



Diario Oficial

del Gobierno del Estado de Yucatán

Anexo II: f)

Edificio Administrativo Siglo XXI
Dirección: Calle 20 A No. 284-B, 3er. piso
Colonia Xcumpich, Mérida, Yucatán.
C.P. 97204. Tel: (999) 924-18-92

Publicación periódica: Permiso No. 0100921. Características: 111182816. Autorizado por SEPOMEX

Director: Lic. José Alfonso Lozano Poveda.

-SUMARIO-

GOBIERNO DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO

PROGRAMAS ESPECIALES

TURISMO

PROGRAMA ESPECIAL DE TURISMO



Turismo



Juntos transformemos
Yucatán
GOBIERNO ESTATAL 2018 · 2024

PROGRAMA ESPECIAL DE TURISMO



Juntos transformemos
Yucatán
GOBIERNO ESTATAL 2018 • 2024

GOBIERNO ESTATAL DE YUCATÁN

SECRETARÍA DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN GENERAL DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

DIRECCIÓN DE ECONOMÍA

Contenido	
Mensaje	4
Metodología	7
Marco legal	9
Alineación con la planeación nacional y estatal	11
¿Qué somos hoy?	13
¿Qué queremos ser mañana?	13
¿Dónde estamos?	13
FODA	48
¿Dónde se quiere estar?	56
¿Qué se hará para lograrlo?	56
¿Cómo se medirá y evaluará?	68
Programas y proyectos estratégicos	71
Seguimiento y evaluación	74
Relación de los PMP con la elaboración de la programación y el presupuesto	77
Anexos	81
Referencias	117

Mensaje

Presentación del C. Gobernador

Yucatán merece un gobierno con una visión clara, informada y estratégica que reduzca el margen de improvisación en las decisiones de política pública; en pocas palabras, Yucatán merece un gobierno cuyas acciones respondan a las más grandes y profundas necesidades de la gente.

Un gobierno eficiente y austero tiene que establecer acciones focalizadas que permitan hacer más con menos. La Planeación y sus instrumentos permitirán definir el camino a seguir. Con la mayor participación ciudadana que se tenga registro en Yucatán en la elaboración de un Plan Estatal de Desarrollo (PED), más de 123 mil personas aportaron su visión del estado para nuestro gobierno. Con la integración del PED 2018-2024, juntos, sociedad y gobierno, establecimos los objetivos, estrategias y líneas de acción que hoy se traducen en los programas y acciones que día con día implementamos.

Siendo congruentes con el compromiso de brindarle a la sociedad yucateca el gobierno honesto, moderno y vanguardista que merece, adoptamos la Agenda 2030 de la Organización de las Naciones Unidas, que establece los Objetivos del Desarrollo Sostenible, un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también tiene la intención de fortalecer la paz y el acceso a la justicia, basándonos en un enfoque de derechos humanos que promueva el desarrollo económico, social, cultural y ambiental en cada región de nuestro estado.

El PED 2018-2024 es la guía que definió el rumbo de las acciones de mi gobierno. Ahora, continuando con el proceso de planeación me enorgullece que, por primera vez en Yucatán, se elaboraron y se presentarán en los tiempos que establece el marco normativo los Programas de Mediano Plazo.

Yucatán es un estado lleno de riquezas naturales y culturales por lo que no cuesta creer que, en tan solo un año, hemos logrado poner al estado a la vista del mundo. La aspiración para Yucatán en materia de turismo es clara: consolidar a la entidad como el mejor punto turístico del sureste. La elaboración del Programa Especial de Turismo de Yucatán 2019-2024, tiene como propósito trazar una estrategia puntual que guiará el trabajo de la presente administración sirviendo como un insumo para potenciar el desarrollo turístico de la entidad.

En este primer año de gobierno hemos definido de manera muy clara el camino a seguir e invito a todas y todos los yucatecos a hacer suyo este ejercicio inédito de planeación. Que la sociedad en su conjunto, las cámaras empresariales, organizaciones de la sociedad civil y la academia se involucren en el seguimiento de estos instrumentos y de manera conjunta logremos trabajar y avanzar como estado. Los invito a transformar juntos a Yucatán.

C. Mauricio Vila Dosal

Gobernador Constitucional del Estado de Yucatán.

Mensaje de la Presidenta de la Comisión Especial de Turismo

Yucatán es, sin lugar a dudas, un paraíso para el visitante. Es un lugar privilegiado, que se distingue en nuestro país por sus atractivos turísticos únicos y la calidez de su clima y de su gente, lo que le otorga una personalidad única en nuestro país.

Llegar a nuestro estado significa tener la oportunidad de disfrutar de nuestros atractivos culturales y naturales únicos, tales como los cenotes, las playas, las haciendas, las impresionantes zonas arqueológicas, los Pueblos Mágicos de Izamal y Valladolid, además de la combinación tradicional y moderna de la Ciudad de Mérida, capital del Estado, entre otros lugares que nos distinguen.

Sin embargo, Yucatán es mucho más. Nuestro territorio se compone de 106 municipios que cuentan con el potencial de desarrollar diversas actividades en diferentes segmentos del mercado turístico, lo que nos permitiría recibir un creciente número de turistas nacionales e internacionales que tengan un mayor gasto promedio y generen una mayor estadia.

Para la Secretaría de Fomento Turístico que tengo el honor de encabezar, nuestra entidad presenta todas las características que le permitirán posicionarse en los próximos años como uno de los destinos turísticos más reconocidos en México y el mundo, con el consecuente beneficio para los yucatecos.

Para lograr esta meta, es tarea primordial de nuestra dependencia identificar los retos y oportunidades que la actividad turística enfrenta en la actualidad, para potencializar su desarrollo, fortaleciendo nuestra infraestructura, mejorando la calidad de nuestros servicios, desarrollando nuevos productos y segmentos, optimizando nuestra promoción y estableciendo acciones innovadoras de mercadotecnia y comercialización, que mejoren nuestra oferta y estimulen la demanda de los visitantes en el corto, mediano y largo plazo.

El documento que se presenta a continuación identifica parte de la problemática antes señalada y tiene como objetivo generar una hoja de ruta que permita posicionar a Yucatán como el destino turístico por excelencia, con la participación de los prestadores de servicios turísticos, los inversionistas y todos los involucrados en esta importante actividad.

Michelle Fridman Hirsch

Secretaria de Fomento Turístico

Mensaje SEPLAN

Sin duda uno de los principales retos que enfrenta cualquier organismo de planeación en el país es vincular, de manera efectiva, la planeación con la implementación de la política. Es por ello que el presente documento se basa en una sólida metodología vasta de herramientas que permiten a la planeación dirigir el actuar gubernamental a lo largo del tiempo, mediante acciones determinadas con base en evidencia.

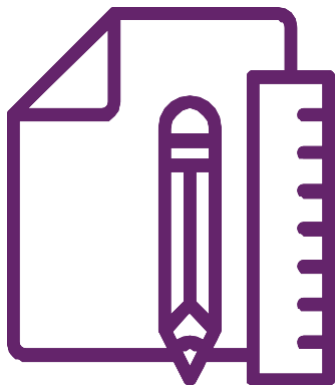
El siguiente paso a la publicación del Plan Estatal de Desarrollo (PED) 2018-2024 para Yucatán, se da a través de la publicación del «Programa Especial de Turismo 2019-2024». Este documento, de carácter obligatorio, tiene por objeto ser una hoja de ruta que permita delimitar y focalizar las acciones del gobierno en este sector; en otras palabras, será la base para que todas las dependencias y organismos que integran el sector diseñen sus programas anuales de trabajo sin margen a la improvisación y bajo el principio de eficiencia.

El diseño de este Programa no es exclusivamente consecuencia del esfuerzo de la Administración Pública, sino es el resultado de las propuestas que realizaron más de 123 mil ciudadanos. De esta forma, con las voces de la ciudadanía en un ejercicio inédito, se transforman los objetivos de la planeación en las acciones focalizadas de gobierno.

Los Programas de Mediano Plazo son guías que permiten tener una referencia clara durante toda la administración, logrando que los esfuerzos no dependan de una persona sino de una política pública que tenga como base instituciones.

Como resultado de la dedicación, compromiso y el trabajo riguroso de todos los involucrados, se generó este documento, que estamos seguros será un instrumento esencial para la implementación de políticas públicas sostenibles, vanguardistas e integrales, que llevarán a Yucatán a alcanzar su máximo potencial.

Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación



Metodología

Esta investigación para la integración del Programa Especial de Turismo ha tenido un énfasis fundamental en establecer comunicación directa con los actores clave de los principales destinos turísticos del estado para identificar de primera mano las opiniones, percepciones y visión provenientes de quien practica y vive en su día a día el desarrollo del turismo en el estado, destacando en la mayoría de ellas, la participación directa de los principales actores turísticos, de los diferentes sectores y niveles de gobierno.

Para llevar a cabo este Programa Especial de Turismo se realizaron diversas actividades aplicadas en función de las temáticas a desarrollar y las problemáticas a identificar para contar con un panorama general del turismo de Yucatán expresado en el diagnóstico, como las siguientes:

- Revisión documental de fuentes secundarias nacionales, internacionales y locales, entre estas, el estudio preparado para la Sefotur titulado Diagnóstico y definición de prioridades del sector turístico del estado de Yucatán.
- Foros de Consulta “Rumbo a un Turismo Sostenible en Yucatán”, realizados los días 25 y 28 de marzo y 2 y 3 de abril en las ciudades de Valladolid, Izamal, Mérida y Ticul, Yucatán. Estas consistieron en 3 foros: 1 mesa panel, mesa de trabajo y 1 conferencia magistral, con la participación de 11 ponentes y 3 moderadores y la asistencia total de 614 personas de todos los sectores, las temáticas fueron: 1) Desarrollo turístico Sustentable; 2) Producto y experiencia turística: El turista de hoy; y 3) Competitividad turística.

- Talleres especializados en materia de visión estratégica, con la participación de actores clave del turismo del estado. Los 3 talleres se realizaron mediante la metodología Anáhuac de consenso de visión estratégica para identificar los principales retos de los destinos, así como la priorización de las oportunidades que ofrece el mercado en los segmentos relevantes.
- Tres talleres especializados (dos en Mérida y uno en la Ciudad de México) con el objetivo de realizar la auditoría de la marca Yucatán y la obtención de la guía de tópicos para el estudio cuantitativo con la participación de representantes de los sectores público y privado, mediante grupos focales y el análisis de contenidos con el software Atlas 1.
- Realización de 37 entrevistas a profundidad a actores turísticos clave del estado de los ámbitos público, de los niveles municipal y estatal; del sector empresarial, representantes de las diversas industrias turísticas; del sector académico y el social.
- Visitas de campo para el análisis de productos turísticos en destinos seleccionados.

Finalmente, con base en toda la información obtenida, se desarrolló el diagnóstico y se identificaron los hallazgos y la matriz de FODA, que fue la base para plantear los temas, objetivos, estrategias y líneas de acción estratégicas, así como los indicadores respectivos.



Marco legal

El presente Programa Especial de Turismo se realiza en estricto apego al marco legal aplicable en los ámbitos de gobierno federal y estatal, por lo que se expone una síntesis de los ordenamientos legales directamente vinculados, así como documentación adicional relacionada; a continuación, se describe el contenido de la normatividad utilizada:

Alineación con la Normatividad Federal

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en el Artículo 26, señala que el Estado mexicano será responsable de estructurar un sistema de planeación de conformidad con el crecimiento económico nacional, siendo dicho sistema una fuente que brindará firmeza a la economía de la Nación.

La Ley de Planeación, en los Artículos 2, 4, 9, 12, 16 y 33, dicta que la planeación deberá realizarse como un medio para el eficaz desempeño de la responsabilidad del Estado sobre el desarrollo del país, tendiente a la consecución de los fines y objetivos establecidos en la Carta Magna. El Ejecutivo Federal podrá convenir con los gobiernos de los estados la coordinación necesaria para la participación en la planeación nacional del desarrollo.

La Ley General de Turismo en los Artículos 2, fracción II; 4, fracción III; 9, fracción III; y 15 señala que su objeto es establecer las bases para la política, planeación y programación de la actividad turística en la Nación. La Secretaría de Turismo federal ejercerá, como atribución, la coordinación de acciones realizadas por el Ejecutivo Federal y los estados, para el desarrollo turístico del país. Tanto la Secretaría de Turismo federal y los estados promoverán en el sector privado y el social, la creación y fomento de cadenas productivas, a fin de detonar la economía local, buscando el desarrollo regional.

Por su parte, la Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Yucatán, en su Artículo 4, fracción VIII, define como programas de mediano plazo a los programas sectoriales, especiales, regionales e institucionales que derivan del Plan Estatal de Desarrollo, mismos que, para efectos legales, son considerados como instrumentos de planeación, los cuales tendrán el carácter de reglamentos y deberán ser evaluables, congruentes entre sí y expresar en indicadores los resultados del desarrollo deseado, de manera que puedan ser objeto de seguimiento y evaluación, según lo dispuesto en los artículos 26 y 43 de la citada Ley.

Los instrumentos de planeación, según dispone el artículo 45 de la Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Yucatán, una vez publicados en el Diario Oficial del Gobierno del Estado de Yucatán, serán obligatorios para las dependencias y entidades de la Administración Pública del Estado, en el ámbito de sus respectivas competencias.

Alineación con la Normatividad Estatal

La Constitución Política del Estado de Yucatán, en el Artículo 87, fracción X; y Artículo 96, señala que el Estado tiene como función organizar un sistema de Planeación del Desarrollo Integral que solidifique y dé permanencia al crecimiento de la economía, en apego a los lineamientos del Sistema Nacional de Planeación Democrática. El Estado elaborará un Plan de Desarrollo Integral, sujetándose de manera obligatoria a los programas de la Administración Pública Estatal.

La Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Yucatán, en los Artículos 2, 14, 29 y 35 menciona que la planeación del desarrollo estatal se hará mediante el Sistema Estatal, en concordancia con el Sistema Nacional de Planeación Democrática. Los programas del Plan Estatal se realizarán con base en esta ley, armonizados con el Plan Nacional y sus programas de mediano plazo. El Ejecutivo del Estado fijará mecanismos de coordinación para garantizar la coherencia entre los enfoques sectorial, especial e institucional con el regional.

La Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán, en los Artículos 32, 33 y 34 establece los contenidos del Programa Sectorial de Fomento Turístico, indicando que el mismo debe ser aprobado por el Ejecutivo Local, siendo la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán quien evaluará anualmente dicho Programa, a efecto de verificar el avance del cumplimiento de los objetivos en el sector turístico.

El Código de la Administración Pública de Yucatán, en el Artículo 43, fracción I, dispone que la Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán tiene como facultad proponer al Gobernador del Estado la implementación de las políticas, programas y acciones destinadas a promover, incentivar y estimular las actividades turísticas en el estado de Yucatán.

Alineación con otra Normatividad

El Plan Nacional de Desarrollo 2019 – 2024, es el documento en donde se especifican las directrices y objetivos de las políticas públicas y se diseñan las estrategias y acciones específicas para poder lograr esos objetivos. Constituye un plan centrado en los ejes de Política y Gobierno, Política Social y Economía Nacional, encaminado a regir el desarrollo del Gobierno de la Nación durante el periodo mencionado.

El Plan Estatal de Desarrollo 2018 – 2024, es el documento a través del cual se rige y define el plan de acción que habrá de implementar el Gobierno del Estado de Yucatán durante su administración, comprendida en el periodo señalado. Encuentra su fundamento en el Artículo 96 de la Constitución Política del Estado de Yucatán.

La Estrategia Nacional de Turismo 2019 – 2024, es el documento en el cual se detallan las estrategias a utilizar, con la finalidad de alcanzar el objetivo de posicionar a México como una potencia turística competitiva mediante el aprovechamiento del patrimonio turístico nacional y de hacer del turismo una base sólida para el desarrollo del país.



Alineación con la planeación nacional y estatal

Alineación con la planeación nacional

Respecto al sector turístico, el Plan Nacional de Desarrollo plantea acciones generales destacando como el proyecto más importante de la Administración en la materia, el «Tren Maya». De igual forma, se hace una referencia explícita en lo que se refiere al Programa de Desarrollo Urbano y Vivienda que tendrá la intención de mejorar los espacios en los que residen las comunidades receptoras de turismo.

El turismo tiene el potencial para alinearse con los tres grandes ejes del Plan: Política y Gobierno; Política Social; y Economía, contribuyendo en el primer caso al propósito de Garantizar empleo, educación, salud y bienestar; en el segundo el sector tiene espacio en el mencionado Programa de Desarrollo Urbano y Vivienda; finalmente, el turismo tiene cabida en acciones del apartado económico como las de Detonar el crecimiento, Impulsar la reactivación económica, el mercado interno y el empleo, así como ser beneficiario del proyecto regional ya citado: el Tren Maya.

Alineación con la planeación estatal

El alcance del Programa Especial de Turismo 2019-2024, también conocido como Programa Sectorial o de Mediano Plazo se determina por la relación entre los objetivos, estrategias y líneas de acción del mismo, con los correspondientes contenidos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), Plan Estatal de Desarrollo (PED), así como los Objetivos de Desarrollo Sostenible y metas de la Agenda 2030 (ODS Agenda 2030) respectivos, que se muestran en la siguiente matriz:

Cuadro 1. Matriz de alineación del Programa Especial de Turismo						
PND		PED			ODS	PMP
Eje	Objetivo	Eje	Objetivo General	Objetivos Específicos	Metas Agenda 2030	Objetivos Particulares
Economía	Detonar el Crecimiento.	Yucatán con Economía Inclusiva	Incrementar el desarrollo económico incluyente y sostenible en el estado de Yucatán.	Aumentar el valor de los productos y servicios turísticos con enfoque de sostenibilidad en Yucatán.	ODS 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos. Meta 8.9 Elaborar y poner prácticas políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	3.2 Incrementar la derrama económica generada por el turismo en el estado.
	Reactivación Económica.				ODS 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles. Meta 12b. Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.	3.3 Incrementar la rentabilidad empresarial turística en el estado.
						5.1 Incrementar el reconocimiento del turismo como una actividad relevante en el estado.
	Mercado Interno y el Empleo.			Incrementar la estadia turística en Yucatán.	ODS 14. Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible. Meta 14.7. De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.	2.1 Reducir la pobreza a través de la generación de alternativas productivas en materia de turismo en el estado. 3.1 Incrementar la estadia de los turistas en la entidad. 4.1 Reducir la estacionalidad de la demanda turística en el estado.
	Proyectos Regionales: Tren Maya			Incrementar la afluencia de visitantes a Yucatán.		1.1 Mantener el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional. 1.2 Incrementar la experiencia del turista en los destinos del estado. 2.2 Incrementar las oportunidades de empleo en la entidad.



¿Qué somos hoy?

¿Qué queremos ser mañana?



Misión sectorial

“Conducir el desarrollo turístico en consenso con los actores de la industria y con una plena inserción de la sociedad en los beneficios del turismo, involucrando activamente a los actores locales de los sectores público, social y privado”.



Visión sectorial

“En 2030 el turismo es ampliamente reconocido como un sector clave que beneficia a la sociedad yucateca; su desarrollo se conduce con un pleno apego a los principios de la sostenibilidad y el potencial turístico se ha desplegado íntegramente, aprovechando la singularidad y autenticidad de las experiencias que viven los turistas en el territorio de la entidad, así como la competitividad de empresas y destinos turísticos”.

¿Dónde estamos?

1. Diagnóstico de la actividad turística de Yucatán

La entidad se reconoce por ser uno de los sitios mesoamericanos más importantes donde se estableció la cultura maya, una de las más extraordinarias de la humanidad, y que para fortuna de los mexicanos se conserva como una de las más importantes culturas vivas del mundo, que se distingue por sus típicas comunidades mayas que aún conservan costumbres y tradiciones ancestrales, su historia, su biodiversidad, su gastronomía; asimismo, al ser un estado costero cuenta con recursos marítimos, de sol y playa y un puerto para recepción de cruceros, dos Pueblos Mágicos, Izamal y Valladolid, su señorial capital Mérida, y un gran número de poblados típicos que en conjunto le proporcionan un amplio potencial para continuar su desarrollo turístico.

El escenario internacional

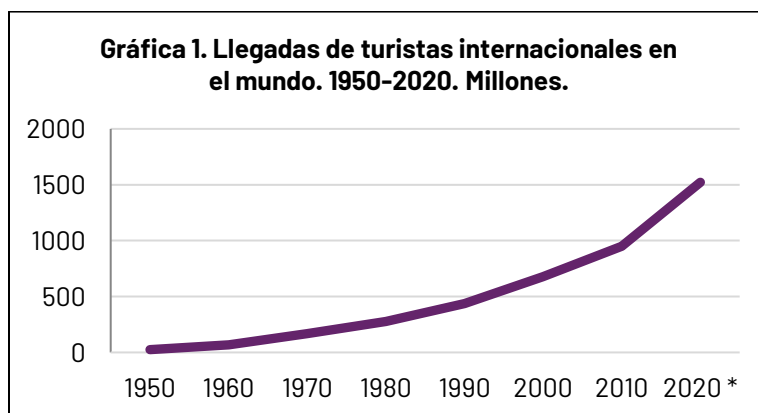
La exposición del contexto internacional da cuenta del dinamismo que está viviendo la industria turística en el mundo durante los años recientes. El turismo es una de las actividades económicas más relevantes en el mundo; prueba de ello es la relevancia de los viajes en el estilo de vida de las sociedades contemporáneas.

En términos económicos, y de acuerdo al World Travel & Tourism Council (WTTC) 2018, el turismo representa a nivel mundial:

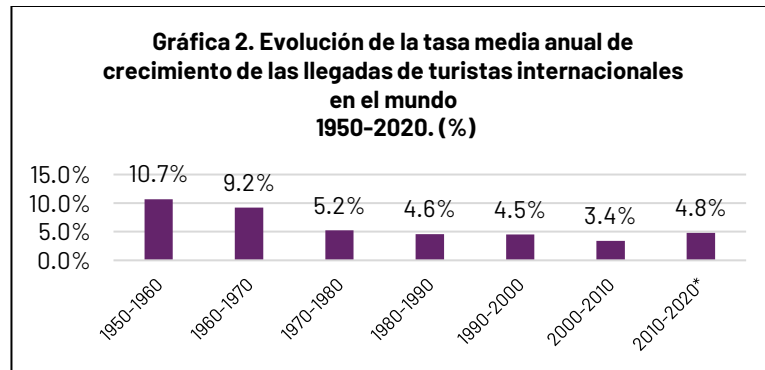
- ★ *El 10.4% del Producto Interno Bruto mundial.*
- ★ *Genera 313 millones de empleos: uno de cada cinco empleos creados en los últimos diez años es turístico.*
- ★ *Produce 1.7 billones de dólares en exportaciones.*
- ★ *Representa el 7% del total de las exportaciones mundiales, lo que lo convierte en la tercera mayor actividad exportadora.*
- ★ *Representa el 30% de las exportaciones de servicios.*

El crecimiento del turismo mundial parece imparable e incluso se identifica un segundo boom turístico en los años recientes, ya que es constante el ritmo de crecimiento de las llegadas de turistas internacionales a los destinos del mundo.

En 2018, el indicador de las llegadas internacionales creció en 5.6% al alcanzar un registro de 1,403 millones de llegadas en comparación a los 1,328 millones en 2017. Este crecimiento representó una tasa muy superior a la tendencia sostenida del 4% o más que se había registrado en promedio desde 2010. Todo indica que, en 2019 el turismo mundial cerrará nuevamente con cifras históricas y que su dinamismo se mantendrá. (Organización Mundial del Turismo, 2018). (Gráficas 1 y 2).



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.



Fuente: Elaboración propia con datos de la OMT.

Sobre los ingresos por turismo internacional al cierre del 2018, de acuerdo con las últimas cifras del Barómetro del Turismo de la OMT (agosto 2019), se registraron 1.5 mil millones de dólares con un crecimiento del 4% en términos reales con respecto al año 2017.

1.2. El escenario nacional

El turismo tiene en la actualidad un papel fundamental en la economía mexicana. Después de años de registrar resultados históricos en los principales indicadores que miden el desempeño del turismo nacional, en el presente año se percibe un entorno incierto del rumbo que seguirá el desarrollo turístico nacional ante el inicio de un nuevo gobierno federal. Muestra de ello es la desaparición del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), encargado de la promoción de la marca país. Desde una perspectiva turística, hay una amenaza sobre el riesgo de una desaceleración económica internacional que podría afectar a los principales mercados emisores de turistas al país. En este sentido, se incluyen los resultados de los siguientes indicadores turísticos que dan cuenta de la marcha del turismo en los años recientes.

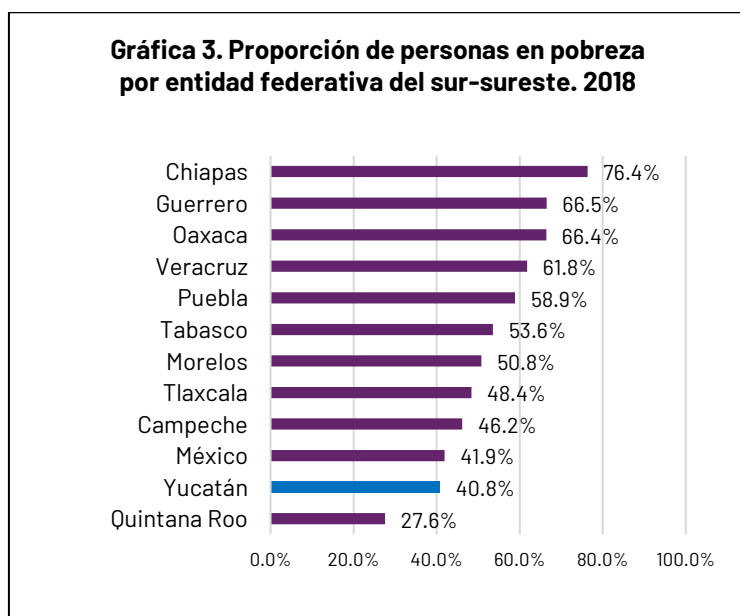
1.2.1. El turismo del país en la economía nacional

- ★ La participación del turismo en el PIB nacional representó el 8.8%, de acuerdo con la Cuenta Satélite del Turismo en México, 2017.
- ★ Son 3.8 millones de empleos los ocupados en el sector turístico hasta 2018, de acuerdo con el Observatorio Laboral de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.
- ★ La proveeduría de la industria turística representa 60.6 mil millones de dólares según los datos de la Cuenta Satélite del Turismo de México 2017.
- ★ El saldo de la Balanza Turística muestra una participación positiva en comparación con la Balanza comercial, la Balanza petrolera y la Balanza manufacturera.
- ★ En materia de empleo ocupa personas de todas las edades, sobre todo jóvenes de 16 a 24 años. Asimismo, después de los sectores de educación y salud, el turismo es el sector que proporcionalmente ocupa a más mujeres.

En términos generales, se puede decir que el turismo es un sector que tradicionalmente ha sido insuficientemente reconocido como un sector prioritario; sin embargo su aporte en lo social es sustancial, ofreciendo oportunidades y contribuyendo a combatir la pobreza y la marginación de las

regiones y las comunidades.

- ★ El país mantiene en la actualidad elevados niveles de pobreza, sobre todo esta condición se presenta en la región sur-sureste (Gráfica 3).
- ★ Respecto a la marginación, destaca que el 67.7% de los municipios del país se encontraban en condiciones de marginación muy alta, alta y media, en tanto que esta condición solo ocurre en el 30.2% de los municipios turísticos, según el Consejo Nacional de Población (Conapo).



Fuente: Elaboración propia con datos del Coneval. 2018

1.2.2. Principales indicadores del turismo nacional

Ingreso de divisas por visitantes internacionales

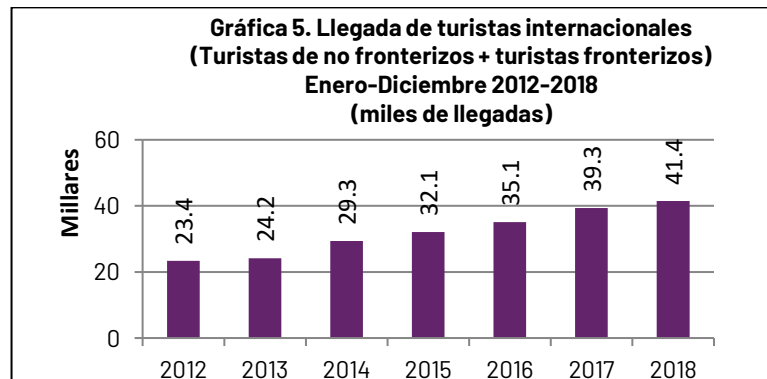
- ★ En los últimos siete años el ingreso de las divisas creció en 68% al pasar de 12,739.4 a 22,509.7 millones de dólares, en 2018 se incrementó en 5.5%. La aportación provino principalmente del turismo no fronterizo (Gráfica 4).



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México y el Inegi

Llegadas de turistas internacionales a México

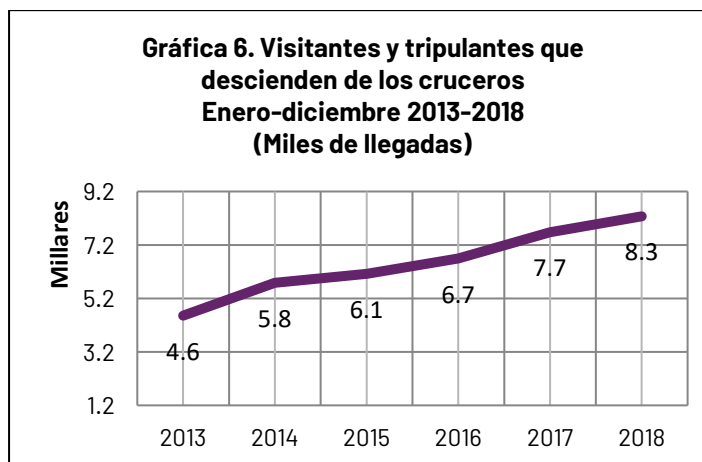
Considerando tanto a los turistas no fronterizos como a los fronterizos, entre el 2012 y el 2018 las llegadas de turistas crecieron en 69%. En 2017, las llegadas crecieron en 12% respecto al 2016, alcanzando cifras históricas en el turismo del país. Para 2018, este indicador creció en 6%, al alcanzar 41.4 millones de llegadas de turistas (Gráfica 5).



Fuente: Elaboración propia con datos del Banco de México y el Inegi.

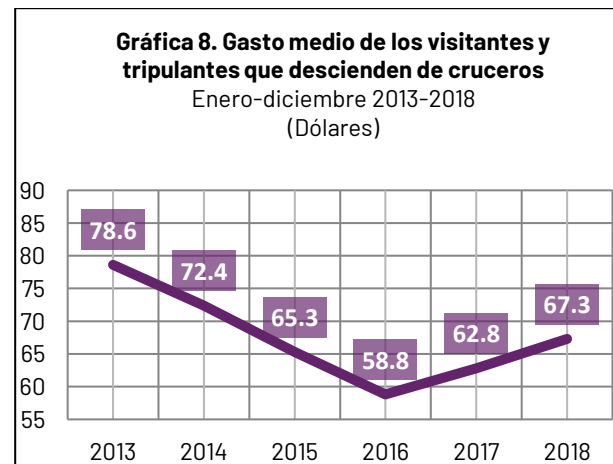
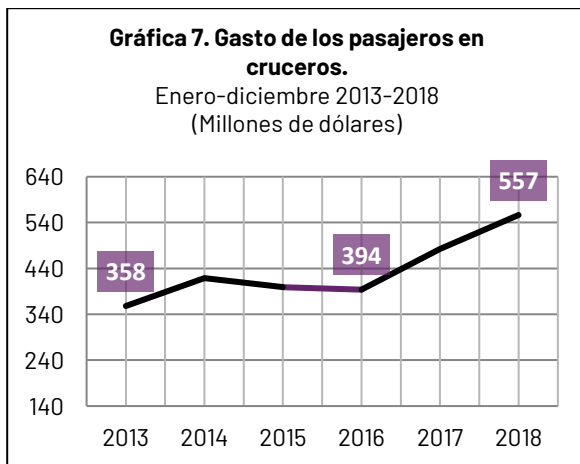
Actividad del turismo en cruceros a nivel nacional

El número de visitantes y tripulantes que descenden de los cruceros en los puertos del país ha mantenido en los últimos seis años un aumento promedio anual del 12.7%. En este periodo creció en 81.6% el número de llegadas al pasar de 4.6 millones a 8.3 millones. Entre 2017 y 2018 esta cifra aumentó en 7.7% (Gráfica 6).



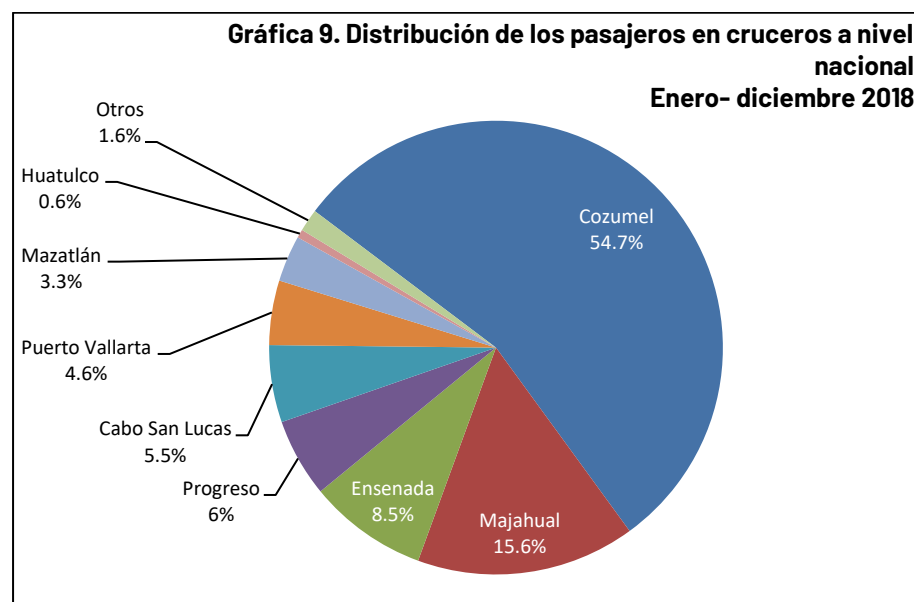
Fuente: elaboración propia con datos del banco de México y el Inegi.

En cuanto al gasto de los pasajeros y tripulantes en cruceros, se observó un crecimiento destacado de 55.4% en los últimos seis años, al pasar de 358 a 557 millones de dólares. Entre 2017 y 2018, el gasto total de los cruceristas aumentó en 15.4% (Gráfica 7), mientras que el gasto medio de estos visitantes creció 7.1% (Gráfica 8).



Fuente: elaboración propia con datos del banco de México y el Inegi.

En 2018, los principales puertos de cruceros en recepción de pasajeros, fueron Cozumel que captó más de la mitad de los visitantes que llegaron por este medio a los puertos mexicanos, le siguieron Mahahual (16%), Ensenada (8%), Progreso (6%), Cabo San Lucas (5%), Puerto Vallarta (5%) y Mazatlán (3%)(Gráfica 9).



Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Puertos de la SCT.

El número de barcos que llegan a los puertos mexicanos siguen con tendencia creciente. En 2018, llegaron 2,668, un aumento del 4.3% con respecto al año previo. Entre enero y junio 2019, sumaron 4.7 millones de pasajeros de cruceros atendidos en 1,571 arribos a nivel nacional, la cifra es 11.4% mayor a la correspondiente al mismo periodo de 2018.

1.3. Funcionamiento del Sistema Turístico en el estado de Yucatán

1.3.1. Distribución regional del estado

Como se ha mencionado, Yucatán cuenta con una gran riqueza en materia de recursos turísticos en todas sus regiones: historia y tradiciones, naturaleza, arqueología, gastronomía, playas,

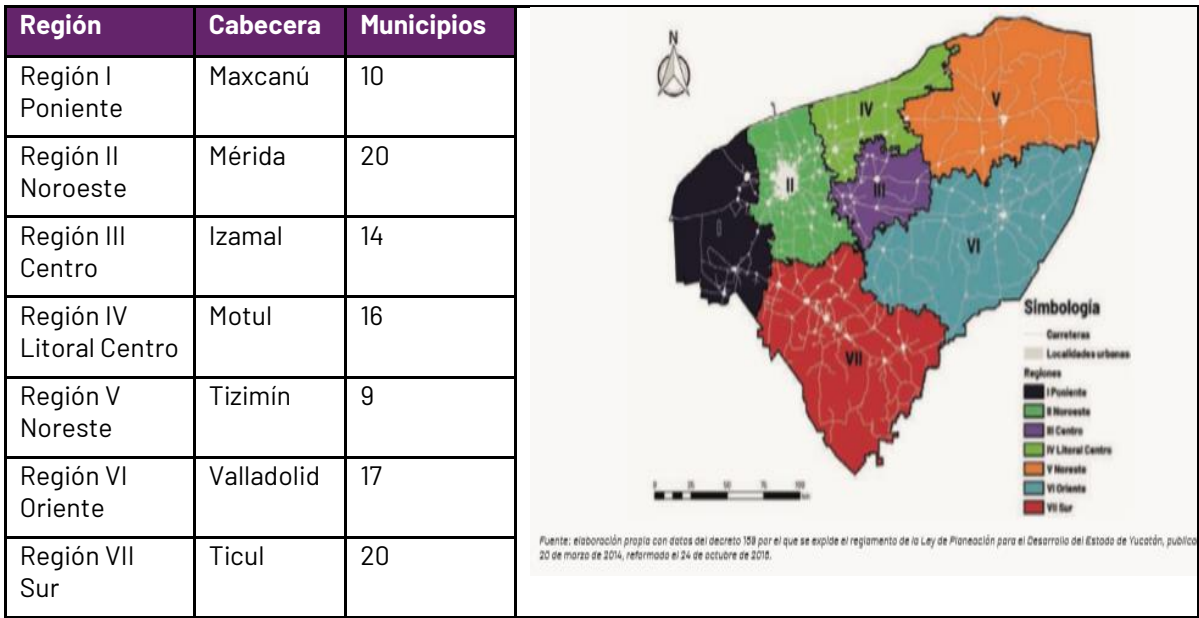
cenotes, grutas, poblaciones típicas mayas, además de su cercanía con Quintana Roo.

El Plan Estatal de Desarrollo de Yucatán 2018-2024 señala que el estado “es rico en atractivos turísticos, pero su difusión es insuficiente, tiene una amplia llegada de visitantes, pero estos presentan baja estadía en la entidad, los atractivos turísticos no están conectados y no existen planes integrales de turismo que promuevan la visita de varios destinos en un mismo viaje”. De sus recursos turísticos, muchos de ellos permanecen en su estado natural, sin embargo, requieren de una estrategia de aprovechamiento equilibrado y respetuoso con la cultura y el medio ambiente ya que, si bien es preciso ponerlos en valor para ampliar los beneficios a su población, también es fundamental llevarlo a cabo bajo los principios de sostenibilidad social, económica y ambiental.

Por otro lado, el PED también señala que “en 2015 Yucatán presentó un grado Alto de marginación, ello implica que la entidad presenta rezagos en los indicadores de exclusión los cuales se agrupan en cuatro dimensiones socioeconómicas: educación, vivienda, distribución de la población e ingresos monetarios. El grado alcanzado representa una constante en los últimos 15 años de referencia. Por entidad federativa, Yucatán ocupó el lugar número siete entre los estados con mayor grado de marginación, situación que implica la vulnerabilidad y el bienestar de la población en los indicadores antes mencionados”. “En el ámbito municipal, Mérida fue el único municipio de los 106 que cuenta con un grado de marginación “Muy bajo”, en contraparte Mayapán fue valorado como el municipio con mayor marginación y forma parte de los 100 municipios del país con mayor grado de marginación. De igual forma, 59% de los municipios tuvieron un “Alto” grado de marginación, la cifra destaca que debido a que, en 2010 el 22% de los municipios contaban con dicho nivel de exclusión”. Es evidente la alta concentración poblacional y económica existente en la ciudad de Mérida y en pocos municipios más, las cuales se reflejan en las actividades, productos y beneficios de desarrollo turístico que ha tenido el estado a lo largo del tiempo.

Regionalización geopolítica.

El territorio del estado para efectos del Sistema de Planeación del Desarrollo Estatal de Yucatán se divide en 7 regiones:



Si bien dentro de las dos regiones Sur y Oriente antes mencionadas se ubican al menos dos de los recursos turísticos más importantes con que cuenta Yucatán, la Zona Arqueológica de Uxmal en la Región Sur y Chichén Itzá en la Región Oriente, que son Patrimonio de la Humanidad y la última una de las Maravillas del Mundo Moderno, que recibe más de dos millones de visitantes anualmente, no se ha logrado contribuir a mejorar la condición de pobreza que prevalece en esas zonas.

Por otro lado, cabe mencionar que en la página oficial de turismo del estado se publican rutas turísticas, más que una regionalización; diversos actores turísticos señalan que estas rutas si bien han contribuido a promover y organizar los recursos turísticos, no han tenido un adecuado funcionamiento, por lo que es necesario revisar y actualizar las rutas de una forma más eficiente.



se observan las siguientes modalidades desde la demanda:

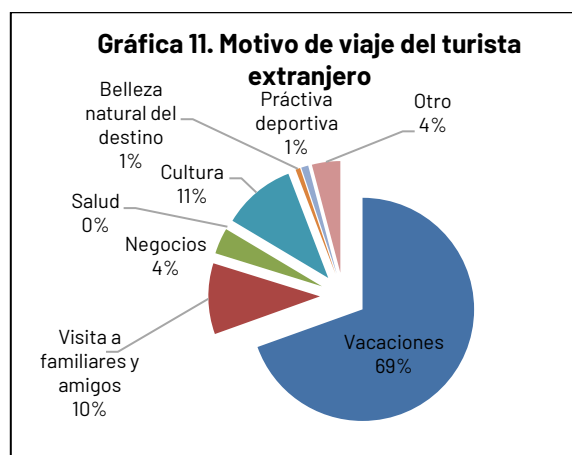
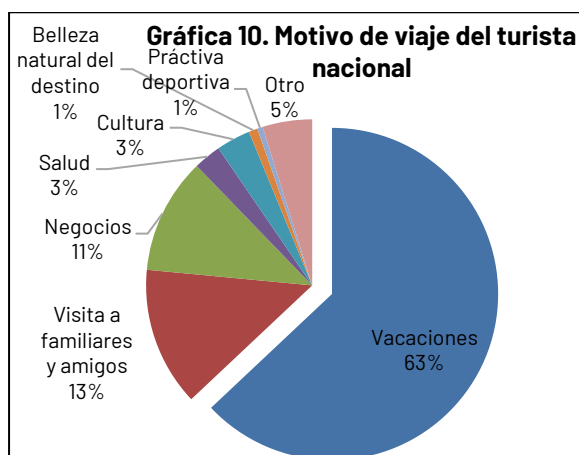
- ★ Los viajes se realizan en estancias cortas en los centros turísticos.
- ★ Se registran estancias en centros turísticos con excursiones radiales (incluyendo las que se originan en el estado vecino de Quintana Roo).
- ★ Se llevan a cabo escalas en circuitos sobre el corredor Mérida-Cancún.
- ★ Se realizan viajes de proximidad con fines recreativos para los habitantes de Mérida.
- ★ Se registran viajes estacionales con largas estadías tanto de residentes como de extranjeros.
- ★ La posición de Mérida es dominante en la entidad para la realización de los viajes y la movilidad: entre otros aspectos concentra el 84.4% de las llegadas a cuartos de hotel; la recepción del 70.5% de las llegadas de los turistas extranjeros; el 70.2% de los cuartos de 3-5 estrellas, así como el 54.6% del total de establecimientos turísticos en el estado.
- ★ Para llevar a cabo un análisis más profundo se requiere generar información que permita precisar el volumen de cada una de las modalidades de viaje de los visitantes en Yucatán.

1.4. La demanda turística en Yucatán

1.4.1. Análisis de los indicadores de la demanda

Segmentación de los turistas

Un estudio sobre los turistas que realizó la Sefotur en 2017 señala que el principal motivo de viaje de los turistas tanto nacionales como extranjeros son las vacaciones, después las visitas a familiares y amigos para los nacionales, mientras que para los extranjeros es la cultura (Gráfica 10 y 11).

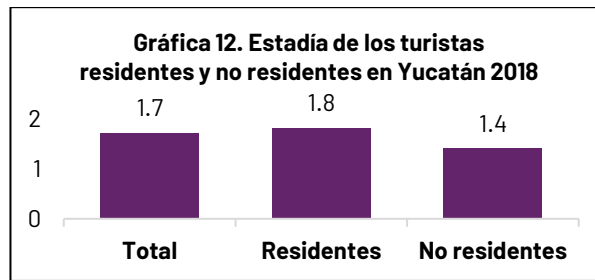


Fuente: Con datos del Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero en los Principales Destinos de Yucatán. Sefotur, 2017.

Llegadas de turistas a establecimientos de hospedaje en Yucatán

El número de las llegadas de turistas a los hoteles del estado ascendió a 2,275,481 en 2018 según el Compendio Estadístico del Turismo en México, lo que representa un incremento del 6.5% con respecto al año 2017 (superior en 140,257 turistas). En el primer semestre de 2019, los principales centros turísticos del estado medidos a través del Programa DataTur, contabilizaron casi 981 mil turistas, 16.6% más que el mismo periodo de 2018.

En relación a la estadía de los turistas destaca que en promedio se hospedaron 1.7 noches, los turistas residentes en el país estuvieron 1.8 noches, mientras que los no residentes fue de 1.4 noches (Gráfica 12).



Fuente: elaboración propia con datos de Sectur

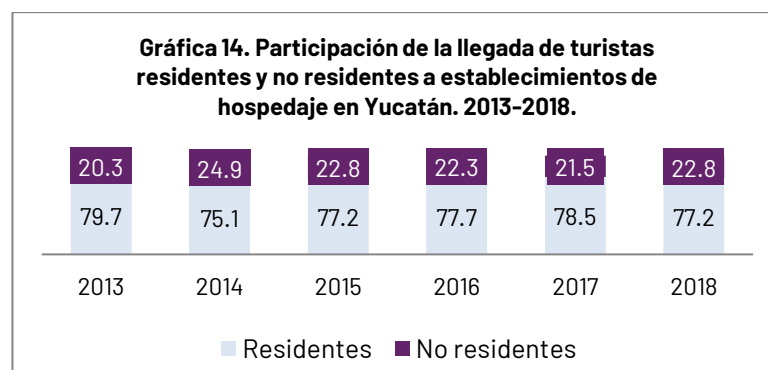
Comparando a Yucatán con otros estados en lo que se refiere a la estadía promedio, se observa que está por debajo de Quintana Roo, y en condiciones similares a Querétaro y Puebla, por arriba de estados como Michoacán y Chiapas (Gráfica 13).



Fuente: Elaboración propia con datos de Sectur

En el primer semestre de 2019, Mérida mantuvo la tendencia concentradora de los turistas que llegan al estado, ya que captó el 84.4% del total de turistas con pernocta, mientras que Valladolid fue el 9.2%, es decir entre ambos centros turísticos concentraron el 93.6% de las llegadas de turistas, por lo que confirman su relevancia en la captación de los turistas al estado¹.

La participación de los turistas nacionales ha sido mayoritaria a través de los años, aunque el número de los residentes en el extranjero se incrementó marginalmente (Gráfica 14).



Fuente: Elaboración propia con datos de Sectur

¹ Con cifras de Sefotur con base en datos de Datatur.

La información anterior representa la cantidad de turistas que se hospedaron en hoteles del estado, sin embargo, se desconoce la cantidad total de turistas que arribaron a los destinos y que se hospedaron en casas de familiares y amigos y otros tipos de hospedaje, así como también se desconocen los registros del total de los visitantes que llegaron al estado sin pernoctar.

En cuanto a la estacionalidad, destaca que en los meses de verano (julio y agosto), primavera (marzo y abril) y fin de año (noviembre y diciembre) se registra mayor afluencia.

1.4.2. Estimación de la demanda

Para contar con el dimensionamiento total del mercado turístico en el estado, se realiza un ejercicio conforme a los indicadores existentes y con el uso de parámetros de la Secretaría de Turismo federal y proporciones de la encuesta del perfil del visitante al aeropuerto de Cancún, para el cálculo de los visitantes se consideraron los perfiles que se mencionan a continuación:

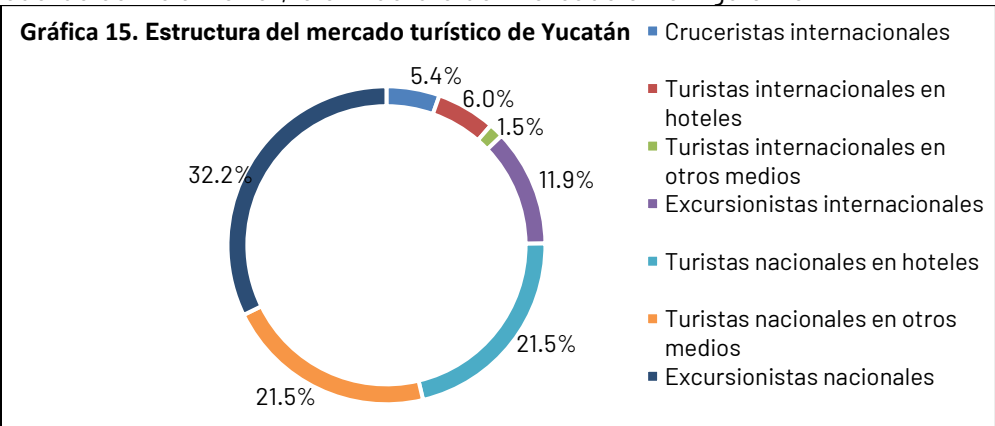
Del mercado Internacional	Del mercado nacional
<ul style="list-style-type: none"> • Todos los hospedados en hotel • 20% adicional por alojamiento en otros medios • Todos los visitantes a Chichén Itzá menos el 95% de los turistas internacionales • El 70% de los cruceristas 	<ul style="list-style-type: none"> • Todos los hospedados en hotel • 100% adicional por alojamiento en otros medios • 100% de los turistas como excursionistas

Fuente: Elaboración propia mediante metodología Anáhuac.

A través del análisis realizado con cifras conservadoras, de acuerdo a lo referido en la tabla anterior, se obtuvo que el número de visitantes totales que llegaron al estado, incluyendo tanto a los visitantes residentes como a los no residentes en el país, asciende al total de:

8,258,295 visitantes totales al estado en 2018

De acuerdo con lo anterior, la estructura del mercado es la siguiente:

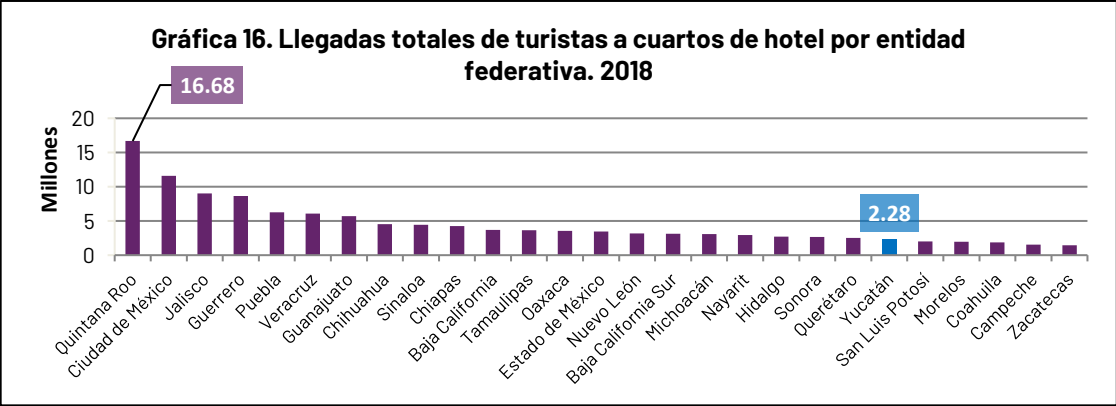


Fuente: elaboración propia mediante metodología Anáhuac.

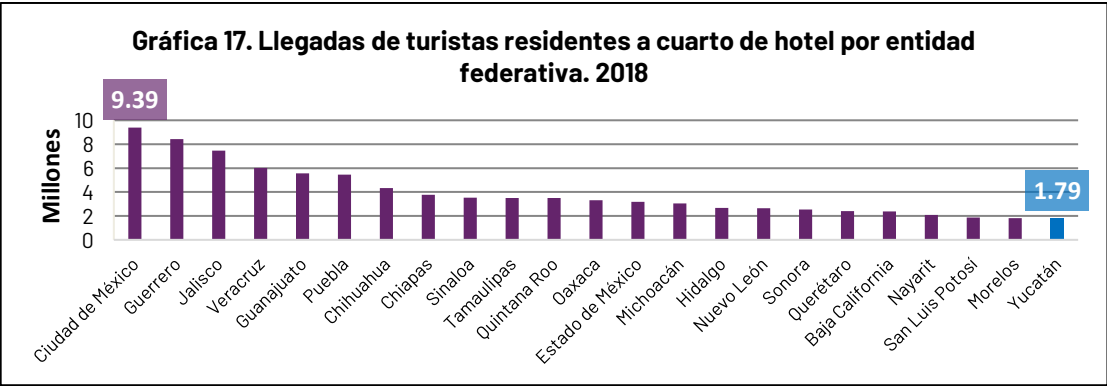
1.4.3. Competitividad de Yucatán a nivel nacional en actividad hotelera

Comparando el estado con las demás entidades del país, se observa que Yucatán ocupó a nivel nacional el lugar 22 en llegadas de turistas a cuartos de hotel en 2018² (Gráfica 16).

En cuanto al número de llegadas de turistas residentes a cuartos de hotel, Yucatán ocupó el lugar número 23 (Gráfica 17), en los no residentes, ocupó el 10° lugar (Gráfica 18).

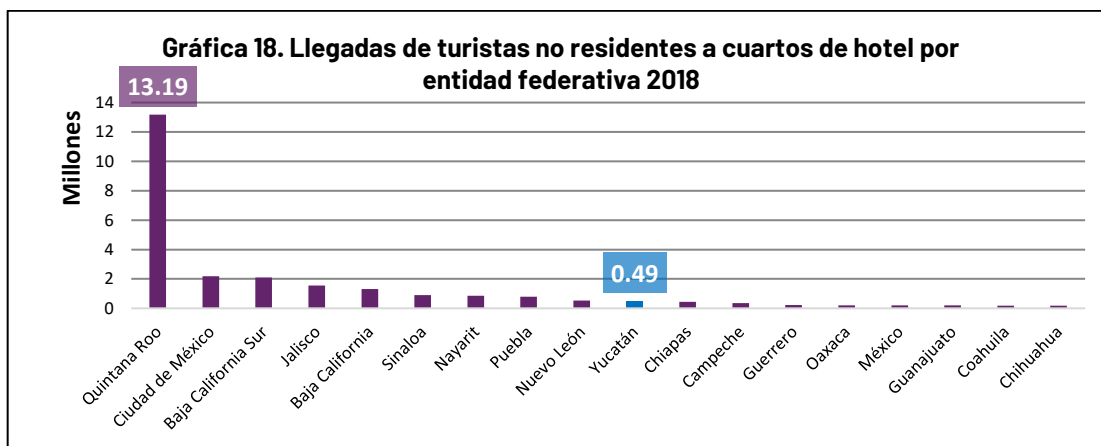


Fuente: Elaboración propia con datos de Sector.



Fuente: Elaboración propia con datos de Sector.

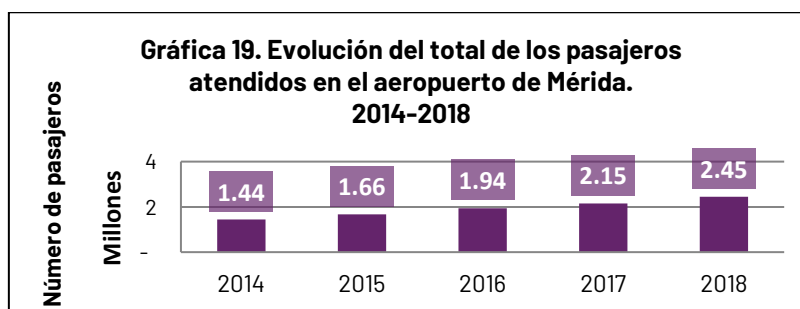
² De acuerdo con cifras del Compendio Estadístico del Turismo en México de Sector, 2018.



Fuente: Elaboración propia con datos de Sectur.

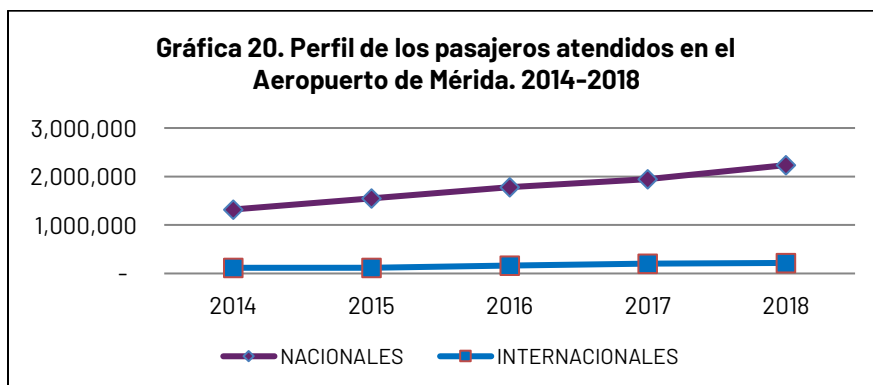
1.4.4. Transporte aéreo

El Aeropuerto Internacional de la Ciudad de Mérida “Manuel Crescencio Rejón” experimentó en los últimos 5 años (2014-2018) un importante dinamismo en el número de pasajeros atendidos y vuelos operados. En cuanto al número total de pasajeros, si se compara el año 2018 con el 2014, el crecimiento registrado es del 70.6%, al pasar de 1,436,959 a 2,451,616 pasajeros. Entre el 2017 y el 2018 el crecimiento fue del 14.1% (Gráfica 19).



Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil SCT.

Sobre el perfil de pasajeros atendidos en el Aeropuerto de Mérida se observa un aumento tanto en los nacionales como en los internacionales. En el periodo de estudio los pasajeros internacionales crecieron más que los nacionales: 84.8% y 69.4%, respectivamente. En 2018 fue a la inversa, los nacionales crecieron en 14.8% y los internacionales 7.7% (Gráfica 20).



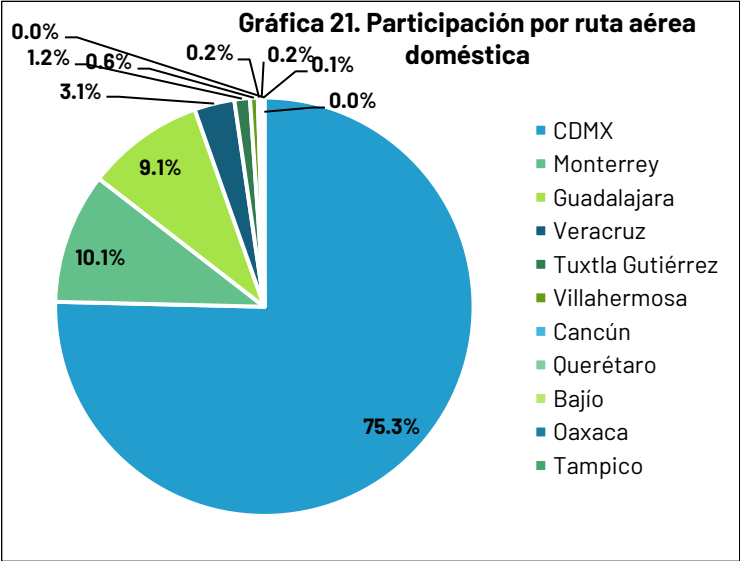
Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT.

Al cierre del primer semestre del 2019, el Aeropuerto de Mérida se ubicó dentro del Top 10 de los

principales aeropuertos del país, al ocupar el sexto lugar en el movimiento de pasajeros domésticos, después de los aeropuertos de la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Tijuana y Cancún. En este periodo operó 1.3 millones de pasajeros con un crecimiento de 16.5%, con respecto al mismo periodo del 2018.

Es importante destacar que, de las rutas del Aeropuerto de Mérida en el mercado doméstico, existe una gran dependencia de la ruta hacia la Ciudad de México (Gráfica 21).

Ruta	Pasajeros
CDMX	1.686.256
Monterrey	225.442
Guadalajara	204.687
Veracruz	68.548
Tuxtla Gutiérrez	27.659
Villahermosa	13.418
Cancún	4.839
Querétaro	3.554
Bajío	3.240
Oaxaca	1.012
Tampico	48
Total	2.238.703



Fuente: Elaboración propia con datos de la DGAC de la SCT.

La ruta CDMX-Mérida ya es la quinta ruta doméstica en importancia

Lugar	Ruta	Volumen de pasajeros 2018
1	MEX-CUN-MEX	2.922.068
2	MEX-MTY-MEX	2.050.095
3	MEX-GDL-MEX	1.876.006
4	MEX-TIJ-MEX	1.242.034
5	MEX-MID-MEX	1.065.618
6	GDL-TIJ-GDL	1.048.073
7	MTY-CUN-MTY	784.513
8	MEX-PVR-MEX	609.366
9	MEX-TGZ-MEX	567.512
10	MEX-SJD-MEX	560.151

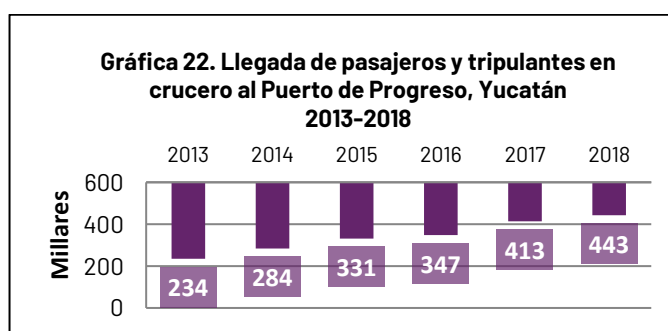
Fuente: Elaboración propia con datos de la DGAC. SCT

1.4.5. Actividad de cruceros

Yucatán cuenta con el Puerto de Progreso para la recepción de cruceros. En los últimos 6 años la llegada de visitantes mantuvo una tendencia de crecimiento. Entre el 2013-2018, se registró una tasa media de crecimiento anual de 13.5%. Solo en 2018, se recibieron 443,352 visitantes, un aumento del 7.2% con respecto al 2017.

Puerto Progreso se ha posicionado como uno de los puertos más importantes del país en la recepción de visitantes en crucero, en 2018 ocupó el cuarto lugar nacional, después de los puertos de Cozumel y Mahahual en el Caribe y Ensenada en el Pacífico. En los primeros seis meses del 2019, se registró una reducción significativa en el número de barcos (64 arribos) y pasajeros (201,467 llegadas) del 24.7% y 18.4%, respectivamente (Gráfica 22).

La importancia de mejorar la infraestructura urbana y turística de las instalaciones portuarias y la ciudad de Progreso con acciones de innovación y diversificación de productos, servicios y actividades turísticas es fundamental para mejorar la competitividad del puerto y la atracción de barcos y visitantes.



Fuente: Elaboración propia con datos de la Dirección General de Puertos. SCT.

1.4.6. Perfil y satisfacción del turista nacional y extranjero

El conocimiento de las principales características, hábitos, medios de movilidad y consumo de los turistas es un factor fundamental para el desarrollo de las estrategias turísticas y para la toma de decisiones turísticas en el estado. En 2017, se realizó el Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero en los Principales Destinos de Yucatán. Mantener la calidad y periodicidad en su realización contribuirá a mejorar la toma de decisiones para el desarrollo de las políticas públicas y de las acciones empresariales, algunos resultados son los siguientes:

Cuadro 2. Observaciones y propuestas del turista nacional y extranjero	
Turista nacional	
Elementos positivos	Áreas de oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Excelente servicio. ▪ Mucha seguridad y tranquilidad en el destino. ▪ Conservar la seguridad, cultura y limpieza. ▪ Buen trato, hospitalidad, amabilidad. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar limpieza e infraestructura turística del destino. ▪ Mejorar servicio y precio de hoteles, restaurantes, zonas arqueológicas y guías. ▪ Mejorar servicio y precio de transporte público de traslado en el destino. ▪ Mejorar información y promoción turística. ▪ Mejorar seguridad y servicios de policías turísticos. ▪ Mejorar el trato al turista.
Turista extranjero	
Elementos positivos	Áreas de oportunidad
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Muy bonito, muy limpio, me encantó el destino. ▪ Excelente servicio, todo bien. ▪ Buen trato, hospitalidad, amabilidad. ▪ Mucha seguridad, tranquilidad en el destino. ▪ Conservar la seguridad, cultura y limpieza. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mejorar limpieza e infraestructura turística del destino. ▪ Mejorar servicio y precio de: hotel, restaurantes, zonas arqueológicas y guías. ▪ Mejorar información y promoción turística. ▪ Mejorar servicio y precio de transporte público de traslado en el destino. ▪ Mejorar seguridad y servicios de policías turísticos.

Fuente: Estudio Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero en los Principales Destinos de Yucatán. Sefotur. 2017

- ★ Los establecimientos de alimentos y bebidas, hospedaje y servicio de guías se calificó como bueno, lo mejor evaluado es la atención y servicio y lo peor es la relación costo/calidad.
- ★ Los servicios de transporte se evaluaron regular, el utilizado para llegar al destino calificado como bueno, el peor evaluado es el transporte utilizado para desplazarse dentro del destino.
- ★ En cuanto a los atractivos naturales, la playa es el peor evaluado sobre todo en aspectos de limpieza y conservación.
- ★ Los atractivos culturales, las zonas arqueológicas y los museos obtuvieron calificación de buena, mientras que las haciendas regular por el costo.
- ★ Destaca que las actividades de tipo cultural son evaluadas como malas. Las actividades de naturaleza y los tours o excursiones se calificaron como regulares.

1.5. La oferta turística en Yucatán

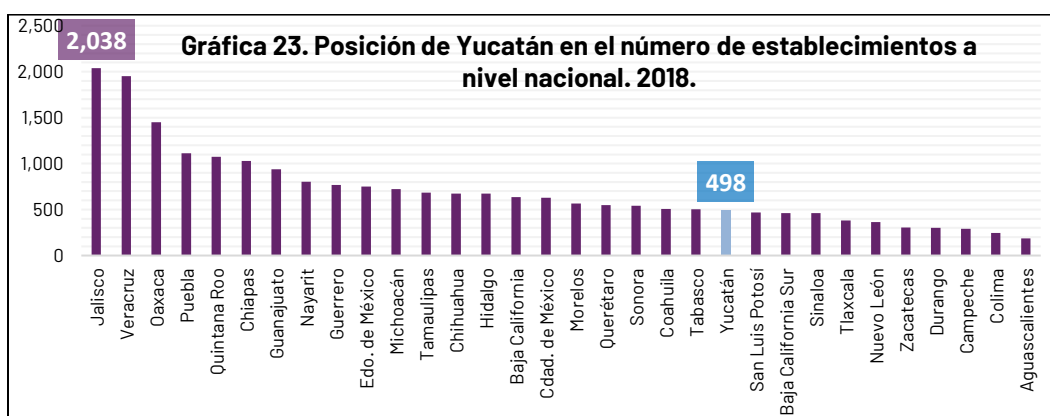
- ★ El estado de Yucatán cuenta con una amplia y variada oferta turística, como se ha comentado, basada en la gran cantidad de recursos turísticos naturales y culturales de gran valor y singularidad, que le han proporcionado sus ventajas comparativas, determinadas por sus características territoriales como su exuberante selva como vegetación dominante; un clima privilegiado, cálido en la mayor parte del año; con 378 km de litoral; cuenta con Áreas Naturales Protegidas entre Reservas de la Biósfera, parques nacionales y santuarios; un gran número de

cenotes, grutas y cavernas en prácticamente todas las regiones del estado; su ubicación geográfica dentro de la Península de Yucatán junto con los estados de Campeche y Quintana Roo, es destacada por su interacción en materia turística.

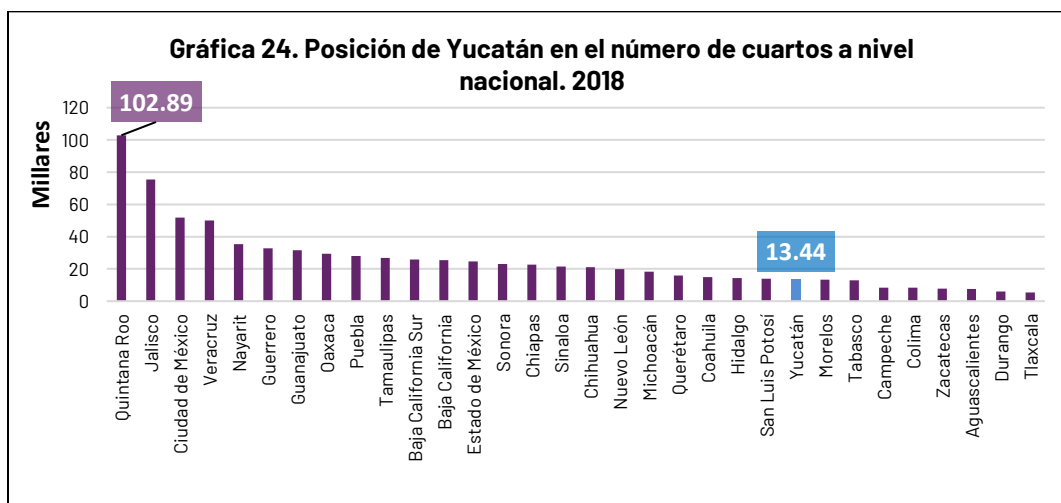
- ★ Con base en lo anterior, se ha avanzado a lo largo del tiempo en la construcción de una oferta turística cada vez más amplia para promover el desarrollo turístico como uno de los sectores económicos que pueden coadyuvar a mejorar el crecimiento socioeconómico de las regiones y poblaciones de Yucatán y con ello contribuir a combatir la pobreza y la desigualdad. De esta forma, a continuación se exponen los principales elementos de la oferta turística estatal.

1.5.1. Oferta hotelera

Para tener una visión de la competitividad de Yucatán en materia de oferta hotelera a nivel nacional, se observa en las siguientes gráficas que al cierre del 2018 el estado se ubicó en el lugar número 22 en el número de establecimientos de alojamiento (498), 5 establecimientos más a los registrados en 2017 y pasando del sitio 21 al 22, mientras que ocupó el sitio 24 por número de cuartos con 13,442 de categoría turística, el mismo lugar que ocupó en 2017 con 13,076 cuartos (Gráficas 23 Y 24)³



Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

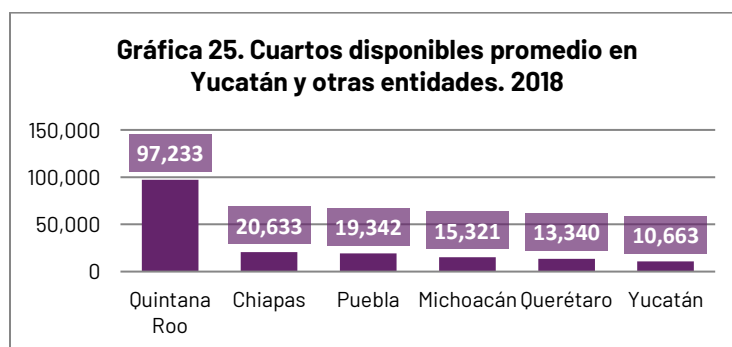


Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR

En relación a los cuartos disponibles promedio, comparando con 5 estados del país como

³ De acuerdo con la publicación del Compendio Estadístico del Turismo en México de la SECTUR federal más reciente para esta información.

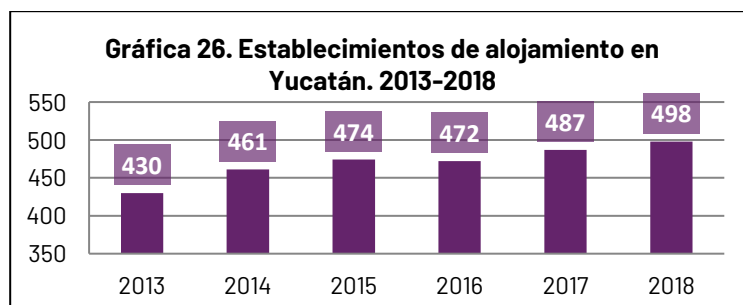
Quintana Roo, Chiapas, Puebla, Michoacán y Querétaro, Yucatán queda en el sexto lugar (Gráfica 25).



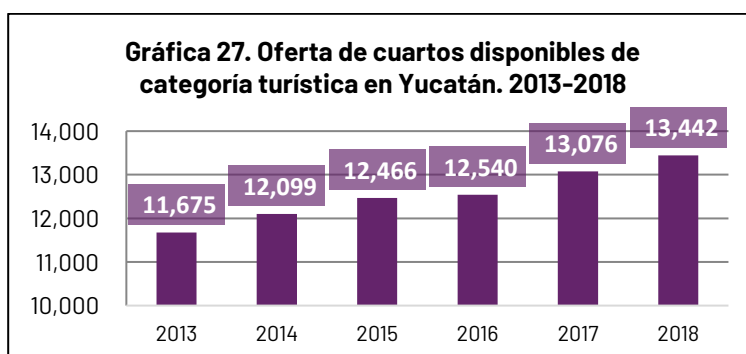
Fuente: elaboración propia con datos de SECTUR.

En cuanto a la ocupación hotelera, Yucatán registró un 55%; se compara favorablemente con Chiapas (40%), Michoacán (48%), Puebla (49%) y Querétaro (50%), y se sitúa 20 puntos porcentuales por debajo de Quintana Roo (75%).

Yucatán cerró el 2018 con 498 establecimientos de alojamiento (Gráfica 26) y 13,442 cuartos, 2.8% más respecto al año anterior y un incremento del 15% respecto al 2013 (Gráfica 27).

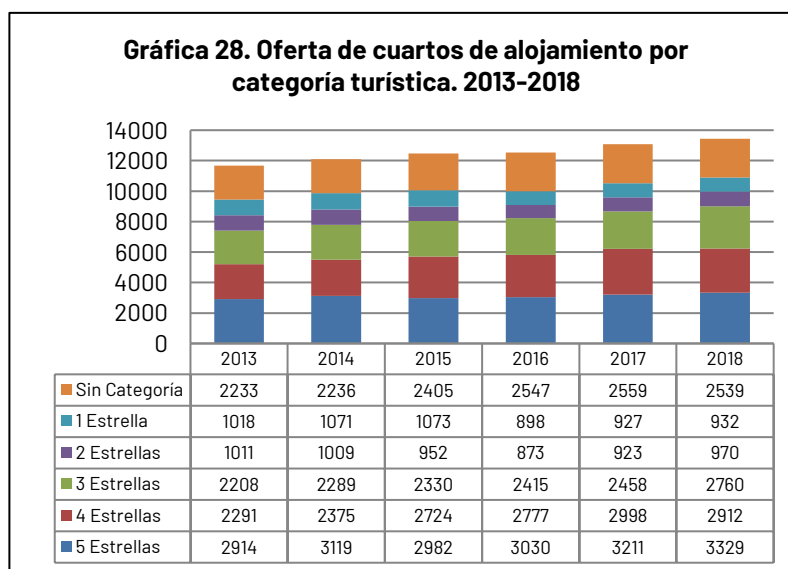


Fuente: Elaboración propia con datos SECTUR.



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR.

En cuanto a la oferta de cuartos de categoría turística, se observa un aumento en los últimos años de los cuartos de 3-5 estrellas, su participación pasó del 63% en 2013 al 67% en 2018, que equivale a 9,000 habitaciones del total (Gráfica 28).



Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR.

1.5.2. Valoración de la competitividad de la industria hotelera del estado RevPar.

Con el fin de conocer la situación de Yucatán, se compara con 5 estados del país (Baja California, Chiapas, Nuevo León, Querétaro y Quintana Roo) en materia de tarifas hoteleras y la rentabilidad general de la hotelería en el estado, se analizaron los indicadores básicos de los cuartos disponibles existentes en la entidad, la ocupación promedio, así como las tarifas hoteleras promedio reportadas a partir de la recaudación del impuesto sobre servicios hoteleros en 2017. En este sentido, se obtuvo que Yucatán, después de Chiapas, presentó las tarifas hoteleras promedio más bajas entre los estados estudiados, que ascendió a \$571.00, muy por debajo de lo presentado por el estado de Quintana Roo que fue de \$1,475.10, de acuerdo con la siguiente tabla:

Cuadro 3. Rentabilidad hotelera de Yucatán						
2017	Baja California	Chiapas	Nuevo León	Querétaro	Quintana Roo	Yucatán
Cuartos disponibles	20,204	20,203	15,884	12,766	93,709	10,412
Porcentaje de ocupación	51.9%	35.4%	64.6%	55.1%	78.2%	57.0%
Tarifa promedio	801.17	524.0	1,117.11	650.6	1,475.1	571.00
RevPar (ingreso por cuarto disponible)	415.70	150.1	721.56	358.6	1,153.0	325.3

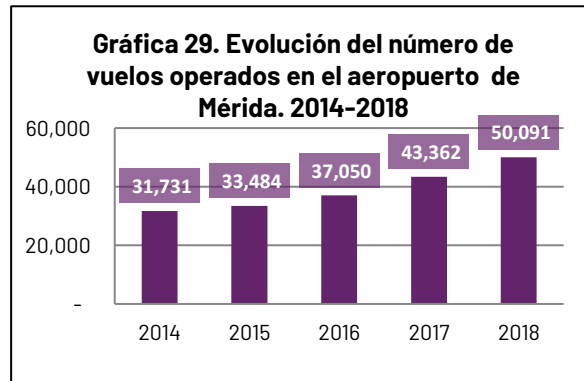
Fuente: Elaboración propia con datos de SECTUR y Ley de Ingresos de los estados analizados.

1.5.3. Transportación aérea

Yucatán cuenta con dos aeropuertos catalogados como internacionales: el aeropuerto de Mérida que es el principal del estado y un aeropuerto menor ubicado en el municipio de Kaua, en la Región Oriente del estado y cercano a la zona arqueológica de Chichen Itzá y del Pueblo Mágico de Valladolid, que opera principalmente vuelos privados.

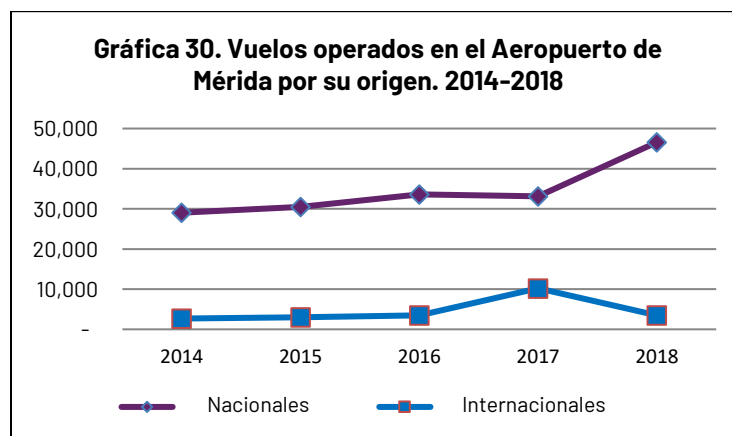
Operatividad aérea

En los últimos cinco años, la operación del aeropuerto de Mérida ha mostrado una tendencia sostenida de crecimiento en su número de vuelos; comparando el 2018 contra el 2014, se obtuvo un crecimiento del 57.9%, al pasar de 31,731 a 50,091 operaciones, mientras que entre el 2018 y el 2017, los vuelos crecieron en 15.5% (Gráfica 29).



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil.

Sobre el perfil de los vuelos se observa que comparando el 2014 contra el 2018, los nacionales crecieron en 60.4%, mientras los internacionales en 30.7%. Entre el 2017 y el 2018, los vuelos nacionales crecieron en 20.7%, mientras los internacionales registraron un importante decremento del 65%, esta disminución es producto de un pico inusual provocado por un alto número de vuelos observados entre julio y agosto 2017 y algunos vuelos internacionales cancelados (Gráfica 30).



Fuente: elaboración propia con datos de la Dirección General de Aeronáutica Civil. SCT

Conectividad aérea

Al cierre del mes de junio del 2019 operaron las siguientes rutas directas hacia el Aeropuerto de Mérida. Se cuenta con 3 rutas internacionales: Houston, Miami y La Habana.

Cuadro 4. Rutas directas hacia Aeropuerto de Mérida, junio 2019				
Línea aérea		Ciudades con conectividad directa	Promedio de frecuencia semanal de arribo de vuelos (domésticos)	Promedio de Frecuencia semanal de arribo de vuelos (internacionales)
Internacionales	United Airlines	Houston (EU)	--	6
	American Airlines	Miami (EU)	---	7

	Interjet	La Habana (Cuba)	--	2
Nacionales	Aeroméxico	México	55	
	Interjet	México	40	--
	Volaris	Chihuahua, Guadalajara, León, Hermosillo, México, Monterrey, Oaxaca y Tijuana.	49	--
	Viva Aerobús	Guadalajara, México, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez, Veracruz y Villahermosa.	36	--
	Magnicharters	México	3	--
	Mayair	Cancún y Villahermosa	8	--
	TAR	Querétaro y Veracruz	9	--

Fuente: Elaboración propia con datos de la Sefotur.

1.5.4. Infraestructura turística complementaria

La oferta de servicios turísticos complementarios se concentra principalmente en la ciudad de Mérida, en donde se ubica el 52.2% de todos los establecimientos existentes en el estado, de acuerdo con la siguiente tabla:

Cuadro 5. Infraestructura turística complementaria en Yucatán. Junio 2019			
Categoría	Número de Establecimiento		
	Mérida	Resto del estado	Total del estado
Servicios de hospedaje	236	270	506
Restaurantes	282	226	508
Agencias de viajes	191	15	206
Discotecas y bares	55	8	63
Líneas aéreas (suc.)	15	0	15
Rentadoras de vehículos	43	1	44
Museos y galerías	29	11	40
Tiendas de artesanías	74	46	120
Servicios de ecoturismo	0	65	65
Casas de cambio	14	1	15
Marinas y delegaciones de Puerto	0	25	25
Servicios de banquetes	25	2	27
Escuelas de turismo e idiomas	37	11	48
Líneas transporte terrestre	16	2	18
Asistencia turística	19	0	19
Consulados	11	0	11
Paradores turísticos	3	12	15
Zonas arqueológicas	1	18	19
Teatros y cines	21	0	21
Centros comerciales	19	0	19
Clínicas y Spas	17	2	19
Servicios para eventos	54	2	56
Guías de turistas	259	450	709
Totales	1,441	1,169	2,610

Fuente: Elaboración propia con datos de Sefotur.

1.5.5. Zonas arqueológicas y paradores turísticos en el estado

Existen actualmente diecinueve zonas abiertas al público, que han contribuido de forma importante a posicionar a Yucatán nacional e internacionalmente. En 2018, recibieron 3.6 millones de visitantes de los cuales 63% fueron internacionales y 37% nacionales.

El Patronato de las Unidades Culturales y Turísticas (Cultur), como entidad paraestatal que administra los paradores turísticos, ha contribuido a proporcionar instalaciones básicas y unidades de servicios para los visitantes de las zonas arqueológicas y zonas que son reservas naturales protegidas. Su propósito ha sido además colaborar en la preservación, conservación y restauración del patrimonio histórico de Yucatán.

El parador de Chichén Itzá es el que destaca por el gran número de visitantes que recibe anualmente. En 2018 fueron casi 2.6 millones y representa el 67.6% de las visitas a este sistema de paradores turísticos, con un aumento del 9.6%, lo que implica una gran presión para las instalaciones del parador, que en ciertas épocas es rebasado por la demanda.

Cuadro 6. Visitantes a zonas arqueológicas y ecológicas del estado			
	Acumulado Enero-diciembre		Variación anual
	2017	2018	
Zona Arqueológica de Chichén Itzá	2.367.593	2.597.377	9.6%
Total principales zonas arqueológicas y ecológicas.	3.532.279	3.839.755	8.7%

Fuente: Elaboración propia con datos de Sefotur y Cultur.

1.5.6. Infraestructura para el turismo de naturaleza

Un segmento turístico fundamental para Yucatán es el turismo de naturaleza en virtud de la destacada oferta de recursos naturales existentes en prácticamente todo su territorio. Este tipo de turismo es considerado como una alternativa para regionalizar el turismo y beneficiar de forma más directa e inmediata a las comunidades, para disminuir la desigualdad y la pobreza, a través de productos principalmente de ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural y comunitario. Sin duda, los recursos naturales de gran valor con que cuenta el estado, así como sus comunidades mayas ofrecen la oportunidad de posicionar a Yucatán como un destino diferenciado, sostenible, con respecto a otros destinos competidores, siendo la oferta principal las actividades en contacto con la naturaleza y las comunidades.

En Yucatán han existido desde hace ya varios años múltiples esfuerzos e iniciativas de fundaciones, organizaciones sociales y universidades, como la Autónoma de Yucatán, para crear empresas ecoturísticas. La opinión de actores turísticos coincide en que estas iniciativas no se han consolidado por la falta de apoyos públicos o privados, falta de capacitación, concientización de la importancia del turismo, problemas de tenencia de la tierra, entre otros aspectos.

En 2019, se tienen registrados 65 establecimientos de ecoturismo en el estado. El municipio de Temozón, al oriente del estado, es el que destaca con más establecimientos (siete), los municipios de Valladolid, Río Lagartos, Hunucmá, Chemax, Abalá y Tecoh registran tres cada uno y el resto en otros municipios del estado según lo informa Sefotur.

1.5.7. Turismo de reuniones

Este segmento está tomando relevancia para Yucatán por la derrama económica que genera y el

consumo de la cadena productiva. En Mérida existen dos centros de convenciones para eventos medianos y grandes, así como instalaciones adecuadas para la realización de eventos de esta índole, sobre todo en los hoteles, lo cual contribuye a aumentar el atractivo del estado en este ámbito.

En 2017 se realizaron 262 eventos de turismo de reuniones en Mérida, 24.2% más que en 2016, y acudieron 50,740 participantes. En 2018 se llevaron a cabo 254 eventos, 3.1% menos que 2017, a los cuales acudieron 83,542 participantes, 64.6% más que el año anterior. El perfil de participantes es nacional (86%), casi una tercera parte provino de la Ciudad de México (30%) seguido de Quintana Roo, Puebla, Nuevo León y Veracruz. Los visitantes internacionales provinieron de países como Colombia, Estados Unidos y Argentina, de acuerdo con información de la Secretaría de Fomento Turístico del estado.

1.6. El territorio

Yucatán cuenta actualmente con un planteamiento de regionalización turística -que difiere de la regionalización política y geográfica general del estado (previamente expuesta)- con la integración de las siguientes 6 regiones:

Cuadro 7. Propuesta de regionalización turística para Yucatán	
Nombre de la región	Algunos destinos relevantes que la integran
Riviera Yucatán	Puerto Progreso y Celestún
Mérida Capital cultural y gastronómica del Sur	Mérida y Dzibilchaltún
Yucatán, Cenotes y Haciendas	Motul, Izamal
Ruta Puuc y Aldeas Mayas	Uxmal, Ticul, Oxkutzcab, Grutas de Lol-tún, Labná, Xlapac, Sayil, Kabah, Peto
Capital Mundo Maya	Chichen Itzá, Valladolid, Ek Balam
Puerto Maya	Tizimin, San Felipe y Río Lagartos

Con base en lo anterior se define la tipología de los destinos clasificándolos por los niveles de desarrollo turístico y su potencial. La clasificación de los destinos se presenta en el Anexo I.

De acuerdo con lo anterior, se exponen los destinos turísticos con funcionamiento real y algunos con potencial importante, que para fines de este estudio se denominan cluster turístico, así como su etapa en el ciclo de vida y el nivel en que se ubica.

Cuadro 8. Cluster turístico por tipo de destinos y etapa en el ciclo de vida		
Cluster	Tipos de destinos	Etapa en el ciclo de vida
Nivel 1. Destinos en fase de consolidación		
Mérida	Macrocentro turístico de estadía y distribución	Desarrollo-consolidación
Chichén Itzá	Centro turístico de excursión	Desarrollo Madurez
Nivel 2. Destinos en fase de Desarrollo		
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	Corredor de estadía y distribución	Desarrollo-madurez
Puerto Progreso	Centro turístico de excursión y de estadía	Desarrollo-madurez
Valladolid	Centro turístico de estadía y excursión	Desarrollo
Izamal	Centro turístico de excursión	Desarrollo
Nivel 3. Destinos en fase de Implicación		
Uxmal	Centro turístico de excursión	Implicación
Celestún	Núcleo turístico	Implicación
Río Lagartos	Núcleo turístico	Implicación
Tizimín	Núcleo turístico	Implicación
Nivel 4 Destinos en fase de Exploración		
Sisal, Las Coloradas y El Cuyo, Motul y Tekax	Núcleos turísticos	Exploración
Resto de localidades	Núcleos turísticos	Exploración

Fuente: elaboración propia con metodología Anáhuac.

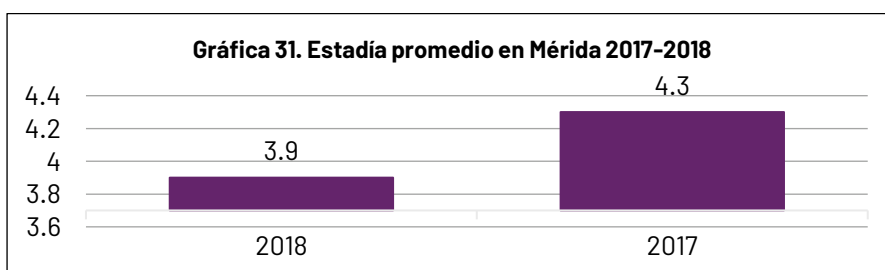
Asimismo, se cuenta con una clasificación de los municipios turísticos y los municipios con potencial turístico en el estado de Yucatán, derivadas de anteriores programas de mediano plazo, como se muestran en el Anexo II.

1.7. Las plataformas digitales en el estado

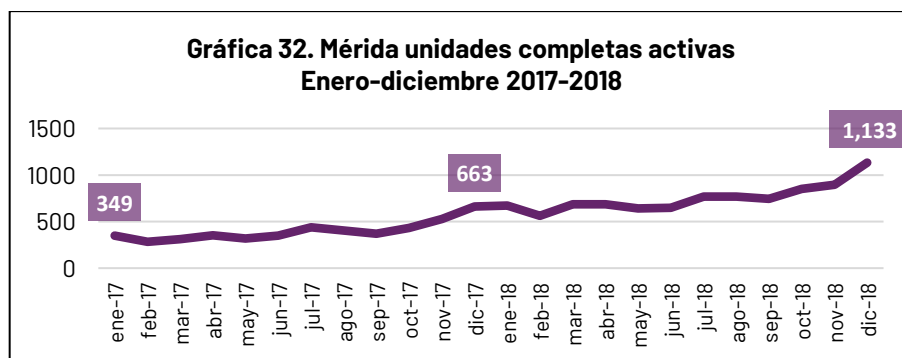
Como resultado del análisis de la información sobre el alquiler de alojamientos residenciales con fines turísticos a través de plataformas digitales como Airbnb, en el estado de Yucatán “Existe una nueva ola de empresas que utilizan las capacidades de la tecnología para facilitar conexiones en la economía que forma parte de la normalidad en la industria turística”. Existen diversas plataformas que ofrecen alojamiento por medios digitales como es el caso de Airbnb y homeaway⁵.

Para el caso de Mérida, en 2018 se registraron 754 unidades promedio, cada una con 2 habitaciones y 125,467 pernóctas, se estima generaron ingresos por 177 millones de pesos.

En 2018 se generaron 32,524 reservaciones, en comparación con las 15,394 registradas en 2017, con una ocupación del 55%. En 2018, la estadía promedio fue de 3.9 noches contra las 4.3 noches observadas en 2017 (Gráfica 31). El comportamiento de las unidades completas activas en la ciudad de Mérida entre 2017 y 2018, con registros mensuales, se pueden observar en la Gráfica 32.



Fuente: elaboración propia con datos de la Universidad Anáhuac México⁶.



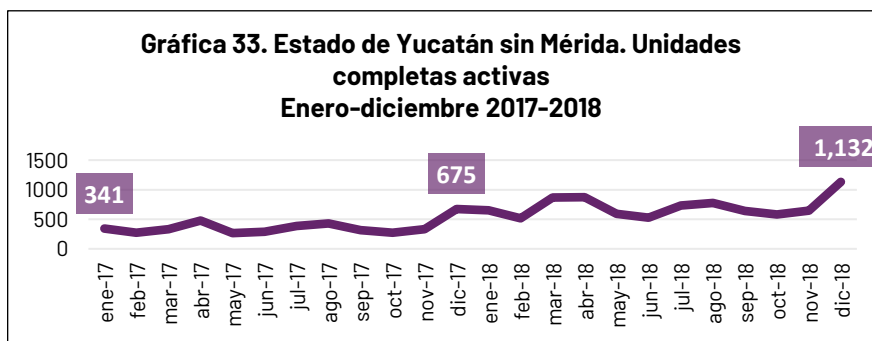
Fuente: elaboración propia con datos de la Universidad Anáhuac México⁷.

Por otro lado, haciendo un análisis del estado de Yucatán sin lo existente en la ciudad de Mérida, se tiene que en 2018 se registraron 711 unidades promedio, cada una con 2.4 habitaciones, con 87,924 pernóctas en total. Se estima que estas generaron ingresos por 177.6 millones de pesos. En el mismo año se registró una ocupación del 40%, con una estadía promedio de 3.6 noches, contra las 4.3 noches observadas en 2017. El comportamiento entre 2017-2018 de las unidades completas activas se puede observar en la Gráfica 33.

⁵ De acuerdo con el estudio Impacto de Alojamiento con fines turísticos en casa habitación, reservadas a través de medios digitales de la Universidad Anáhuac México y la Asociación Nacional de Cadenas Hoteleras. 2019

⁶ Ibid

⁷ Ibid



Fuente: elaboración propia con datos de la Universidad Anáhuac México⁸

1.8. Análisis especializado sobre la contribución del turismo a la economía

Para medir el impacto económico del turismo a nivel estatal y ante la falta de un rubro específico en la contabilidad nacional, se dispone de la Cuenta Satélite del Turismo. Así mismo, se dispone de las Cuentas Nacionales de Producción por actividad, sector económico y entidad.

Se realiza el análisis de indicadores que reflejan la importancia de Yucatán en el contexto nacional. Los indicadores fueron tomados del Sistema de Cuentas Nacionales, los Censos Económicos y la Cuenta Satélite de Turismo de México que reporta el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). El Sistema de Cuentas Nacionales permite conocer la estructura y forma en cómo está operando la producción interna del estado y del país.

1.8.1. Participación de la economía de Yucatán en el total de la economía nacional

Para conocer la participación de la economía de Yucatán se utilizó como indicador el Producto Interno Bruto (PIB) a precios constantes de 2013, por actividad económica y entidad federativa. El PIB es la sumatoria monetaria de todos los bienes y servicios finales que se produjeron en una economía de un país en un año, considerando como base los precios de 2013.

La estructura porcentual de participación ha sido muy constante y ha estado alrededor de 1.3% en el periodo de 2003 a 2008, aunque a partir de 2009 comenzó a representar 1.4% de la economía nacional, como se muestra en la siguiente tabla:

Cuadro 9. Participación de Yucatán en la economía nacional.					
Año	PIB Nacional Millones de Pesos (2013=100)	PIB estatal de Yucatán Millones de Pesos (2013=100)	Participación	Crecimiento del PIB nacional	Crecimiento del PIB estatal de Yucatán
2003	12,559,105.2	161,636.5	1.29%		
2004	13,050,687.2	169,013.7	1.30%	3.9%	4.6%
2005	13,347,721.9	176,907.7	1.33%	2.3%	4.7%
2006	13,931,383.7	185,462.6	1.33%	4.4%	4.8%
2007	14,254,464.2	191,217.1	1.34%	2.3%	3.1%
2008	14,402,756.6	193,158.6	1.34%	1.0%	1.0%
2009	13,648,547.0	189,365.5	1.39%	-5.2%	-2.0%

⁸ Ibid

Cuadro 9. Participación de Yucatán en la economía nacional.					
Año	PIB Nacional Millones de Pesos (2013=100)	PIB estatal de Yucatán Millones de Pesos (2013=100)	Participación	Crecimiento del PIB nacional	Crecimiento del PIB estatal de Yucatán
2010	14,352,400.7	196,150.0	1.37%	5.2%	3.6%
2011	14,875,796.6	202,893.9	1.36%	3.6%	3.4%
2012	15,430,992.5	214,700.6	1.39%	3.7%	5.8%
2013	15,642,619.8	215,788.2	1.38%	1.4%	0.5%
2014	16,060,629.6	223,091.3	1.39%	2.7%	3.4%
2015	16,571,269.9	232,221.2	1.40%	3.2%	4.1%
2016	17,022,745.1	242,413.4	1.42%	2.7%	4.4%
2017	17,370,351.2	250,048.3	1.44%	2.0%	3.1%

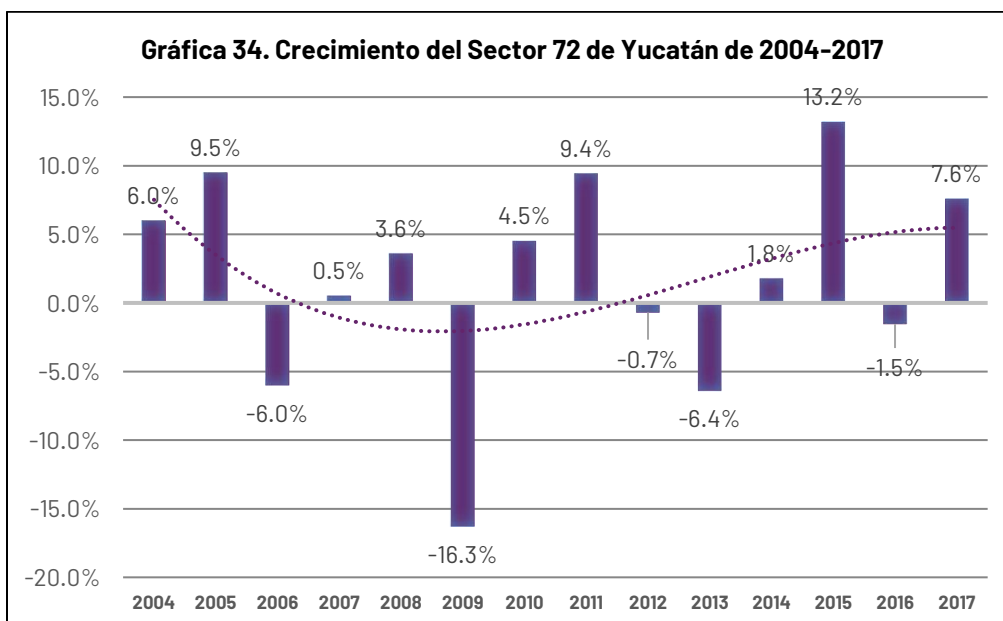
Fuente: elaboración propia con datos del Sistema de Cuentas Nacionales de Inegi, 2019.

1.8.2. Dinamismo del Sector 72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.

Si bien los dos subsectores que componen el sector económico 72 (721 Servicios de alojamiento temporal y 722 Servicios de preparación de alimentos y bebidas) no conforman el total de las actividades relacionadas con el turismo, pueden ser considerados representativos de la dinámica de la actividad turística.

El monto total de producción del estado en servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos es de 6,156.2 millones de pesos en 2017, que representan 1.5% del total del Sector 72 a nivel nacional. Cabe señalar que el estado ocupa el lugar 23 por arriba de estados como Morelos, Tabasco, Hidalgo, Aguascalientes, Campeche, Colima, Zacatecas, Durango y Tlaxcala.

La dinámica de crecimiento que presenta el sector es altamente volátil, pues mientras que en 2013 se tuvo una caída de 6.4%, en 2015 el crecimiento llegó a ser de 13.2%, y en 2016 se presentó una disminución de 1.5%, mientras que en 2017 nuevamente aumenta a 7.6%. Gráfica 34.



Respecto a la participación del Sector 72 en el PIB del estado, este oscila entre 2.3% y 3.3%, siendo de 2.46% en 2017, como se observa en la siguiente tabla:

Cuadro. 10 Participación de Sector 72 en el PIB estatal. 2017			
Año	PIB Estatal de Yucatán Millones de Pesos (2013=100)	PIB del Sector 72 de Yucatán Millones de Pesos (2013=100)	Participación
2003	161,636.5	4,991.7	3.09%
2004	169,013.7	5,290.8	3.13%
2005	176,907.7	5,793.5	3.27%
2006	185,462.6	5,445.1	2.94%
2007	191,217.1	5,473.3	2.86%
2008	193,158.6	5,669.8	2.94%
2009	189,365.5	4,745.7	2.51%
2010	196,150.0	4,960.1	2.53%
2011	202,893.9	5,428.3	2.68%
2012	214,700.6	5,390.2	2.51%
2013	215,788.2	5,044.9	2.34%
2014	223,091.3	5,134.9	2.30%
2015	232,221.2	5,812.1	2.50%
2016	242,413.4	5,722.2	2.36%
2017	250,048.3	6,156.5	2.46%

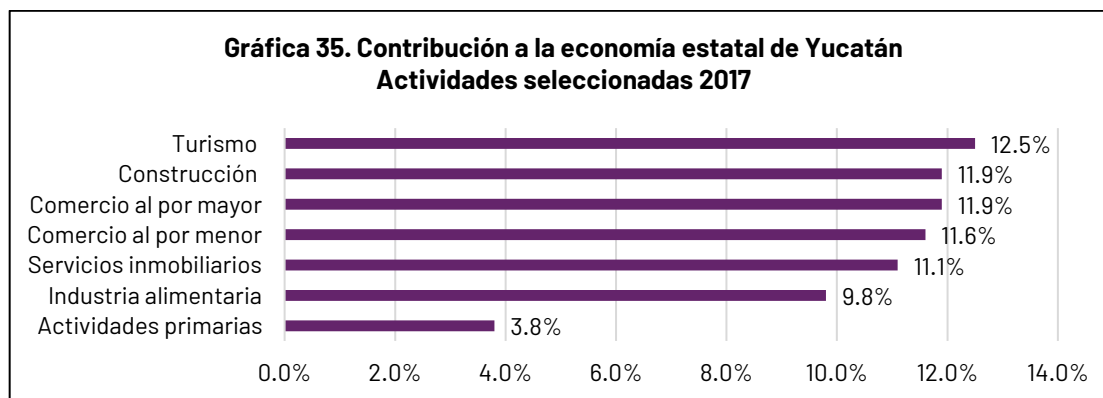
Fuente: elaboración propia con datos constantes del Sistema de Cuentas Nacionales de Inegi, 2019.

1.8.3. Contribución del turismo a la economía del estado de Yucatán

Los datos presentados en el punto anterior no son suficientes para dimensionar el tamaño de la actividad turística al interior del estado, es por ello que se requirió de una construcción metodológica para el cálculo aproximado de este indicador. Para el desarrollo de este documento se llevó a cabo un análisis del Valor Agregado Censal Bruto (VACB) turístico y de la estadística derivada, para ello se analizó que en 2013 el VACB turístico en Yucatán fue del 10.1%, en tanto que en 2008 había sido del 7.2% y en 2003 de 6.9%.

El Sector 72, que se refiere a los servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, representó 2.4% del PIB estatal en 2016. Dado que se cuenta con una serie del sector 72 para el estado de Yucatán, se tomó en cuenta que, en 2017 este supuso 2.46% del PIB estatal. Asumiendo que, en 2013 el sector 72 representó 2.3% del PIB estatal y el VACB turístico 10.1%; se estimó el porcentaje del VACB turístico de 2017 con base en el 2.46% del sector 72, resultó que:

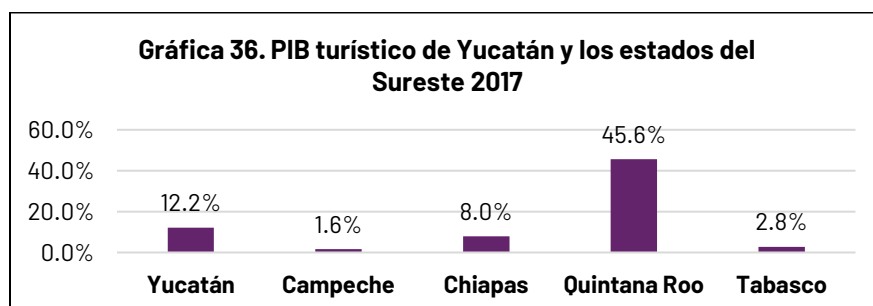
Así, la participación del turismo en el PIB estatal en 2017 es del 12.5%, ubicándose por arriba de sectores como la Construcción, el Comercio al por Mayor, Comercio al por Menor, los servicios inmobiliarios, la industria alimentaria y las actividades primarias (Gráfica 35).



Fuente: elaboración propia con base en el Sistema de Cuentas Nacionales de INEGI. 2017

1.8.4. Comparación del PIB turístico de Yucatán con los estados del Sureste del país

La proporción que el turismo representa en los estados del Sureste es la siguiente: Campeche 1.6%, Chiapas 8.0%, Quintana Roo 45.6%, Tabasco 2.8%% y Yucatán 12.2% (Gráfica 36). Se estima, además, que las personas ocupadas en el sector turístico en 2017 fueron de 113,292.



Fuente: elaboración propia con datos del Sistema de Cuentas Nacionales y ponderadores de la CSTM de Inegi, 2018. Datos del Centro Anáhuac de Investigación en Turismo, 2019

1.9. Estrategia de Marketing

Como parte del trabajo de investigación se encontró que los actores turísticos califican en general como aceptable el trabajo de promoción y marketing sin embargo, destacan algunas observaciones como que es necesario contar con un programa integral de marketing que contemple al estado y sus destinos turísticos, así como que debe plantear un enfoque tanto estratégico como operativo para definir las líneas maestras de comunicación y comercialización con el propósito de aprovechar las oportunidades del mercado. Se propone avanzar en la consolidación de los mercados emisores actuales y trabajar en la diversificación de nuevos. Dada la nueva infraestructura se requiere un trabajo más estratégico en la promoción del turismo de reuniones.

La campaña de promoción está bien orientada, aunque es importante además de consolidar el mercado norteamericano, hacerlo en los nichos adecuados y segmentos más rentables. La campaña de promoción se puede mejorar haciéndola más congruente con la oferta, para que refleje la diversidad de Yucatán. La mejora del posicionamiento de la marca turística se propone realizarse clarificando la oferta con un mensaje más claro.

En cuanto a la estrategia de marketing digital, en el análisis realizado se observó que es necesario mejorar el sitio web en cuanto a su cantidad de información, su tipografía, la interacción con el visitante y sus secciones con información actualizada, entre otros aspectos.

1.10. Capital humano

En el sector turístico los actores turísticos destacaron la problemática existente en la profesionalización del servicio al cliente, ya que consideran que el personal capacitado y formado para las diferentes empresas y posiciones y que además existe una alta rotación de personal. Además de que la capacitación se imparte principalmente en Mérida y no en los demás destinos, así como el éxodo de personal con buenas competencias hacia el vecino estado de Quintana Roo.

Se han impartido cursos de capacitación y cultura turística a lo largo del tiempo. La opinión de los actores coincide en la necesidad de ampliar los esfuerzos y la cobertura, ya que es un pendiente importante sobre todo en destinos del interior de la entidad. La profesionalización y sofisticación de los productos y servicios es un reto, ya que se requiere de un programa amplio y especializado de capacitación para mejorar las competencias por puestos, sobre todo en los municipios del estado. La enseñanza del idioma inglés en los prestadores de servicios es un tema pendiente que es necesario que se generalice en todo el estado.

La educación turística en Yucatán pareciera un tema ampliamente atendido por el número de instituciones existentes (40 de acuerdo con los datos de Sefotur) de nivel medio y superior con carreras relacionadas con turismo y gastronomía. Un aspecto positivo es que existen 15 programas de instituciones educativas del estado que están acreditadas, lo que representa el 12.8% del total nacional. Parece necesaria la existencia de un órgano rector por parte del sector turístico que participe en la regulación de las instituciones, carreras y planes de estudio en el estado. Hay espacios educativos con limitada atención, como es el caso de los niveles básico y de posgrado.

En Yucatán se registra una movilidad de los profesionales en dos vías: por un lado, se lleva una exportación de talento hacia otros estados, principalmente hacia el vecino Quintana Roo, y por otro se experimenta una atracción de estudiantes de otros estados del país, atraídos por la seguridad pública en el estado, lo que implica un área de oportunidad.

1.11. La gobernanza turística

El turismo es una de las actividades más transversales que requiere de la competencia de los diversos actores para su desarrollo. En Yucatán el turismo es uno de los sectores estratégicos para el gobierno actual considerado en su Plan Estatal de Desarrollo 2018-2024.

En el análisis realizado, los actores turísticos destacaron aspectos como que existe una limitada colaboración entre actores públicos y privados. Es evidente la importante fortaleza institucional del turismo, aunque hay una amplia agenda gubernamental y recursos escasos. Se observan limitaciones en la gestión del turismo en el orden municipal. Influye la actual debilidad institucional en el orden federal en materia turística. La coordinación de acciones y programas entre los tres niveles de gobierno, entre diferentes instituciones y competencias es fundamental. Los gobiernos municipales requieren del acompañamiento y asesoría del gobierno estatal para elaborar los programas municipales de turismo, entre otros aspectos. El sector privado considera necesario mejorar la coordinación y apertura del sector público para el desarrollo de las principales acciones turísticas, la generación de inversiones y la información y evaluación de los programas. El sector social requiere de un mayor involucramiento y concientización de la importancia del turismo para el desarrollo regional y comunitario, sobre todo en el interior del estado. La interrelación y coordinación entre los sectores público, privado, académico y social es indispensable para conseguir un efecto multiplicador en el desarrollo del turismo en Yucatán.

1.12. Seguridad

En general, Yucatán es de las entidades con mejor seguridad pública del país, sin embargo, los actores turísticos coinciden que se deben reforzar las acciones públicas para prevenir que la problemática de inseguridad llegue a generalizarse en el estado.

1.13. Análisis de visión estratégica

El propósito del análisis de visión estratégica es conocer la problemática y oportunidades del turismo en los destinos turísticos, mediante la Metodología Anáhuac de consenso de visión estratégica, se identificaron elementos para la construcción de una visión estratégica del destino, valorar la importancia de los 35 atributos que conforman un destino exitoso y con ello, identificar el desempeño de los destinos turísticos más relevantes del estado de Yucatán, detectar y priorizar segmentos relevantes para cada uno de los destinos, reconociendo el desempeño actual. De acuerdo con lo anterior se realizaron 3 talleres: Valladolid: 25 de marzo; Izamal: 28 de marzo; y Mérida: 5 de abril de 2019. Entre los principales resultados están los siguientes:

Valladolid. Variables críticas para fortalecimiento de la competitividad del destino

No.	Atributos críticos de atención prioritaria	Desempeño promedio	Importancia promedio
5	Acciones de sustentabilidad en la planeación y operación de la actividad turística (re-uso de desechos, combustibles más limpios, reducción en el consumo de agua, etc.)	2.39	4.78
6	Servicios públicos para la operación de la actividad turística	2.70	4.77
17	Prácticas de responsabilidad social en las empresas turísticas	2.42	4.55
31	Señalización	2.61	4.86
33	Otros: Servicios médicos para el turista	2.17	4.68
34	Otros: Instalaciones y equipamiento para el turismo accesible	2.45	4.59

No.	Atributos positivos	Desempeño promedio	Importancia promedio
7	Seguridad en el destino turístico	3.52	4.77
18	Hospitalidad de la población en general	3.81	4.55
22	Cantidad y calidad de los atractivos turísticos naturales	3.61	4.64
22	Oferta gastronómica (restaurantes, bares, cafetería, expendios.)	3.6	4.55

Segmentos prioritarios

Se identifican cinco segmentos en el cuadrante crítico: cultural, rural, sol y playa, médico y romance. En el cuadrante positivo se identifican tres segmentos: gastronómico, naturaleza y arqueológico lo que sugiere confirmar una estrategia de mantenimiento en estos segmentos, en la que se vean complementados por los cinco del cuadrante crítico, en el entendido de que podrían madurar para ser generadores de tráfico por ser la principal motivación de viaje.

No.	Segmentos	Desempeño promedio	Potencial de rentabilidad promedio
1	Turismo cultural	3.73	4.48
2	Turismo gastronómico	4.00	4.85
3	Turismo de naturaleza	4.04	4.15

4	Turismo de aventura	3.65	4.11
5	Turismo rural	3.46	4.00
6	Turismo de sol y playa	3.42	4.23
7	Aviturismo	3.58	3.93
8	Turismo arqueológico	4.27	4.59
9	Turismo médico	2.77	4.07
10	Turismo de negocios individuales	3.23	3.67
11	Turismo de negocios grupales	3.08	3.41
12	Turismo de romance	3.77	4.22

Izamal. Variables críticas para el fortalecimiento de la competitividad del destino.

No.	Atributos críticos de inmediata atención	Desempeño promedio	Importancia promedio
6	Servicios públicos para la operación de la actividad turística	1.95	4.53
15	Precios de la hotelería y otros servicios turísticos	2.63	4.52
16	Disponibilidad de personal capacitado en todos los niveles	1.86	4.92
24	Oferta gastronómica (restaurantes, bares, cafeterías, expendios)	2.10	4.58
30	Entretenimiento, conciertos, eventos	2.52	4.60
35	Turismo accesible	2.52	4.95

No.	Atributos positivos	Desempeño promedio	Importancia promedio
8	Percepción de limpieza en las calles y áreas públicas	3.24	4.86
18	Hospitalidad de la población en general	5.0	4.89
25	Higiene en el manejo de alimentos y bebidas	3.76	5.0
33	Cultura turística	3.9	4.5
34	Cuidado del medio ambiente	3.5	4.88

Mérida. Variables críticas para el fortalecimiento de la competitividad del destino

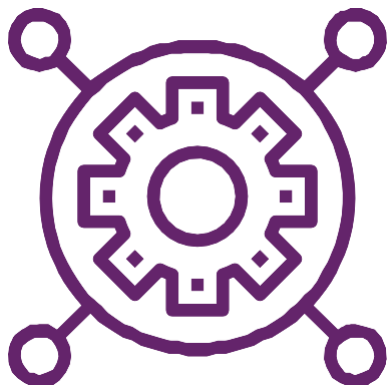
No.	Atributos críticos de inmediata atención	Desempeño promedio	Importancia promedio
4	Tiempo, costo y facilidades para iniciar un negocio turístico	2.36	4.49
5	Acciones de sustentabilidad en la planeación y operación de la actividad turística (re-uso de desechos, combustibles más limpios, reducción en el consumo de agua, etc.)	2.31	4.61
17	Prácticas de responsabilidad social en las empresas turísticas	2.51	4.49
26	Marco regulatorio	2.79	4.51
1	Conectividad aérea y terrestre con mercados internacionales y nacionales.		
35	Otro: Servicios médicos para los turistas	2.68	4.41

No.	Atributos positivos	Desempeño promedio	Importancia promedio
2	Prioridad que le otorga el gobierno local a la actividad turística	3.23	4.27
7	Seguridad en el destino turístico	3.87	4.71
8	Percepción de limpieza en calles y áreas públicas	3.13	4.46
10	Marca reconocida en los mercados	3.05	4.46
22	Cantidad y calidad de los atractivos turísticos naturales	3.36	4.46
24	Oferta gastronómica (Restaurantes, bares, cafeterías, expendios, etc.)	3.95	4.23

Mérida. Segmentos prioritarios

Se concluyó la conveniencia de adoptar la estrategia de mantenimiento tanto para el turismo cultural, como para el gastronómico, continuar con las estrategias de congresos y convenciones y turismo arqueológico en tanto que es recomendable dar una atención especial al turismo familiar y de naturaleza ya que ambos tienen potencial de rentabilidad, pero un bajo desempeño.

No.	Segmentos	Desempeño promedio	Potencial de rentabilidad promedio
1	Turismo cultural	3.64	4.73
2	Turismo familiar	3.36	4.57
3	Turismo de romance	3.14	4.20
4	Turismo médico	3.25	4.09
5	Turismo de aventura	3.09	4.39
6	Turismo de naturaleza	3.27	4.64
7	Experiencias místicas	2.53	3.55
8	Turismo religioso	2.65	3.41
9	Turismo gastronómico	4.00	4.48
10	Turismo rural	2.86	4.11
11	Congresos y convenciones	3.84	4.45
12	Turismo deportivo	2.82	3.82
13	Turismo de bienestar	3.02	3.88
14	Turismo de negocios individuales	3.37	3.86
15	Turismo arqueológico	3.70	4.43



FODA

El estudio del turismo implica una gran diversidad de temas, a lo largo del capítulo 1 se han desarrollado las temáticas más importantes para dar cuenta de la situación reciente del turismo en Yucatán, sin embargo, a manera de conclusiones del diagnóstico se destacan los principales hallazgos que se resaltan por ser claves para el desarrollo turístico actual de la entidad. Asimismo, como resultado del anterior capítulo se incluye un análisis estratégico de las principales Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA), aspectos fundamentales que habrán de guiar los temas, objetivos, estrategias y líneas de acción para el corto y mediano plazos.

Principales hallazgos

El turismo ha estado presente en el imaginario oficial y en el de los actores de la industria desde hace varios años.

No obstante, el turismo es mucho más importante de lo que pudiera imaginarse para Yucatán.

De la mano de lo anterior, el potencial turístico de la entidad es formidable.



Fortaleza

- Extraordinaria calidad de la materia prima
- Distinción y autenticidad
- Conectividad
- Instalaciones para turismo de reuniones (Mérida)
- Estabilidad macropolítica
- Seguridad
- Diversidad de segmentos
- Cultura
- Importancia del turismo en el estado

+ Oportunidades

- Tren maya
- Apetito del mercado por invertir en Yucatán
- Potencial de impulso a nuevos segmentos
- Ubicación estratégica
- Marca Mundo Maya
- 500 centenario del encuentro con Europa
- Alineamiento estratégico con el compromiso con la sostenibilidad
- Realización de eventos de alto calibre
- Sofisticación de la oferta



Debilidades

- Precios bajos y círculo vicioso
- Insuficiente integración de la oferta
- Ordenamiento turístico territorial
- Comercio ambulante
- Concentración en Mérida
- Estadías cortas
- Cultura turística por mejorar
- Diálogo con la industria
- Instalaciones de los paradores
- Presencia digital
- Debilidad del orden municipal



Amenazas

- Recesión económica
- Masificación de sus productos
- Fuga de capital humano
- Crecimiento explosivo de la oferta hotelera en Mérida
- Falta de recursos federales para promoción y otros programas
- Contagio de la mala salud de la marca México
- Degradación ambiental

2. Determinación del portafolio de productos turísticos

El portafolio de productos turísticos se desarrolla para identificar los principales destinos, segmentos y productos turísticos del estado de Yucatán considerando su amplia oferta turística basada en la enorme riqueza natural y cultural, su oferta territorial, en general sus ventajas comparativas y competitivas que ha ido construyendo a lo largo del tiempo, y sobre todo en función del gran potencial que tiene para avanzar en la consolidación de su actividad turística a través de un desarrollo que se base en la mejora de su competitividad, diversificación e innovación, con el eje transversal de la sostenibilidad. Este apartado se nutre de los análisis realizados para la elaboración del diagnóstico donde se identificó, entre otras cosas, la situación actual del funcionamiento del sistema turístico de la entidad, donde se identificaron las principales regiones, destinos, productos y recursos turísticos con que cuenta Yucatán.

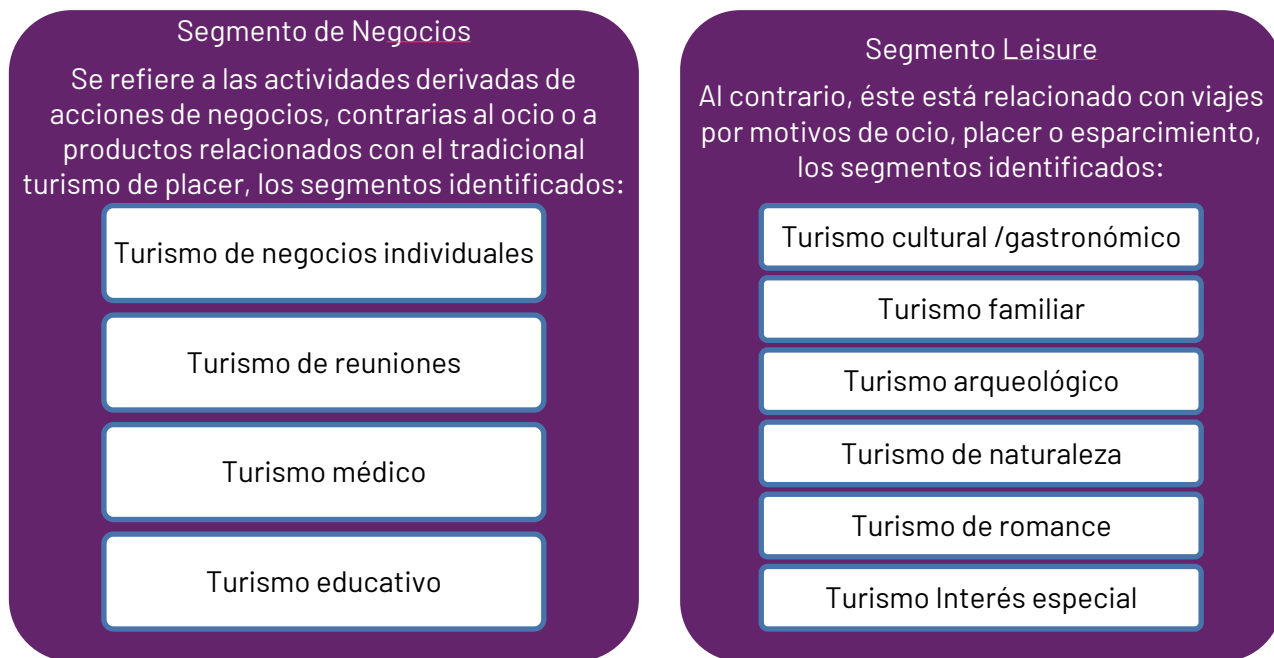
2.1. Identificación de los principales *cluster* turísticos

Estos centros, corredores y núcleos turísticos identificados pueden contribuir de forma importante a detonar el turismo en las regiones y en todo el estado. Requieren de un trabajo planeado y coordinado entre los gobiernos estatal y municipal, la participación del sector empresarial, la intervención transversal de otras instituciones, así como de la inclusión de las comunidades para unir capacidades y recursos para lograr un efecto multiplicador en resultados.

La identificación de los *cluster* se complementa, como se mencionó en el primer capítulo, con la revisión de la etapa en que se encuentran en el ciclo de vida del destino, así como su clasificación por niveles. Cabe mencionar que, si un destino no se encuentra identificado actualmente, no significa que no esté recibiendo algunos visitantes o que sean inexistentes algunos recursos turísticos, la idea es que conforme los destinos vayan fortaleciendo su infraestructura básica y turística podrán ir incorporándose al cuadro de *cluster* turísticos por tipo de destino.

2.2. Identificación de los principales segmentos turísticos

Para llevar a cabo la identificación se consideran dos segmentos que sirven de marco para el planteamiento de los principales productos turísticos del estado, destacados con base en sus características, recursos y potencialidades turísticas y que se pueden considerar fundamentales para el desarrollo turístico del estado.



2.3. Determinación del nivel de relevancia de los segmentos

Para indicar la relevancia de los segmentos para cada uno de los centros, corredores y núcleos turísticos identificados se presenta la matriz con las siguientes evaluaciones:

***: El segmento está ya desarrollándose con aceptable condición y representa una importante oportunidad o potencial ya sea por los productos existentes, por la ubicación geográfica o por los recursos y atractivos turísticos que le brindan un importante potencial de seguir creciendo.

** : El segmento se desarrolla con mediana capacidad, aunque contiene posibilidades de seguir creciendo por los productos, recursos o atractivos con que cuentan los centros, corredores o núcleos turísticos.

*: El segmento se desarrolla en menor grado de actividad, o existe alguna posibilidad de que se reciban flujos turísticos para este segmento.

NA: No aplica

Cuadro 11. Nivel de relevancia del Segmento Negocios				
	Negocios individuales	Reuniones	Turismo médico	Turismo educativo
Mérida	***	***	*	*
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	*	*	NA	NA
Valladolid	*	*	NA	*
Izamal	*	NA	NA	NA
Tizimín	*	NA	NA	NA

Cuadro 12. Nivel de relevancia del Segmento Leisure							
	Cultural/ gastronómico	Familiar	Arqueológico	Natura- leza	Romance	Premium	Interés especial
Mérida	***	***	**	*	***	***	NA
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	***	***	***	**	*	*	NA
Valladolid	***	***	***	***	*	*	NA
Chichén Itzá	**	***	***	*	NA	NA	*
Puerto Progreso	*	***	NA	NA	*	*	*
Uxmal	*	**	***	*	NA	NA	*
Izamal	**	**	**	*	*	NA	NA
Celestún	*	**	NA	***	NA	NA	**
Río Lagartos	*	***	NA	***	NA	NA	**
Tizimin	**	**	**	***	NA	NA	*
Sisal, Las coloradas, El Cuyo	*	**	NA	***	NA	NA	**
Motul, Tekax	**	**	*	***	NA	NA	*

3.4. Identificación de los mercados turísticos

Para determinar qué tipo de mercado capta o puede atraer cada uno de los centros, corredores o núcleos turísticos expuestos, se determinan los siguientes tipos de mercado:

- Regional **(R)**
- Nacional **(N)**
- Internacional directo (mediano y largo alcance) **(ID)** (Llega directo a Yucatán)
- Internacional excursionista **(IE)** (Llega por algún estado colindante)

Asimismo se marca el status actual o potencial con los siguientes colores:

- **Verde: mercado actual**, significa que el destino ya cuenta con afluencia de turistas de cada uno de mercados indicados.
- **Rojo: mercado potencial**, indica que aún no se reciben flujos turísticos del mercado en cuestión aunque el destino tiene los recursos, atractivos o productos suficientes para atraerlos.

Los segmentos y destinos, así como la indicación de los mercados se establecen en las siguientes matrices:

Cuadro 13. Identificación de los mercados del Segmento Negocios

	Negocios individuales				Turismo de reuniones				Turismo médico				Turismo educativo			
Mérida	R	N	ID		R	N	ID		R	N	ID		R	N	ID	
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	R	N	ID		R	N	ID		NA				NA			
Valladolid	R	N			R	N			NA				R	N		
Izamal	R				R				NA				NA			
Tizimín	R				R				NA				NA			

Cuadro 14. Identificación de los mercados del Segmento *Leisure*

	Cultural/gastronómico				Familiar				Arqueológico				Naturaleza			
Mérida	R	N	ID		R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE
Valladolid	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE
Chichén Itzá	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE
Puerto Progreso	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	NA				R	N	ID	IE
Uxmal	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE	R	N	ID	IE
Izamal	R	N	ID		R	N	ID		R	N	ID		R	N	ID	
Celestún	R	N	ID		R	N	ID		NA				R	N	ID	
Río Lagartos	R	N	ID		R	N	ID		NA				R	N	ID	
Tizimín	R	N	ID		R	N	D		R	N	ID		R	N	ID	
Sisal, Las coloradas, El Cuyo	R	N	ID		R	N	ID		NA				R	N	ID	
Motul, Tekax	R	N			R	N			R	N			R	N		
Otras localidades	R	N			R	N			R	N			R	N		

Cuadro 14 a. Identificación de los mercados del Segmento Leisure												
	Romance				Premium				Interés especial			
Mérida	R	N	ID		R	N	ID		NA			
Corredor Mérida- Chichén Itzá- Cancún	R	N			R	N			NA			
Valladolid	R	N			R	N			NA			
Chichén Itzá	NA				NA				R	N	ID	IE
Puerto Progreso	R	N	ID	IE	R	N	ID		R	N	ID	IE
Uxmal	NA				NA				R	N	ID	IE
Izamal	R	N			NA				NA			
Celestún	NA				NA				R	N	ID	
Río Lagartos	NA				NA				R	N	ID	
Tizimín	NA				NA				R	N	ID	
Sisal, Las coloradas, El Cuyo	NA				NA				R	N	ID	
Motul, Tekax	NA				NA				R	N		
Otras localidades	NA				R	N	ID		NA			



¿Dónde se quiere estar? ¿Qué se hará para lograrlo?

Para convertir al turismo en un motor de desarrollo sostenible del estado y promover la desconcentración de Mérida de la actividad turística hacia las regiones y destinos del estado se plantea lo siguiente:

Las innegables ventajas comparativas del estado en materia turística, cimentadas en su extraordinaria dotación de recursos turísticos naturales y culturales, la proverbial hospitalidad yucateca y su estratégica localización de cara a importantes mercados turísticos, entre otros factores, sugieren la necesidad de consolidar el desarrollo turístico hasta ahora alcanzado, de forma tal que la entidad alcance una posición más relevante en el mapa turístico nacional.

Sin embargo, parece prudente propiciar una reflexión abierta sobre el sentido que tiene el impulso a una tarea de esta naturaleza de acuerdo con esta orientación. En este orden de ideas, a continuación, se exponen algunas de las razones estratégicas que justifican la intervención gubernamental en materia turística. Estos enunciados soportan las razones últimas por las que el turismo debe ser impulsado como una actividad de carácter prioritario en la entidad. Dichas razones son las seis siguientes:

Sin duda, el turismo es una poderosa herramienta que contribuye a la reducción de la pobreza y la marginación.

El turismo es una opción viable para diversificar las actividades productivas del estado.

Los servicios turísticos son un eslabón que agrega valor en la cadena productiva del sector industrial.

El impulso al turismo es una extraordinaria herramienta de *soft power* para el impulso a la marca Yucatán.

El turismo proporciona una alternativa para el uso del tiempo libre de la sociedad yucateca.

El turismo contribuye a la reafirmación del orgullo de pertenencia al estado.

En la definición de una política turística estatal, es necesario tener en mente la naturaleza mixta que caracteriza a la integración del producto turístico, es decir, que dicho producto es una amalgama de bienes y servicios públicos y privados, ofrecidos a un grupo de personas que se desplazan fuera de su lugar de residencia habitual y que, por ende, requieren argumentos de gran peso para la toma de decisión del lugar de su viaje y que se encuentran en condiciones de una cierta vulnerabilidad, lo que requiere de una atención desde el gobierno de la comunidad receptora.

La construcción de ese producto turístico en la vertiente gubernamental tiene, además, otras complejidades; por una parte el que las facultades públicas relacionadas con la atención de visitantes, corresponden –por mandato constitucional– a una suma de intervenciones de los órdenes federal, estatal y municipal; y el que por la propia esencia de la actividad turística, ese impulso y regulación de su oferta implica la intervención de diferentes agencias gubernamentales en cada uno de los órdenes, lo que se conoce como transversalidad.

La explosiva expansión del fenómeno turístico en el mundo requiere de una aceiteada maquinaria que, sin inhibir la inversión privada, sea capaz de establecer condiciones claras de competencia, apelando a la maximización de los beneficios del turismo, lo que no necesariamente supone privilegiar el alcance de elevados volúmenes de visitantes.

Los beneficios tangibles del turismo en lo económico y en lo social tienen como consecuencia el que destinos turísticos arropados por una política de fomento a la actividad sean proactivos y traten de obtener una mayor participación en los mercados turísticos. No obstante, la propia dinámica social conduce a que los principios de política turística al paso del tiempo se han afinado. Como lo señala la Organización Mundial del Turismo en diversos documentos, como el Informe del Secretario General al Consejo Ejecutivo celebrado en San Sebastián en 2018, bajo el título “Rumbo a 2030: por un turismo más inteligente, competitivo y responsable”, así como las discusiones y documentos de la Asamblea General realizada en San Petersburgo en 2019, deberían tomarse en cuenta aspectos tales como la sostenibilidad, la digitalización, la gestión del talento, la facilitación de los viajes y una nueva gobernanza en la que el turismo asuma un papel estratégico en las agendas públicas, sin dejar de tomar en cuenta los retos asociados a la masificación turística, palpables a través de lo que se ha denominado *overtourism*⁹ y otras conductas como la recientemente aparecida del *flight shame*¹⁰.

1. Los temas estratégicos

La orientación estratégica del Programa Especial de Turismo de Yucatán 2019-2024, parte de la definición de cinco áreas temáticas expresadas no como la ejecución de ciertos procesos administrativos ni a través de la definición de objetivos que, si bien tienen sentido en el conjunto de la política turística, no representan los compromisos a los que un gobierno se compromete frente a los actores dentro de la industria.

Así, parece necesaria la identificación de esos grandes resultados que se obtendrán en función de la ejecución de la política turística; para estos efectos se reconoce la existencia de cinco grandes beneficiarios de la acción de gobierno en materia turística; estos beneficiarios son el propio ámbito de la acción gubernamental. Desde el punto de vista de la demanda los principales beneficiarios son los visitantes; desde la oferta hay dos públicos reconocibles: los destinos y las empresas; finalmente, se debe tener una especial atención en reconocer la participación de las comunidades receptoras. Para cada uno de estos cinco interlocutores se determinan los resultados de acuerdo con lo siguiente:

⁹ Que expresa la condición de saturación de algunos destinos, producto de una excesiva demanda, lo que, a su vez, genera una actitud hostil hacia los visitantes por parte de las comunidades receptoras en una suerte de *turismofobia*.

¹⁰ Actitud en la que los turistas suprimen los viajes aéreos, especialmente los de corta distancia, en virtud del impacto ambiental que estos representan.

Beneficiarios de la política turística:	Temas estratégicos expresados con los resultados trascendentes.
Visitantes	• 1. Experiencia turística de calidad: asegurar el disfrute de la mejor experiencia turística en los destinos de la entidad.
Comunidades receptoras	• 2. Turismo para el desarrollo: propiciar una clara participación de las comunidades en los beneficios del turismo.
Empresas	• 3. Industria turística competitiva: impulsar un entorno de competencia óptimo que propicie el desarrollo de empresas competitivas de acuerdo con estándares de calidad global.
Destinos	• 4. Destinos turísticos sostenibles: avanzar en el fortalecimiento y diversificación de los destinos turísticos del estado
Ámbito gubernamental	• 5. Gobernanza para desarrollo turístico sostenible: consolidar el papel estratégico del turismo en la agenda social y económica del estado

2. La sostenibilidad como un imperativo en el desarrollo turístico

Es claro que la sostenibilidad es un elemento transversal en estos grandes resultados, teniendo presente que la práctica del turismo debe ceñirse a los principios que de esta se derivan, pero también que el turismo es capaz de realizar aportaciones fundamentales para beneficio de las comunidades receptoras, tal y como se recoge en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, reconociendo el poder transformador del turismo para contribuir al alcance de estos, además de hacerse menciones explícitas a la actividad en tres de ellos, que para pronta referencia se mencionan a continuación:

8.9. Para 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

12.b. Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.

14.7. De aquí a 2030, aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

Adicionalmente, el trabajo de ejecución de la política turística en Yucatán debe considerar un trato diferenciado en función de la madurez de los destinos turísticos en el que se combinen actuaciones tendientes a la consolidación o a la diversificación. Este principio se detalla en el desarrollo de la estrategia y líneas de acción del Tema estratégico 4. Avanzar en el fortalecimiento y diversificación de los destinos turísticos del estado.

Por otro lado, dentro de los retos comunes al impulso a una política de desarrollo turístico, no se puede dejar de tomar en cuenta:

- El trabajo que impulse la coordinación pública-privada.
- La necesidad de perseverar en la profesionalización del sector turístico.
- El amplio potencial de recursos turísticos, ante el contexto de limitación de los recursos.
- La desconcentración de la actividad turística hacia las regiones del estado.
- La materialización de las prácticas y principios de la sostenibilidad en el terreno práctico.



Tema estratégico 1: Experiencia turística de calidad

Objetivo 1.1 Mantener el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional

Estrategia 1.1.1 Fomentar la comercialización de los productos y destinos turísticos del estado

Líneas de acción

1.1.1.1 Procurar la participación de Yucatán en eventos de promoción y comercialización turística, nacional e internacional.

1.1.1.2 Plantear esquemas de comercialización de los principales productos, destinos y segmentos turísticos en mercados y nichos estratégicos nacionales e internacionales.

1.1.1.3 Impulsar la organización de eventos, ferias, festivales y exposiciones para la comercialización de los productos y destinos turísticos del estado a nivel local, nacional e internacional.

1.1.1.4 Gestionar la atracción de congresos, convenciones, ferias y exposiciones nacionales e internacionales para el estado, en consenso con el sector privado.

1.1.1.5 Promover el aprovechamiento permanente de los centros de convenciones del estado para disminuir la estacionalidad de los eventos.

Estrategia 1.1.2 Impulsar la formación turística de calidad.

Líneas de acción

1.1.2.1 Impulsar el establecimiento de un mecanismo de participación de los sectores público, privado y académico del estado, que permita aconsejar sobre los temas de educación y capacitación turística.

1.1.2.2 Promover la vinculación escuela-empresa para la integración a la fuerza laboral de los egresados en carreras relacionados con el turismo de las instituciones educativas del estado.

1.1.2.3 Promover, en apoyo a las autoridades educativas, la acreditación de las carreras turísticas por instituciones nacionales e internacionales.

Objetivo 1.2 Incrementar la experiencia del turista en los destinos del estado.

Estrategia 1.2.1. Fomentar la generación de información turística relevante que subraye la distinción y autenticidad de la oferta.

Líneas de acción

1.2.1.1 Consolidar el inventario de la oferta de servicios turísticos de la entidad (Inventur)

1.2.1.2 Establecer acciones que difundan los destinos turísticos estratégicos del estado a través de la coordinación entre los municipios, organizaciones y el sector empresarial.

1.2.1.3 Favorecer el desarrollo de un inventario que aglutine la información de productos y destinos turísticos del estado y los difunda mediante plataformas tecnológicas y aplicaciones.

1.2.1.4 Promover la calidad de la atención e instalaciones de los módulos de información en los principales destinos del estado.

Estrategia 1.2.2 Promover la imagen, destinos, productos y segmentos turísticos del estado.

Líneas de acción

1.2.2.1 Coordinar las acciones de promoción de los sectores público y privado con el propósito de alinear los esfuerzos y prioridades de los destinos y líneas de productos turísticos.

1.2.2.2 Impulsar un plan de marketing integral para la promoción y fomento al desarrollo turístico y económico del estado.

1.2.2.3 Fortalecer la marca turística de Yucatán y aprovechar la marca Mundo Maya para las acciones de promoción turística a nivel nacional e internacional.

1.2.2.4 Impulsar el uso de herramientas tecnológicas y la estrategia digital para que la difusión se convierta en la plataforma comercial del conjunto de productos, destinos y experiencias turísticas.

1.2.2.5 Promover el turismo local y otorgar facilidades de viaje a los yucatecos dentro de su estado.

1.2.2.6 Realizar el diagnóstico de revitalización de la marca turística Yucatán y el desarrollo de la estrategia de conceptualización, en consenso con los sectores público, privado, académico y social.



Tema estratégico 2: Turismo para el desarrollo

Objetivo 2.1 Reducir la pobreza a través de la generación de alternativas productivas en materia de turismo en el estado.

Estrategia 2.1.1 Fomentar la generación de actividades productivas y Mipymes turísticas en el entorno de las comunidades.

Líneas de acción

2.1.1.1 Impulsar la elaboración de un diagnóstico para la identificación de las comunidades con recursos turísticos actuales en coordinación con las instituciones competentes públicas estatales y municipales.

2.1.1.2 Promover la capacitación en áreas administrativas y Mipymes turísticas con énfasis y perfil de puestos en el interior del estado en coordinación con instituciones de educación superior.

2.1.1.3 Incitar la incubación de empresas turísticas sostenibles considerando el perfil de la comunidad, en coordinación con las instituciones competentes estatales y municipales y el sector empresarial.

2.1.1.4 Impulsar la coordinación entre el sector empresarial y los gobiernos municipales para promover acciones que generen empleo turístico con prioridad para los habitantes locales.

Estrategia 2.1.2 Promover la concientización a la población y los sectores público y privado municipal sobre los beneficios del turismo.

Líneas de acción

2.1.2.1 Promover campañas de cultura turística y capacitación de la sostenibilidad para la población de las comunidades del estado.

2.1.2.2 Favorecer la participación de las comunidades en el desarrollo turístico de los destinos del estado.

2.1.2.3 Realizar talleres de concientización para las autoridades municipales sobre la importancia y beneficios del turismo.

Objetivo 2.2 Incrementar las oportunidades de empleo en la entidad.

Estrategia 2.2.1. Impulsar la promoción y comercialización de los productos distintivos del estado.

Líneas de acción

2.2.1.1 Proponer una campaña para la promoción y comercialización de los principales productos distintivos del estado.

2.2.1.2 Procurar la inclusión de la oferta comunitaria en los medios electrónicos turísticos del estado.

2.2.1.3 Impulsar la participación de artesanos, productores turísticos y gastronómicos locales en ferias y eventos turísticos regionales, nacionales e internacionales.

2.2.1.4 Generar, en coordinación con las autoridades en la materia, esquemas de reconocimiento a los artesanos de Yucatán.



Tema estratégico 3 **Industria turística competitiva.**

Objetivo 3.1 Incrementar la estadia de los turistas en la entidad.

Estrategia 3.1.1 Fomentar la profesionalización de los prestadores de los servicios turísticos del estado.

Líneas de acción

3.1.1.1 Gestionar la profesionalización turística de los prestadores de servicios en coordinación con el sector empresarial y los municipios del estado, mediante el impulso a un modelo integral de calidad turística.

3.1.1.2 Establecer convenios de colaboración entre el gobierno y organismos de los sectores público, privado, académico y social para fortalecer las competencias en materia turística.

3.1.1.3 Estudiar y documentar alternativas para la retención del talento en el estado.

Objetivo 3.2 Incrementar la derrama económica generada por el turismo en el estado.

Estrategia 3.2.1 Impulsar la calidad de los productos y servicios turísticos.

Líneas de acción

3.2.1.1 Promocionar los distintivos de calidad para las empresas y servicios turísticos en coordinación con los tres órdenes de gobierno y el sector empresarial.

3.2.1.2 Fomentar sellos de calidad para certificar y comercializar productos turísticos distintivos y representativos del estado.

3.2.1.3 Promover la incorporación de los establecimientos turísticos al Registro Estatal de Turismo y, por ende, al Registro Nacional de Turismo.

3.2.1.4 Desarrollar esquemas de modernización y mejora de los servicios en la red de Paradores turísticos estatales.

Objetivo 3.3 Incrementar la rentabilidad empresarial turística en el estado.

Estrategia 3.3.1 Fortalecer la competitividad de las empresas turísticas.

Líneas de acción

3.3.1.1 Promover la competitividad de las empresas turísticas mediante la modernización, utilización de nuevas tecnologías y la digitalización.

3.3.1.2 Procurar la mejora regulatoria en la creación de Mipymes turísticas en el estado, en coordinación con las instituciones competentes y los municipios.

3.3.1.3 Gestionar esquemas de financiamiento para la creación y modernización de las Mipymes turísticas del estado en coordinación con las instituciones competentes.

3.3.1.4 Formular acciones para la descentralización de los servicios turísticos del estado.

3.3.1.5 Promover la actualización del marco normativo para facilitar la inversión turística en el estado, con énfasis en los municipios con potencial turístico.

3.3.1.6 Estimular acciones para la atracción de inversiones y la operación de empresas turísticas en la entidad



Tema estratégico 4 **Destinos turísticos sostenibles**

Para impulsar la competitividad, diversificación e innovación de los destinos y productos turísticos bajo los lineamientos de la sostenibilidad y para fomentar el turismo de Yucatán en el corto y mediano plazo, considerando su desarrollo actual y aprovechando su gran potencialidad, se hace una clasificación de los principales destinos turísticos por su perfil y nivel de desarrollo actual y con mayor potencialidad y oportunidad, de acuerdo con las características establecidas en la tabla del Anexo III. Clasificación por *cluster* turístico y niveles de los destinos.

Objetivo 4.1 Reducir la estacionalidad de la demanda turística del estado.

Estrategia 4.1.1 Diversificación de los destinos turísticos.

Líneas de acción

4.1.1.1 Gestionar esquemas de acompañamiento de los destinos turísticos en fase de exploración mediante la incubación de proyectos detonadores de los destinos identificados como susceptibles para la canalización de recursos.

4.1.1.2 Procurar acciones para el desarrollo de los destinos turísticos con el fin de integrar un portafolio de productos turísticos del estado.

4.1.1.3 Impulsar acciones de movilidad e interconectividad terrestre para el turismo entre y dentro de las regiones y principales destinos turísticos del estado en coordinación con las instituciones competentes y los municipios.

4.1.1.4 Procurar la señalización turística en las vías carreteras y dentro de los principales destinos del estado en coordinación con las instituciones competentes y los municipios.

4.1.1.5 Impulsar la mejora de paradores turísticos en sitios culturales y naturales del estado, de manera incluyente y sostenible en coordinación entre las instituciones competentes y los municipios.

4.1.1.6 Promover el desarrollo de nuevas rutas turísticas que integren productos de turismo cultural, de naturaleza y rural en las comunidades del estado respetando su identidad cultural y sostenibilidad.

4.1.1.7 Identificar y gestionar el rescate de los sitios con alto potencial turístico nacional e internacional.

Objetivo 4.2 Reducir la centralización en la distribución de los turistas en el estado

Estrategia 4.2.1 Impulsar la consolidación de nuevos destinos turísticos.

Líneas de acción

4.2.1.1 Impulsar esquemas de financiamiento para la ejecución de acciones orientadas a la consolidación de nuevos destinos turísticos.

4.2.1.2 Impulsar diagnósticos que identifiquen destinos turísticos potenciales, así como sus vocaciones en el interior del estado.

Estrategia 4.2.2 Fortalecer las acciones de los centros turísticos consolidados.

Líneas de acción

4.2.2.1 Incitar el segmento de turismo cultural y gastronómico mediante el impulso de la calidad de los productos y actividades (sofisticación).

4.2.2.2 Promocionar el turismo de reuniones aprovechando las instalaciones, infraestructura y servicios con los que cuenta la ciudad de Mérida.

4.2.2.3 Procurar la diversidad y calidad de la oferta de entretenimiento y experiencias turísticas relacionadas con la cultura y la naturaleza.

4.2.2.4 Impulsar acciones para la diversificación de los mercados emisores tanto en los segmentos de negocios como los de placer.

4.2.2.5 Promover la conectividad aérea hacia y desde otros destinos turísticos a nivel regional, nacional e internacional.

4.2.2.6 Impulsar la atracción del segmento de altos ingresos mediante la oferta turística especializada.

4.2.2.7 Promocionar el segmento del turismo de romance mediante el mejoramiento de la oferta especializada.

- 4.2.2.8** Promover el ordenamiento del comercio, la mejora de la calidad de los servicios e instalaciones y ampliación de la oferta turística de la región, en coordinación con las instituciones competentes del gobierno federal, estatal y locales.
- 4.2.2.9** Establecer esquemas de comercialización para las zonas arqueológicas, para dar profundidad a la experiencia con productos de mayor valor agregado, así como estimular la redistribución de flujos hacia otros sitios arqueológicos de la entidad.
- 4.2.2.10** Impulsar las actividades y eventos turístico – culturales en los destinos turísticos.
- 4.2.2.11** Promover acciones de infraestructura para mejorar la calidad de los servicios turísticos y la imagen de Yucatán.
- 4.2.2.12** Identificar proyectos detonadores del desarrollo turístico alrededor del corredor del proyecto «Tren Maya».
- 4.2.2.13** Gestionar con el gobierno federal y municipal el mejoramiento de la imagen urbana de Progreso.
- 4.2.2.14** Impulsar el acompañamiento institucional de la gestión pública y privada del turismo.
- 4.2.2.15** Gestionar acciones para incentivar el turismo de cruceros en el estado.



Tema estratégico 5

Gobernanza para desarrollo turístico sostenible

Objetivo 5.1. Incrementar el reconocimiento del turismo como una actividad relevante en el estado.

Estrategia 5.1.1 Fortalecer el sistema de información estadística, geográfica y turística del estado.

Líneas de acción

5.1.1.1 Consolidar el Observatorio Turístico de Yucatán (OTY) en coordinación con los sectores académico y privado del estado para conjuntar actividades y recursos, a fin de fortalecer el sistema estatal de información turística.

5.1.1.2 Realizar una campaña de concientización con el sector empresarial turístico sobre la importancia de la generación e intercambio de información estadística para la toma de decisiones.

5.1.1.3 Celebrar convenios de colaboración entre los tres órdenes de gobierno y las asociaciones turísticas, principalmente de hoteles o similares para robustecer la retroalimentación del Sistema Datatur.

5.1.1.4 Realizar análisis y estudios sobre las principales temáticas e indicadores estadísticos del mercado turístico.

Estrategia 5.1.2 Fortalecer la gobernanza turística del estado

Líneas de acción

5.1.2.1 Alinear los programas y acciones de la política turística a nivel federal, estatal y municipal.

5.1.2.2 Coordinar las acciones y programas sistemáticamente con el Consejo Consultivo Estatal de Turismo y los consejos municipales existentes integrados por los sectores público, privado, académico y social.

5.1.2.3 Impulsar la coordinación constante de acciones y programas con el sector empresarial turístico del estado.

5.1.2.4 Impulsar una campaña para promover la importancia del turismo en el estado, dirigida a prestadores de servicios turísticos, servidores públicos y la población.

5.1.2.5 Fortalecer el marco normativo en materia turística del estado.

5.1.2.6 Fortalecer la estructura organizacional y operativa de los entes responsables de la gestión pública del turismo de Yucatán.

5.1.2.7 Promover la organización y estructuración del sector turístico mediante la creación de consejos municipales de turismo alineados con el consejo estatal en las comunidades identificadas con mayor potencial, asegurando la representatividad comunitaria.

5.1.2.8 Acompañar el proceso de fortalecimiento de los actores del turismo en el ámbito municipal.

Objetivo 5.2. Incrementar la sostenibilidad asociada al desarrollo turístico del estado.

Estrategia 5.2.1 Fortalecer el sistema de planificación turística estatal.

Líneas de acción

5.2.1.1 Promover un programa de ordenamiento territorial con las instituciones competentes y los municipios, con base en lo dispuesto en la Ley General de Turismo.

5.2.1.2 Actualizar y alimentar permanentemente el Atlas turístico estatal.

5.2.1.3 Actualizar y alimentar el Registro Estatal de Turismo (InvenTur).

5.2.1.4 Establecer el marco legal para la regularización de plataformas tecnológicas para el hospedaje, transporte y otros servicios turísticos conjuntamente con las instituciones competentes.

Estrategia 5.2.2. Fomentar la sostenibilidad y la inclusión social

Líneas de acción

5.2.2.1 Promover y difundir las acciones e indicadores de los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con la agenda turística, en coordinación con las instituciones competentes y los municipios.

5.2.2.2 Generar los materiales y acciones de divulgación en materia de buenas prácticas de la sostenibilidad en empresas y destinos turísticos del estado.

5.2.2.3 Promover la certificación/distintivos de sostenibilidad para empresas y destinos turísticos del estado.

5.2.2.4 Establecer acciones para la inclusión y accesibilidad de las personas con capacidades diferentes en los destinos, instalaciones urbanas y turísticas, en coordinación con las instituciones competentes y los municipios del estado.

¿Cómo se medirá y evaluará?

Con base en lo expuesto en el anterior capítulo, en este apartado se plantean los siguientes objetivos particulares, así como sus metas e indicadores que serán la base para la evaluación del Programa Especial de Turismo de Yucatán 2019-2024.

Tema 1. Experiencia turística de calidad.

Objetivo específico 1.1. Mantener el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional.

Meta 1.1. Véase anexo VII: Objetivo 1.1- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Llegadas de turistas a cuartos de hotel.

Dato base: TMCA del estado de Yucatán 2013-2018 es de 6.27%.

Fuente: Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico. Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.

Objetivo 1.2. Incrementar la experiencia del turista en los destinos del estado.

Meta 1.2. Véase anexo VII: Objetivo 1.2- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Calificación Promedio de Satisfacción del Turista.

Dato base: 7.7

Fuente: Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Yucatán. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR).

Tema 2. Turismo para el desarrollo.

Objetivo 2.1. Reducir la pobreza a través de la generación de alternativas productivas en materia de turismo en el estado.

Meta 2.1: Véase anexo VII: Objetivo 2.1- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Proporción de personas en condición de pobreza en la entidad.

Dato base: 40.8% (900, 476 personas). 2018

Fuente: Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval) y el Consejo Estatal de Población del Estado de Yucatán (COESPO), Proyecciones de Población del Estado de Yucatán 2010 - 2030.

Objetivo 2.2. Incrementar las oportunidades de empleo en la entidad.

Meta 2.2. Véase anexo VII: Objetivo 2.2- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Población ocupada en hoteles y restaurantes en el estado.

Dato base: 113,001 personas ocupadas en el cuarto trimestre de 2018.

Fuente: En Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Indicadores estratégicos. Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI).

Tema 3. Industria turística competitiva.

Objetivo 3.1. Incrementar la estadía de los turistas en la entidad.

Meta 3.1. Véase anexo VII: Objetivo 3.1- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Estadía Promedio del Visitante en el Estado.

Dato base 2018: 1.65 noches.

Fuente: Información obtenida del Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico. Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.

Objetivo 3.2. Incrementar la derrama económica generada por el turismo en el estado.

Meta 3.2. Véase anexo VII: Objetivo 3.2- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Gasto Promedio Diario del Visitante en Yucatán

Dato base 2018: 2,395 pesos.

Fuente: Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR).

Objetivo 3.3. Incrementar la rentabilidad empresarial turística en el estado.

Meta 3.3. Véase anexo VII: Objetivo 3.3- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Ingreso por cuarto disponible en el Estado (RevPar).

Dato base 2017: 573.7 pesos diarios por cuarto disponible.

Fuente: Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico, Programa de Monitoreo Hotelero DataTur y el Reporte mensual sobre la recaudación del impuesto estatal al hospedaje, Agencia de Administración Fiscal de Yucatán (AAFY).

Tema 4. Destinos turísticos sostenibles.

Objetivo 4.1. Reducir la estacionalidad de la demanda turística del estado.

Meta 4.1. Véase anexo VII: Objetivo 4.1- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Coeficiente de Variación de la Estacionalidad en la Llegada de Turistas

Dato base: 2018=0.12

Fuente: Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán, a partir del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.

Objetivo 4.2. Incrementar la descentralización de la llegada de turistas al estado.

Meta 4.2. Véase anexo VII: Objetivo 4.2- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Porcentaje de Distribución de los Turistas en los Principales Centros Turísticos del Interior del Estado.

Dato base: 2018=15.6%.

Fuente: Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán, a partir del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.

Tema 5. Gobernanza para desarrollo turístico sostenible.

Objetivo 5.1. Incrementar el reconocimiento del turismo como una actividad relevante en el estado.

Meta 5.1. Véase anexo VII: Objetivo 5.1- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Porcentaje de Avance para el Funcionamiento de los Consejos Municipales de Turismo.

Dato base: 8.3%

Fuente: Sefotur.

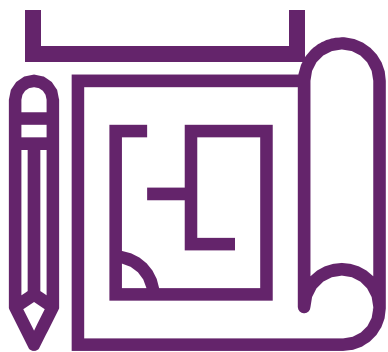
Objetivo 5.2. Incrementar la sostenibilidad asociada al desarrollo turístico del estado.

Meta 5.2. Véase anexo VII: Objetivo 5.2- Ficha técnica de indicadores.

Indicador: Porcentaje de avance para la pertenencia del Observatorio Turístico de Yucatán a la Red de Observatorios de la OMT.

Dato base: 0% (El Observatorio no forma parte de la Red).

Fuente: Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR).



Programas y proyectos estratégicos

Los Programas y Proyectos Estratégicos podrían entenderse como un conjunto integral de políticas y líneas de acción orientadas a un ámbito sectorial, territorial o demográfico, con éstas se busca impactar en un periodo de mediano o largo plazo.

Al ser de un nivel operativo, los programas y proyectos estratégicos deben definir los criterios y condiciones para la determinación de líneas de acción que contemplen programas, proyectos y actividades institucionales que vinculen la planeación con la programación y la presupuestación.

En este capítulo se describen los aspectos conceptuales de los siguientes programas y proyectos estratégicos que se llevarán a cabo durante la administración 2019 – 2024, mismo que se derivan de los diagnósticos correspondientes y los programas presupuestarios antes mencionados:

1. Fideicomiso de Administración e Inversión para la Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán.
2. Acciones de promoción y comercialización turística del estado.
3. Acciones de Promoción de la Conectividad Aérea, Marítima y Terrestre.
4. Participación de Yucatán en Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales.
5. Atención y Fortalecimiento al Turismo de Cruceros.
6. Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística.
7. Acciones para la Atención a las Nuevas Inversiones Turísticas.
8. Fortalecimiento a la Infraestructura Turística Pública y Desarrollo Turístico sustentable.
9. Desarrollo de Productos Turísticos para el fomento de segmentos de mercado.
10. Consolidación del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY).

Los temas propuestos se plantean como áreas de atención viables de alcanzar en el periodo de la presente administración y los mismos se enfocan al alcance de los objetivos de desarrollo, considerando de manera individual la descripción, la población de referencia, así como el análisis territorial para la atención de problemas específicos. En estos temas quedan incluidos el conjunto de proyectos y acciones institucionales que desde el sector público se implementan para impulsar el desarrollo del sector turismo en la entidad.

Cada uno de estos programas o proyectos disponen de un objetivo único que facilita la evaluación de los resultados individuales, además de los correspondientes indicadores que permiten la medición de dichos resultados en el mediano plazo. Asimismo, para cada programa o proyecto se definen las políticas administrativo-operativas, espaciales-territoriales, de financiamiento y beneficiarios; que establecen las reglas generales que se pondrán en práctica durante el período de vigencia y constituyen el marco de referencia de actuación; es decir son los principios fundamentales o lineamientos que orientarán las líneas de acción en las diferentes etapas.

Cuadro 15. Programas y proyectos estratégicos				
Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Programa Presupuestario	Programa y/o Proyecto Estratégico
Incrementar la Estadia Turística en Yucatán	Desarrollar la Calidad de los Productos y Servicios Turísticos del Estado	Adecuar la Infraestructura Turística a las Nuevas Demandas y Necesidades del Mercado con Especial Énfasis en la Accesibilidad	Fomento a Productos y Servicios Turísticos Incluyentes y de Calidad	Fortalecimiento a la Infraestructura Turística Pública y Desarrollo Turístico
Incrementar la Afluencia de Visitantes a Yucatán	Fortalecer los Segmentos de Mercado Turístico Existentes y Potenciales	Promocionar la Oferta de Todos los Segmentos Turísticos y Potenciales con un Enfoque Particular para Cada Tipo	Impulso a los Atractivos Turísticos y Segmentos de Mercado	Atención y Fortalecimiento al Turismo de Cruceros del Estado de Yucatán.
		Consolidar el Segmento de Turismo de Naturaleza en los Municipios Turísticos		Acciones de Incentivo al Turismo de Naturaleza
		Promover el Turismo Médico para Convertirse en una Opción más de Servicios y Productos Turísticos que Generen Empleos y Beneficios para el Estado		Desarrollo de Productos Turísticos para el Fomento de Nuevos Segmentos de Mercado
	Fortalecer los Segmentos de Mercado Turístico Existentes y Potenciales	Promocionar la Oferta de Todos los Segmentos Turísticos Consolidados y Potenciales con un Enfoque Particular para cada Tipo	Impulso a los Atractivos Turísticos y Segmentos de Mercado	Implementación de Acciones de Fomento a la Política Gastronómica en Yucatán
	Promover la Imagen y los Atractivos Turísticos del Estado a Nivel Nacional e Internacional	Realizar campañas de promoción turística a través de diferentes medios nacionales e internacionales		Gestión del Fideicomiso de Administración e Inversión para la Promoción y Fomento al Desarrollo Turístico y Económico del Estado de Yucatán
		Fomentar la participación del estado en eventos de promoción turística nacionales e internacionales		Realización de Acciones de Relaciones Públicas
		Promover la Apertura de más Rutas Aéreas que se Conecten a Lugares Estratégicos		Realización y Apoyo de Eventos en el Estado de Yucatán
				Participación de Yucatán en Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales
				Acciones de Promoción de la Conectividad Aérea, Marítima y Terrestre del Estado de Yucatán

Cuadro 15. Programas y proyectos estratégicos				
Objetivo	Estrategia	Línea de Acción	Programa Presupuestario	Programa y/o Proyecto Estratégico
Aumentar el Valor de los Productos y Servicios Turísticos con Enfoque de Sostenibilidad en Yucatán	Fomentar la Especialización de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado Orientados a la Sostenibilidad	Implementar Talleres de Sostenibilidad y de Profesionalización para los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado	Especialización de Prestadores de Servicios Turísticos	Programa Integral de Capacitación y Competitividad Turística
	Impulsar la diversificación de los Productos y Servicios Turísticos Sostenibles	Fomentar la Creación de Productos y Servicios Turísticos Sustentables e Innovadores		Acciones para la Atención a las Nuevas Inversiones Turísticas
	Fomentar la Especialización de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado Orientados a la Sostenibilidad	Consolidar los Instrumentos y Sistemas de Información Estadística y Geográfica en Materia Turística		Operación del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY)



Seguimiento y evaluación

El presente programa será evaluado mediante una serie de indicadores previamente establecidos para los objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) y los Programas Presupuestarios (PP), lo cual garantizará la correcta ejecución y permitirá conocer el avance de los objetivos. A continuación, se detallan los indicadores:

Cuadro 16. Indicadores establecidos para el seguimiento y la evaluación					
Objetivo	Nombre del indicador	Dependencia responsable	Área de contacto	Periodicidad	Fecha de actualización
Aumentar el valor de los productos y servicios turísticos con enfoque de sostenibilidad en Yucatán	Tasa de crecimiento de las Actividades de "Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas en el estado"	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Depende de calendario del INEGI
Incrementar la afluencia de visitantes a Yucatán	Crecimiento Promedio de Visitantes con Pernocta en el estado	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Incrementar la estadía turística en Yucatán	Estadía Promedio del Visitante en el estado	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Los visitantes nacionales e internacionales en Yucatán reciben productos y servicios turísticos de mayor calidad	Índice global de satisfacción del turista	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Depende del calendario del Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Visitante
Los prestadores de servicios turísticos del Estado de Yucatán fortalecen su posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional	Variación porcentual de Visitantes con Pernocta al estado	Secretaría de Fomento	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Los prestadores de servicios turísticos del Estado de Yucatán presentan un mayor nivel de crecimiento en su oferta de productos y servicios turísticos	Variación porcentual en el número de establecimientos de servicios turísticos registrados	Secretaría de Fomento	Secretaría Técnica	Anual	Enero de cada año

Asimismo, se han definido los siguientes indicadores específicos para la evaluación del Programa Especial de Turismo 2019 - 2024, que a continuación se señalan:

Cuadro 17. Indicadores específicos para el seguimiento y la evaluación.					
Objetivo	Nombre del indicador	Fuente	Área de contacto	Periodicidad	Fecha de actualización
Objetivo 1.1. Mantener el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional.	Llegada de Visitantes con Pernocta en Establecimientos de Hospedaje en la Entidad.	Secretaría de Turismo	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Objetivo 1.2. Mejorar la experiencia del turista en los destinos del estado.	Satisfacción del turista de la entidad como destino en general.	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Depende del calendario del Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Visitante
Objetivo 2.1. Reducir la pobreza a través de la generación de alternativas productivas en materia de turismo en el estado	Proporción de personas en condición de pobreza en la entidad.	Coneval	Secretaría Técnica	Anual	Depende de la publicación del informe del Coneval
Objetivo 2.2. Incrementar las oportunidades de empleo en la entidad.	Población ocupada en hoteles y restaurantes en el estado.	Instituto Nacional de Estadística y Geografía	Secretaría Técnica	Anual	Depende de calendario de la Encuesta Nacional de Empleo Trimestral
Objetivo 3.1. Incrementar la estadia de los turistas en la entidad.	Estadia promedio de los turistas hospedados en hotel.	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Objetivo 3.2. Incrementar la derrama económica generada por el turismo en el estado.	Gasto Promedio diario del Visitante en Yucatán.	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Objetivo 3.3. Incrementar la rentabilidad empresarial turística en el estado.	Ingreso por cuarto disponible en el estado (RevPar).	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Marzo de cada año
Objetivo 4.1. Reducir la estacionalidad de la demanda turística del estado.	Coeficiente de variación de la estacionalidad en las llegadas de turistas a hotel.	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Objetivo 5.1. Incrementar el reconocimiento del turismo como una actividad relevante en el estado.	Porcentaje de avance para la creación de los Consejos Municipales de Turismo.	Secretaría de Fomento Turístico	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año
Objetivo 5.2. Incrementar la sostenibilidad turística asociada al desarrollo turístico del estado.	Porcentaje de avance para la pertenencia del Observatorio Turístico de Yucatán a la Red de Observatorios de la OMT	Directorio de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT	Secretaría Técnica	Anual	Febrero de cada año

Los resultados que se obtengan de las evaluaciones serán publicados en la página de la Secretaría de Fomento Turístico en los términos de las disposiciones legislativas y normativas aplicables.

Adicionalmente, otro insumo que permitirá el puntual seguimiento será la evaluación participativa, la cual se realizará en el año 2022 y consistirá en presentar los avances de los logros del Programa Sectorial ante el Consejo Consultivo Estatal de Turismo (CCET) para ser retroalimentados, durante las sesiones ordinarias que este organismo tenga durante dicho año.

El Consejo Consultivo Estatal de Turismo (CCET) es un espacio de consulta pública que tiene como fin auxiliar a la Secretaría de Fomento Turístico en el cumplimiento de sus funciones. Las opiniones y propuestas que recabe el CCET, deben vincularse con las directrices contenidas en el Plan Estatal de Desarrollo y serán entregadas a la Secretaría para que, una vez consideradas por el titular del Poder Ejecutivo, se traduzcan en acciones concretas en materia de Turismo.

De igual manera, se utilizará el Sistema de Seguimiento a Gabinete Sectorizado (SIGO), el cual es una herramienta tecnológica de gestión y seguimiento cuyo propósito es medir los avances de las actividades estratégicas establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo, a través de diversos instrumentos de planeación: Plan Anual de Trabajo, Programas de Mediano Plazo, Programas Presupuestarios, Unidades Básicas de Presupuestación, compromisos de Gobierno, entre otros. A través de este Sistema se verifica que las dependencias y entidades cumplan en tiempo y forma para alcanzar los objetivos y metas plasmados en los instrumentos de planeación.



Relación de los PMP con la elaboración de la programación y el presupuesto

Los Programas Presupuestarios con indicadores presentados a continuación en la siguiente tabla, concentran la manera en que se mide el cumplimiento de los objetivos que tienen como propósito resolver un problema social, satisfacer una necesidad o aprovechar los recursos existentes a través de un esquema que facilita la comprensión de los grandes temas de turismo.

Cabe señalar que estos Programas Presupuestarios se derivan de un proceso de análisis y metodología establecida por parte de la Secretaría de Administración y Finanzas (SAF) del Gobierno del Estado, derivados de los talleres dirigidos a las dependencias realizados en las fechas 5, 17 y 30 de julio de 2019.

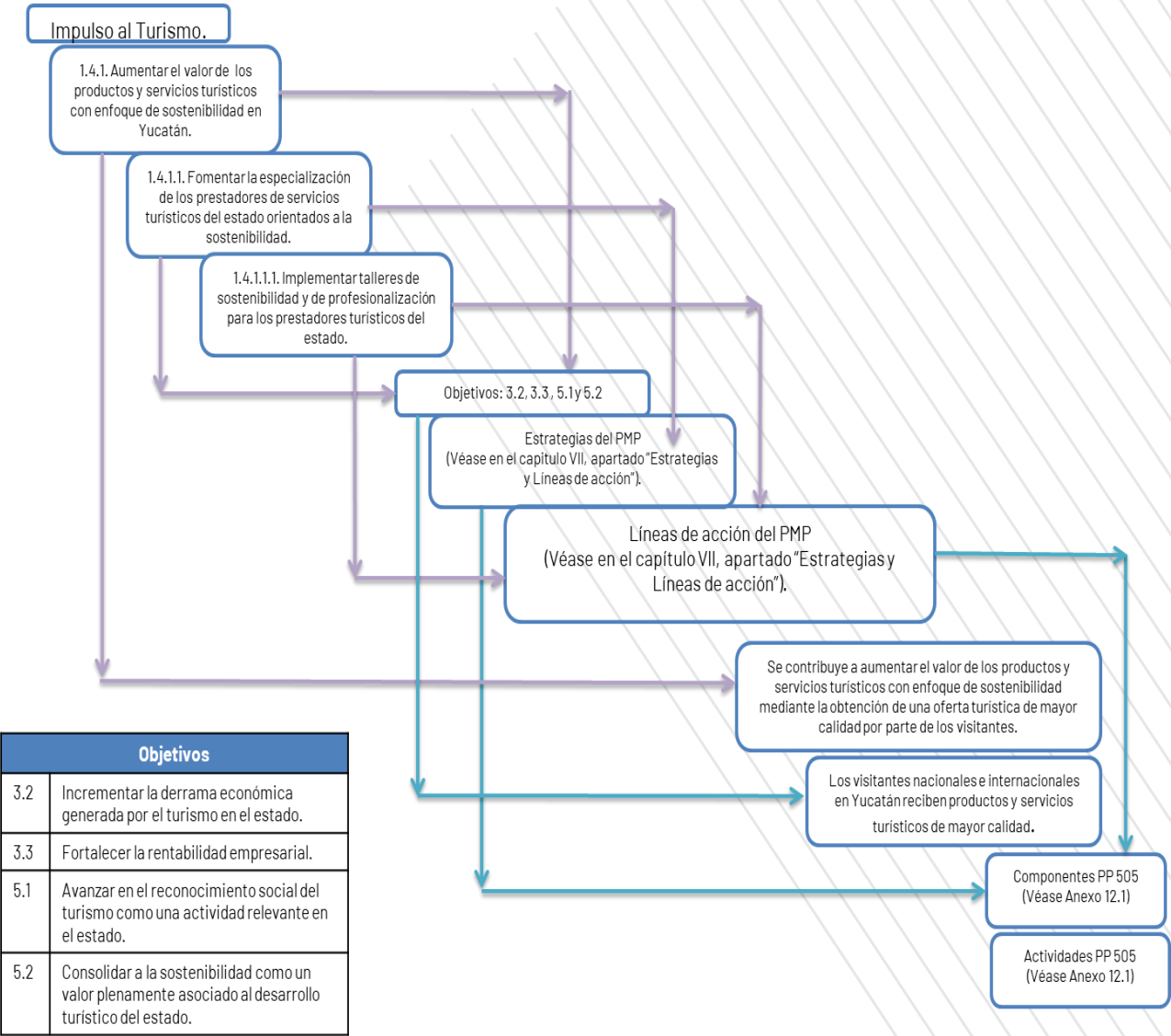
Cuadro 18. Programas presupuestarios de turismo con indicadores.

Dependencias Responsables	Nombre del Programa Presupuestario	Indicador de Fin	Indicador de Propósito
SEFOTUR	505. Especialización de Prestadores de Servicios Turísticos.	Tasa de crecimiento de las actividades de Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas en el estado.	Índice global de satisfacción del turista.
SEFOTUR, PATRONATO CULTUR Y FIDETURE	506. Impulso a los atractivos turísticos y segmentos de mercado.	Crecimiento Promedio de Visitantes con Pernocta en el Estado.	Variación porcentual de visitantes con pernocta al Estado.
SEFOTUR Y PATRONATO CULTUR.	507. Fomento a la infraestructura turística incluyente y de calidad.	Estadía promedio del visitante en el Estado.	Variación porcentual en el número de establecimientos de servicios turísticos registrados.

En los siguientes esquemas se señala la vinculación de los Objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) y de los Programas Presupuestarios con el presente Plan de Mediano Plazo (PMP).

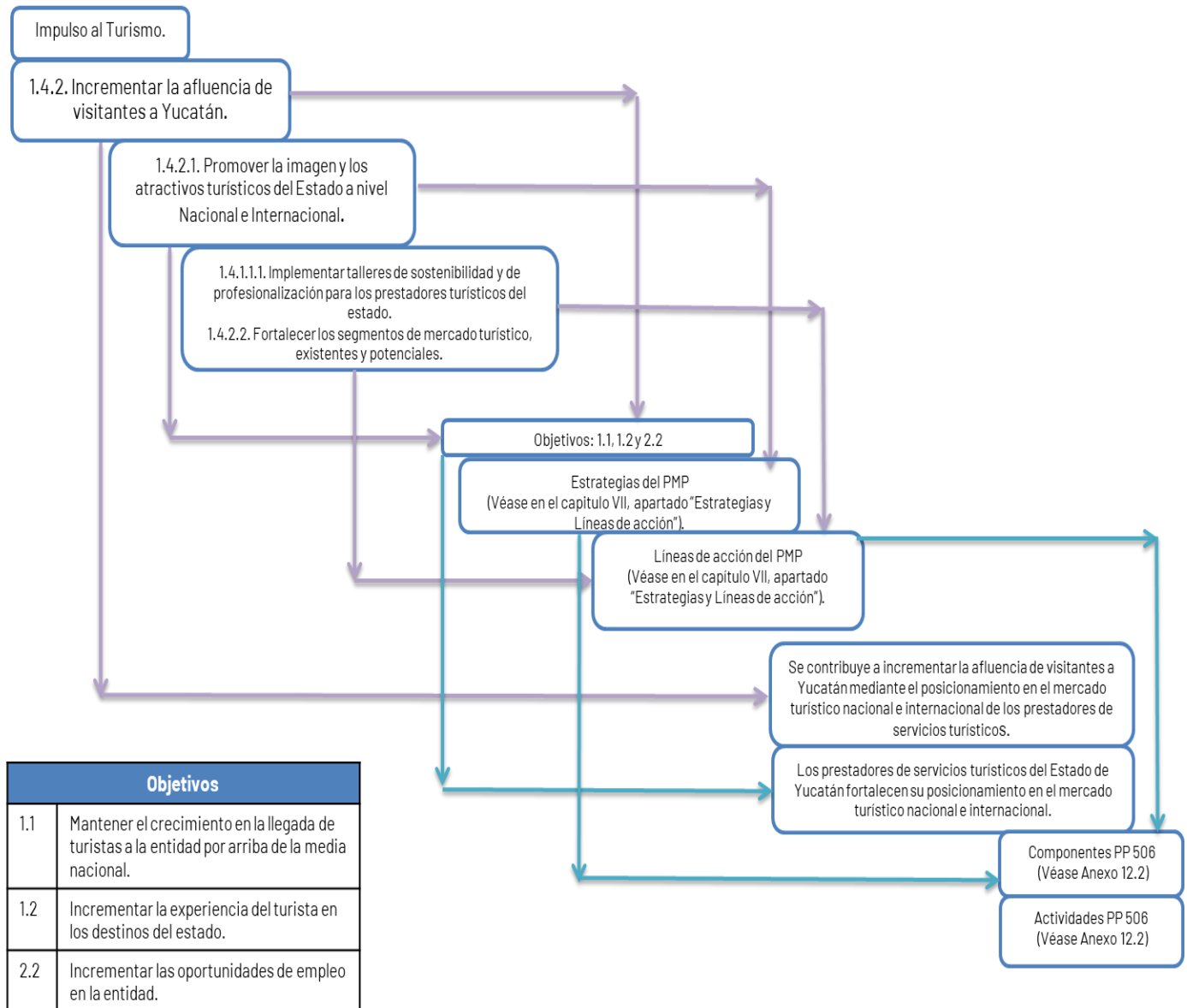
Esquema A. Vinculación de objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) con el Programa Presupuestario 505 Especialización de Prestadores de Servicios Turísticos.

Yucatán con economía inclusiva



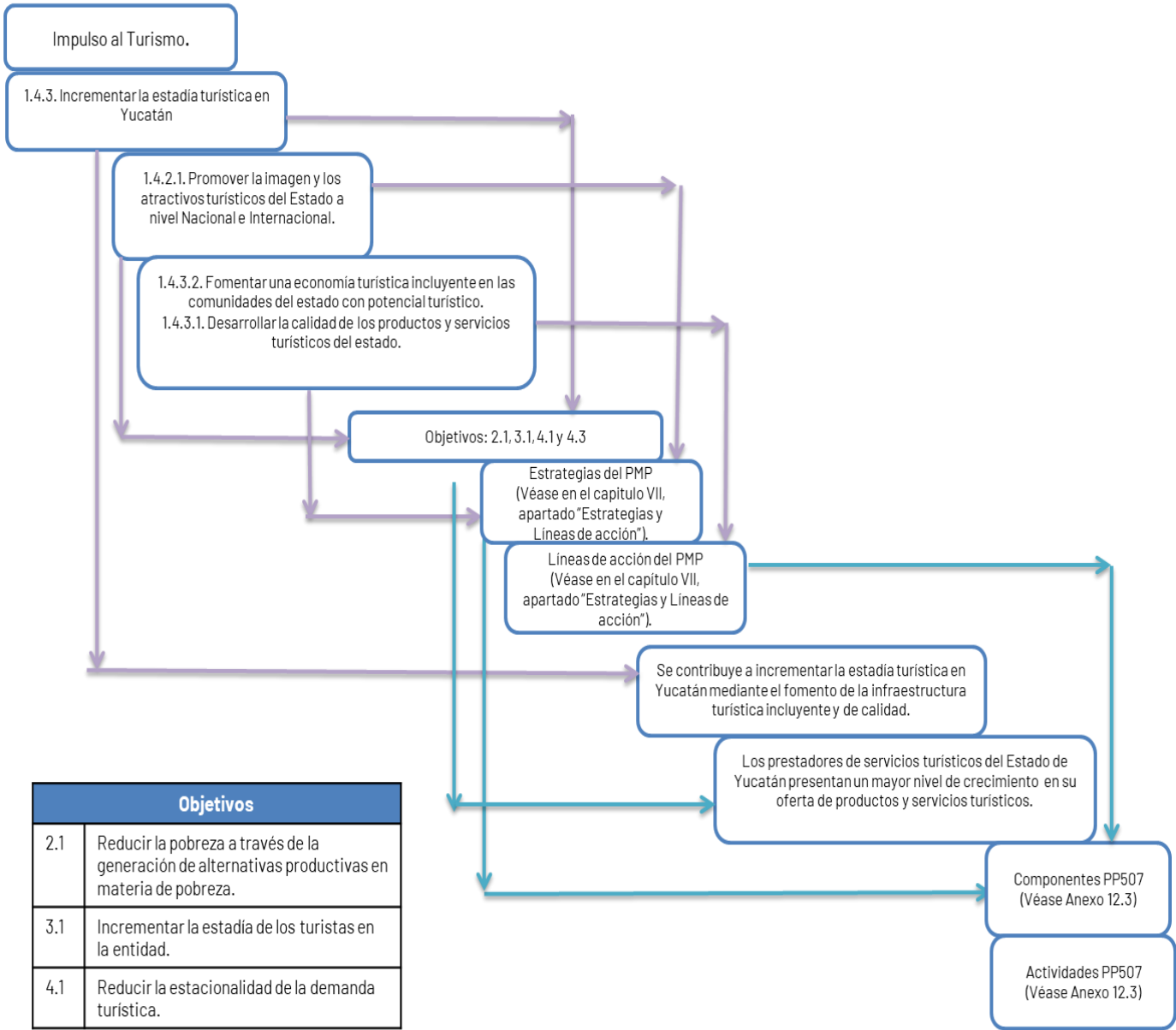
Esquema B. Vinculación de objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) con el Programa Presupuestario 506 Especialización de Prestadores de Servicios Turísticos.

Yucatán con Economía Inclusiva



Esquema C. Vinculación de objetivos del Plan Estatal de Desarrollo (PED) con el Programa Presupuestario 507 Fomento a la infraestructura turística incluyente y de calidad

Yucatán con Economía Inclusiva





Anexos

Anexo I. Clasificación de los principales destinos turísticos del estado.

Cuadro 19. Clasificación de los principales destinos turísticos del estado.		
Nivel	Clasificación	Características
Nivel 1	Destino en fase de consolidación	Destinos con oferta y demanda turística con adecuado funcionamiento de su sistema turístico, mantiene flujos de turistas y visitantes, con posicionamiento turístico nacional e internacional. Con mejores condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. Requieren del acompañamiento y coordinación del organismo estatal al gobierno municipal.
Nivel 2	Destino en fase de desarrollo/ crecimiento	Destinos que cuenta con las características anteriores, aunque con limitaciones en su infraestructura básica y turística, en general en su sistema turístico; con menor afluencia que en la fase anterior, con potencialidades para mejorar su posicionamiento y oferta de productos actuales y potenciales en menor tiempo. Requiere del fortalecimiento de su sistema turístico, infraestructura básica, información turística y promoción para avanzar al siguiente nivel. Requieren de un acompañamiento y coordinación más cercana del organismo estatal de turismo con el gobierno municipal.
Nivel 3.	Destino en fase de Implicación	Los destinos están incorporados a la actividad turística, en proceso de construcción de su sistema turístico, requieren conseguir su posicionamiento turístico, con limitaciones en su infraestructura básica y turística, necesitan construir su oferta de alojamiento, alimentación, etc. Recibe una menor afluencia turística que en los dos niveles anteriores. Con importantes atractivos turísticos en el destino y sus alrededores, son limitados sus productos con valor agregado y sus actividades turísticas. Requiere de mayor intervención y coordinación del organismo turístico estatal y fortalecimiento de la gestión municipal, tanto pública como privada para impulsar su desarrollo y que consigan subir de nivel.
Nivel 4	Destino en fase de exploración	Los destinos con incipiente desarrollo, cuentan con atractivos y recursos sobresalientes que permiten el desarrollo de productos, requieren de construir un sistema turístico, construir la infraestructura básica y turística necesaria,

Cuadro 19. Clasificación de los principales destinos turísticos del estado.		
Nivel	Clasificación	Características
		requieren de la intervención del órgano estatal de turismo y fortalecimiento de la gestión municipal pública y privada, para conseguir subir de nivel.

Anexo II. Principales municipios identificados con atractivos y productos turísticos actuales o potenciales en el estado de Yucatán.

Municipios Turísticos en Yucatán	
Región	Municipios
Poniente	Celestún, Halacho, Hunucmá y Maxcanú
Noroeste	Acanceh, Mérida, Progreso, Tecoh, Tixkokob y Umán
Centro	Cuzamá, Izamal, Tekal de Venegas y Tunkás
Litoral Centro	Dzemul, Dzilam de Bravo, Motul y Telchac Puerto
Noreste	Río Lagartos, San Felipe y Tizimin
Oriente	Temozón, Tinum, Uayma y Valladolid
Sur	Chumayel, Mama, Maní, Muna, Oxkutzcab, Santa Elena, Teabo, Tekax, Tekit y Ticul

Municipios con Potencial Turístico en Yucatán	
Región	Municipios
Noroeste	Abalá, Ixil, Conkal y Kanasín
Centro	Homún y Sudzal
Litoral Centro	Dzidzantún, Sinanché y Yobaín
Noreste	Buctozotz y Panabá
Oriente	Kaua, Peto, Yaxcabá
Sur	Sacalum

Anexo III. Clasificación por *cluster* turístico y niveles de los destinos.

Tema estratégico 4. Destinos turísticos sostenibles			
Cluster turístico	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 1. Destino en fase de consolidación			
Mérida	Macrocentro turístico en fase de desarrollo cercano a la consolidación. Características de un centro turístico, tanto de estadia como de distribución.	Destinos con oferta y demanda turística, con adecuado funcionamiento de su sistema turístico, mantiene flujos de turistas y visitantes, con posicionamiento turístico nacional e internacional. Con mejores condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. Requiere del acompañamiento y coordinación del organismo estatal al gobierno municipal.	Acompañamiento y transferencia de competencias, manteniendo liderazgo en proyectos emblemáticos.
Chichén Itzá	Destino maduro en fase de consolidación. Se encuentra en una etapa decisiva para actuar en su reactivación y así evitar su estancamiento o declive. Característica de un centro turístico de excursión.	Destinos con oferta y demanda turística, con adecuado funcionamiento de su sistema turístico, mantiene flujos de turistas y visitantes, con posicionamiento turístico nacional e internacional. Con mejores condiciones de profesionalización de los actores de la cadena turística. Requiere del acompañamiento y coordinación del organismo estatal al gobierno municipal.	Por el valor estratégico que representa para el turismo estatal y nacional su atención debe desarrollarse conjuntamente con el gobierno federal.

Cluster turístico	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 2. Destinos en fase de desarrollo/crecimiento			
Corredor Mérida-Chichén Itzá-Cancún	Corredor de estadia y distribución, en fase de crecimiento rumbo a la madurez, con un menor desarrollo, con importante potencial de crecimiento y con vocación turística definida.	Corredor que cuenta con algunas características del nivel anterior, aunque con limitaciones en su infraestructura básica y el equipamiento turístico, con potencialidad para mejorar su posicionamiento y oferta de productos actuales y potenciales en menor tiempo. Requiere del fortalecimiento de infraestructura básica y turística, información y promoción para avanzar al siguiente nivel. Requieren de acompañamiento y coordinación más cercana del organismo estatal de turismo con los gobiernos municipales.	Por el valor estratégico, requiere del fortalecimiento mediante la canalización de recursos para proyectos detonadores, que consideren el proyecto del Tren Maya.

Cluster turístico	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 2. Destinos en fase de desarrollo/crecimiento			
Progreso	Centro turístico de excursión y estadía, en etapa de desarrollo rumbo a la madurez, con importante potencial de crecimiento y con vocación turística definida.	Centro turístico que cuenta con limitada infraestructura básica y turística, servicios públicos y con menor afluencia que en la fase anterior, con potencialidades para mejorar su posicionamiento turístico y oferta de productos actuales y potenciales en menor tiempo. Requiere del fortalecimiento de su sistema turístico, infraestructura básica y turística de la ciudad y el Puerto, requiere información turística, y promoción para avanzar al siguiente nivel.	Requiere de un acompañamiento y coordinación cercana del organismo estatal de turismo junto con el gobierno municipal.
Pueblos Mágicos de Valladolid e Izamal	Centros turísticos de estadía y excursión.	Centros turísticos que cuentan aún con limitada infraestructura básica y turística y servicios públicos, con menor afluencia que en la etapa anterior, con potencialidades para mejorar su posicionamiento turístico y oferta de productos actuales y potenciales en menor tiempo. Requiere de fortalecimiento de su oferta, en general de su sistema turístico, infraestructura básica y turística, requiere información turística, y promoción para avanzar al siguiente nivel.	Requiere de un acompañamiento y coordinación cercana del organismo estatal de turismo junto con el gobierno municipal.

Cluster turístico	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
Nivel 3. Destinos en fase de implicación			
Categorías: a) Uxmal b) Celestún y Río Lagartos c) Tizimín	a) Centro de excursión en etapa de exploración b) Núcleos turísticos c) Núcleo turístico Destinos en etapa de inclusión al turismo, con desarrollo menor, con posibilidades de crecimiento y vocación turística definida.	Los destinos están incorporados a la actividad turística, en proceso de construcción de su sistema turístico, requieren conseguir su posicionamiento turístico, con limitaciones en su infraestructura básica y turística, requieren construir su oferta de alojamiento, alimentación, etc. Reciben una menor afluencia turística que en los dos niveles anteriores. Con importantes atractivos turísticos en el destino y sus alrededores, son limitados sus productos con valor agregado y sus actividades turísticas. Requiere de mayor intervención y coordinación del organismo turístico estatal y fortalecimiento de la gestión municipal, tanto pública como privada para	Direccionamiento y canalización de recursos para proyectos detonadores. Incubación selectiva de algunos destinos.

		impulsar su desarrollo y que consigan subir de nivel.	
--	--	---	--

Cluster turístico	Tipología	Principales características	Recomendación estratégica
NIVEL 4. Destinos en fase de exploración			
a) Sisal, Las Coloradas y El Cuyo, b) Motul y Tekax c) Resto de localidades.	Localidades de dimensión relativamente menor, con atractivos turísticos y que constituyen núcleos turísticos reales o potenciales, en etapa de exploración.	Sitios con incipiente desarrollo turístico, cuentan con recursos sobresalientes para desarrollo de productos, con diferentes niveles de dotación de infraestructura, tienen bases suficientes de accesibilidad en la mayoría de los sitios. En algunos casos tienen demanda turística con patrones altos de estacionalidad. Acciones aisladas de promoción, dependencia de pocos productos con desarrollo menor. Incipiente institucionalidad en la gestión turística.	Desarrollar soluciones genéricas para su aplicación y la intervención del órgano estatal de turismo, coordinado con los municipios y los sectores privado y social.

Anexo IV. Matriz de Indicadores para Resultados (MIR).

505 Especialización de Prestadores de Servicios Turísticos.

Resumen Narrativo		Indicadores	Medio de verificación
Tipo	Objetivo		
Fin	Se contribuye a aumentar el valor de los productos y servicios turísticos con enfoque de sostenibilidad mediante la generación de una oferta turística competitiva	Tasa de crecimiento de las actividades de "Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas en el estado"	PIB por entidad federativa. Base 2013. Instituto Nacional de Estadística y Geografía
Propósito	Los visitantes nacionales e internacionales en el Estado de Yucatán reciben productos y servicios turísticos de mayor calidad	Índice global de satisfacción del turista	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico del Estado (SEFOTUR)
Componente 1	Acciones de capacitación a prestadores de servicios turísticos implementadas	Variación porcentual de prestadores de servicios turísticos beneficiados por acciones de capacitación turística	Reporte de acciones de capacitación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.1	Realización de cursos de capacitación a prestadores de servicios turísticos	Variación porcentual del número de cursos de capacitación implementados	Reporte de acciones de capacitación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.2	Entrega de constancias de capacitación a prestadores de servicios turísticos	Porcentaje de acreditación de los cursos de capacitación a prestadores de servicios turísticos	Reporte de acciones de capacitación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 2	Servicios de certificación a prestadores de servicios turísticos gestionados	Variación porcentual de personas beneficiadas por acciones de certificación turística	Reporte de acciones de certificación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 2.1	Recepción de solicitudes de certificación de los prestadores de servicios turísticos	Variación porcentual de solicitudes de certificación turística recibidas	Reporte de acciones de certificación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 2.2	Gestión de certificados de calidad a prestadores de servicios turísticos	Variación porcentual de certificados de calidad turística gestionados	Reporte de acciones de certificación turística. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR), a partir de información de la Dirección General del Instituto de Competitividad Turística.
Componente 3	Acciones de Normatividad Turística realizadas	Variación porcentual de prestadores de servicios turísticos beneficiados por acciones de normatividad turística	Reporte de acciones de normatividad turística. Departamento de Normatividad y Capacitación. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 3.1	Gestión de trámites de prestadores de servicios turísticos locales ante la Sectur	Variación porcentual de trámites realizados	Reporte de acciones de normatividad turística. Departamento de Normatividad y Capacitación. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 3.2	Realización de verificaciones a prestadores de servicios turísticos	Porcentaje de prestadores de servicios turísticos verificados	Reporte de acciones de normatividad turística. Departamento de Normatividad y Capacitación. Dirección de Calidad y Competitividad Empresarial. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 4	Asesorías a inversionistas otorgadas	Variación porcentual de inversionistas asesorados	Registro de asesorías a nuevas inversiones. Despacho del C. Director. Dirección de Atención a Nuevas Inversiones turísticas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 4.1	Detección de inversión privada turística	Variación porcentual del monto de inversión privada turística detectada en el periodo	Reporte de inversión privada turística. Despacho del C. Director. Dirección de Atención a Nuevas Inversiones turísticas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 4.2	Emisión de la resolución de estímulos fiscales	Porcentaje de solicitudes de estímulos fiscales resueltas	Registro de solicitudes de estímulos fiscales. Despacho del C. Director. Dirección de Atención a Nuevas Inversiones turísticas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)

Anexo V: Matriz de Indicadores para Resultados (MIR).

506 Impulso a los atractivos turísticos y Segmentos de Mercado.

Resumen Narrativo		Indicadores	Medio de verificación
Tipo	Objetivo		
Fin	Se contribuye a incrementar la afluencia de visitantes a Yucatán mediante el posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional de los prestadores de servicios turísticos	Crecimiento Promedio de Visitantes con Pernocta en el estado.	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Propósito	Los prestadores de servicios turísticos del Estado de Yucatán fortalecen su posicionamiento en el mercado turístico nacional e internacional.	Variación porcentual de visitantes con pernocta al estado.	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 1	Campañas de promoción turística en los mercados nacional e internacional realizadas	Variación porcentual en el número de visitantes nacionales con pernocta en el estado / Variación porcentual de la llegada de visitantes internacionales con pernocta.	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.1	Implementación de acciones de promoción	Variación porcentual del monto del presupuesto ejercido en acciones de promoción.	Registro administrativo. Despacho del C. Director. Dirección de Administración y Finanzas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.2	Atención de visitantes a través del programa de relaciones públicas	Variación porcentual de personas atendidas en viajes de familiarización.	Registro administrativo. Departamento de atención de medios. Dirección de Relaciones Públicas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.3	Participación en ferias y eventos nacionales e internacionales	Variación porcentual de citas de negocios generadas en ferias y eventos nacionales e internacionales asistidos.	Registro administrativo. Departamento de Promoción y Ferias. Dirección de Promoción y Ferias especializadas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 2	Productos turísticos para segmentos de mercado incentivados	Variación porcentual de los prestadores de servicios turísticos beneficiados por acciones de incentivo a los segmentos de mercado.	Registro administrativo. Departamento de Nuevos Segmentos y Productos. Dirección de Innovación Turística. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 2.1	Implementación de acciones de incentivo de naturaleza	Variación porcentual de los prestadores de servicios turísticos beneficiados por acciones de incentivo de naturaleza.	Registro administrativo. Departamento de Nuevos Segmentos y Productos. Dirección de Innovación Turística. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 2.2	Implementación de acciones de incentivo a otros segmentos especiales de mercado turístico	Variación porcentual de los prestadores de servicios turísticos beneficiados por acciones de incentivo a otros segmentos especiales de mercado.	Registro administrativo. Departamento de Nuevos Segmentos y Productos. Dirección de Innovación Turística. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 3	Patrocinios para la realización de eventos de congresos y convenciones en el estado de Yucatán entregados.	Variación porcentual de participantes en eventos de turismo de reuniones realizados en el estado / Promedio de patrocinios entregados a eventos realizados en Yucatán.	Plataforma Podio. Dirección de Comercialización. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE) / Plataforma Podio. Dirección de Atención a Clientes. Fideicomiso

Resumen Narrativo		Indicadores	Medio de verificación
Tipo	Objetivo		
			Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 3.1	Solicitud de Patrocinios para eventos	Porcentaje de eventos con patrocinios solicitados	Plataforma Podio. Dirección de Comercialización. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 3.2	Pago de Patrocinios	Porcentaje de pago de patrocinios autorizados	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Componente 4	Comisiones económicas por la realización de eventos de congresos y convenciones en el Centro Internacional de Congresos de Yucatán otorgadas.	Razón de comisiones otorgadas a empresas especializada por eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 4.1	Entrega de comisiones económicas del diez por ciento por la realización de eventos de congresos y convenciones en el Centro Internacional de Congresos de Yucatán.	Razón de comisiones del diez por ciento otorgadas a empresas especializada por eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos.	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 4.2	Entrega de comisiones económicas del cinco por ciento por la realización de eventos de congresos y convenciones en el Centro Internacional de Congresos de Yucatán.	Razón de comisiones del cinco por ciento adicional otorgadas a empresas especializada locales por eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos.	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Componente 5	Descuentos por la renta de espacios del Centro Internacional de Congresos de Yucatán otorgados.	Razón de descuentos otorgados a eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos.	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 5.1	Aplicación de descuentos del diez por ciento por la renta de espacios del Centro Internacional de Congresos de Yucatán.	Razón de descuentos del diez por ciento otorgados a eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos.	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Actividad 5.2	Aplicación de descuentos del veinte por ciento por la renta de espacios del Centro Internacional de Congresos de Yucatán.	Razón de descuentos del veinte por ciento otorgados a eventos realizados en el Centro Internacional de Congresos.	Software Contpaq. Departamento de Contabilidad. Dirección de Administración y Finanzas. Fideicomiso Público para el Desarrollo del Turismo de Reuniones en Yucatán (FIDETURE)
Componente 6	Apoyos económicos para agencias de viajes mayoristas otorgados.	Promedio de apoyos económicos otorgados por agencia de viajes mayorista inscrita	Registro Administrativo. Jefatura de Comercialización Dirección Operativa. Patronato CULTUR
Actividad 6.1	Inscripción de solicitantes en el padrón de registro del patronato	Porcentaje de Agencias de viajes inscritas al programa de subsidio	Registro Administrativo. Jefatura de Comercialización Dirección Operativa. Patronato CULTUR
Actividad 6.2	Selección de Solicitantes por parte del comité evaluador.	Porcentaje de solicitudes aprobadas por el comité evaluador.	Registro Administrativo. Jefatura de Comercialización Dirección Operativa. Patronato CULTUR

Anexo VI. Matriz de Indicadores para Resultados (MIR).

507 Fomento a la Infraestructura Turística Incluyente y de Calidad.

Resumen Narrativo		Indicadores	Medio de verificación
Tipo	Objetivo		
Fin	Se contribuye a incrementar la estadia turística en Yucatán mediante el fomento de la infraestructura turística incluyente y de calidad.	Estadia promedio del visitante en el estado	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Propósito	Los prestadores de servicios turísticos del Estado de Yucatán presentan un mayor nivel de crecimiento en su oferta de productos y servicios turísticos.	Variación porcentual en el número de establecimientos de servicios turísticos registrados	Directorio Turístico InvenTur. Departamento de Planeación y Proyectos. Secretaría Técnica. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 1	Proyectos de obra pública entregados	Variación porcentual del presupuesto ejercido en proyectos públicos de infraestructura y equipamiento turístico	Registro administrativo. Despacho del C. Director. Dirección de Administración y Finanzas. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.1	Realización de las licitaciones públicas para los proyectos	Porcentaje de licitaciones realizadas en el periodo	Registro administrativo. Departamento de Mundo Maya. Dirección de Infraestructura y Proyectos Turísticos. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.2	Supervisión de la obra	Porcentaje de avance de los proyectos de obra pública en el periodo	Registro administrativo. Departamento de Mundo Maya. Dirección de Infraestructura y Proyectos Turísticos. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Actividad 1.3	Elaboración de proyectos ejecutivos	Porcentaje de avance de los proyectos ejecutivos en el periodo	Registro administrativo. Departamento de Mundo Maya. Dirección de Infraestructura y Proyectos Turísticos. Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)
Componente 2	Créditos Económicos a prestadores de Servicios Turísticos entregados	Promedio de Créditos Económicos otorgados a prestadores de servicios turísticos.	Registro de Créditos Otorgados. Coordinación Operativa. Despacho de Operaciones. Patronato CULTUR
Actividad 2.1	Inscripciones de Solicitantes al Registro del Programa del Patronato	Porcentaje de solicitantes inscritos al programa de apoyo en la unidad de servicios de Celestún.	Registro de Créditos Otorgados. Coordinación Operativa. Despacho de Operaciones. Patronato CULTUR
Actividad 2.2	Selección de Solicitantes por parte del comité evaluador.	Porcentaje de Solicitantes que cumplen con los documentos requeridos	Registro de Créditos Otorgados. Coordinación Operativa. Despacho de Operaciones. Patronato CULTUR

Anexo VII. Fichas técnicas de Indicadores

Objetivo 1.1 -Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores						
Tema Estratégico		1. Experiencia turística de calidad				
Objetivo		1.1. Mantener el crecimiento en la llegada de turistas a la entidad por arriba de la media nacional.				
Vinculación con las Metas de los ODS		ODS 8.9				
Nombre del Indicador		Llegada de Visitantes con Pernocta en Establecimientos de Hospedaje en la Entidad.				
Definición		Mide la Tasa de Crecimiento Anual Promedio de la llegada de visitantes con pernocta al Estado.				
Descripción		El indicador mide la Tasa de Crecimiento Anual Promedio de la llegada de visitantes nacionales e internacionales con pernocta a los establecimientos de hospedaje de los principales centros turísticos del estado que se encuentran registrados en el Programa de Monitoreo Hotelero Datatur.				
Tipo de algoritmo		Tasa de Crecimiento Anual Promedio		Periodicidad de cálculo	Anual	
Fórmula de cálculo		A = ΣB / C				
Tendencia		Creciente		Dimensión	Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)				
Variables						
Variable A		Tasa de Crecimiento Promedio Anual de Llegada de visitantes con pernocta en la entidad				
Valor	6.27%	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2013-2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.	
Variable B		Sumatoria de la variación promedio anual de Llegadas de visitantes con pernocta a los principales centros turísticos del estado				
Valor	37.65%	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2013-2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.	
Variable C		Número de años considerados en el periodo				
Valor	6	Unidad de Medida		Periodo	Fecha	2013-2018

Ficha Técnica de indicadores					
Medio de Verificación		N.A.		Fuente	N.A.
Variable D					
Valor		Unidad de Medida		Fecha	
Medio de Verificación				Fuente	
Línea Base					
Valor	6.27%	Unidad de Medida	Porcentaje	Fecha	2013-2018
Promedio nacional		7.80%		Lugar que ocupa el Estado	20
Tendencia del Clasificación		Ascendente			
Metas					
Meta 2021	8.3%		Fecha	dic-21	
Meta 2024	9.5%		Fecha	dic-24	
Meta 2030	10.2%		Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación					
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta			
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta			
Sobresaliente		Más del 100% de la meta			

Objetivo 1.2 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores			
Tema Estratégico	1. Experiencia turística de calidad		
Objetivo	1.2. Mejorar la experiencia del turista en los destinos del estado		
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 12.b		
Nombre del Indicador	Calificación Promedio de Satisfacción del Turista		
Definición	Evalúa la experiencia del turista que visita la entidad como destino turístico, mediante una calificación otorgada por el visitante.		
Descripción	Mide el grado de satisfacción en términos cuantitativos, de acuerdo a la valoración promedio otorgada por los turistas nacionales e internacionales durante su estancia en los principales destinos de Yucatán, obtenida a través de la encuesta de satisfacción del visitante que se aplica de manera periódica. De esta manera, permite evaluar la percepción del turista en relación con los servicios consumidos. Para su medición, utiliza una escala de 1 a 10, donde 10 es el valor más alto otorgado a los servicios consumidos, según la percepción del turista.		
Tipo de algoritmo	Promedio	Periodicidad de cálculo	Anual

Ficha Técnica de indicadores							
Fórmula de cálculo		A = ΣB / C					
Tendencia		Creciente		Dimensión		Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)					
Variables							
Variable A		Calificación Promedio de Satisfacción del Turista					
Valor		7.7	Unidad de Medida		Puntos	Fecha	2017
Medio de Verificación		Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Yucatán			Fuente	Secretaria de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable B		Sumatoria de la calificación promedio de satisfacción global otorgada por los turistas nacionales e internacionales, según dimensión medida del total de entrevistas aplicadas, en una escala del 1 al 10, dónde 10 es el mayor valor otorgado.					
Valor		15.3	Unidad de Medida		Puntos	Fecha	2017
Medio de Verificación		Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Yucatán			Fuente	Secretaria de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable C		Número de grupos de turistas entrevistados (nacionales y extranjeros).					
Valor		2	Unidad de Medida		Grupos	Fecha	2017
Medio de Verificación		Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista en Yucatán			Fuente	Secretaria de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable D							
Valor			Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación					Fuente		
Línea Base							
Valor		7.7	Unidad de Medida		Puntos	Fecha	2017
Promedio nacional		N.A.			Lugar que ocupa el Estado		N.A.
Tendencia del Clasificación		Ascendente					
Metas							
Meta 2021		7.9			Fecha	dic-21	
Meta 2024		8.2			Fecha	dic-24	
Meta 2030		8.5			Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación							
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta					
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta					
Sobresaliente		Más del 100% de la meta					

Objetivo 2.1 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores						
Tema Estratégico		2. Turismo para el desarrollo.				
Objetivo		2.1. Reducir la pobreza a través de la generación de alternativas productivas en materia de turismo en el estado.				
Vinculación con las Metas de los ODS		ODS 14.7				
Nombre del Indicador		Proporción de Personas en Condición de Pobreza en la Entidad				
Definición		Mide la proporción de personas en condición de pobreza con relación al total de la población				
Descripción		Toma como referencia los resultados de la medición de la evaluación de los criterios metodológicos establecidos por el CONEVAL, la definición de pobreza multidimensional, que se basa en nueve indicadores: Ingreso corriente per cápita; Rezago educativo promedio en el hogar; Acceso a los servicios de salud; Acceso a la seguridad social; Calidad y espacios de la vivienda; Acceso a los servicios básicos en la vivienda; Acceso a la alimentación nutritiva y de calidad; Grado de cohesión social; y Grado de Accesibilidad a carretera pavimentada en un año determinado.				
Tipo de algoritmo		Porcentaje		Periodicidad de cálculo	Anual	
Fórmula de cálculo		A = (B/C)*100				
Tendencia		Decreciente		Dimensión	Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)				
Variables						
Variable A		Porcentaje de la población en condición de pobreza				
Valor	40.87%	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2018
Medio de Verificación		Resultados de la Medición de pobreza en México 2018		Fuente	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval)	
Variable B		Número de personas en condición de pobreza				
Valor	901,864	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Resultados de la Medición de pobreza en México 2018		Fuente	Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval)	
Variable C		Total de la población en Yucatán (proyección)				
Valor	2,206,731	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Proyecciones de Población del Estado de Yucatán 2010 - 2030		Fuente	Consejo Estatal de Población del Estado de Yucatán (COESPO)	
Variable D						

Ficha Técnica de indicadores					
Valor		Unidad de Medida		Fecha	
Medio de Verificación			Fuente		
Línea Base					
Valor	40.8%	Unidad de Medida	Porcentaje	Fecha	2018
Promedio nacional		41.9	Lugar que ocupa el Estado		16
Tendencia del Clasificación		Descendente			
Metas					
Meta 2021	*		Fecha	dic-21	
Meta 2024	*		Fecha	dic-24	
Meta 2030	*		Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación					
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta			
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta			
Sobresaliente		Más del 100% de la meta			

Objetivo 2.2 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores			
Tema Estratégico	2. Turismo para el desarrollo.		
Objetivo	2.2. Incrementar las oportunidades de empleo en la entidad.		
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 8.9		
Nombre del Indicador	Población Ocupada en Hoteles y Restaurantes en el Estado.		
Definición	Mide la proporción de personas ocupadas en las actividades económicas de restaurantes y sevicios de alojamiento en la entidad.		
Descripción	El indicador toma como base la información que proporciona la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo que publica el INEGI de manera trimestral sobre el número de personas ocupadas que tienen como sector de actividad económica, el terciario y como subsector los restaurantes y servicios de alojamiento en el estado.		
Tipo de algoritmo	Porcentaje	Periodicidad de cálculo	Trimestral
Fórmula de cálculo	A = (B/C)*100		
Tendencia	Creciente	Dimensión	Eficacia
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento	Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)		
Variables			
Variable A	Población ocupada en hoteles y restaurantes en el estado		

Ficha Técnica de indicadores					
Valor	10.4%	Unidad de Medida	Personas	Fecha	IV trim. 2018
Medio de Verificación	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Indicadores estratégicos.		Fuente	Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI)	
Variable B		Número de personas ocupadas en las actividades económicas de restaurantes y servicios de alojamiento en el estado			
Valor	113,001	Unidad de Medida	Personas	Fecha	IV trim. 2018
Medio de Verificación	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Indicadores estratégicos.		Fuente	Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI)	
Variable C		Número total de personas ocupadas en el estado			
Valor	1,084,113	Unidad de Medida	Personas	Fecha	IV trim. 2018
Medio de Verificación	Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Indicadores estratégicos.		Fuente	Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI)	
Variable D					
Valor		Unidad de Medida		Fecha	
Medio de Verificación			Fuente		
Línea Base					
Valor	10.4%	Unidad de Medida	Porcentaje	Fecha	IV trim. 2018
Promedio nacional		7.84%	Lugar que ocupa el Estado		5
Tendencia del Clasificación		Ascendente			
Metas					
Meta 2021	11%		Fecha	dic-21	
Meta 2024	13%		Fecha	dic-24	
Meta 2030	17%		Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación					
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta			
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta			
Sobresaliente		Más del 100% de la meta			

Objetivo 3.1 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores	
Tema Estratégico	3. Industria turística competitiva
Objetivo	3.1. Extender la estadia de los turistas en la entidad
Vinculación con las Metas de los	ODS 8.9

Ficha Técnica de indicadores							
ODS							
Nombre del Indicador		Estadía Promedio del Visitante en el Estado					
Definición		Mide la estadía promedio de los turistas que se hospedan en los hoteles de la entidad.					
Descripción		El indicador resulta de dividir el total de turistas noche entre el número de llegadas de turistas durante el periodo de referencia, tanto de residentes como de no residentes en el país. El resultado obtenido expresa el número de días de estancia del turista en los hoteles del estado.					
Tipo de algoritmo		Cociente		Periodicidad de cálculo		Anual	
Fórmula de cálculo		A = B/C					
Tendencia		Creciente		Dimensión		Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)					
Variables							
Variable A		Estadía Promedio del Visitante en el Estado					
Valor		1.65	Unidad de Medida			Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.		
Variable B		Número total de turistas noche en hoteles de Yucatán					
Valor		2,945,616	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.		
Variable C		Número total de llegadas de turistas					
Valor		1,786,000	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico, a partir de datos del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.		
Variable D							
Valor			Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación				Fuente			
Línea Base							
Valor		1.65	Unidad de Medida		Días	Fecha	2018
Promedio nacional		2.06		Lugar que ocupa el Estado		18	
Tendencia del Clasificación		Ascendente					

Ficha Técnica de indicadores			
Metas			
Meta 2021	1.78	Fecha	dic-21
Meta 2024	1.85	Fecha	dic-24
Meta 2030	1.95	Fecha	dic-30
Criterios de evaluación			
No Satisfactorio	Menos del 90% de la meta		
Satisfactorio	Entre 90 y 100% de la meta		
Sobresaliente	Más del 100% de la meta		

Objetivo 3.2 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores							
Tema Estratégico		3. Industria turística competitiva					
Objetivo		3.2. Incrementar la derrama económica generada por el turismo en el estado					
Vinculación con las Metas de los ODS		ODS 8.9					
Nombre del Indicador		Gasto Promedio Diario del Visitante en Yucatán					
Definición		Mide el gasto promedio diario del visitante con pernocta en establecimientos de hospedaje en la entidad.					
Descripción		La estimación del gasto promedio diario del visitante con pernocta se integra a través de la recopilación periódica de los precios de una canasta básica de consumo en la que se incluyen las principales erogaciones que se espera efectué un visitante durante su estancia en el destino: los rubros de consumo son los siguientes: transportación terrestre dentro del destino, hospedaje (hoteles de categoría de 3 a 5 estrellas), alimentación, tours y otros gastos como entradas a museos, compra de artesanías, entre otros (a partir de 2019 se le adiciona el rubro de gasto por vida nocturna). El gasto total obtenido es dividido entre la densidad promedio de la ocupación hotelera del destino.					
Tipo de algoritmo		Cociente		Periodicidad de cálculo	Anual		
Fórmula de cálculo		A = B/C					
Tendencia		Ascendente		Dimensión	Eficacia		
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)					
Variables							
Variable A		Gasto Promedio Diario del Visitante en Yucatán					
Valor		2,395	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018
Medio de Verificación		Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)		
Variable B		Sumatoria del gasto promedio del visitante, según rubro en el periodo.					
Valor		17,095	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018

Ficha Técnica de indicadores						
Medio de Verificación		Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable C		Sumatoria de la densidad de ocupación promedio				
Valor	7.137	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable D						
Valor		Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación				Fuente		
Línea Base						
Valor	2,395	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018
Promedio nacional		N.A.		Lugar que ocupa el Estado		N.A.
Tendencia del Clasificación		Ascendente				
Metas						
Meta 2021	\$ 3,085			Fecha	dic-21	
Meta 2024	\$ 3,794			Fecha	dic-24	
Meta 2030	\$ 5,841			Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación						
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta				
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta				
Sobresaliente		Más del 100% de la meta				

Objetivo 3.3. -Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores	
Tema Estratégico	3. Industria turística competitiva
Objetivo	3.3. Fortalecer la rentabilidad empresarial turística en el estado
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 12.b
Nombre del Indicador	Ingreso por Cuarto Disponible en el Estado (RevPar)
Definición	Mide la rentabilidad empresarial en términos de los ingresos hoteleros por cuartos disponibles

Ficha Técnica de indicadores						
Descripción		Para estimar la rentabilidad general de la hotelería del estado se consideran las variables de ingreso hotelero y cuartos disponibles durante el periodo determinado.				
Tipo de algoritmo		Cociente		Periodicidad de cálculo		Anual
Fórmula de cálculo		A = B/C				
Tendencia		Creciente		Dimensión		Eficacia
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)				
Variables						
Variable A		Ingreso por Cuarto Disponible en el Estado (RevPar)				
Valor	573.7	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018
Medio de Verificación		Secretaría de Fomento Turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable B		Ingreso hotelero reportado en el estado durante el periodo				
Valor	1,723,511,785.4	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte mensual sobre la recaudación del impuesto estatal al hospedaje.		Fuente	Agencia de Administración Fiscal de Yucatán (AAFY)	
Variable C		Total de cuartos noche disponibles en el estado durante el periodo				
Valor	3,003,957.0	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur	
Variable D						
Valor		Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación				Fuente		
Línea Base						
Valor	573.7	Unidad de Medida		Pesos	Fecha	2018
Promedio nacional		N.A.		Lugar que ocupa el Estado		N.A.
Tendencia del Clasificación		Ascendente				
Metas						
Meta 2021	750.0			Fecha	dic-21	

Ficha Técnica de indicadores			
Meta 2024	1,003.0	Fecha	dic-24
Meta 2030	1,550.0	Fecha	dic-30
Criterios de evaluación			
No Satisfactorio	Menos del 90% de la meta		
Satisfactorio	Entre 90 y 100% de la meta		
Sobresaliente	Más del 100% de la meta		

Objetivo 4.1 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores						
Tema Estratégico		4. Destinos turísticos sostenibles				
Objetivo		4.1. Reducir la estacionalidad de la demanda turística del estado.				
Vinculación con las Metas de los ODS		ODS 12.b				
Nombre del Indicador		Coeficiente de Variación de la Estacionalidad en la Llegada de Turistas				
Definición		El indicador mide la variación de la estacionalidad de los turistas a lo largo del año				
Descripción		Con el conocimiento del coeficiente de variación de la estacionalidad, es decir, los meses con mayor y menor afluencia turística en los destinos, se pretende realizar un monitoreo con el propósito de realizar acciones y programas que busquen reducir los periodos con menor número de visitantes al estado. En este sentido, el coeficiente mide la variación que presenta la llegada de visitantes con pernocta a los principales centros turísticos del Estado durante el periodo, produciendo la temporalidad de afluencia de visitantes, cuya variación extrema es deseable disminuir a fin de presentar una afluencia con mayor uniformidad durante el año, sin que esto implique una menor llegada de visitantes.				
Tipo de algoritmo		Coeficiente		Periodicidad de cálculo	Anual	
Fórmula de cálculo		A = B/C				
Tendencia		Decreciente		Dimensión	Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)				
Variables						
Variable A		Coeficiente de Variación de la Estacionalidad en la Llegada de Turistas				
Valor	0.12	Unidad de Medida		Puntos	Fecha	2018
Medio de Verificación		Secretaría de Fomento Turístico		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán, a partir del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur	
Variable B		Desviación estándar de las llegadas de visitantes con pernocta a cuartos de hotel en el mes				
Valor	17,635	Unidad de Medida		Visitantes con pernocta	Fecha	2018

Ficha Técnica de indicadores					
Medio de Verificación		Secretaría de Fomento Turístico		Fuente	
		Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán, a partir del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur			
Variable C		Promedio de las llegadas de visitantes con pernocta a cuartos de hotel en el mes			
Valor	148,833	Unidad de Medida		Visitantes con pernocta	Fecha
					2018
Medio de Verificación		Secretaría de Fomento Turístico		Fuente	
		Secretaría de Fomento Turístico de Yucatán, a partir del Programa de Monitoreo Hotelero DataTur			
Variable D					
Valor		Unidad de Medida			Fecha
Medio de Verificación				Fuente	
Línea Base					
Valor	0.12	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha
Promedio nacional		N.A.		Lugar que ocupa el Estado	
		N.A.			
		Descendente			
Metas					
Meta 2021	0.11		Fecha		dic-21
Meta 2024	0.10		Fecha		dic-24
Meta 2030	0.08		Fecha		dic-30
Criterios de evaluación					
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta			
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta			
Sobresaliente		Más del 100% de la meta			

Objetivo 4.2 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores	
Tema Estratégico	4. Destinos turísticos sostenibles
Objetivo	4.2. Alcanzar una mejor distribución de los turistas en el estado.
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 14.b
Nombre del Indicador	Porcentaje de Distribución de los Turistas en los Principales Centros Turísticos del Interior del Estado
Definición	Mide la distribución de los turistas en los principales destinos del estado

Ficha Técnica de indicadores						
Descripción		El indicador mide la proporción de los visitantes nacionales e internacionales que pernoctaron en establecimientos de hospedaje en los principales centros turísticos del interior del Estado, excluyendo la Ciudad de Mérida. Dada la dependencia y concentración actual de los turistas en la ciudad de Mérida, se plantea dar seguimiento y promoción a los diferentes destinos del estado.				
Tipo de algoritmo		Porcentaje		Periodicidad de cálculo	Anual	
Fórmula de cálculo		A =B/ C				
Tendencia		Creciente		Dimensión	Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento		Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)				
Variables						
Variable A		Porcentaje de Distribución de los Turistas en los Principales Centros Turísticos del Interior del Estado				
Valor	15.6%	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2018
Medio de Verificación		Secretaría de Fomento Turístico del Estado de Yucatán (SEFOTUR)		Fuente	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.	
Variable B		Llegadas de turistas a cuartos de hotel en los centros turísticos de Chichén Itzá (Tinum), Izamal, Uxmal (Santa Elena) y Valladolid				
Valor	278,821	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.	
Variable C		Llegadas de turistas a cuartos de hotel en el total de principales centros turísticos de la entidad				
Valor	1,786,000	Unidad de Medida		Personas	Fecha	2018
Medio de Verificación		Reporte de Ocupación en hoteles y moteles por centro turístico		Fuente	Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.	
Variable D						
Valor		Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación				Fuente		
Línea Base						
Valor	15.6%	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2018
Promedio nacional		N.A.		Lugar que ocupa el Estado		N.A.
		Ascendente				
Metas						
Meta 2021	16.1%		Fecha	dic-21		

Ficha Técnica de indicadores			
Meta 2024	17.74%	Fecha	dic-24
Meta 2030	20.39%	Fecha	dic-30
Criterios de evaluación			
No Satisfactorio	Menos del 90% de la meta		
Satisfactorio	Entre 90 y 100% de la meta		
Sobresaliente	Más del 100% de la meta		

Objetivo 5.1 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores					
Tema Estratégico	5. Gobernanza para el desarrollo sostenible				
Objetivo	5.1. Incrementar el reconocimiento del turismo como una actividad relevante en el estado.				
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 12.b				
Nombre del Indicador	Porcentaje de Avance para el Funcionamiento de los Consejos Municipales de Turismo				
Definición	Mide el avance de la instalación y operación de los Consejos Municipales de Turismo en los principales destinos de la entidad				
Descripción	La necesidad de fortalecer la gobernanza turística permite la participación de todos los sectores de la actividad turística: el sector público, estatal y municipal; el privado; el social y el académico, necesarios para el desarrollo del turismo en la entidad. Los Consejos Municipales de Turismo propician esta participación y representatividad al menos en los principales municipios turísticos del estado. Actualmente existen constituidos 9 Consejos, de los cuales 8 se encuentran inactivos, por lo que se deber integrar y reactivar así como crear 3 nuevos.				
Tipo de algoritmo	Porcentaje			Periodicidad de cálculo	Anual
Fórmula de cálculo	A = Acciones realizadas /Acciones programadas				
Tendencia	Creciente			Dimensión	Eficacia
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento	Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)				
Variables					
Variable A	Porcentaje de Avance para el Funcionamiento de los Consejos Municipales de Turismo				
Valor	8.3	Unidad de Medida	Porcentaje	Fecha	2019
Medio de Verificación	Registros administrativos de las actas de instalación de los municipios		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable B	Consejos Municipales constituidos y en operación				
Valor	1	Unidad de Medida	Acciones	Fecha	2019

Ficha Técnica de indicadores						
Medio de Verificación		Registros administrativos de las actas de instalación de los municipios		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable C		Consejos Municipales por constituir y operar				
Valor	12	Unidad de Medida		Acciones	Fecha	2019
Medio de Verificación		Registros administrativos de las actas de instalación de los municipios		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable D						
Valor		Unidad de Medida			Fecha	
Medio de Verificación				Fuente		
Línea Base						
Valor	8.3	Unidad de Medida		Porcentaje	Fecha	2018
Promedio nacional		N.A.		Lugar que ocupa el Estado		N.A
		Ascendente				
Metas						
Meta 2021	60%			Fecha	dic-21	
Meta 2024	100%			Fecha	dic-24	
Meta 2030	100%			Fecha	dic-30	
Criterios de evaluación						
No Satisfactorio		Menos del 90% de la meta				
Satisfactorio		Entre 90 y 100% de la meta				
Sobresaliente		Más del 100% de la meta				

Objetivo 5.2 - Ficha Técnica de Indicadores

Ficha Técnica de indicadores	
Tema Estratégico	5. Gobernanza para el desarrollo sostenible
Objetivo	5.2. Incrementar la sostenibilidad turística asociada al desarrollo turístico del estado.
Vinculación con las Metas de los ODS	ODS 12.b
Nombre del Indicador	Porcentaje de Avance de la Integración del Observatorio Turístico de Yucatán a la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT.
Definición	Medición del avance de las acciones para la integración del Observatorio de Yucatán a la Red de Observatorios de la OMT

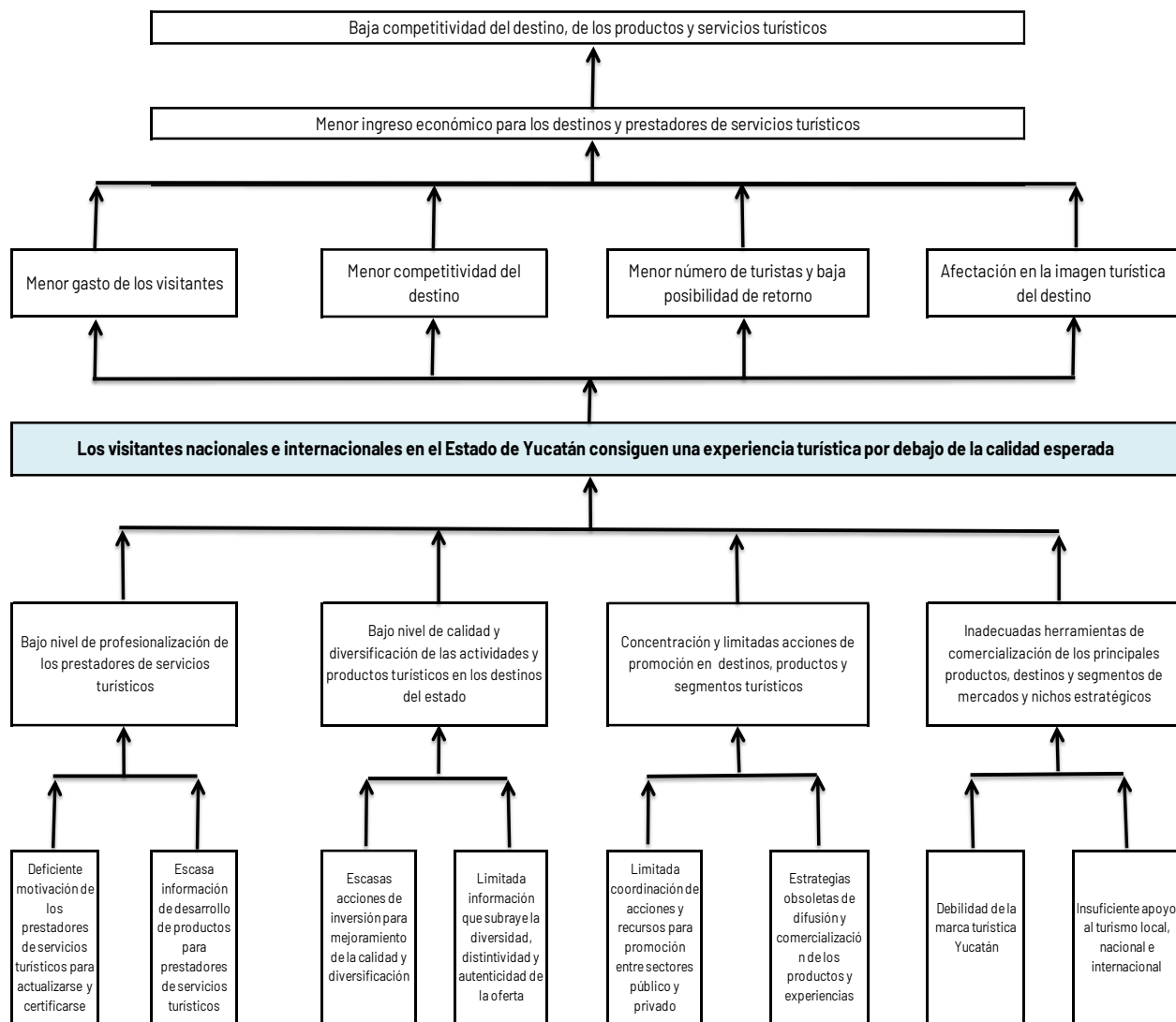
Ficha Técnica de indicadores					
Descripción	Mide el porcentaje de avance de la consolidación del Observatorio Turístico de la entidad como un ente especializado y operado con estándares internacionales como los que establece la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la Organización Mundial de Turismo (OMT).				
Tipo de algoritmo	Porcentaje		Periodicidad de cálculo	Anual	
Fórmula de cálculo	A = B/C * 100				
Tendencia	Creciente		Dimensión	Eficacia	
Dependencia o Entidad responsable del seguimiento	Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur)				
Variables					
Variable A	Porcentaje de Avance de la Integración del Observatorio Turístico de Yucatán a la Red de Observatorios de Turismo Sostenible de la OMT.				
Valor	0 %	Unidad de Medida	Porcentaje	Fecha	2018
Medio de Verificación	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) a partir del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY)		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable B	Acciones realizadas				
Valor	0	Unidad de Medida	Acciones	Fecha	2018
Medio de Verificación	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) a partir del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY)		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable C	Acciones programadas				
Valor	2	Unidad de Medida	Acciones	Fecha	2018
Medio de Verificación	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) a partir del Observatorio Turístico de Yucatán (OTY)		Fuente	Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR)	
Variable D					
Valor		Unidad de Medida		Fecha	
Medio de Verificación			Fuente		
Línea Base					
Valor	0 %	Unidad de Medida		Fecha	2018
Promedio nacional	N.A.		Lugar que ocupa el Estado	N.A.	
	Ascendente				

Ficha Técnica de indicadores			
Metas			
Meta 2021	50%	Fecha	dic-21
Meta 2024	100%	Fecha	dic-24
Meta 2030	100%	Fecha	dic-30
Criterios de evaluación			
No Satisfactorio	Menos del 90% de la meta		
Satisfactorio	Entre 90 y 100% de la meta		
Sobresaliente	Más del 100% de la meta		

Anexo VIII. Árboles de objetivos y problemas

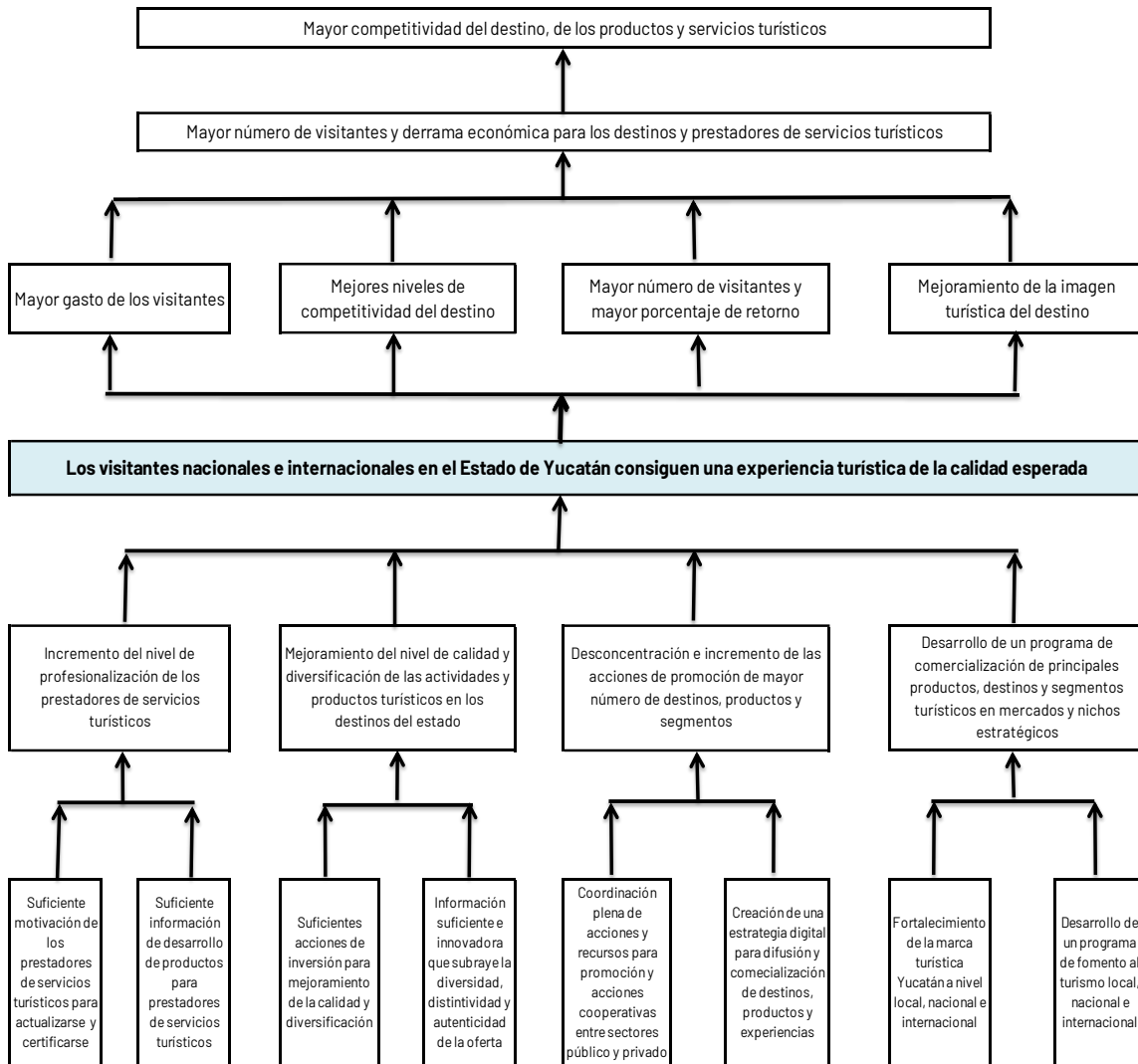
A.1 Árbol de Problemas

Tema 1. Experiencia Turística de Calidad



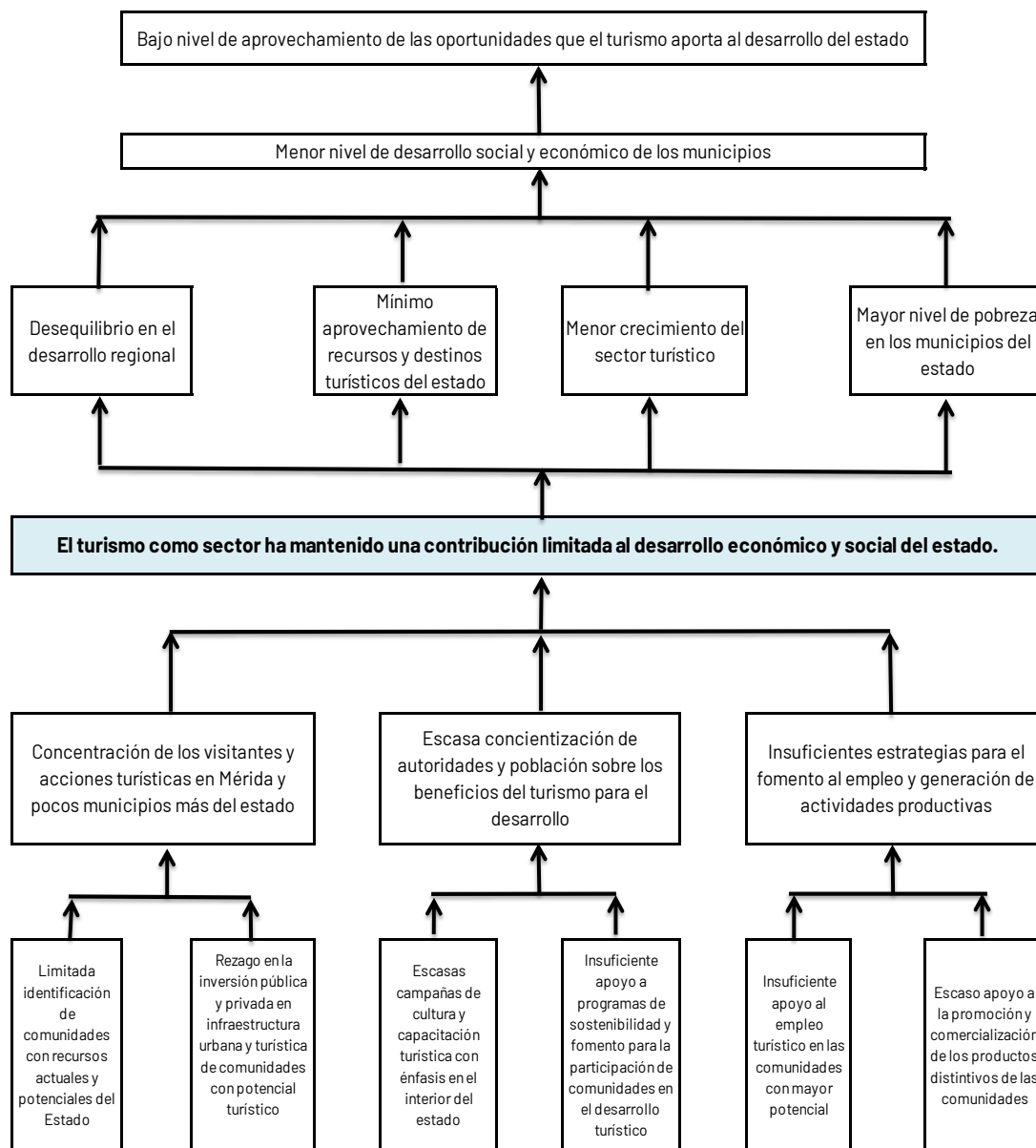
B.1 Árbol de Objetivos

Tema 1. Experiencia Turística de Calidad



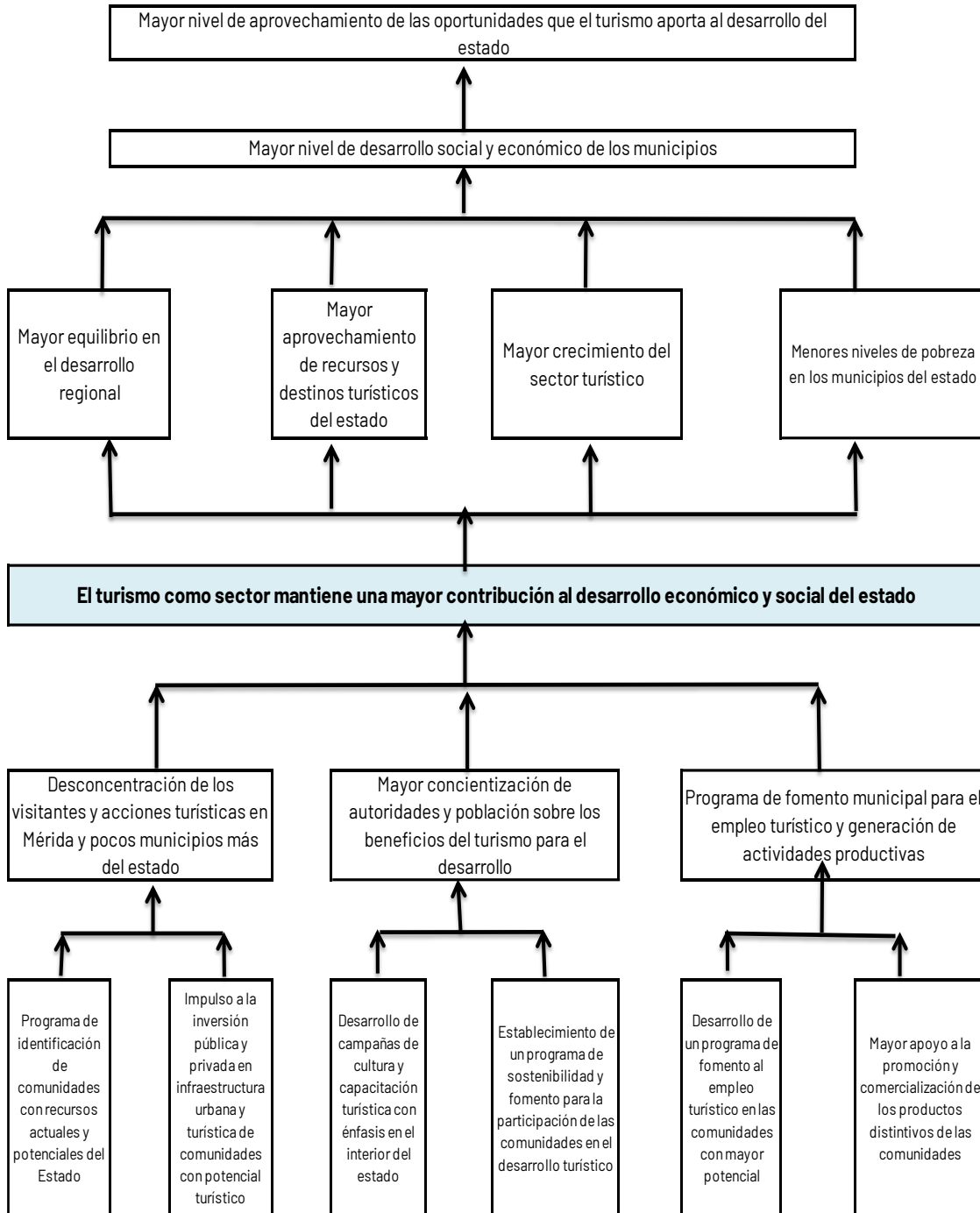
A.2 Árbol de Problemas

Tema 2. Turismo para el Desarrollo



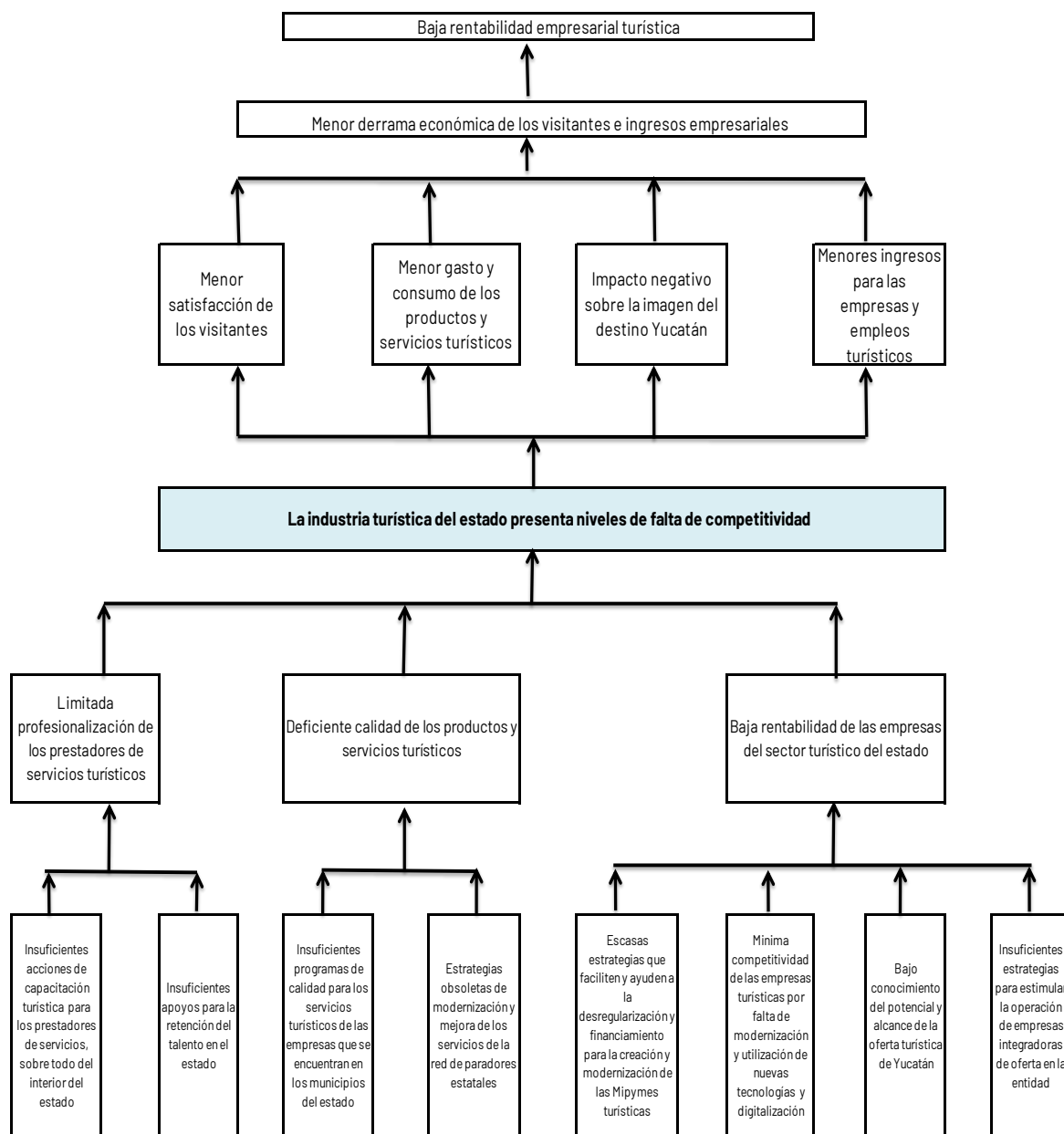
B.2 Árbol de Objetivos

Tema 2. Turismo para el Desarrollo



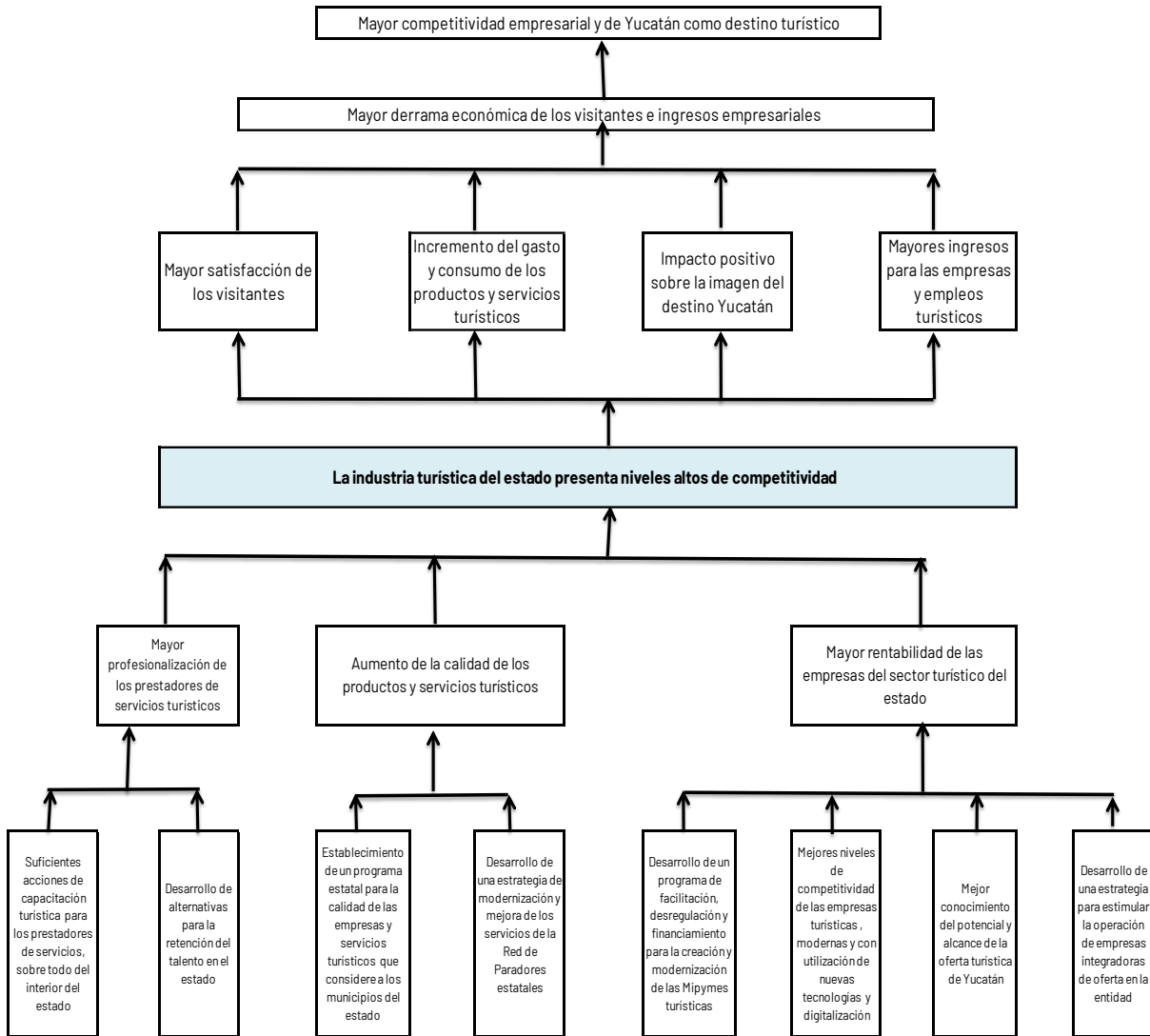
A.3 Árbol de Problemas

Tema 3. Industria Turística Competitiva



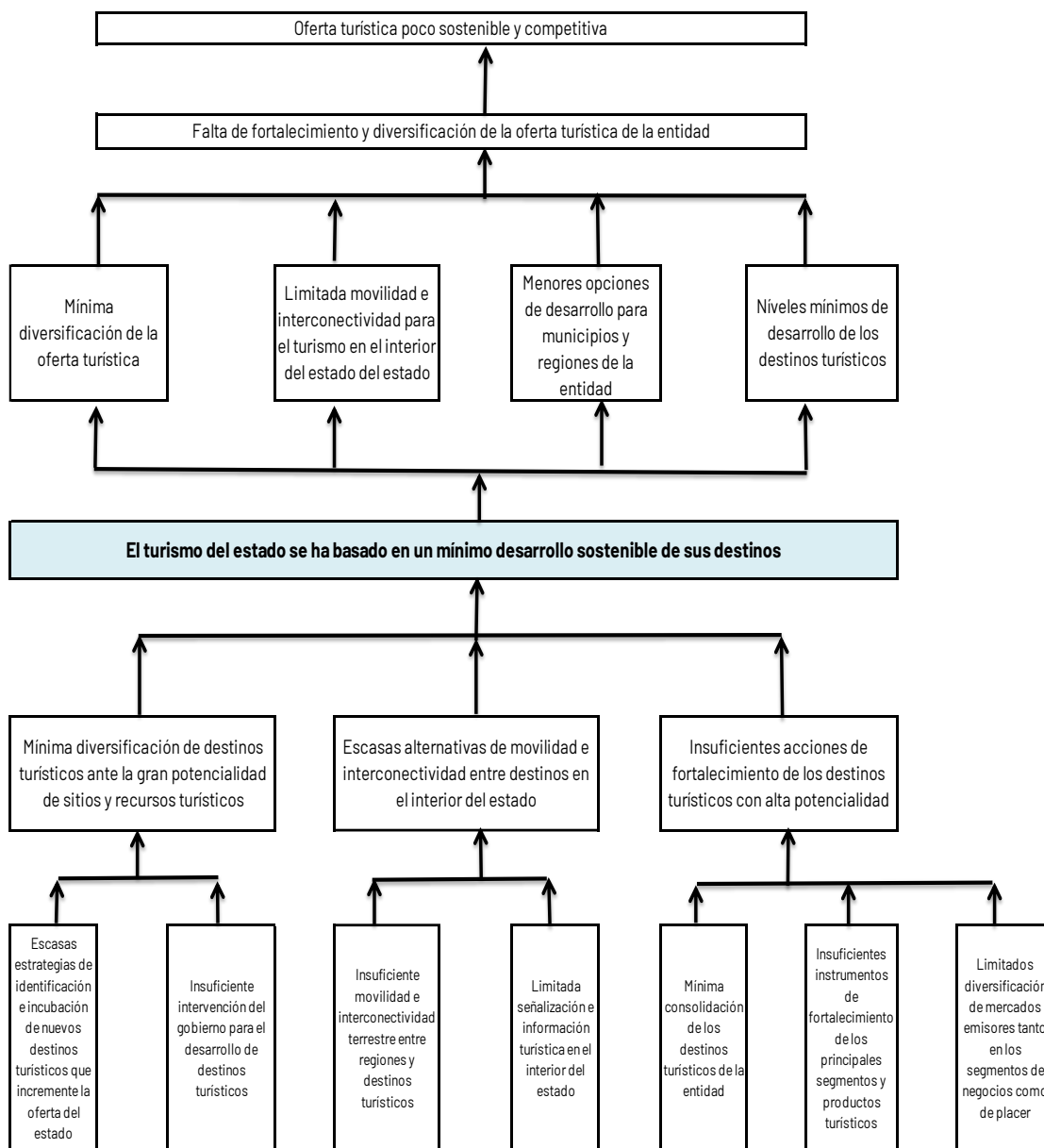
B.3 Árbol de Objetivos

Tema 3. Industria Turística Competitiva



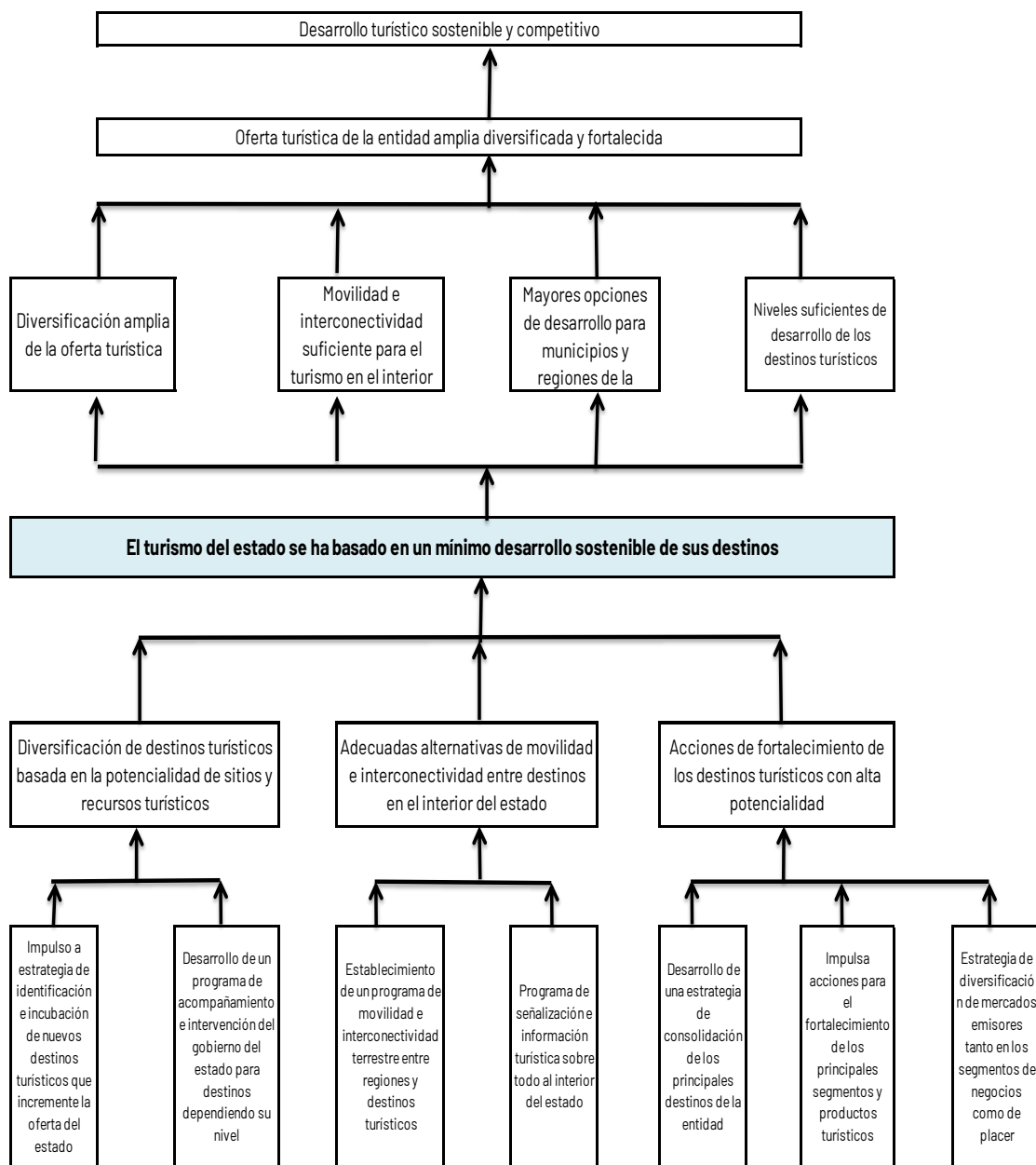
A.4 Árbol de Problemas

Tema 4. Destinos Turísticos Sostenibles



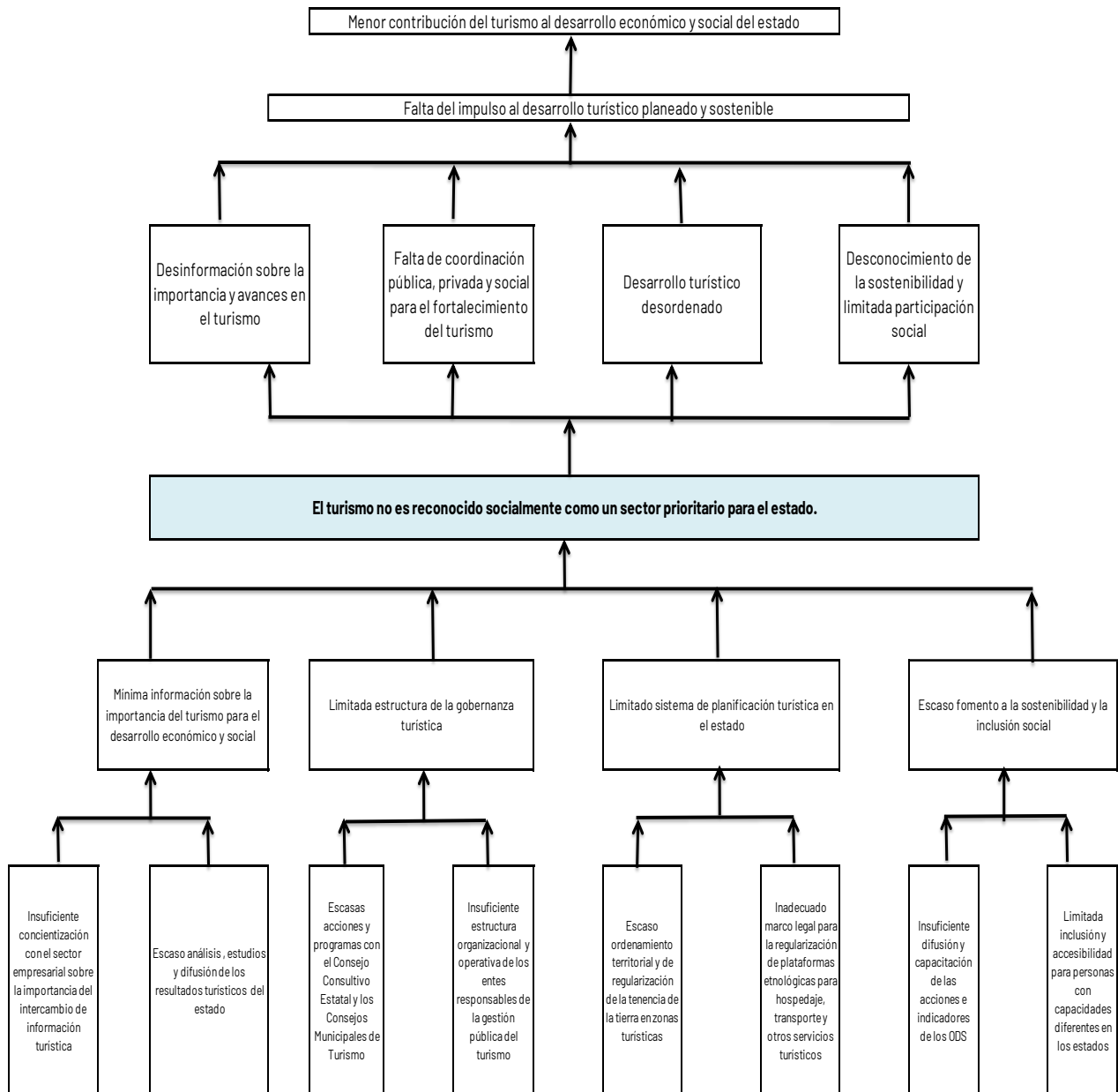
B.4 Árbol de Objetivos

Tema 4. Destinos Turísticos Sostenibles



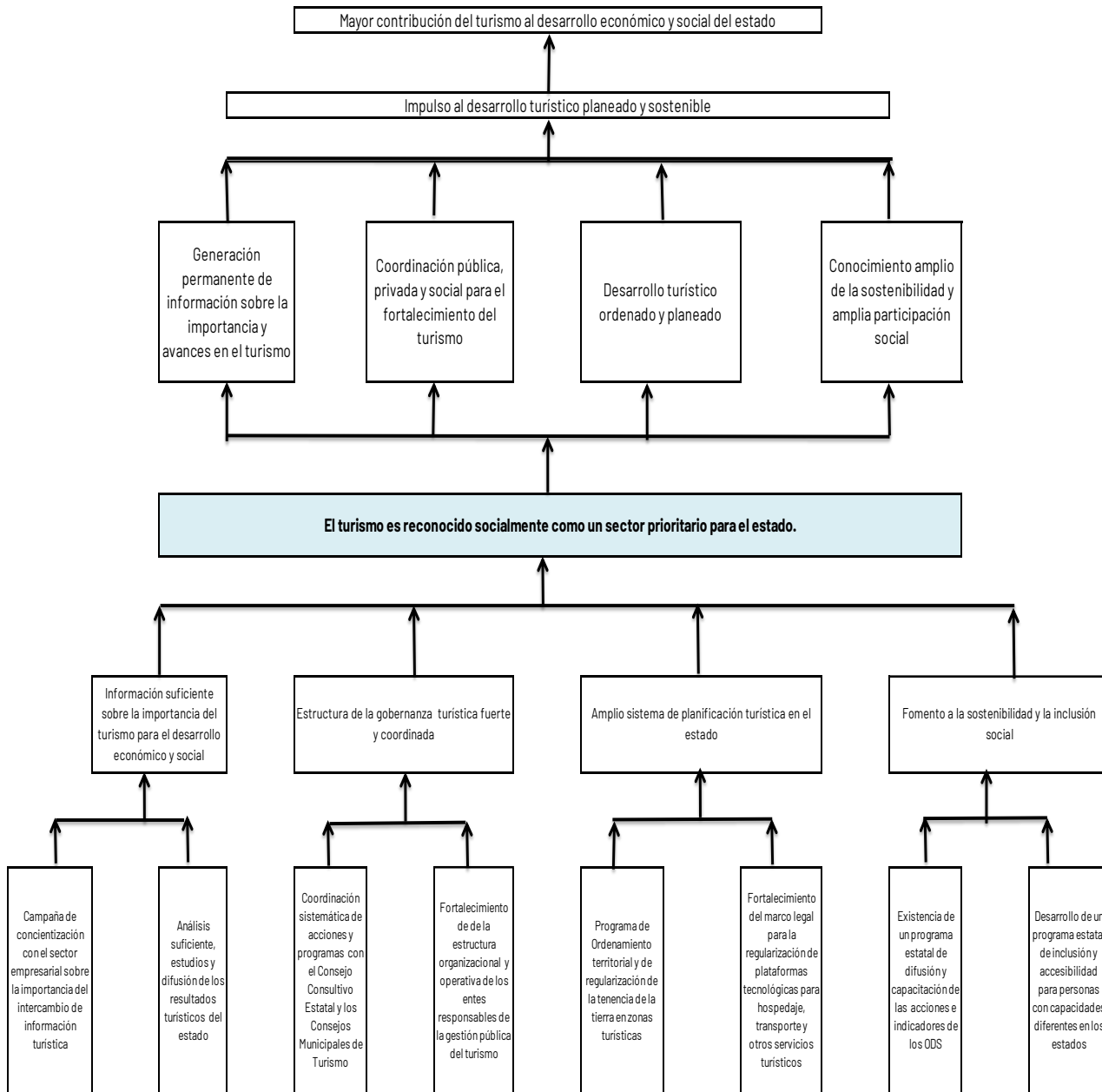
A.5 Árbol de Problemas

Tema 5. Gobernanza para Desarrollo Turístico Sostenible



B.5 Árbol de Objetivos

Tema 5. Gobernanza para Desarrollo Turístico Sostenible





Referencias

Buttler, R. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources". Canadian Geographer, 24 (1), 5-12. Citado en Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. aDResearch ESIC86 N° 7 Vol. 7. Primer semestre, enero-junio 2013 . págs. 76 a 93. Recuperado de http://adresearch.esic.edu/files/2012/12/aDResearch-07_054.pdf

Banco de México (2019): Cuenta de Viajeros. Recuperado de <https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?selector=1&accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA198&locale=es>

Código de la Administración Pública de Yucatán (publicado el 16 de octubre de 2007, última reforma publicada el 22 de abril de 2019). Diario Oficial del Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos. H. Congreso del Estado de Yucatán. Recuperado de <https://www.poderjudicialyucatan.gob.mx/digestum/marcoLegal/03/2012/DIGESTUM03006.pdf>

CONAPO (2015). Marginación: Recuperado de http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Datos_Abiertos_del_Indice_de_Marginacion

CONEVAL (2018): Informe de Pobreza en México y entidades federativas. Recuperado de <https://www.coneval.org.mx/Medicion/MP/Paginas/Pobreza-2018.aspx>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (publicada el 5 de febrero de 1917, última reforma publicada el 9 de agosto de 2019). Diario Oficial de la Federación. México: Estados Unidos Mexicanos, Cámara de Diputados, H. Congreso de la Unión. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_090819.pdf

Constitución Política del Estado de Yucatán (publicada en 1938, última reforma el 31 de julio de 2019). Diario Oficial del Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos. H. Congreso del Estado de Yucatán. Recuperado de <https://www.poderjudicialyucatan.gob.mx/digestum/marcoLegal/01/2012/DIGESTUM01001.pdf>

Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, Poder Ejecutivo Federal (2019). Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024. México: Estados Unidos Mexicanos, Presidencia de la República. Recuperado de https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5565599&fecha=12/07/2019

Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, Poder Ejecutivo Federal (2019). Estrategia Nacional de Turismo 2018-2024. México: Estados Unidos Mexicanos, Secretaría de Turismo. Recuperado de <http://amdetur.org.mx/wp-content/uploads/2019/02/Presentaci%C3%B3n-Estrategia-Nacional-de-Turismo-21.02.19-FINAL-comprimido.pdf>

Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Plan Estatal de Desarrollo 2018-2024. Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos, Poder Ejecutivo Local. Recuperado de http://www.yucatan.gob.mx/docs/transparencia/ped/2018_2024/2019-03-30_2.pdf

INEGI (2018). Sistema de Cuentas Nacionales de México. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/productividadeco/>

INEGI (2018). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Tabulados e indicadores de ocupación y empleo.

INEGI (2019) Informe de la seguridad en México. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/datos/?t=0230>

INEGI (2019 Turismo. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/temas/turismo/>

INEGI (2018). Cuenta Satélite de Turismo 2017. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/temas/turismosat/>

INEGI (2018). Censos económicos. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/app/buscador/default.html?q=censos+economicos>

Ley de Planeación (publicada el 5 de enero de 1983, última reforma publicada el 16 de febrero de 2018). Diario Oficial de la Federación. México: Estados Unidos Mexicanos, H. Congreso de la Unión, Presidencia de la República. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/59_160218.pdf

Ley de Planeación para el Desarrollo del Estado de Yucatán (publicado el 5 de febrero de 2013, última reforma publicada el 31 de julio de 2019). Diario Oficial del Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos, H. Congreso del Estado de Yucatán. Recuperado de <https://www.poderjudicialyucatan.gob.mx/digestum/marcoLegal/02/2013/DIGESTUM02294.pdf>

Ley General de Turismo (publicada el 17 de junio de 2009, última reforma publicada el 31 de julio de 2019). Diario Oficial de la Federación. México: Estados Unidos Mexicanos, Presidencia de la República, H. Congreso de la Unión. Recuperado de http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGT_310719.pdf

Ley para el Fomento y Desarrollo del Turismo en Yucatán (publicada el 26 de julio de 2011, última reforma publicada el 31 de julio de 2019). Diario Oficial del Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán, Estados Unidos Mexicanos. H. Congreso del Estado de Yucatán. Recuperado de <https://www.poderjudicialyucatan.gob.mx/digestum/marcoLegal/02/2012/DIGESTUM02106.pdf>

Organización Mundial de Turismo (junio, 2018). Panorama del Turismo Internacional. Edición 2018. Madrid,

España. OMT.

Organización Mundial de Turismo (enero, 2019). Barómetro OMT del Turismo Mundial. (Versión español). Madrid, España. OMT.

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2013). Programa Especial de Fomento Turístico 2013-2018. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/planes_y_programas/03e889905175110aec86362ecc925008.pdf

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2007). Programa Sectorial de Fomento Turístico 2007-2012. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/marco_juridico/ba6442055fff28469f9305bb9ed744d8.pdf

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2001). Plan Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/files-content/general/planes_y_programas/47703f3288a75f3350f04ca3b898198a.pdf

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Resultados de la Actividad Turística en Yucatán. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/dinamicas/20>

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Estimación de la Derrama Económica de los Visitantes con Pernocta al Estado de Yucatán. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/dinamicas/24>

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Comparativo Regional y Nacional. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/dinamicas/26>

Secretaría de Fomento Turístico (2018). Estudio de Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero en los Principales Destinos de Yucatán. Mérida, Yucatán, México. Recuperado de <http://www.observatoryucatan.org.mx/public/publicaciones/EstuPerfilGradoSatisfac.pdf>

Secretaría Técnica de Planeación y Evaluación (2019). Guía para la elaboración del Programa de Mediano Plazo (PMP)(Documento Interno).

Secretaría de Turismo (2018). Programa de Monitoreo Hotelero DataTur.

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2017). Estudio del Perfil y Grado de Satisfacción del Turista Nacional y Extranjero en los Principales Destinos de Yucatán.

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Inventario de Servicios Turísticos del Estado de Yucatán (InvenTur).

STA Consultores (2018). Estudio, Diagnóstico y Definición de Prioridades del Sector Turístico del Estado de

Yucatán. Mérida, Yucatán, México.

SCT. Dirección General de Aeronáutica Civil (2018). Estadísticas de transporte aéreo. Recuperado de <http://www.sct.gob.mx/transporte-y-medicina-preventiva/aeronautica-civil/5-estadisticas/>

SCT. Dirección General de Puertos (2019). Estadística de Puertos: Recuperado de <https://www.gob.mx/puertosymarinamercante/acciones-y-programas/estadisticas-70565>

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (2018) Observatorio Laboral: http://www.observatoriolaboral.gob.mx/static/estudios-publicaciones/Ocupacion_sectores.html

SECTUR (2018). Compendio Estadístico del Turismo en México. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>

Secretaría de Fomento Turístico del Gobierno del Estado de Yucatán (2019). Estadísticas del sector. Recuperado de <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/dinamicas/18>

Universidad Anáhuac México y ANCH(2019). Impacto de alojamiento con fines turísticos en casa habitación, reservadas a través de medios digitales. Ciudad de México, México.

World Travel & Tourism Council. (2019). Economic Impact. Londres, Inglaterra. Recuperado de <https://www.wttc.org/economic-impact/>.



Juntos transformemos
Yucatán

PROGRAMA ESPECIAL DE TURISMO

GOBIERNO ESTATAL 2018 · 2024