticos.
  + Celebrar acuerdos y convenios con empresas de transporte aéreo, terrestre y marítimo, para aumentar las alternativas de conectividad hacia los destinos de la entidad y desde los mercados de turismo potenciales y cautivos.
  + Diseñar y aplicar esquemas que integren las nuevas tecnologías de la información y comu- nicación para generar nuevos canales de conexión con los mercados de turismo.

**Gráfica 11.** Prospectiva de afluencia 2017-2022

* Crear sistemas de generación y monitoreo de indicadores de conectividad turística en el estado y aprovechar las plataformas existentes para optimizar los procesos y la obtención de resultados.

Prospectiva de la Promoción Turística a 2022

El Programa “Promoción Turística” permitirá po- sicionar a Oaxaca como una marca turística con características de excelencia en la calidad de sus productos y servicios, y como un destino turístico seguro. Este Programa coadyuvará a generar nive- les más altos de afluencia no sólo de turismo na- cional sino principalmente de turismo extranjero.

calidad, con el objetivo de aumentar los índices de afluencia, estancia y derrama económica.

* + Aplicar campañas de difusión de los atractivos, ofertas y productos turísticos de Oaxaca dise- ñadas específicamente para aprovechar los canales digitales y las tecnologías de la infor- mación y comunicación.

sión del turismo de congresos y convenciones, religioso, gourmet y premium, para incrementar la afluencia y derrama en esos segmentos.

* Establecer acciones de desarrollo de infraestruc- tura y equipamiento de turismo de congresos y convenciones, religioso, gourmet y premium, con el propósito de fortalecer esos segmentos.

6,000,000

5,000,000

4,756,929

4,865,716

4,968,979

5,084,792

5,204,419

5,331,571

4,000,000

3,000,000

249,319

250,848

252,400

253,834

255,292

256,780

2,000,000

1,000,000

0

* + Diseñar y aplicar campañas de promoción espe-

cializadas, dirigidas al posicionamiento de los

* Desarrollar acciones dirigidas a insertar a la medi- cina tradicional como elemento de valor turístico

2017

2018 2019 2020 2021 2022

AFLUENCIA NACIONAL AFLUENCIA INTERNACIONAL

atractivos y los destinos turísticos de sol y playa, cultura, ecoturismo, aventura, “Rutas Turísticas” y “Pueblos Mágicos”.

* + Fomentar la instrumentación de viajes de familiari-

en las comunidades con este potencial, a efecto de acceder al mercado de turismo de salud.

Estrategia 3.3.

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

zación con representantes de medios masivos de comunicación, agencias de viajes y operadoras turísticas, a efecto de generar oportunidades de negocio para los destinos turísticos estatales.

* + Participar en ferias y eventos de turismo locales, nacionales e internacionales, en coordinación con prestadores de servicios turísticos, para comercializar y posicionar la oferta del estado en los mejores mercados del país y del mundo.
  + Desarrollar un inventario estatal de actividades culturales, ecoturísticas, gastronómicas, arte- sanales y otras, para su difusión en diversos medios, con la finalidad de fomentar el turismo de la población oaxaqueña hacia los destinos de la entidad, así como incentivar la visita de turistas nacionales.

Fomentar y aplicar acciones que incrementen la conectividad aérea, terrestre y marítima a los prin- cipales destinos turísticos de Oaxaca, a través de convenios con empresas de transporte y acciones de mejoramiento de infraestructura y equipamien- to y el acceso eficiente, con calidad, a los destinos y productos de turismo del estado, para generar un mayor número de opciones de conexión y enlace desde los principales mercados turísticos.

*Líneas de acción:*

* Fomentar la construcción, rehabilitación y modernización de infraestructura vial hacia y en los destinos del estado, que generen una afluencia turística mayor, más eficiente y com- petitiva.

De igual manera, las acciones de promoción fortalecerán los esfuerzos en el Sector y permiti- rán incrementar los índices de derrama económica para el año 2022, que se proyectan en un monto superior a los 17 mil millones de pesos (Gráfica 9. Prospectiva de derrama económica. 2017-2022 MDP), lo que generará beneficios a los habitantes de las localidades anfitrionas, así como a provee- dores de insumos y prestadores de servicios, tanto turísticos como asociados al Sector.

Programa 4. Comercialización Turística

Para atender el objetivo del PED 2016-2022 relati- vo a: “Diseñar sistemas eficientes y actualizados de

comercialización para apoyar las labores de pro- moción y posicionamiento de la oferta turística de Oaxaca”, el Plan Estratégico Sectorial de Turismo se propone implementar el Programa “Comer- cialización Turística”, que consiste en la creación de esquemas de comercialización, así como en la elaboración de estudios de mercado, evaluación operativa y comercial de productos turísticos, monitoreo turístico, además del levantamiento y procesamiento de información del Sector. Ense- guida se muestra la alineación del Programa con el PED, y se explican sus estrategias y principales acciones.

Este programa consta de las siguientes estrate- gias y líneas de acción:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias | Objetivos | Estrategias |
| Objetivo 4. | Estrategia 4.1. | Objetivo 4. | Estrategia 4.1. |
| Diseñar sistemas | Definir los esquemas de | Contribuir a las labores de | Instrumentar programas de comercialización efica- |
| eficientes y actualizados | comercialización para | promoción y posiciona- | ces, a través del análisis de las características de los |
| de comercialización para | impulsar los mercados | miento mediante la imple- | mercados cautivos y potenciales, para impulsar el |
| apoyar las labores de | turísticos cautivos y | mentación de sistemas | incremento de la afluencia y la derrama turísticas. |
| promoción y posicio- | potenciales. | eficientes y actualizados |  |
| namiento de la oferta |  | de comercialización. |  |
|  |
| turística de Oaxaca. |  |  | Estrategia 4.2. |
|  |  |  | Incorporar los avances tecnológicos a los sistemas |
|  |  |  | de mercadeo turístico para posicionar a Oaxaca |
|  |  |  | entre un mayor número de consumidores. |
|  | Estrategia 4.2. |  | Estrategia 4.3. |
|  | Definir programas de |  | Aplicar programas de monitoreo de la actividad |
|  | monitoreo de la activi- |  | turística de Oaxaca, privilegiando el uso de las nue- |
|  | dad turística de Oaxaca. |  | vas tecnologías de la información y la comunicación |
|  |  |  | para generar bases de datos que fundamenten la |
|  |  |  | toma de decisiones de desarrollo turístico. |

Estrategia 4.1.

Instrumentar programas de comercialización efica- ces, a través del análisis de las características de los mercados cautivos y potenciales, para impulsar el incremento de la afluencia y la derrama turísticas.

*Líneas de acción:*

* + Realizar estudios de mercadeo para apoyar las labores de comercialización de los productos turísticos estatales que muestren más potencial de aprovechamiento turístico.
  + Elaborar estudios del perfil del turismo directa- mente en los destinos principales del estado para evaluar tendencias, motivos de viaje y origen, entre otros indicadores.

-Determinar los planes y programas de comercia- lización para las “Rutas Turísticas”, los destinos y “Pueblos Mágicos” del estado.

* + Diseñar campañas de integración de la oferta, pro- moción ycomercialización turísticas que fortalezcan a empresas turísticas, con la finalidad de maximizar los alcances de las acciones promocionales.
  + Impulsar acciones de coordinación interinstitu- cional que involucren a instancias municipales, estatales y federales para la formulación de planes y programas de mercadeo.

Estrategia 4.2.

Incorporar los avances tecnológicos a los sistemas de mercadeo turístico para posicionar a Oaxaca entre un mayor número de consumidores.

*Líneas de acción:*

* Desarrollar un programa de mercadeo digital aprovechando las nuevas formas de difusión y ventas a través de Internet.

Estrategia 4.3.

Aplicar programas de monitoreo de la actividad turística de Oaxaca, privilegiando el uso de las nue- vas tecnologías de la información y comunicación para generar bases de datos que fundamenten la toma de decisiones de desarrollo turístico y per- mitan brindar seguimiento a los resultados de las acciones en materia de turismo.

*Líneas de acción:*

* Monitorear y reportar los resultados del Sector relativos a Oaxaca de Juárez, Bahías de Huatulco y Puerto Escondido, generados por el Sistema de Información Estadística “DATATUR”.
* Elaborar un reporte de indicadores de actividad turística en la entidad.
* Establecer mecanismos de trabajo conjunto entre los actores del Sector para generar propuestas de acciones de desarrollo turístico.
  + Diseñar y aplicar esquemas de seguimiento y evaluación de las propuestas generadas a partir de los mecanismos de trabajo conjunto entre los actores del Sector.

Prospectiva de la Comercialización Turística a 2022

La implementación del Programa “Comercializa- ción Turística” establecerá bases de información consistentes y de utilidad para el Sector, lo que permitirá la adecuada toma de decisiones para optimizar los resultados de las acciones de promo- ción turística. Con esto, se coadyuvará en mejorar las cifras propuestas de afluencia (5,588,351 turistas para el año 2022) y, por tanto, de derrama econó- mica en los destinos turísticos de la entidad (17,170 millones de pesos para el año 2022), de acuerdo con lo proyectado en la gráfica 9. Derrama Econó- mica. Prospectiva 2017-2022.

Programa 5. Desarrollo Turístico Sustentable Para atender el objetivo del PED 2016-2022 rela- tivo a: “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”, el Plan Estratégico Secto- rial de Turismo propone implementar el Programa “Desarrollo Turístico Sustentable”, que consiste en desarrollar productos y proyectos de turismo de naturaleza en comunidades rurales que ya ofrez- can actividades de turismo, así como a las que posean un potencial real de aprovechamiento en el Sector. De igual manera, este Programa lleva a

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| PED 2016-2022 | | Plan Estratégico Sectorial 2016-2022 | |
| Objetivos | Estrategias | Objetivos | Estrategias |
| Objetivo 5. | Estrategia 5.1. | Objetivo 5. | Estrategia 5.1. |
| Impulsar el desarrollo | Promover acciones coor- | Contribuir al desarro- | Diseñar y desarrollar programas dirigidos al aprove- |
| sustentable de las co- | dinadas que aprovechen | llo sustentable de las | chamiento de los recursos naturales de las regiones |
| munidades oaxaqueñas | de manera sustentable | comunidades turísticas | de la entidad, para desarrollar y apuntalar productos |
| ubicadas en zonas de | los recursos culturales y | existentes y potenciales | de naturaleza, incorporando a las comunidades |
| potencial turístico, favo- | naturales de la entidad, | mediante productos turís- | rurales a los beneficios de la actividad turística. |
| reciendo su participación | generando oportunida- | ticos de calidad que favo- |  |
|  |
| en el Sector para generar | des de desarrollo. | rezcan su participación | Estrategia 5.2. |
| beneficios económicos y |  | en el Sector para generar | Aplicar acciones de identificación de comunidades |
| sociales en el estado. |  | beneficios económicos y | con recursos naturales y culturales con vocación tu- |
|  |  | sociales. | rística, mediante acciones de trabajo en campo, para |
|  |  |  | generar oportunidades de desarrollo y crecimiento |
|  |  |  | turístico. |

cabo una gestión de apoyo para el desarrollo de destinos de turismo de naturaleza. A continuación se muestra su alineación con el PED y se explican sus estrategias y principales acciones.

Entre los proyectos prioritarios de este Progra- ma destaca el apoyo a las “Rutas Turísticas”, princi- palmente la “Ruta Caminos del Mezcal”, “Ruta de la Costa”, “Ruta Mágica de las Artesanías”, “Ruta de la Sierra Juárez” y “Ruta de la Fe Juquila”, que presen- tan mejores índices de afluencia y derrama, con el objetivo de aprovechar sus fortalezas y potenciali- dades.

Asimismo, se diseñarán clústers turísticos que aprovechen la atractividad y el área de influencia de destinos como San Pablo Villa de Mitla y San Pedro y San Pablo Teposcolula, los cuales cuentan con el nombramiento de “Pueblo Mágico”. De este modo, se diversificará y enriquecerá la oferta turís- tica estatal, generando flujos de visitantes que be- neficien a las comunidades de estas zonas.

El Programa “Desarrollo Turístico Sustentable” consta de las siguientes estrategias y líneas de acción:

Estrategia 5.1.

Diseñar y desarrollar programas dirigidos al aprove- chamiento de los recursos naturales de las regiones de la entidad, para desarrollar y apuntalar productos de naturaleza, incorporando a las comunidades ru- rales a los beneficios de la actividad turística.

*Líneas de acción:*

* Diseñar esquemas de trabajo con las comuni- dades ecoturísticas para potenciar el aprovecha- miento de sus recursos naturales y culturales.
  + Fomentar acciones coordinadas de los municipios ecoturísticos y el Gobierno del Estado con institu- ciones y organismos educativos para el desarrollo del turismo en las comunidades que posean recursos viables para ello.
  + Generar productos de turismo ecológico y comu- nitario de alta calidad para incrementar la atrac- tividad de las localidades y, por consiguiente, la afluencia turística.
  + Impulsar la creación de Zonas de Desarrollo Turís- tico a partir de la evaluación de sus potenciali- dades a favor de las comunidades incluidas en esos territorios.
  + Proponer y coordinar acciones que fortalezcan la oferta de los “Pueblos Mágicos” del estado y brinden pautas para promover el nombramiento de otras localidades.
  + Identificar los elementos y productos con más potencial de aprovechamiento de las “Rutas Turísticas” del estado, así como los productos y oferta que generen mayor afluencia y derrama con la finalidad de fortalecer sus potencialidades y generar esquemas de mejora y desarrollo.
  + Promover acciones de coordinación en los tres niveles de Gobierno para el crecimiento y diver- sificación de la oferta de las localidades ecoturís- ticas, que planteen alternativas de fomento a los productos elaborados en esas localidades.
  + Impulsar la difusión de los criterios y requeri- mientos de las distintas instituciones, organismos y entidades de financiamiento turístico para favo-

recer el acceso de las comunidades ecoturísticas a los recursos y apoyos a la actividad turística.

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 creci- miento turístico.

*Líneas de acción:*

* Realizar visitas técnicas de evaluación de recursos turísticos y prospección en las comunidades eco- turísticas, para identificar nuevas potencialidades de turismo.
* Definir esquemas eficaces y eficientes de análisis de potencialidades para optimizar los esfuerzos de prospección y generación de productos.

Prospectiva de Planeación y Desarrollo Estraté- gico a 2022

Con la aplicación del Programa “Desarrollo Tu- rístico Sustentable”, para el año 2022 la derrama económica en los destinos y comunidades eco- turísticas donde se hayan desarrollado o creado actividades, productos y servicios de turismo de naturaleza, alcanzará una cifra superior a 180 mi- llones de pesos, lo que beneficiará directamente a sus habitantes, así como a proveedores de in- sumos y prestadores de servicios, tanto turísticos como asociados al Sector.

### Alineación con otros planes

1. Alineación con el Plan Nacional de Desarrollo El presente Plan Estratégico Sectorial de Turismo ha sido elaborado en concordancia con los princi-

pios y lineamientos expresados en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, como se muestra a con- tinuación.

**Gráfica 12.** Prospectiva de derrama económica 2017-2022 en destinos y comunidades ecoturísticas. (Millones de pesos)

|  |  |
| --- | --- |
| Plan Nacional de Desarrollo (PND) | Plan Estratégico Sectorial (PES) |
| Objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para  generar una mayor derrama económica en el país.  Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.  Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. | Objetivo 1.  Impulsar acciones del sector público y privado, coordinando es- trategias con organismos como el Consejo Consultivo de Turismo, la Comisión de Turismo del H. Congreso del Estado y dependen- cias estatales, para contribuir a la consolidación y el desarrollo de destinos turísticos tradicionales y de nueva creación.  Objetivo 2.  Contribuir al aumento de la competitividad de los prestadores de servicios turísticos mediante programas de profesionalización. |
| Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. | Objetivo 3.  Aplicar acciones de promoción eficaz de los destinos turísticos de Oaxaca para posicionarlos en los mejores mercados nacionales e internacionales.  Objetivo 4.  Contribuir a las labores de promoción y posicionamiento median- te la implementación de sistemas eficientes y actualizados de comercialización. |
| Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social. | 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 benefi- cios económicos y sociales. |
| Con el cambio de la Administración Federal se generará un nuevo Plan Nacional de Desarrollo, lo cual implicará una revisión del Plan Estatal de Desa- rrollo y de los Planes Estratégicos Sectoriales, con el fin de garantizar la coordinación entre los niveles de gobierno a favor del desarrollo del estado y de la calidad de vida de su población. | 2. Objetivos de Desarrollo Sostenible (Agenda 2030)  Además, el presente Plan Estratégico Sectorial de Turismo ha sido elaborado en concordancia con los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sos- tenible de la Organización de las Naciones Unidas de la siguiente manera. |
| Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 2030) | Plan Estratégico Sectorial (PES) |
| 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.  Objetivo 12. Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.  Objetivo 14.7 Aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos ade- lantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo. | Objetivo 1. Impulsar acciones de los sectores público y privado, coordinando estrategias con organismos como el Consejo Con- sultivo de Turismo, la Comisión de Turismo del H. Congreso del Estado y dependencias estatales, para contribuir a la consolida- ción y el desarrollo de destinos turísticos tradicionales y de nueva creación.  Objetivo 5. Contribuir al desarrollo sustentable de las comuni- dades turísticas existentes y potenciales mediante productos turísticos de calidad que favorezcan su participación en el sector para generar beneficios económicos y sociales. |

200

180

160

140

120

100 82

80

60

40

20

0

117

130

145

162

181

2017 2018 2019 2020 2021 2022

Fuente: Sistema de Información Turística Estatal (SITE). Secretaría de Turismo de Oaxaca.

# Marco Programático y Presupuestal

El PED 2016-2022 y los planes de él derivados, implican una nueva estructuración del uso de los recursos públicos, que asegure tanto la orienta- ción estratégica del gasto corriente y de la inver- sión pública como su articulación temporal. Por ello, se presentan a continuación los elementos del nuevo marco programático y presupuestal del Sector, a través de la nueva Estructura Programá- tica y el Marco Plurianual del Gasto con carácter indicativo.

* 1. Estructura Programática

Como resultado de la revisión de la estructura programática recibida de la Administración ante- rior y del análisis de las necesidades derivadas del nuevo PED, se procedió al ajuste, modificación, eliminación y creación de los programas, sub-

programas, proyectos y actividades, dando como resultado una nueva Estructura Programática.

Enseguida se presentan los Programas Presu- puestales alineados con los objetivos del PED a los que dan cobertura y que son la base de la nueva Estructura Programática Presupuestal. Además se indican las Unidades Responsables del Gasto co- rrespondientes a cada programa.

Es importante resaltar que cada año la Estruc- tura Programática se somete a revisión y se hacen ajustes a sus programas, subprogramas y activida- des, con fundamento en las evaluaciones de diseño y desempeño realizadas, al tratarse de instrumen- tos dinámicos susceptibles de mejora continua.

El Sector Turismo cubre cinco objetivos del PED, los cuales son atendidos actualmente por cinco Programas Presupuestales.



|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | OBJETIVO PED | No. | PROGRAMA 2018 | UR |
| 4.3O1 | Fortalecer, incrementar y diversificar la oferta turística estatal me- | 195 | Planeación turística | 129 |
|  | diante el diseño e implementación de planes, programas y proyectos |  | y desarrollo estratégico. | 603 |
|  | integrales de desarrollo turístico desde criterios de competitividad y |  |  |  |
|  | sustentabilidad. |  |  |  |
| 4.3O2 | Impulsar la excelencia de los servicios turísticos mediante programas | 196 | Profesionalización turística. | 129 |
|  | de profesionalización para incrementar consistentemente la compe- |  |  | 603 |
|  | titividad de la oferta turística estatal. |  |  |  |
| 4.3O3 | Promover eficazmente los destinos turísticos de Oaxaca para su | 103 | Promoción turística. | 129 |
|  | mejor posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. |  |  | 603 |
| 4.3O4 | Diseñar sistemas eficientes y actualizados de comercialización para | 197 | Comercialización turística. | 129 |
|  | apoyar las labores de promoción y posicionamiento de la oferta |  |  | 603 |
|  | turística de Oaxaca. |  |  |  |
| 4.3O5 | Impulsar el desarrollo sustentable de las comunidades oaxaqueñas | 198 | Desarrollo turístico | 129 |
|  | ubicadas en zonas de potencial turístico, favoreciendo su participa- |  | sustentable. | 603 |
|  | ción en el Sector para generar beneficios económicos y sociales en |  |  |  |
|  | el estado. |  |  |  |

Plan Estratégico Sectorial **Turismo**

40 Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



41

Unidades Responsables (UR)

129 Secretaría de Turismo

603 Oficina de Convenciones y Visitantes de Oaxaca

El instrumento base para documentar de forma completa y actualizada este rubro es la Ficha de Pro- grama correspondiente a cada uno de los programas presupuestales. Estás Fichas se encuentran publi- cadas para consulta en el apartado “Cumplimiento al Artículo 37 Fracción I de la Ley Estatal de Presupuesto y Responsabilidad Hacendaria” de la página oficial de la Secretaría de Finanzas, ubicada en el sitio [www.](http://www/)

* 1. Marco Plurianual del Gasto con carácter in- dicativo

Se ha llevado a cabo una proyección sexenal de la inversión pública del Sector, la cual tiene carácter indicativo, pues depende de condiciones sociales, políticas, económicas, financieras y presupuestales futuras, tanto del ámbito local y nacional como internacional, que difícilmente puede anticiparse con certeza. Se presenta a continuación dicha pro- yección desglosada por año, sabiendo que estará sometida a ajustes ulteriores.

# Marco de Resultados

finanzasoaxaca.gob.mx/transparenciapresupues- taria/marco\_programatico.html

on la finalidad de dar seguimiento al avance en

el cumplimiento de los objetivos y metas de este plan, se ofrece a continuación una matriz con los indicadores clave para medir el desempeño del sector en función del enfoque establecido en el PED y de las estrategias y acciones definidas en los programas sectoriales. Dichos indicadores son de tres niveles: impacto, resultado y producto, de

**C**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Sector /Año | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Sector: TURISMO | 98,469,184.81 | 98,961,530.74 | 99,456,338.39 | 99,953,620.08 | 100,453,388.18 |

modo que se atiendan tanto los niveles estratégi-

cos como los de gestión. Además, cada indicador tiene asignadas metas anuales, las cuales son de carácter indicativo y susceptibles de ajustes, deri- vados tanto de las evaluaciones como de la inci- dencia de factores externos no previsibles o difícil- mente controlables.

Impactos

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| INDICADOR METAS ANUALES | | | | | |
|  | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 2022 |
| Tasa de variación anual de la derrama económica generada por la actividad turística | 13.57 | 4.36 | 4 | 4.36 | 4.28 4.49 |

Resultados

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| INDICADOR METAS ANUALES | | | | | | |
|  | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Tasa de variación de la afluencia turística en los destinos tradicionales | -5.122 | 2.204 | 2.049 | 2.246 | 2.268 | 2.356 |
| Porcentaje de ocupación promedio anual en los destinos tradicionales | 43.82 | 45.50 | 46.08 | 46.30 | 46.52 | 46.74 |

Productos

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| INDICADOR METAS ANUALES | | | | | | |
|  | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Productos turisticos diseñados | 6 | 5 | 6 | 5 | 4 | 4 |
| Planes estratégicos elaborados | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| Acciones de fortalecimiento a localidades turísticas | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 3 |
| Difusiones turísticas instrumentadas | 0 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Posicionamientos turísticos fomentados |  | 7 | 14 | 14 | 13 | 13 |
| Capacitaciones a prestadores de servicios turísticos realizadas | 130 | 84  Dato Semestral | 130 | 130 | 130 | 130 |

Productos

# Seguimiento y Evaluación

n alineación y fortalecimiento del modelo de implementación del Sistema de Evaluación del Desempeño establecido en el Plan Estatal de Desa- rrollo 2016-2022, el monitoreo y la evaluación de este Plan Estratégico Sectorial se realizará a través de la información derivada de las etapas de Planea- ción, Programación y Presupuestación, asimismo, de los componentes transversales de Fortaleci- miento Normativo y Metodológico, Homologa- ción y Vinculación de los Sistemas de Información y el fortalecimiento del desarrollo de la capacidad institucional, como se muestran en el siguiente

**E**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| INDICADOR METAS ANUALES | | | | | | |
|  | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
| Certificaciones turísticas otorgadas a prestadores de servicios | 25 | 25  Dato anual. 1er semestre sin dato. | 20 | 20 | 20 | 20 |
| Asistencia a turistas proporcionada | 44,572 | 47,812  Dato Semestral | 51,286 | 55,014 | 59,012 | 63,301 |
| Verificaciones normativas realizadas | 0 | 180  Dato semestral | 380 | 380 | 380 | 380 |
| Esquemas de comercialización creados | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Monitoreo turístico realizado | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |

esquema.

**Planeación**

**Programación**

**Presupuesto**

|  |  |
| --- | --- |
| **Seguimiento** | |
|  |  |
| **Evaluación** | |

Monitoreo

**Desarrollo de Capacidad Institucional**

**Sistema de Información**

**Fortalecimiento Normativo y Metodológico**

Con el fin de verificar el avance en el cumplimiento de los objetivos y estrategias sectoriales, las depen- dencias ejecutoras del Sector darán seguimiento al comportamiento de los indicadores establecidos en el Marco de Resultados, en coordinación con la Instancia Técnica de Evaluación y la Secretaría de Finanzas en el ámbito de sus competencias , siendo

esta última la institución competente para realizar los ajustes presupuestales que se requieran.

Las dependencias responsables del Sector establecerán las estrategias necesarias para la generación y sistematización de la información estadística y geográfica oportuna, de fácil acceso y disponible, así como su armonización y articula- ción con el Sistema Integral de Evaluación del Des- empeño del Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022 (SIED-PED) y al Sistema Estatal de Finanzas Públicas de Oaxaca (SEFIP).

Más adelante, como resultado de las metas alcan- zadas, en el marco de las sesiones del Subcomité Sec-

**Rendición de cuentas**

**Transparencia**

**Información del Desempeño**

**resupuestal**

**p Decisioneses**

**Mejora de la Gestión**

torial se realizarán análisis conjuntos, los cuales ten- drán el objetivo de revisar los hallazgos de la gestión, identificar las necesidades de coordinación, logística o metodologías durante el ejercicio presupuestal, los cuales estarán orientados a la mejora continua.

Cabe decir que la información y los análisis de- rivados del seguimiento sectorial serán el principal

insumo del informe de gobierno que el C. Gober- nador del Estado debe rendir al Honorable Congre- so del Estado anualmente.

Evaluación

Con el objetivo de mejorar el diseño y los resul- tados de las políticas sectoriales, la Instancia Téc- nica de Evaluación (ITE), mediante una valoración objetiva causal entre la intervención sectorial y sus efectos, y teniendo como base los principios de verificación del grado de cumplimiento de objetivos y metas, podrá realizar por sí misma o a través de terceros, evaluaciones a este Plan Secto- rial o a sus programas . Estas evaluaciones serán incluidas en el Programa Anual de Evaluación que la ITE está facultada para implementar, conforme con los Lineamientos Generales para el Monitoreo y Evaluación de los Programas Estatales del Poder Ejecutivo del Estado de Oaxaca vigentes.

Los criterios para la priorización y selección de los planes o programas a evaluarse serán, entre otros: 1) El monto de los recursos públicos asigna- dos; 2) El tamaño, características y la situación de riesgo de la población objetivo; 3) La importancia estratégica para el Sector y sus vulnerabilidades;

4) El carácter innovador de las acciones; y 5) El po- tencial de réplica de las lecciones derivadas de la evaluación.

Las evaluaciones deberán ser públicas y entre- garse a la Secretaría de Finanzas, a la Coordinación General del COPLADE, a la dependencia coordina- dora del Sector y a las dependencias evaluadas, para la toma de decisiones presupuestales y de rediseño de las políticas públicas de que se trate.

Por su parte, las dependencias evaluadas de- berán utilizar los resultados de los informes en cumplimiento del Mecanismo de Atención a los Aspectos Susceptibles de Mejora derivados de los informes y evaluaciones a los programas estatales. Con ello, las dependencias evaluadas identificarán, seleccionarán y priorizarán los aspectos suscepti- bles de mejora, a efecto de establecer planes de trabajo orientados a la mejora del desempeño de los programas del Sector.

Sistema Integral de Evaluación del Desempeño del Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022 (SIED- PED)

El Sistema Integral de Evaluación del Desempeño del Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022 (SIED-PED) es una plataforma que integra la información del desempeño derivada del monitoreo y la evalua- ción, la cual servirá como insumo para la mejora de la gestión y toma de decisiones presupuestales. Mediante el SIED-PED se podrán monitorear los indicadores estratégicos del Sector. Éstos, a su vez se encuentran vinculados a los Indicadores de Ges- tión establecidos en las Matrices de Indicadores para Resultados de los programas presupuestales y proveen información sobre el avance del Plan Estratégico Sectorial (programas y subprogramas) por medio de la comparación de los avances logra-

dos con respecto a las metas propuestas.

En materia de evaluación, el SIED-PED pondrá a disposición los ejercicios de evaluación del sector, desde la emisión del Programa Anual de Evalua- ción hasta la formulación y seguimiento sobre la atención de los Aspectos Susceptibles de Mejora.

# Conclusiones

La integración de este Plan Estratégico Sectorial de Turismo se ha fundamentado en las caracterís- ticas de multiculturalidad del estado de Oaxaca, a partir de las cuales se definen políticas incluyentes de turismo que brinden oportunidades de desa- rrollo y crecimiento productivo a los habitantes de las comunidades con potencial turístico, así como elementos que amplíen y enriquezcan la oferta de productos turísticos ya posicionados en los mer- cados nacionales y mundiales.

Además, estas políticas consideran criterios in- cluyentes, de universalidad y seguridad, que per- miten el acceso de grupos vulnerables y minorita- rios a los destinos estatales, ampliando los alcances de los proyectos y productos de turismo no sólo hacia los mercados externos, nacionales e interna- cionales, sino también, muy particularmente, en beneficio de la propia población oaxaqueña, quien así ejerce su derecho a conocer y disfrutar la rique- za turística de su estado.

De este modo, la aplicación de los programas “Planeación y Desarrollo Estratégico”, “Profesionali- zación Turística”, “Promoción Turística”, “Comerciali- zación Turística” y “Desarrollo Turístico Sustentable”, permitirá contar en 2022 con logros prioritarios, en- tre los que destacan los siguientes:

* + - Una oferta turística diversificada y en proceso de consolidación, enriquecida con productos de vanguardia y servicios dirigidos a los seg- mentos con más demanda y de mayor poder adquisitivo.
* Atractivos y destinos posicionados en los mejores mercados, mediante campañas de promoción creativas y eficaces desarrolladas en los medios tradicionales y modernos.
* Una plataforma de infraestructura y servicios de alta calidad, con énfasis en criterios de com- petitividad de talla mundial.
* Mayores y mejores opciones de conectividad para acceder a los destinos turísticos de la entidad, complementadas con programas de señalización e información para el turismo.
* Un sistema de administración turística que concentre, integre y estructure la información estadística del Sector en una plataforma digital con la finalidad de fundamentar la planeación y la toma de decisiones estratégicas.
* Un esquema eficaz de coordinación entre el Gobierno del Estado y la Secretaría de Turismo con todos los actores del Sector.

Por último, debe señalarse que la participación de los principales actores del Sector —prestado- res de servicios turísticos, comunidades, organiza- ciones, cámaras, instituciones educativas, medios, desarrolladores— ha sido pieza fundamental en la definición y la integración de este documento rec- tor. Con sus significativas aportaciones, se reafirma la convicción del Gobierno del Estado de Oaxaca de que la apertura al diálogo, la planeación parti- cipativa y la generación de consensos son factores clave para detonar el potencial del Sector Turístico en la entidad.

## Siglas y abreviaturas

**Agenda 2030** Plan de acción mundial a favor de las personas que tiene por objeto asegurar el progreso social y económico sostenible en todo el mundo y fortalecer la paz universal dentro de un concepto más amplio de la libertad.

**API** Administración Portuaria Integral **BID** Banco Interamericano de Desarrollo **Cd**. Ciudad

**CEPAL** Comisión Económica para América Latina y el Caribe

**CEPROTUR** Centro de Protección al Turista

**COPLADE** Coordinación General del Comité Estatal de Planeación para el Desarrollo de Oaxaca

**FITUR** Feria Internacional de Turismo

**H.** Honorable

**ITE** Instancia Técnica de Evaluación

**LEP** Ley Estatal de Planeación

**LGBT** Lésbico, Gay, Bisexual y Transexual

**MDP** Millones de Pesos

**MIR** Matriz de Indicadores para Resultados

**MML** Metodología del Marco Lógico **ODS** Objetivos de Desarrollo Sostenible **PED** Plan Estatal de Desarrollo

**PES** Planes Estratégicos Sectoriales **PND** Plan Nacional de Desarrollo **SECTUR** Secretaría de Turismo

**SEFIP** Sistema Estatal de Finanzas Públicas de Oaxaca

**SHCP** Secretaría de Hacienda y Crédito Público

**SIED** Sistema Integral de Evaluación del Desem- peño

**SITE** Sistema de Información Turística Estatal

**TICs** Tecnologías de la Información y Comunicación

**TMCA** Tasa Media de Crecimiento Anual

**URs** Unidades Responsables

**WWF** Fondo Mundial para la Naturaleza

Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



49

## Gráficas

**Gráfica 1.** Derrama Económica en Oaxaca derivada de la actividad turística 2010-2016 (MDP)

**Gráfica 2.** Contribución porcentual de los principales destinos turísticos a la afluencia turística y derrama económica de Oaxaca

**Gráfica 3**. Gasto promedio diario del turista en Oaxaca

**Gráfica 4.** Origen del visitante nacional en el estado

**Gráfica 5.** Origen del visitante internacional en el estado

**Gráfica 6**. Medios de llegada del visitante al estado (2016)

**Gráfica 7.** Arribo de cruceros 2005-2016 (Huatulco)

**Gráfica 8.** Empleos generados por el Sector Turístico Periodo 2010-2016

**Gráfica 9**. Prospectiva de derrama económica 2017- 2022 (MDP)

**Gráfica 10**. Prospectiva de la afluencia 2017-2022 (turistas anuales)

**Gráfica 11.** Prospectiva de afluencia 2017-2022

**Gráfica 12.** Prospectiva de derrama económica 2017-2022 en destinos y comunidades ecoturís- ticas. (Millones de pesos)

## Tablas

**Tabla 1.** Afluencia turística estatal 2010-2016

**Tabla 2**. Oferta de hospedaje (establecimientos). Cierre 2016.

**Tabla 3**. Oferta de hospedaje (cuartos). Cierre 2016.

**Tabla 4**. Establecimientos de alimentos y bebidas. Cierre 2016



Plan Estratégico Sectorial **Turismo**



50



