

Diagnóstico del programa

127-Promoción y Comercialización Turística

CONTENIDO

[ANTECEDENTES:](#)..... 3

[IDENTIFICACIÓN, DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD:](#) 3

[OBJETIVOS](#) 5

[COBERTURA](#) 7

[ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS](#) 8

[ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS](#) 9

[DISEÑO DEL PROGRAMA PROPUESTO O CON CAMBIOS SUSTANCIALES](#)..... 9

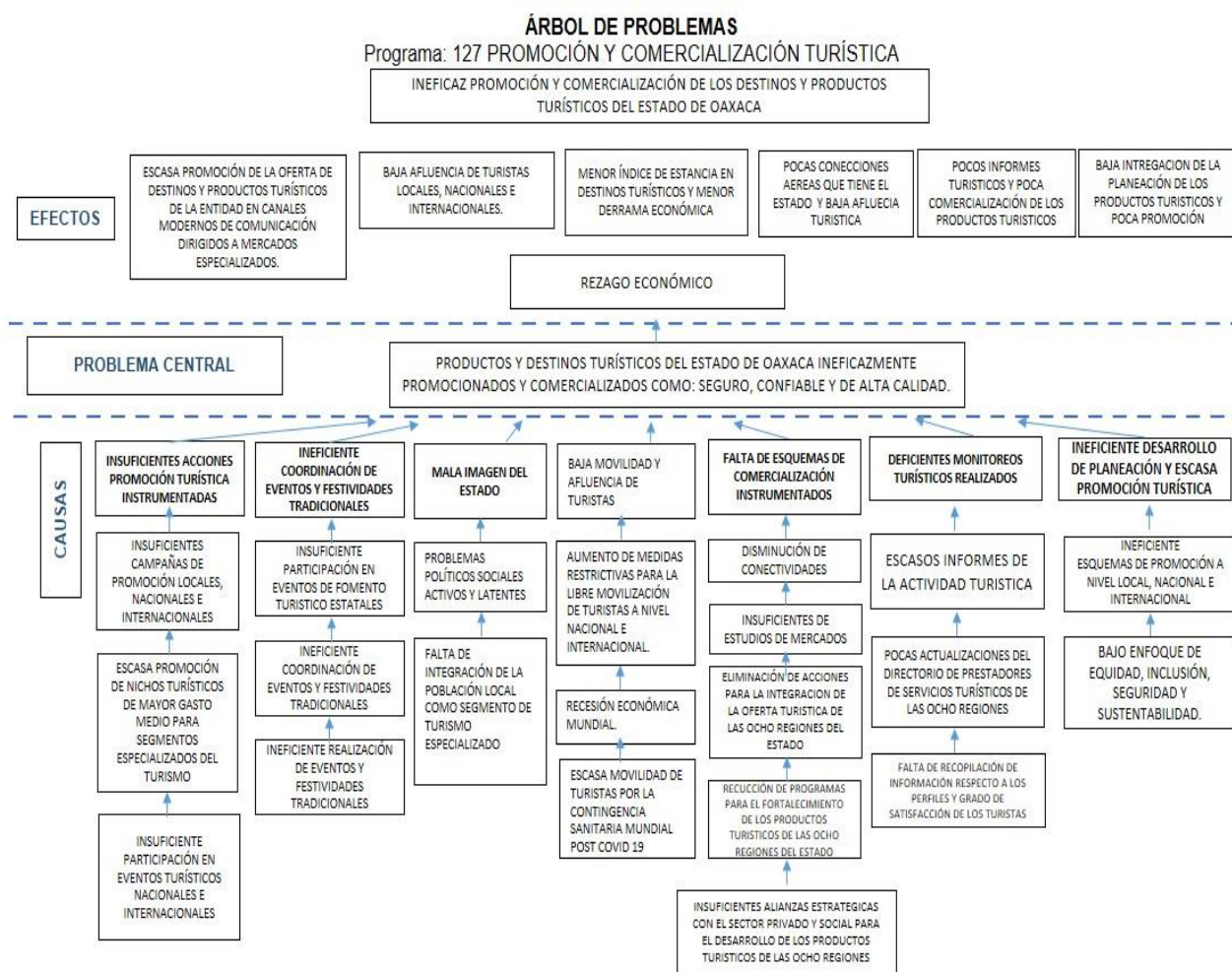
[ANÁLISIS DE SIMILITUDES O COMPLEMENTARIEDADES](#) .. **¡Error! Marcador no definido.**

ANTECEDENTES:

Teniendo como antecedente el programa “103. Promoción Turística”, creado en el año 2019, a través del cual la Secretaría de Turismo del Estado de Oaxaca ha sido la Unidad Responsable de su ejecución, a partir del año 2024, se agregó el concepto de “comercialización” quedando inscrito como: programa “127. Promoción y Comercialización Turística”, mismo que tendrá continuación de operación en el año 2025.

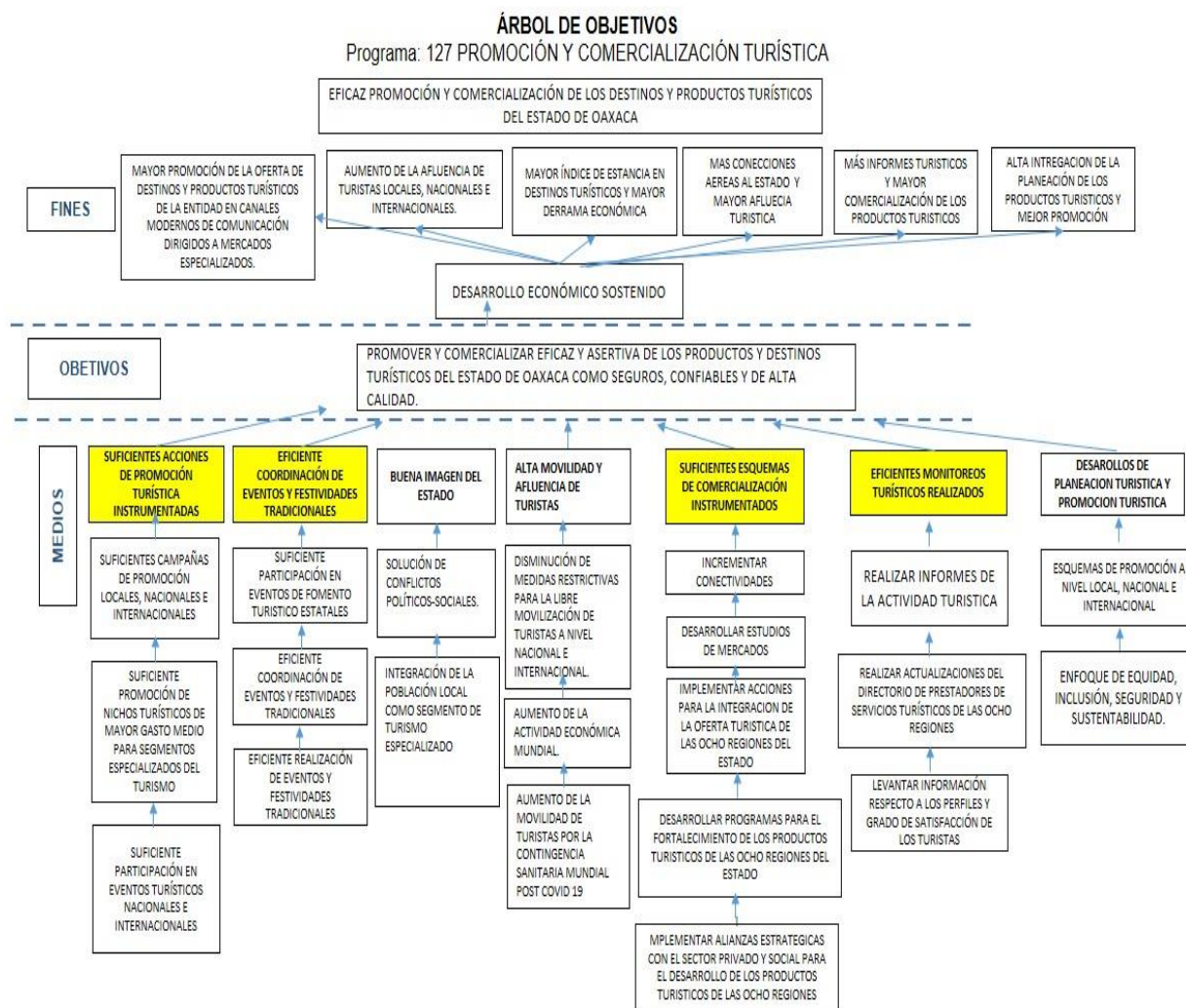
IDENTIFICACIÓN, DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD:

El problema central identificado como: Productos y destinos turísticos del estado de Oaxaca ineficazmente promocionados y comercializados como: seguro, confiable y de alta calidad. Esto a causa de factores diversos, pero especialmente de insuficientes acciones de promoción turística instrumentadas, ineficiente coordinación de eventos y festividades tradicionales, mala imagen del estado, la baja movilidad y afluencia de turistas, aunado a la falta de esquemas de comercialización instrumentados y deficientes monitoreos turísticos realizados. En consecuencia, ocasionará una ineficaz promoción y comercialización de los destinos y productos turísticos del estado de Oaxaca, en consecuencia esto genera una disminución en la afluencia turística nacional y extranjera. No obstante que el estado de Oaxaca, geográficamente está ubicado en un lugar privilegiado al sureste de nuestro País, es parte importante de la riqueza que presume México al exterior.



OBJETIVOS

El objetivo a alcanzar mediante el programa “127. Promoción y comercialización turística” es aumentar la afluencia turística nacional e internacional en municipios con vocación turística del estado de Oaxaca. Teniendo identificados como los medios para lograrlo, implementar suficientes acciones de promoción turística instrumentadas, dirigidas al posicionamiento de los atractivos y los destinos turísticos de sol y playa, cultura, ecoturismo, aventura, “rutas turísticas” y “barrios y pueblos mágicos”, eficiente coordinación y participación de eventos y festividades tradicionales de turismo local, nacional e internacional, en coordinación con prestadores de servicios turísticos, para comercializar y posicionar la oferta de las ocho regiones del estado de Oaxaca en los mejores mercados del país y del mundo, suficientes esquemas de comercialización instrumentados y eficientes monitoreos turísticos. En consecuencia, derivará en una eficaz promoción y comercialización de los destinos y productos turísticos del estado de Oaxaca. Considerando que en las últimas décadas, el turismo se ha asentado como una de las mejores alternativas para el desarrollo económico y social en el estado, porque genera ingresos, empleos y fortalece la identidad de su población, arraiga a la población a sus comunidades, a partir de la gran riqueza de atractivos y recursos naturales, étnicos y culturales, que constituyen el principal patrimonio de los oaxaqueños.



La cobertura es de carácter estatal, directamente a la población, personas y actores sociales, de los destinos turísticos del estado de Oaxaca, principalmente Huatulco, Puerto Escondido y la Ciudad de Oaxaca. Huatulco con una población de 26,721 entre hombres y mujeres mayores de edad. Ciudad de Oaxaca con una población de 142,166 y de Puerto Escondido se toma como referencia el municipio de San Pedro Mixtepec de 25, 904.

Todas las acciones del programa 127. Promoción y comercialización turística”, están enfocados a coberturar la población económicamente donde se inscriben los 128 productos de naturaleza, de los cuales 58 se encuentran ubicados en la Costa, 27 en la Sierra Juárez, 24 en los Valles Centrales, 15 en la Mixteca y 4 de ellos en la Sierra Sur y Sierra de Flores Magón; la mayor parte de ellos son operados a través de comités comunitarios, y algunos de ellos han recibido galardones internacionales de gran importancia.

Así mismo la población económicamente activa de los seis Pueblos Mágicos: Capulálpam de Méndez, San Pablo Villa de Mitla, San Pedro y San Pablo Teposcolula, Mazunte, Santa Catarina Juquila y Huautla de Jiménez, se basa principalmente en actividades en contacto con la naturaleza, la riqueza cultural y el turismo religioso.



Del mismo modo el caso especial de la población económicamente activa de las diez rutas turísticas como productos turísticos estatales: Caminos del Mezcal, Costa Oaxaqueña, de las Artesanías, de la Sierra Juárez, de la Fe Juquila, de la Mixteca, de la Reserva de la Biósfera, del Istmo, del Café Pluma y de la Chinantla.

ANÁLISIS DE ALTERNATIVAS

El resultado obtenido del análisis correspondiente al árbol de problemas y objetivos, se seleccionaron las siguientes alternativas:

- Suficientes acciones de promoción turística instrumentadas
- Eficiente coordinación de eventos y festividades tradicionales
- Esquemas de comercialización instrumentados
- Monitoreos turísticos realizados

Las alternativas seleccionadas serán el medio para que la Secretaría de Turismo como Unidad Responsable logre implementar una renovada política turística desde el gobierno local, cercano a la gente, que impulse el desarrollo turístico de las ocho regiones del estado de Oaxaca, como destinos de clase mundial, donde se privilegian la calidad y el desarrollo sostenible, y donde todas las oaxaqueñas y oaxaqueños se sientan orgullosos de sus raíces.

Así mismo se determinó como no seleccionadas las alternativas de “buena imagen del estado”, “alta movilidad y afluencia de turistas” y desarrollos de planeación turística y promoción turística. Lo anterior debido a que estos temas es competencia de un conjunto de acciones de otras dependencias del gobierno estatal. Si bien tienen correlación con el objetivo del programa, representan aspectos secundarios a la promoción y comercialización eficaz de productos y destinos turísticos que adquieren relevancia en conjunto y con el apoyo de otros programas de la Secretaría de Turismo.

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

Los actores participantes en el programa 127. Promoción y comercialización turística” son; Autoridades Estatales y Municipales, Partidos Políticos, Grupos y Organizaciones Sociales, Prestadores de Servicios Turísticos y Ciudadanía del Estado de Oaxaca.

DISEÑO DEL PROGRAMA PROPUESTO O CON CAMBIOS SUSTANCIALES

El programa 127. “Promoción y comercialización turística”, atiende las necesidades apremiantes de diseñar y aplicar esquemas eficaces de creación y consolidación de los productos turísticos, así como estrategias de promoción y comercialización basadas en las particularidades y potencialidades de dichos productos, a través de los canales más adecuados y eficientes de comunicación, privilegiando las nuevas tecnologías con base en su gran poder de penetración y las ventajas de su inmediatez.

NOMBRE DEL PROGRAMA: 127 PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

EJECUTOR DE GASTO COORDINADOR: 129 SECRETARÍA DE TURISMO

MIR

NOMBRE DEL PROGRAMA:

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA

EJECUTOR DE GASTO COORDINADOR:

129_SECRETARIA DE TURISMO

	RESUMEN NARRATIVO	SUPUESTOS
FIN	Contribuir a impulsar el desarrollo turístico de las ocho regiones del estado de Oaxaca	Las condiciones políticas, sociales, económicas, de la salud, seguridad y climatológicas se mantienen estables
PROPÓSITO	Municipios con vocación turística del estado de Oaxaca aumenta la afluencia turística nacional e internacional	Las condiciones políticas, sociales, económicas, de la salud, seguridad y climatológicas se mantienen estables
COMPONENTE 1	Acciones de Promoción Turística instrumentadas	Las condiciones sociopolíticas y climatológicas nacionales e internacionales se mantienen estables. Los municipios con vocación turística aprovechan las campañas de promoción y difusión turística para activar e incentivar su economía para el desarrollo del sector
ACTIVIDAD C1A1	Implementar campañas de promoción turísticas locales, nacionales e internacionales	Las condiciones sociopolíticas, climatológicas nacionales e internacionales mantienen estable. Los municipios con vocación turística aprovechan la campañas de promoción y difusión turística para activar e incentivar su economía para el desarrollo del sector. El sector privado y social muestra interés y disposición para apoyar la realización de acciones de promoción turística
ACTIVIDAD C1A2	Ejecutar acciones para promover nichos turísticos de mayor gasto medio para segmentos especializados del turismo	Los municipios con vocación turística están interesados en la implementación de las campañas de promoción y participan activamente dando las facilidades necesarias. El sector privado y social muestra interés y disposición para apoyar la realización de acciones de promoción turística
ACTIVIDAD C1A3	Acciones de promoción del segmento especializado de turismo de reuniones y turismo de romance	Se realiza oportunamente los eventos de atracción por los organizadores además de los interesados asisten y participan
ACTIVIDAD C1A4	Participar en eventos turísticos nacionales e internacionales	Las condiciones sociopolíticas y climatológicas nacionales e internacionales se mantienen estables. El sector privado y social muestra interés y disposición para apoyar la reautorización de acciones de promoción turística
COMPONENTE 2	Eventos y festividades tradicionales realizados	Las condiciones sociopolíticas y climatológicas nacionales e internacionales se mantienen estables los municipios con vocación turística aprovechan las campañas de promoción y difusión turística para activar e incentivar su economía para el desarrollo del sector. El sector privado y social muestran interés y disposición para apoyar la reautorización de acciones de promoción turística.

ACTIVIDAD C2A1	Participar en eventos de fomento turístico estatales	Los organizadores atienden con buenos servicios a los visitantes, logran difundir al estado y sus atractivos, además se realizan oportunamente los eventos turísticos y que los interesados asistan a participar
ACTIVIDAD C2A2	Realizar eventos y festividades tradicionales	Las condiciones sociopolíticas y climatológicas nacionales e internacionales se mantienen estables. Los municipios con vocación turística aprovechan las proyección de las festividades tradicionales para activar e incentivar su economía
COMPONENTE 3	Esquemas de comercialización instrumentados	Existen productos turísticos desarrollados para la instrumentación de los esquemas de comercialización, los prestadores de servicios turísticos aprovechan los productos desarrollados para su esquema de comercialización y desarrollo de sus actividades
ACTIVIDAD C3A1	Incrementar conectividades turísticas	Las condiciones sociopolíticas, económicas y climatológicas nacionales e internacionales se mantienen estables. Los sectores privados y social muestran interés y disposición para incrementar la conectividad.
ACTIVIDAD C3A2	Desarrollar estudios de mercado	Se cuentan con medios para la recopilación del mercado a estudiar. Los prestadores de servicios turísticos cuentan con los medios necesarios y además están interesados en realizar estudios de mercado en el sector.
ACTIVIDAD C3A4	Desarrollar programas para la comercialización de los productos turísticos de las ocho regiones del estado	Las condiciones sociopolíticas, económicas y climatológicas se mantienen estables. Los sectores privado y social muestran interés y disposición para desarrollar el sector turístico
ACTIVIDAD C3A5	Implementar alianzas estratégicas con el sector privado y social para el desarrollo de los productos turísticos de las ocho regiones	Los sectores privados y social muestran interés y disposición para desarrollar el sector turístico
COMPONENTE 4	Acciones de monitoreos turísticos realizados	Que los prestadores de servicios turísticos tengan la disposición de proporcionar la información de sus establecimientos
ACTIVIDAD C4A1	Realizar informes de la actividad turística	Que los prestadores de servicios turísticos tengan la disposición de proporcionar la información de sus establecimientos
ACTIVIDAD C4A2	Realizar actualizaciones del directorio de prestadores de servicios turísticos de las ocho regiones del estado	Que los prestadores de servicios turísticos tengan la disposición de proporcionar la información de sus establecimientos
ACTIVIDAD C4A3	Levantar información respecto a los perfiles y grado de satisfacción de los turistas	Que los turistas tengan la disposición de proporcionar la información



FINANZAS
SECRETARÍA DE FINANZAS



PLANEACIÓN
INSTITUTO DE PLANEACIÓN
PARA EL BIENESTAR