



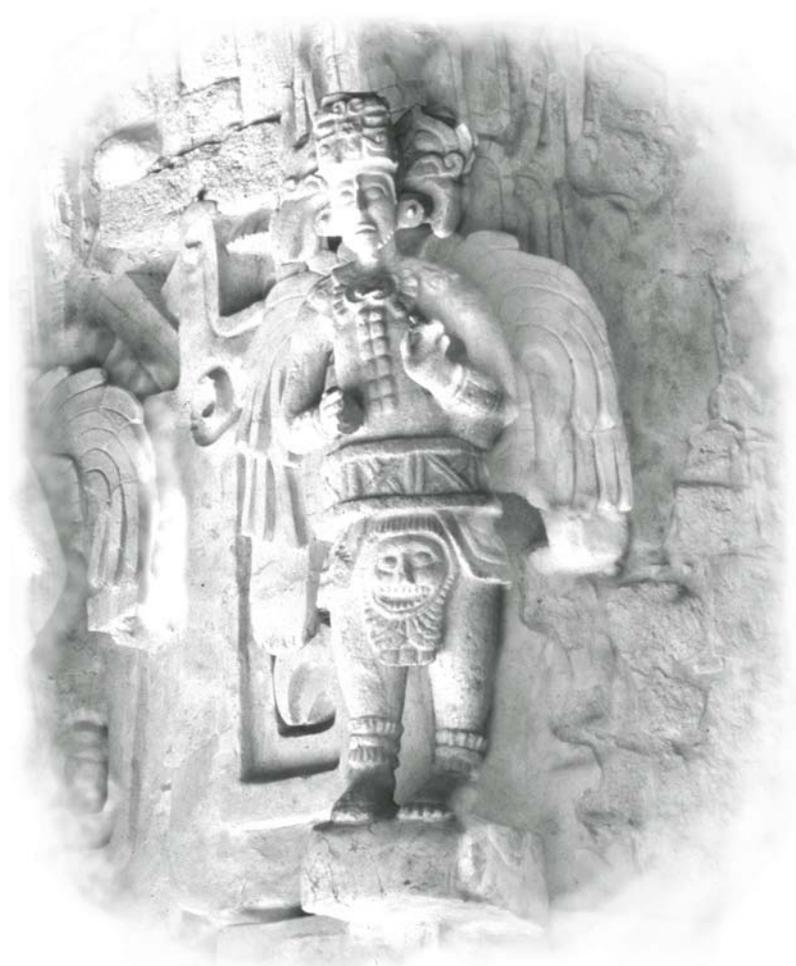
**Programa Estatal de
Turismo de Yucatán**
2001-2007

Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007
Primera edición

D.R.® Secretaría de Turismo. Gobierno del estado de Yucatán
Calle 59 No.514, Colonia Centro, C.P. 97000, Mérida, Yucatán

Hecho e impreso en México
Made and printed in Mexico

Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007



Turismo: beneficio para todos

Mensaje del Gobernador del estado de Yucatán

U

na propuesta esencial del Gobierno del estado de Yucatán es la de una administración horizontal y de carácter transversal, que propicie la participación ciudadana en la toma de decisiones y la creación compartida del proceso de desarrollo para alcanzar el bien común.

En consecuencia, esta administración se propuso llevar adelante sus acciones de gobierno con base en el Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007, que en primer lugar recogiera el sentir y las aspiraciones de nuestro pueblo, para después analizar, jerarquizar y ejecutar sus propuestas y prioridades con el fin de promover el crecimiento con equidad de nuestra entidad.

Resultado de este ejercicio de participación social democrática fue la integración de planes y programas sectoriales con los cuales, de manera metódica y ordenada, sociedad y autoridades hacemos frente a los retos de promover el desarrollo humano, la participación comunitaria y el empleo digno.

El turismo, como una actividad estratégica que brinda fuentes de trabajo, atrae divisas, alienta el desarrollo regional y proporciona mejores niveles de bienestar, es factor fundamental de este proceso de planeación integral e incluyente que busca diversificar y ampliar los horizontes de progreso de nuestros conciudadanos.

Como punto central de esta política se creó la Secretaría de Turismo del estado, con el fin de que aglutinase y diera forma y dirección a las tareas y acciones de gobierno para este sector. A esta nueva dependencia pública le fueron asignadas funciones, responsabilidades y tareas acordes con las necesidades de una actividad en constante crecimiento, que enfrenta un entorno nacional e internacional difícil y cambiante, y que presenta un alto grado de complejidad en el competitivo mercado del turismo mundial.

A través de ella la actual administración estatal está dando un fuerte impulso a la promoción de los muchos atractivos y recursos naturales y culturales de Yucatán, alentando al mismo tiempo una política turística sustentable, responsable y cuidadosa del legado arqueológico, arquitectónico, cultural y de recursos naturales que hemos recibido, y el cual deseamos conservar para generaciones futuras.

Con base en el análisis realizado durante la integración del Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007, y como resultado de la consulta y talleres de planeación participativa realizados por el Subcomité de Turismo del COPLADE, hoy los yucatecos tenemos una nueva y valiosa herramienta que sistematiza nuestro conocimiento sobre el sector y nos permite planear de manera responsable y realista su futuro.

La idea central, sin embargo, es dejar sentadas y establecidas las bases de trabajo, los fundamentos de políticas turísticas y los procesos de planeación, desarrollo y promoción que habrán de ser necesarios tanto a corto como a mediano y largo plazo.

Ello porque el inversionista y el empresario que trabajan en favor de Yucatán y su futuro,

requieren la certeza jurídica y la certidumbre de un mañana que les permita ver más adelante y prever problemas y dificultades, pero también opciones de crecimiento para sus empresas y sus legítimas aspiraciones de expansión y diversificación de actividades.

Al sector privado y a las dependencias y entidades del ramo les corresponde, con sus políticas, acciones y sus propuestas de planeación, crear estas condiciones de equidad, buen gobierno, obra pública, promoción y normatividad que alienten la nueva inversión, mientras fortalecen y dan seguridad y viabilidad a la ya existente.

Este Programa Estatal de Turismo 2001-2007 busca precisamente normar, regular y establecer las bases para que la sociedad civil, los empresarios, agentes económicos y prestadores del servicio encuentren el marco propicio para la buena marcha de sus actividades.

El turismo es parte integral y sector fundamental de la estructura económica, productiva, laboral y cultural de nuestro estado. Es también un derecho social que debe ser alentado, diversificado y protegido para convertirlo en un satisfactor social y en un instrumento de progreso para los yucatecos.

PATRICIO PATRÓN LAVIADA
GOBERNADOR DEL ESTADO DE YUCATÁN

Mensaje de la Secretaría de Turismo y Coordinadora del Subcomité Sectorial

Yucatán, al igual que el resto de nuestro país, vive un tiempo de cambios y transformaciones cuyo signo principal es el plano de concordia y colaboración que la actual administración ha logrado establecer con todos los sectores de nuestra estructura social.

El turismo es disfrute y aprovechamiento del tiempo libre para el visitante, pero también empleo, bienestar, obra pública y un mejor nivel de vida para miles de ciudadanos y ciudadanas quienes, con su trabajo cotidiano, hacen posible conservar y acrecentar la imagen de nuestra entidad como uno de los destinos turísticos más sólidos.

Con esta perspectiva, y por mandamiento de ley, correspondió a nuestra institución coordinar y conducir una suma de esfuerzos tanto del sector público como del privado y social, para llevar a buen término las tareas de planear el desarrollo de esta actividad para los próximos años.

Lo anterior a partir de los lineamientos y estrategias generales que para el sector turístico nacional fueron diseñados y puestos en marcha a través del Programa Nacional de Turismo 2001-2006, y en el marco rector del concepto de corresponsabilidad compartida que propone el Plan Estatal de Desarrollo de la administración que encabeza el gobernador Patricio Patrón Laviada.

Para ello se contó con la plena colaboración de nuestra iniciativa privada, del sector social y en particular de todos aquellos prestadores del servicio quienes sin reserva alguna cooperaron con entusiasmo en estos trabajos, cuyo resultado se plasma en este documento rector para nuestro sector y sus integrantes.

La tarea de nuestra Secretaría consistió en promover la más amplia de las convocatorias para que todos aquellos que están involucrados en la actividad turística, como su forma de realización personal o grupal, opinaran e intervinieran en la definición de los planes y programas que regirán su desarrollo durante esta administración.

La respuesta social, empresarial y laboral nos permitió pulsar la realidad del turismo, sus potencialidades, su problemática y sus aspiraciones, que este documento recoge, sistematiza y presenta al pueblo yucateco.

Tanto el diagnóstico como las propuestas y oportunidades detectadas fueron alcanzadas mediante un consenso ejemplar, en un ambiente de respeto y concordia que augura el éxito para nuestra gran empresa, que es Yucatán y su sector turístico.

A través del análisis realizado, mediante los talleres de planeación participativa, se pudo detectar aquellos problemas y conflictos que en algunas regiones del estado se han convertido en obstáculos pero también en retos a superar.

Se pudieron identificar además aquellos rubros, destinos y atractivos de alta potencialidad y

vocación turística, que ahora se encuentran plenamente identificados y considerados como parte de las propuestas de desarrollo turístico regional a corto, mediano y largo plazo.

Por lo tanto este Programa Estatal de Turismo estará sujeto a una rigurosa evaluación periódica, con el fin de darle seguimiento a los planes y programas propuestos, así como evaluar sus resultados y hacer los ajustes necesarios para corregir, optimizar y revitalizar los esfuerzos y tareas del sector.

Con este propósito, el presente documento se integra a nuestro marco normativo y plataforma de trabajo como herramienta esencial de las múltiples tareas de planeación, administración, desarrollo, operación, coordinación, normatividad y promoción que le corresponde ejecutar a la Secretaría de Turismo de Yucatán.

En esta misión, sin embargo, no estamos solos pues tenemos el respaldo de nuestros empresarios, inversionistas, prestadores y trabajadores, docentes, investigadores y proveedores. Todos, en unidad de propósitos, esperamos servir de la mejor manera al turista local, nacional e internacional que acude a Yucatán, donde hay mucho que ver y más por hacer.

CAROLINA CÁRDENAS SOSA
SECRETARIA DE TURISMO DE YUCATÁN

Contenido

Capítulo		
	Presentación	13
I	Elaboración del Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007	17
	1.1 El marco de la planeación sectorial	19
	1.2 La elaboración del Programa Estatal de Turismo	19
	1.3 Marco jurídico	19
	1.4 El proceso de participación ciudadana en la elaboración del Programa	20
	1.5 El turismo en los planes de desarrollo	21
	1.6 El turismo en el Plan Estatal de Desarrollo	22
	1.7 El plano regional	24
II	Entorno y diagnóstico	25
	2.1 El entorno	27
	2.1.1 El turismo en el mundo	27
	2.1.2 Resultados de la actividad turística mundial	28
	2.1.3 EL turismo en las regiones del mundo	28
	2.1.4 El turismo en México	31
	2.1.5 El contexto regional	32
	2.2. Diagnóstico	34
	2.2.1 La importancia económica del turismo en Yucatán	34
	2.2.2 Situación del turismo en Yucatán	36
	2.2.3 Infraestructura de comunicación y transportación turística	40
	2.2.4 Oferta turística	46
	2.2.5 Demanda turística	51
	2.2.6 Perfil del mercado	59
	2.3 Conclusiones generales	61
III	Planteamiento regional y análisis FODA *	65
	3.1 El marco	67
	3.2 Regionalización turística	67
	3.3 Sistema regional y conexiones	69
	3.3.1 Las regiones turísticas	69
	3.3.2 Subregiones	70
	3.3.3 Rutas turísticas y promoción	71
	3.4 Política turística de regionalización	71
	3.5 Análisis FODA	72
	3.5.1 Fortalezas	72
	3.5.2 Debilidades	74
	3.5.3 Oportunidades	75
	3.5.4 Amenazas	75
	3.5.5 Areas de oportunidad	76
IV	Visión prospectiva	79
	4.1 Pronóstico nacional	81
	4.2 Pronósticos internacionales	82

* Análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas

V	Enfoque estratégico y modelo de política	85
	5.1 Visión estratégica y política turística	87
	5.1.1 Visión	87
	5.1.2 Misión	87
	5.2 Las premisas del desarrollo turístico	87
	5.2.1 Sustentabilidad	87
	5.2.2 Calidad	87
	5.2.3 Competitividad	88
	5.3 La política turística en el PNT	88
	5.4 Los ejes de la política turística	88
	5.4.1 Turismo prioridad estatal	89
	5.4.2 Turistas totalmente satisfechos	89
	5.4.3 Destinos sustentables	90
	5.4.4 Empresas competitivas	91
	5.5 La nueva política turística para Yucatán	92
VI	Áreas de Oportunidad y Objetivos sectoriales	95
	6.1 Política turística de fomento al desarrollo integral del sector	97
	6.2 Promover el destino Yucatán en el mercado nacional e internacional	102
	6.3 Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos	104
	6.4 Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales	108
	6.5 Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico	112
	6.6 Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística	113
	6.7 Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas	116
	6.8 Oferta diversificada de productos turísticos competitivos	117
VII	Programas instrumentales (PI)	121
	7.1 Introducción	123
	7.1 Programa de planeación y coordinación sectorial	125
	7.2 Programa de promoción turística	128
	7.2.1 Subprograma de promoción de la Oficina de Convenciones y Exposiciones de Yucatán (OCEY)	130
	7.3 Programa Mundo Maya	132
	7.4 Programa de calidad y atención turística	134
	7.5 Programa de desarrollo sustentable	136
	7.6 Programa de mejoramiento de infraestructura y servicios	138
	7.7 Programa de regiones turísticas	140
	7.8 Programa de apoyo a MPYMES	142
	7.9 Programa de verificación y certificación turística	144
	7.10 Programa de desarrollo de productos	146
	7.10.1 Subprograma de Cruceros/Puerto Progreso	148
VIII	Instrumentos de la política turística	151
	Introducción	153
	8.1 Instrumentos jurídicos y normativos	153
	8.2 Instrumentos de coordinación y concertación	154
	8.3 Instrumentos de promoción	154
	8.4 Instrumentos de financiamiento	155
	8.5 Instrumentos de planeación	155
	8.6 Instrumentos de desarrollo	155
IX	Anexos	159

Presentación



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



Presentación



El Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007 es el resultado de una tarea conjunta que tanto el gobierno como el sector privado, empresarios, prestadores del servicio y sociedad civil se propusieron llevar adelante, en el marco de la nueva filosofía de la administración estatal de impulsar una mayor participación compartida de todos los sectores de la población en la toma de decisiones que le atañen.

Con su decidida y generosa aportación se elaboró este diagnóstico exhaustivo del sector turístico de la entidad, para contar con todas aquellas herramientas de análisis que permitieran identificar tanto las fortalezas como las debilidades, así como para prever y planificar las oportunidades y amenazas a las cuales se enfrenta esta noble actividad y todos aquellos quienes día a día la hacen posible.

El enfoque de los trabajos partió del convencimiento de que, en este momento histórico, frente a los retos de la globalización y en función de la vocación económica y productiva del estado, el turismo se ha convertido en un sector estratégico para el pleno progreso del presente y la consolidación del futuro de los yucatecos.

Así, en el marco rector del Plan Estatal de Desarrollo, que a su vez recoge la filosofía y los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo y del Programa Nacional de Turismo 2001-2006 del gobierno federal, la nueva Secretaría de Turismo de la entidad se dio a la tarea de coordinar los esfuerzos entre el sector público, el privado y social, para conjuntar voluntades y presentar a la ciudadanía yucateca un programa acorde con sus demandas y sus expectativas de un cambio compartido hacia el progreso.

Ello sin olvidar el papel que como un poderoso nodo de economía y progreso tiene Yucatán, en el marco del proceso de desarrollo regional supranacional que impulsan programas tales como el de Mundo Maya y el Plan Puebla-Panamá, los cuales son hoy punto de confluencia y referentes que no pueden ser dejados de lado en la tarea de la planeación estratégica de la entidad.

Desde esta perspectiva múltiple, el método de trabajo para la integración de este documento establece que a la Secretaría de Turismo le compete la función de promover, coordinar, direccionar, orientar y ejecutar los planes y programas de apoyo del sector gubernamental, con el fin de hacer que el sector privado asuma la parte ejecutiva que le corresponde como protagonista principal en la prestación de los servicios turísticos y sus actividades conexas.

Con esta filosofía a la Secretaría de Turismo del estado le corresponde la responsabilidad de establecer el marco adecuado para que esta industria se consolide en logros, recompensas y metas cumplidas mediante un cuidadoso equilibrio entre la normatividad necesaria del modelo de desarrollo sustentable y no depredador del medio ambiente, con las tareas de promoción, soporte, coordinación y difusión indispensables para el posicionamiento de esta actividad a nivel local, regional, nacional e internacional.

A partir de tales propósitos incluyentes se llevó a cabo el proceso de elaboración del Programa Estatal de Turismo 2001-2007 de Yucatán, tomando como punto de partida un marco de referencia múltiple en el cual intervienen el conjunto de actividades de planeación llevados a cabo por los diversos sectores económicos de la entidad y de la federación, con la decidida participación del sector público estatal y las instituciones oficiales que lo conforman.

El turismo se ha convertido en un sector estratégico para el pleno progreso del presente y la consolidación del futuro de los yucatecos.

A la Secretaría de Turismo del estado le tocará la responsabilidad de establecer el marco adecuado para que el sector se consolide en logros, recompensas y metas cumplidas.

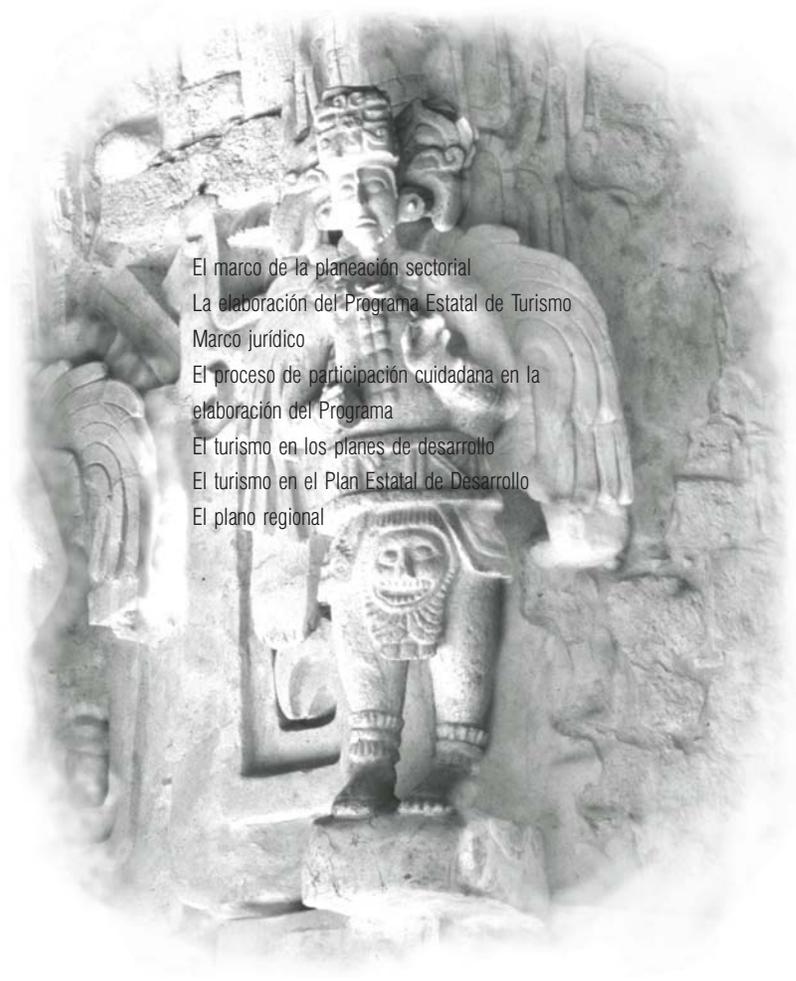
Este documento, que se entrega a la sociedad y a los integrantes del sector, plasma las expectativas, planes y programas de desarrollo turístico del estado de Yucatán para el periodo de la actual administración.

Ello sin dejar de lado aquellos planes y programas regionales que de una u otra manera inciden sobre esta actividad, así como el entorno en el cual se desarrolla actualmente el turismo en México y el mundo.

Este documento, que se entrega a la sociedad y a los integrantes del sector, plasma las expectativas, planes y programas de desarrollo turístico del estado de Yucatán para el periodo de la actual administración, mediante un enfoque dinámico que permitirá su revisión y actualización de manera permanente, a fin de adaptar sus estrategias y líneas de acción en función de los cambios en el entorno y de las naturales adecuaciones que surjan a lo largo de su propia aplicación.

Lo anterior a través de ocho capítulos en los cuales se desglosan los referentes de la planeación turística y el diagnóstico situacional del sector, así como la visión prospectiva, el enfoque estratégico, el modelo de política turística y los objetivos sectoriales, así como los programas instrumentales, las estrategias y acciones con las cuales se planea desarrollar esta actividad en el estado de Yucatán.

I. Elaboración del Programa



El marco de la planeación sectorial
La elaboración del Programa Estatal de Turismo
Marco jurídico
El proceso de participación ciudadana en la elaboración del Programa
El turismo en los planes de desarrollo
El turismo en el Plan Estatal de Desarrollo
El plano regional



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



I. Elaboración del Programa



1.1 El marco de la planeación sectorial

El Sistema Estatal de Planeación Participativa por medio del cual se impulsa la definición, concertación, seguimiento y evaluación de las políticas y acciones del Poder Ejecutivo de Yucatán, enmarca las actividades de todas las dependencias y entidades de gobierno quienes, mediante mecanismos de participación ciudadana, elaboran y evalúan sus planes y programas.

La concertación institucional, la corresponsabilidad en las acciones y el seguimiento y avance de las mismas serán tareas de las secretarías de gobierno para elaborar y ejecutar sus planes y programas sectoriales, regionales, especiales e institucionales. El Sistema contempla la planeación estratégica, el seguimiento y control y el mejoramiento organizacional; procesos que apoyan la operación y administración de las acciones gubernamentales.

El proceso de planeación estratégica de desarrollo se estructura en instrumentos y mecanismos de corto, mediano y largo plazo con un horizonte de planeación a 25 años.

El Sistema Estatal de Planeación Participativa enmarca las actividades de todas las dependencias y entidades de gobierno.

1.2 La elaboración del Programa Estatal de Turismo

El Programa Estatal de Turismo del Estado de Yucatán 2001-2007 (PETY) se circunscribe en el Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007 y atiende también a los lineamientos establecidos en el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 a nivel sectorial, tal como lo marca el Sistema Nacional de Planeación Participativa y su expresión estatal. Fue elaborado en cumplimiento a lo establecido en las leyes de planeación para que de manera consensuada se generara como el principal instrumento rector del desarrollo turístico en Yucatán.

Además de cuidar una alineación en enfoques estratégicos con los Planes y Programas que lo rigen se apoyó en una amplia consulta ciudadana e investigación sectorial.

1.3 Marco jurídico

El marco jurídico del PETY está establecido en la Ley de Planeación del Estado de Yucatán, artículo 29 y en específico el artículo 30 que asienta: “Los programas sectoriales se sujetarán a las previsiones contenidas en el Plan Estatal y tomarán en cuenta las contenidas en los planes municipales. Especificarán los objetivos, prioridades y políticas que regirán el desempeño de las actividades del sector administrativo de que se trate. Así mismo, contendrán estimaciones de recursos y determinaciones sobre instrumentos, así como los responsables de su ejecución”.

En cuanto a aplicación regional, relación con instrumentos municipales y presentación al ejecutivo, atiende a los artículos, 32, 35 y 36 de la citada Ley, así como a lo dispuesto en el reglamento de dicha ley en el artículo 16, fracc. I del reglamento del COPLADE.

El marco jurídico del PETY está establecido en la Ley de Planeación del Estado de Yucatán, artículo 29 y en específico el artículo 30.

A nivel federal y dentro del marco sectorial, la planeación turística tiene a su vez como normativa jurídica la propia Ley Federal de Turismo y su instrumentación en el Programa Nacional de Turismo 2001-2006.

1.4 El proceso de participación ciudadana en la elaboración del Programa

Para que los compromisos y acuerdos de este documento surgieran de la sociedad, la Secretaría de Turismo estatal llevó a cabo una extensa consulta ciudadana.

La Secretaría de Turismo estatal, como coordinadora de sector, en cumplimiento a lo establecido por la legislación estatal y en un esfuerzo para que los compromisos y acuerdos de trabajo establecidos en este documento surgieran de la sociedad y los involucrados en el sector turístico, llevó a cabo una extensa consulta ciudadana en modalidades tales como entrevistas con los actores clave del sector turístico, sesiones de planeación estratégica y talleres regionales .

Especial mención debe hacerse de la colaboración de funcionarios y directivos de instituciones culturales, de zonas arqueológicas, de reservas naturales y centro de convenciones; de autoridades municipales, representantes de cámaras y asociaciones empresariales, de universidades y fundaciones, así como de empresarios y directivos de hoteles, operadoras, agencias de viajes, restaurantes, líneas aéreas y transporte terrestre, lo mismo que representantes de fundaciones, patronatos, ONG e intelectuales y funcionarios de dependencias estatales y federales invitadas.

La consulta se distinguió de acciones precedentes por el carácter regional que se imprimió a los talleres de planeación participativa y su temática focalizada sobre la competitividad turística para el desarrollo. También porque se realizaron mediante convocatoria conjunta con las presidencias de los municipios turísticos, que tuvieron participación y corresponsabilidad.

Se realizaron cuatro talleres con dinámicas dirigidas por especialistas, concentrando a los grupos de agentes de cada región turística del estado.

De esta manera se realizaron cuatro talleres con dinámicas dirigidas por especialistas, los cuales se impartieron en puntos estratégicos concentrando a los grupos de agentes de cada región turística del estado.

Los talleres se llevaron a cabo en Mérida para cubrir la Región de Mérida y la Región Litoral con Progreso-Telchac; en Valladolid para concentrar a la Región Centro Oriente desde Izamal, Pisté-Chichén Itzá, Tizimín y San Felipe-Ría Lagartos y una más reuniendo a Uxmal, ruta Puuc y Celestún de la Región Sur-Poniente. De esta forma se abarcó el territorio turístico en sus principales zonas, regiones y sub-regiones.

Este proceso permitió conocer las opiniones, demandas, aspiraciones y los proyectos existentes en cada región y sobre el estado en general, los cuales fueron expuestos por los diversos agentes del sector. Todos ellos fueron tomados en cuenta e incorporados en la estructuración de los planes de trabajo y las estrategias de planeación turística que se proponen a corto y mediano plazo en este Programa.

Fue posible trabajar también en el consenso y definición de una propuesta de regionalización turística de la que se carecía, que fuera operativa y funcional y que coincidiera con las regiones económicas del COPLADE.

Esta regionalización será una herramienta para la planeación y desarrollo de los recursos turísticos y la focalización de acciones en ámbitos específicos y prioritarios de la actividad turística, contribuyendo de manera ordenada al desarrollo regional del estado y al beneficio económico de su población.

En forma paralela se llevó a cabo una exhaustiva investigación de campo, documental y estadística, que fue complementada con la información obtenida por las entrevistas con informantes calificados del sector público estatal y municipal, lo mismo que con empresarios de la industria turística, representantes de gremios e inversionistas.

DINÁMICA DE LOS TALLERES DE PLANEACIÓN PARTICIPATIVA

- 39 entrevistas exhaustivas con informantes calificados del sector público y privado
- Tres talleres de planeación enfocados al análisis de seis regiones turísticas básicas
- 150 asistentes a los talleres, tanto del sector público y social estatal, regional y federal como directivos, empresarios y prestadores del servicio en todas sus ramas
- Segmentos analizados: Negocios (individual y de grupos y convenciones), sol y playa, náutico, cruceros, circuitos, touring tradicional, turismo cultural, ecoturismo y de aventura, entre otros
- Seminario-taller con especialistas y representantes del sector

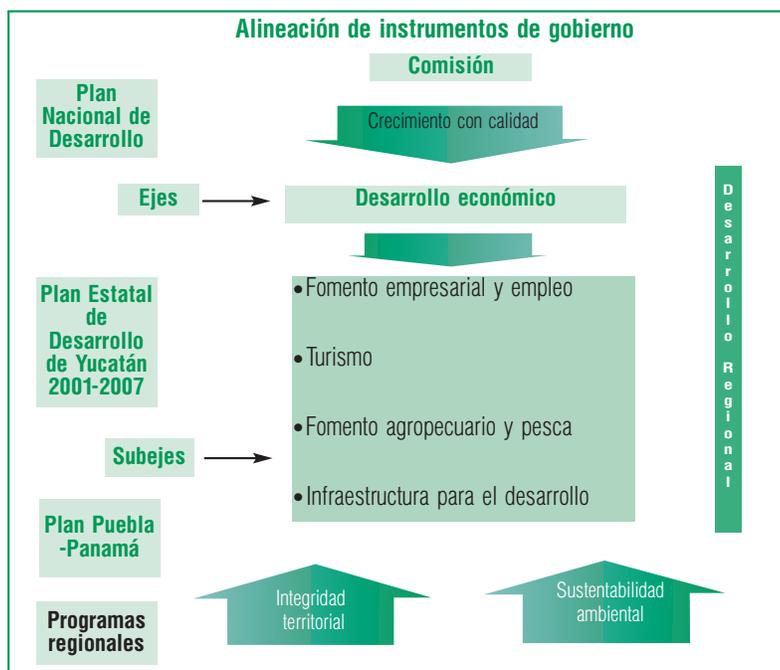
1.5 El turismo en los planes de desarrollo

El marco de alineación

Los diferentes planes y programas que se relacionan con el desarrollo económico, del país y del estado, consideran al turismo como un factor estratégico que contribuirá al crecimiento estable, sostenido y sustentable de la economía.

De aquí la importancia de su planeación y alineación en cada eje, subeje, línea de acción u objetivos que se pretendan en los instrumentos federales, regionales y estatales que se han elaborado. El esfuerzo gubernamental de planeación del desarrollo que rige el turismo se expresa a través de los siguientes ejes y líneas de acción fundamental:

Los diferentes planes y programas que se relacionan con el desarrollo económico, del país y del estado, consideran al turismo como un factor estratégico.



El turismo se planea dentro del eje de desarrollo económico estatal, que a su vez responde en línea vertical a los objetivos rectores de la Comisión de Crecimiento con Calidad del PND.

Estos planes y programas contienen líneas de acción a realizar que fortalecen el contexto en el que el turismo tiene lugar. En este caso el turismo se planea dentro del eje de desarrollo económico estatal, que a su vez responde en línea vertical a los objetivos rectores de la Comisión de Crecimiento con Calidad del PND, a los regionales establecidos como de sustentabilidad y de integridad territorial y se alinea horizontalmente con los demás programas sectoriales.

El turismo, una herramienta de desarrollo

El turismo, como actividad estratégica de la economía, es una herramienta de desarrollo compatible también con los valores sustantivos de sus planes rectores y a que, debidamente planificado, contribuye al fortalecimiento y difusión de ellos entre la comunidad turística.

Gracias al turismo se genera un proceso de desarrollo sustentable y mejores condiciones de equidad y progreso para las comunidades, mientras se consolida una planta productiva

EL TURISMO EN LOS PLANES DE DESARROLLO		
Federal (PND)	Regional (PPP)	Estatal (PED)
<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es una prioridad del Estado mexicano 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo genera complementariedad, economías de escala y encadenamientos productivos 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo es un sector estratégico

eficiente y se promueve el respeto y valor de lo mejor de la tradición del estado y de sus regiones.

1.6 El turismo en el Plan Estatal de Desarrollo

Con base en estos principios el gobierno de Yucatán estableció la visión, misión y retos que el estado debe enfrentar en materia de desarrollo económico participativo:

Para que Yucatán alcance un crecimiento sostenido a largo plazo deben establecerse políticas que promuevan el aprovechamiento de habilidades, vocaciones y recursos naturales que permitan el desarrollo agropecuario, industrial, comercial y turístico de manera equilibrada y en condiciones de ventaja. El gobierno estatal debe ser uno de los principales promotores del desarrollo económico de Yucatán, por lo que debe orientar y apoyar a los diferentes agentes para propiciar un crecimiento equilibrado con sentido humanista, incluyente y participativo.

En este marco se ha planteado al turismo como sector estratégico que detonará el desarrollo económico y social de Yucatán, debido a que esta actividad contribuye a la captación de divisas, la generación de empleos fomenta la inversión pública y privada en proyectos de infraestructura, de planta turística, de rescate y conservación de los recursos culturales y naturales; pero sobre todo favorece la diversificación productiva que requiere el estado.

Uno de los retos sectoriales expresados es precisamente consolidar al turismo como un detonador del crecimiento económico estatal, por lo que se requiere definir programas y

El gobierno de Yucatán estableció la visión, misión y retos que el estado debe enfrentar en materia de desarrollo económico participativo.

Matriz de vinculación sectorial con el Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007					
Plan Estatal de Desarrollo	Eje	Retos			
	Desarrollo económico	Promover de manera permanente y estratégica el estado, como destino de inversiones que generen empleos y mejores niveles de bienestar	Impulsar el desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas competitivas mediante capacitación de empresarios y participación de los mismos con sus comunidades	Contar con la infraestructura suficiente para propiciar nuevas inversiones que generen empleos bien remunerados	Involucrar a la sociedad en la actividad económica del estado, promoviendo una cultura emprendedora y de compromiso social con la entidad
Subeje turismo	Posicionar el destino Yucatán en el mercado turístico para atraer y facilitar entrada de más corrientes turísticas	Incrementar la rentabilidad y competitividad de las empresas	Mejorar y diversificar la oferta. Abrir accesos y facilitar la internación turística	Desarrollo sustentable del turismo	Que el sector turismo se convierta en prioridad de la economía estatal
Programa Estatal de Turismo 2001-2007 (PETY)					
AREAS DE OPORTUNIDAD					
Programa Nacional de Turismo 2001-2006. Ejes de política turística	Turismo prioridad estatal				1. Política turística de fomento al desarrollo integral del sector.
	Turistas totalmente satisfechos	2. Promover el destino Yucatán en el mercado nacional e internacional.	3. Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos.		
	Destinos sustentables			6. Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística.	5. Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico.
	Empresas competitivas		7. Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas.	8. Oferta diversificada de productos turísticos competitivos.	4. Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales.

estrategias basados en el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales y culturales para uso turístico, buscando la protección y respeto ambiental, la rentabilidad económica y el beneficio social. Este Programa, en su contenido, los expresa y los enmarca en los lineamientos y estrategias establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo y los ejes de política sectorial definidos para el desarrollo turístico del país.

Este Programa, en su contenido, expresa y enmarca los lineamientos y estrategias establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo.

El presente Programa Estatal de Turismo, como resultado de la consulta ciudadana y el análisis de diagnóstico-pronóstico; detección de áreas de oportunidad y el delineamiento de una estrategia general que se plasma en objetivos sectoriales, líneas de acción, proyectos y programas, los define y expresa con metas a mediano plazo pero dentro de un horizonte a largo plazo.

1.7 El plano regional

El plano regional es también de observancia sectorial, por lo que el PETY también toma en consideración aquellos planes y programas que, aunque no tienen el carácter de observancia legal u obligatoria, inciden en forma importante en el marco de actuación de todos los estados de la meso-región sur-sureste del país.

Tal es el caso de las iniciativas del recién creado Plan Puebla Panamá, de cobertura internacional y a largo plazo, que se aplica mediante una estrategia de desarrollo apoyada en la consolidación de grandes macro-corredores y circuitos en los que juega un papel importante Mérida, Puerto Progreso y el eje Mérida-Valladolid.

Por otra parte los esfuerzos del gobierno de Yucatán dentro del Programa Turístico Mundo Maya, junto con los de Chiapas, Tabasco, Campeche y Quintana Roo a nivel nacional y el impulsado a nivel México-Centroamérica por la Organización Mundo Maya, son un marco de actuación y ejercicio de acciones, en la medida de compromisos ya existentes para su ejecución.

II. Entorno y diagnóstico

El entorno

El turismo en el mundo

Resultados de la actividad turística mundial

El turismo en las regiones del mundo

El turismo en México

El contexto regional

Diagnóstico

La importancia económica del turismo en Yucatán

Situación actual del turismo en Yucatán

Recursos y atractivos turísticos

Infraestructura de comunicación y transportación turística

Oferta turística

Demanda turística

Perfil del mercado

Conclusiones generales



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



II. Entorno y diagnóstico



2.1 El entorno

Yucatán es por excelencia un destino turístico que forma parte muy importante de la Región Mundo Maya, la cual recibe más de nueve millones de turistas y capta tres mil 300 millones de dólares al año. Sus recursos explotables para la actividad turística son numerosos en sus mil 600 kilómetros de litorales y decenas de áreas naturales concentradas en tres millones de hectáreas.

Dentro de la Región Mundo Maya Yucatán ofrece a los turistas sitios arqueológicos, cenotes y grutas, monumentos, ciudades coloniales, ex-haciendas, playas, áreas naturales protegidas y las muestras de su cultura viva. Este polifacético potencial de recursos y atractivos, con un nuevo enfoque, programas y estrategias sectoriales adecuados, puede convertir al turismo en un detonante y motor de desarrollo para la economía estatal en los próximos años.

Yucatán es por excelencia un destino turístico que forma parte muy importante de la región Mundo Maya, la cual recibe más de nueve millones de turistas y capta tres mil 300 millones de dólares al año.

2.1.1 El turismo en el mundo

A nivel mundial prevalece una situación de escenarios inestables que repercute sobre la actividad turística y que tiene un efecto directo y determinante en el diseño y comercialización a nivel mundial de servicios turísticos por parte de las grandes empresas transnacionales del ramo.

Los elementos que tienen mayores probabilidades de manifestarse con efectos negativos sobre el turismo, son, entre otros, los riesgos derivados del 11 de septiembre de 2001, que incluyen amenazas terroristas en diversas regiones del mundo; olas de atentados a blancos vinculados a los viajes y al turismo y los conflictos bélicos en el Medio Oriente.

Pese a tal panorama, según la Organización Mundial de Turismo (OMT) se pronostica que esta actividad deberá crecer entre un 2 y un 3% en el año 2003, demostrando nuevamente la gran capacidad del turismo para resistir crisis. En comparación con otras actividades el turismo suele resentir efectos temporales de los cuales se recupera rápidamente, según los resultados de 2002 presentados en el siguiente punto.

Este crecimiento deberá continuar en el 2004 a un ritmo que podría oscilar entre un 3 y un 4%.

A largo plazo la actividad mantiene sus perspectivas favorables de crecimiento y contribución al desarrollo de las economías nacionales y locales.

En comparación con otras actividades el turismo suele resentir efectos temporales de los cuales se recupera rápidamente, según los resultados de 2002.

Tendencias de la demanda

En el contexto actual en el mundo continuarán consolidándose cambios en la demanda:

- Con vacaciones más cortas pero de mayor frecuencia
- Con Mayor demanda por vacaciones a la medida
- Con aumento en el uso de transporte de superficie, incrementándose en algunos destinos el uso de alojamiento extra-hotelerero
- Con retracción del gasto

- Con menor tiempo para decidir el destino de las vacaciones, lo cual hará crecer los llamados viajes de “último minuto”
- Se mantendrá el auge del turismo de cruceros
- Seguirá el auge de los destinos emergentes
- Con selección de opciones de alto valor agregado a precios atractivos

2.1.2 Resultados de la actividad turística mundial

Las cifras de la OMT mostraron en 2001 una caída de 0.6% en las llegadas de turistas internacionales, para sumar un total de 693 millones, en comparación con el registro de 697 millones con las cuales cerró el año 2000.

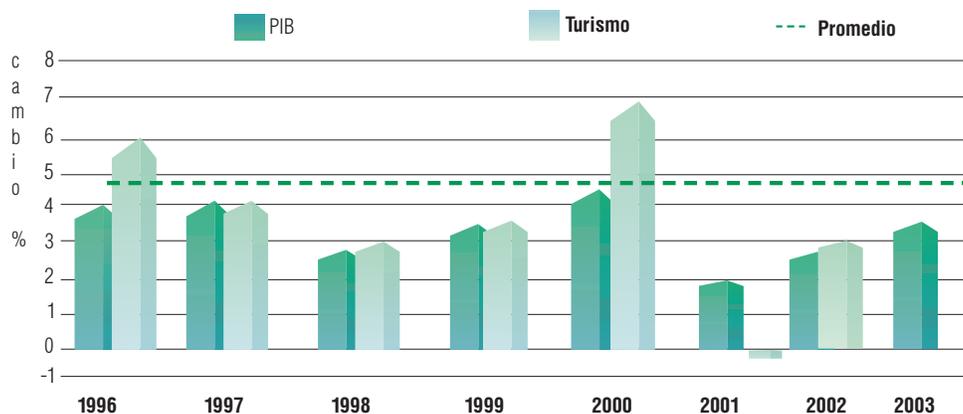
En materia de ingresos el turismo internacional generó en el 2001 462 mil millones de dólares, monto que representa un descenso de 2.6% en comparación al año previo cuando se registraron 474 mil millones de dólares.

En materia de ingresos el turismo internacional generó en el 2001 462 mil millones de dólares, monto que representa un descenso de 2.6% en comparación al año previo cuando se registraron 474 mil millones de dólares.

El ingreso medio por llegada fue de casi 670 dólares, cerca de 10 dólares menos que el ingreso medio del año inmediato anterior, cuando alcanzó los 680 dólares americanos.

Las cifras de 2002, en cambio, fueron sorpresa para todos. La estimaciones preliminares del turismo de este año muestran que, por primera vez en la historia, el número de las llegadas turísticas internacionales ha rebasado la frontera de los 700 millones y el año terminó con un aumento de 3.1%. En total, según datos de la OMT, se registraron 715 millones de llegadas turísticas en 2002 en el mundo, cifra que representa 22 millones más que en 2001.

Crecimiento del PIB mundial y llegadas de turistas Internacionales



2.1.3 El turismo en las regiones del mundo.

Los resultados preliminares de 2002 han introducido un cambio sustancial en el mapa del turismo mundial pues mientras Europa mantiene su primer puesto, la región de Asia y el Pacífico sustituye a las Américas en la segunda posición. Las llegadas turísticas a los destinos de Africa y Oriente Medio crecieron ligeramente por encima de la media mundial, aunque sus cifras de partida permanecen bastante bajas.

En 2001 la región de las Américas cerró con una caída de 5.9%, y continúa con un estancamiento relativo en gran parte arrastrada por la baja afluencia de turistas internacionales a los Estados Unidos en la última parte del año; más específicamente en el periodo septiembre-diciembre.

La demanda por viajes y turismo en este país se mantiene débil, lo cual acarreará recortes de vuelos y capacidades, así como un flujo continuo de retiro de aviones comerciales de las flotas de compañías que concentran operaciones en esta zona. Por ello América del Norte registró el descenso más acentuado (-6.8%), seguida de la subregión América del Sur (-6.2%). Solamente América Central tuvo un comportamiento a la alza pues contabilizó un 1.8 por ciento de llegadas adicionales a las de 2000.

En 2002 el turismo hacia los Estados Unidos cayó un 13%, lo cual hace prever un comportamiento negativo para el conjunto de la región debido al peso relativo de este país.

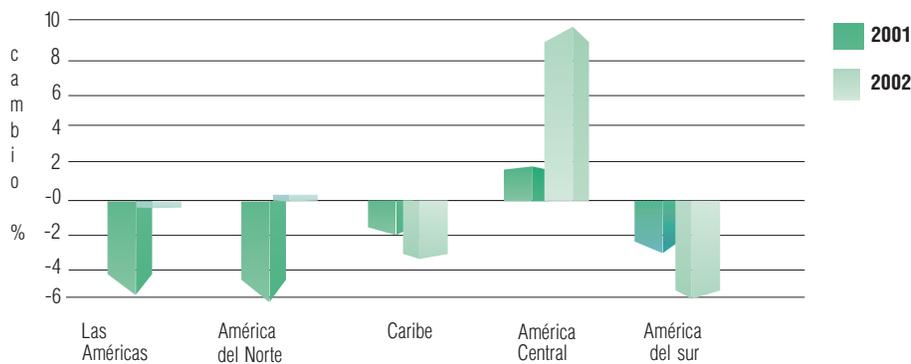
Esta región de las Américas fue la única que registró números rojos durante el año 2002, pero es de señalar que el descenso medio en relación con el dramático año 2001 fue algo inferior al 1% y que América del Norte (Estados Unidos, Canadá y México) registró un crecimiento de 0.4% gracias a los resultados positivos de Canadá. América del Norte conserva todavía una cuota de mercado “digna” de casi 12%, aunque está muy por debajo del 14.6% de 1995.

Las islas del Caribe sufrieron por segunda vez un descenso –de 3%– que superó por mucho el -1.9% de 2001, mucho como consecuencia de los problemas del sector aéreo en los Estados Unidos.

A pesar de todo la disminución fue menos brusca que la del 7% de las llegadas internacionales a América del Sur, que sobrepasó en casi 2 puntos porcentuales el 5.1% del año anterior. Por segunda ocasión la única subregión que registró crecimiento en las Américas fue Centroamérica, si bien sus cifras de partida eran reducidas en relación con las demás subregiones.

En 2001 la región de las Américas cerró con una caída de 5.9%, y continúa con un estancamiento relativo en gran parte arrastrada por la baja afluencia de turistas internacionales a los Estados Unidos.

Las Américas Llegadas de turistas internacionales por subregión 2002



Fuente: OMT. Informe preliminar 2003

Del conjunto de países de América Central habría que considerar la creciente capacidad competitiva de Belice en el mercado de buceo, de Costa Rica en el turismo ecológico y de aventura, así como la expansión que está observando el turismo de cruceros.

La posición alcanzada por los Estados Unidos representa para México oportunidades y riesgos de mercado, simultáneamente, si se considera la cercanía geográfica como un factor de competitividad.

Los destinos del Caribe seguirán resintiendo problemas de conexiones aéreas debido a la disminución de vuelos regulares y las capacidades de American Airlines y a los problemas económicos que enfrentan líneas aéreas regionales como la British West Indies Airways.

Los vuelos charters de muy bajo costo procedentes de Europa seguirán siendo un pilar fundamental del turismo en el Caribe.

La posición alcanzada por los Estados Unidos representa para México oportunidades y riesgos de mercado, simultáneamente, si se considera la cercanía geográfica como un factor de competitividad, que en su vertiente positiva le permitiría al país mantener, aumentar y consolidar su penetración en el mercado.

En el contexto de las Américas las subregiones del Caribe y América Central mostraron un débil aumento, en contraste con el resto de las subregiones, las cuales observaron caídas en el indicador. El desplome más notorio ocurrió en América del Norte, al perder unos 10 mil millones de dólares.

En otras palabras la pérdida de ingresos en las Américas durante 2001 se originó por la evolución a la baja de la subregión de América del Norte, y en particular por la caída observada en Estados Unidos, ya que tanto México como Canadá vieron aumentar sus ingresos.

Los ingresos medios de 1.010 dólares por llegada en la región fueron mayores a la media mundial, que fue de 670 dólares. Este monto (1,010) es el mayor en el plano internacional. La cifra está fuertemente influida por la conducta del ingreso en los Estados Unidos, en donde es de más del doble de la magnitud que se registra en las otras subregiones.

Todas las subregiones del continente mostraron un ingreso medio por llegadas de turistas internacionales superior al promedio mundial.

Sin embargo cabe destacar que en las Américas hay muchos países, entre ellos México, que tienen un ingreso medio inferior a dicho promedio.

Tendencias de la oferta

Por otro lado se intensificarán los procesos de ajuste de la oferta a los cambios del mercado:

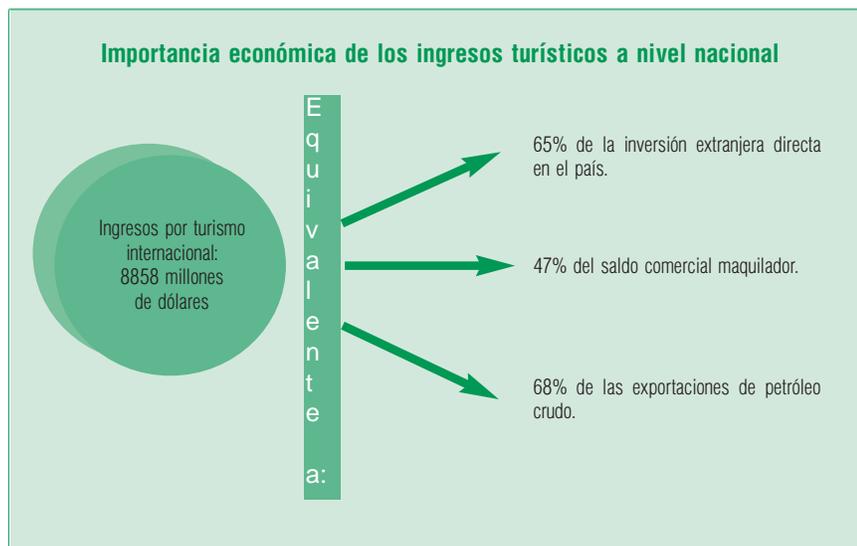
- Aumento del uso de canales directos de información dirigidos a los consumidores (Internet)
- Incremento de las ventas por Internet
- Incremento de la competencia por precio sin descuidar la calidad
- Aumento de la penetración de las compañías aéreas de bajo costo en Europa y en los Estados Unidos (Delta Airlines creará en 2003 una compañía aérea de bajo costo)
- La crisis de las compañías aéreas seguirá manifestándose con amenazas de quiebra, fusiones, recorte de rutas, de capacidades de transportación y de empleos, destacándose la posible quiebra de United Airlines, la mayor línea aérea del mundo
- Se acelerará el proceso de lanzamiento de productos innovadores al mercado
- Continuará la revalorización de la importancia de los destinos desarrollados con criterios de sustentabilidad
- Se continuará el proceso de formación de conglomerados de empresas a través de diferentes formas; desde el establecimiento de alianzas estratégicas, hasta adquisiciones de compañías e integración vía fusiones empresariales, con la finalidad de asegurar la viabilidad en un entorno cada vez más competitivo
- El turismo de cruceros mantendrá una dinámica creciente, ya registrada como la tendencia emergente en el año 2002

2.1.4 El turismo en México

Con la publicación del cierre de 2002 en materia turística se observa que México pudo sobreponerse a las fuertes caídas que había venido experimentando esta actividad a nivel mundial desde los eventos terroristas del 11 de septiembre de 2001.

En una encuesta reciente la firma Gallup ubicó a México en el sexto sitio en el Índice de Imagen de País dentro del mercado estadounidense, subiendo cuatro puntos con respecto al año anterior de un estudio que incluye a los 26 principales socios comerciales de Estados Unidos.

Se cerró el año con una cifra total de 19.7 millones de visitantes, lo que representó una disminución de 0.7 por ciento con respecto al año anterior. Lo importante fue la cifra récord en captación de divisas, que alcanzaron los 8,858 millones de dólares y que representa un incremento de 5.4% más respecto a 2001, lo cual significa que el gasto promedio por visitante (turistas al interior) aumentó un 5.2% para ubicarse en 615.6 dólares.



Es importante resaltar que el posicionamiento de México entre el turismo extranjero sigue teniendo una fuerte base de destino comparativamente barato con otras potencias turísticas.

Por otra parte el número de residentes en México que viajaron al exterior fue de 11.9 millones; 1.1% menor que el año pasado, quienes gastaron 6,059.7 millones de dólares; 6.3% más durante el mismo periodo.

Estos resultados indican que la balanza turística presenta nuevamente un saldo positivo para México de 2,798.3 millones de dólares, es decir un incremento de 3.7% con respecto al año anterior, representando un 35% del déficit de la balanza comercial.

Los empleos formales en el sector turístico muestran un ligero incremento al mes de diciembre de 2002, en que se logró registrar un millón 725 mil ocupaciones remuneradas, es decir, un 0.9% más con relación al mismo mes del 2001.

La balanza turística presenta nuevamente un saldo positivo para México de 2,798.3 millones de dólares, es decir un incremento de 3.7% con respecto al año anterior.

El turismo nacional por su parte genera 53 mil millones de dólares al año y es seis veces más representativo que el turismo extranjero.

Sin embargo la inestabilidad de la industria originó un descenso para principios de 2003, con un millón 692 mil empleos directos.

El turismo nacional por su parte genera 53 mil millones de dólares al año y es seis veces más representativo que el turismo extranjero. Por lo que hace a la llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel, ésta fue 1.3% superior y se llegó a la cifra de 47 millones de viajeros.

La ocupación hotelera durante 2002 fue de 54.18%, lo que significa 1.96 puntos porcentuales menos respecto al año previo; los centros de playa alcanzaron 54.32% y las ciudades 54.05%, 3.8 y 0.9 puntos porcentuales menos que en 2001, respectivamente.

Sin embargo, una parte importante de la disminución en el porcentaje de ocupación hotelera se debe al crecimiento en alrededor de 8,000 cuartos de hotel a lo largo del año pasado.

2.1.5 El contexto regional

Entre los años 1997 y 2000 los países del Mundo Maya recibieron más de 23.5 millones de turistas, cifra que ha aumentado a una tasa promedio de 9% anual según estimaciones de la OMT y que muestra una tendencia a triplicar la afluencia actual.

La tasa media de crecimiento anual (TMCA) del turismo de la región fue dos veces mayor que la del turismo mundial y tres veces más que la de la economía mundial, mientras que los ingresos del turismo regional aumentaron a más del doble su volumen con una TCMA del 10.5% para el periodo de 1994-2002.

Los principales países de destino se encuentran encabezados por México, que concentra el 73.8% de las llegadas de visitantes internacionales, seguido de Guatemala, mientras que la TMCA de las llegadas de turistas internacionales a El Salvador experimentaron un crecimiento superior a México durante la década de los 90.

Actualmente la zona maya de México ocupa el primer lugar en la región Mundo Maya Internacional en captación de divisas por concepto de turismo y capta más de la mitad de los ingresos recibidos por el mismo concepto (62.23%), cifra que presenta una tasa de crecimiento en los últimos 10 años de casi el 7%.

Mundo Maya Internacional. Principales indicadores turísticos. 2002

Concepto/País	Unidad	Belice	El Salvador	Guatemala	Honduras	México (Región Mundo Maya)	Total
Extensión territorial	(km ²)	22,965	21,040	108,889	112,088	240,071	505,053
Visitantes extranjeros	(miles)	232	565	944	450	6,173	8,364
Ingresos por turismo Internacional	(mdd)	166	155	630	232	1,949	3,132
Oferta hotelera	(cuartos)	4,306	4,535	14,744	12,891	65,487	101,962

México supera por mucho al resto de las naciones de la región Mundo Maya Internacional, al captar el 73% del turismo extranjero, el 62% de los ingresos en divisas, así como el 64% en número de cuartos. Sin embargo, en cuanto al ingreso por turista no supera a ninguno de sus competidores, lo cual demuestra que el nivel socioeconómico del turista que visita la región Mundo Maya México es menor a la del visitante que llega a los restantes países.

FUENTE: Organización Mundial de Turismo (OMT)

En efecto, el gasto de los turistas se ha incrementado a lo largo del periodo en casi el 5%, ubicándose en el 2002 en 888 millones de dólares. De manera satisfactoria el mayor gasto se registra en la zona maya México con el 46.22%, Guatemala con el 24.85%, El Salvador con 12.77%, Honduras 11.68% y finalmente Belice con un 4.48%.

Los ingresos por turismo al Mundo Maya crecieron en los últimos diez años a un ritmo del 2.20% anual, siendo El Salvador el único país cuyo ingreso bajó en un 3%. Así mismo otros países como México, Belice y Guatemala presentaron un crecimiento muy modesto en este concepto con tasas menores al 3%, y sólo Honduras mostró un crecimiento del casi 11% en sus ingresos por turismo.

El 50% de la afluencia de visitantes proviene de Norteamérica, siendo el principal emisor Estados Unidos con el 42% y Canadá con el 7%. En segundo lugar destaca Europa, específicamente Francia, Alemania, España, Italia e Inglaterra y en tercer lugar el flujo de viajeros que se genera intra-regionalmente entre los países de El Salvador, Guatemala y Honduras, con una participación del 21%.

La afluencia de turistas provenientes del resto del mundo fue del 12%, en la cual América Latina participó con el 5% y otros países con el 7%.

La oferta de hospedaje asciende actualmente a 101,895 cuartos, percibiéndose el periodo de 1989 a 1994 como el mejor en cuanto a la tasa de crecimiento ya que tuvo un incremento del 7.3%, en el lapso de 1994 al 2002. Cuando se puso en marcha el Programa Mundo Maya el crecimiento no fue el mejor que se haya presentado en los últimos 10 años, para terminar con crecimiento promedio de 2.77

En cuanto a modalidad de transporte se observa que la mayoría de los turistas internacionales llegan por vía aérea (57%), seguido por vía terrestre (40%) y sólo una mínima proporción (3%) se trasladan por mar.

En cuanto a las motivaciones por viaje el 76% de los turistas extranjeros visitan Mundo Maya por motivos vacacionales, el 18% en plan de negocios y el 6% restante por otros motivos (convenciones e investigación, entre otros).

El gasto de los turistas se ha incrementado a lo largo del periodo en casi el 5%, ubicándose en el 2002 en 888 millones de dólares.

El Plan Puebla Panamá en referencia al estado de Yucatán

El Plan Puebla Panamá (PPP) es una iniciativa internacional que busca promover el desarrollo de la porción sur-sureste del país (Puebla, Guerrero, Oaxaca Veracruz, Tabasco, Campeche, Chiapas, Yucatán y Quintana Roo), y que se prolonga por Guatemala, Belice, Honduras, El Salvador, Costa Rica, Nicaragua y Panamá.

Para la región sur-sureste de México el PPP propone acciones gubernamentales para incidir en forma directa sobre las causas del rezago de la región, y busca implantar políticas de Estado que promuevan, incentiven y faciliten las inversiones productivas privadas.

El Plan apoyará la realización de proyectos de infraestructura regional para los cuatro modos de transporte (carretero, ferroviario, marítimo y aéreo) y el intermodal, de tal forma que la región consiga tener un sistema integrado de transporte con corredores de altas especificaciones y carreteras alimentadoras de buena calidad.

El Plan Puebla Panamá es una iniciativa internacional que busca promover el desarrollo de la porción sur-sureste del país (Puebla, Guerrero, Oaxaca, Veracruz, Tabasco, Campeche, Chiapas, Yucatán y Quintana Roo).

El turismo dentro del PPP

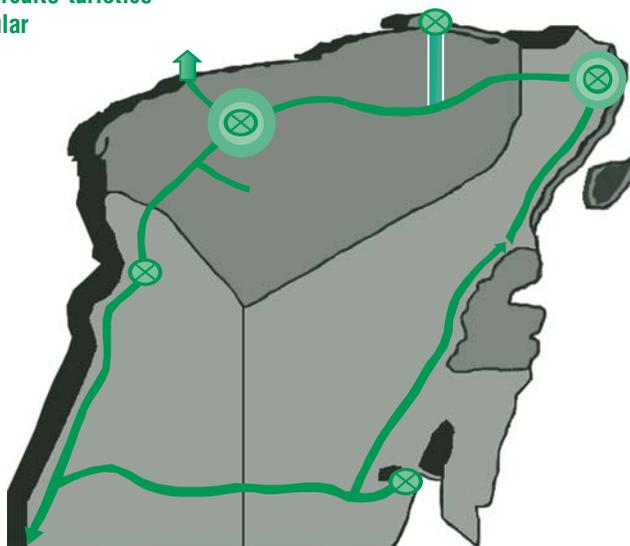
El Plan contempla, dentro de sus ocho iniciativas mesoamericanas, la promoción del turismo de bajo impacto que favorezca la integración y el desarrollo económico y social de los países a través de:

- Desarrollo de circuitos integrales en la región

- Proyectos ecoturísticos indígenas
- Instrumentación de las Cuentas Satelites de Turismo en las cuentas nacionales
- Certificación de la sustentabilidad turística

Como parte de la estrategia económica y su expresión territorial se han definido los macrocorredores turísticos de la región que se muestran en el siguiente mapa:

Macrocircuito turístico Peninsular



Para el estado de Yucatán resalta lo siguiente:

- El aprovechamiento de la carretera Cancún–Mérida (circuito peninsular de Yucatán)
- Las obras en carreteras interiores, incluida la de Progreso–Telchac
- La inclusión de Mérida –junto con el área de Puerto Progreso– en los ejes de la actividad económica y como centro de desarrollo de la península
- Considerar la preservación de las Areas Naturales Protegidas (ANP) que en Yucatán totalizan tres de las más importantes de la región
- Ampliación y mejora de la carretera Mérida-Kantunil

2.2 Diagnóstico

2.2.1 La importancia económica del turismo en Yucatán

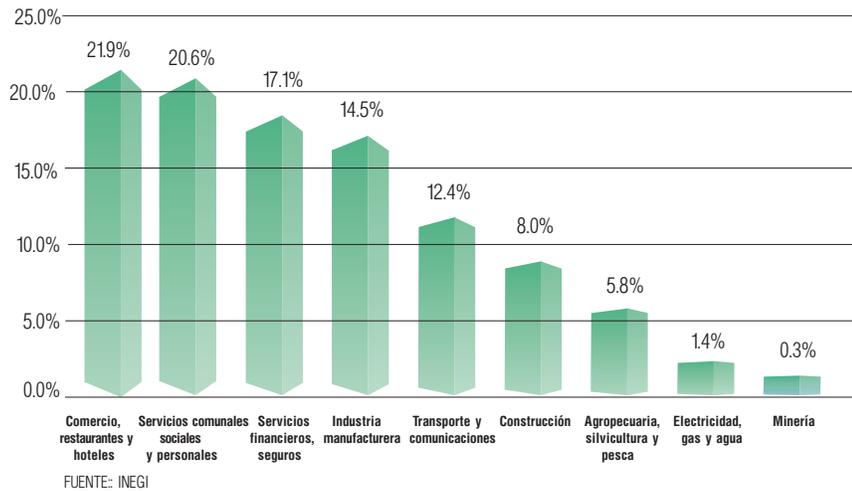
De acuerdo a la media nacional, de cada peso que gasta un turista 27 centavos van al transporte, 25 a restaurantes y bares, 13 al comercio, 12 a hoteles, 12 hacia artesanías y 11 a otro rubros tales como el entretenimiento y la visita a museos.

En el país el turismo representa la tercera fuente de ingresos y aporta el 10 % del PIB nacional.

En Yucatán el turismo es una de las actividades productivas más importantes; su peso económico se acentúa aún mas cuando se observa que:

En el país el turismo representa la tercera fuente de ingresos y aporta el 10 % del PIB nacional.

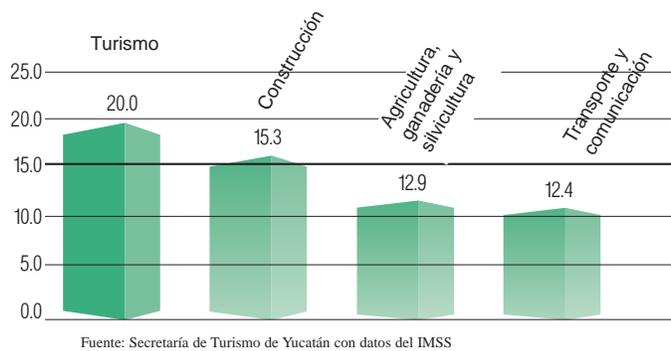
Principal actividad por aportación al PIB 2001



- Es la actividad económica más importante del estado pues junto con el comercio aporta el 21.9 % del PIB estatal
- Alrededor de 20 mil Yucatecos trabajan en las principales ramas del turismo (7 de cada 100 empleos formales) cifra mayor que en agricultura, ganadería y silvicultura, construcción, transporte y comunicación

Alrededor de 20 mil Yucatecos trabajan en las principales ramas del turismo (7 de cada 100 empleos formales).

Empleos formales por sector 2002



- Por cada empleo directo en turismo se genera 1.5 indirecto
- Invierten en turismo 4 de cada 10 empresas extranjeras que eligen el sector terciario
- Existen 50 empresas con inversión extranjera directa en las ramas de hoteles, restaurantes y agencias de viaje
- Es el sector que en promedio ha recibido el mayor volumen de inversión extranjera al estado (5 dólares de cada 10 dólares invertidos) en los últimos 8 años

- Genera ingresos por más de 1,500 millones de pesos anuales (en servicios de hoteles, restaurantes, agencias de viaje, arrendadoras y transportistas)
- El equipamiento del sector es de 1,450 millones de pesos por activos fijos en hoteles, restaurantes y agencias de viaje
- Los ingresos anuales tan solo por hospedaje, suman 371 millones de pesos

Los impactos que lo anterior genera son múltiples pues la economía estatal se fortalece, se amplía la derrama directa del gasto turístico sobre el resto de la planta productiva y el turismo se convierte en una fuente de ingreso importante para las finanzas públicas estatales en beneficio de toda la sociedad yucateca.

2.2.2 Situación del turismo en Yucatán

Antecedentes

Históricamente el turismo en la Península de Yucatán ha estado ligado con la presencia de Mérida.

Históricamente el turismo en la Península de Yucatán ha estado ligado con la presencia de la ciudad de Mérida, que ha sido un importante eje de los desplazamientos de mercancías así como de personas que llegan por comercio y turismo a toda la región, por lo que ha llegado a ser un centro de distribución muy importante no sólo para el estado sino también para la región sureste en el Mundo Maya.

En la década de los 60 los flujos turísticos del sureste se concentraban en Mérida y en Cozumel. La ciudad de Mérida y el estado de Yucatán se visitaban por motivos de negocios –al ser históricamente el eje económico y comercial del Sureste– pero también por el contenido cultural que el visitante, europeo en gran medida, buscaba en los destinos turísticos.

Es a mediados de la década de los 70 que el entorno comienza a experimentar cambios en la dinámica turística con la incorporación de Cancún a la oferta turística mundial.

En los 80 y los 90 el aeropuerto de Cancún se consolidó como el “hub” aéreo más importante del sureste, con lo que se intensificó la afluencia por vía carretera a Yucatán al coincidir con la terminación parcial de la autopista de cuota (Cancún-Mérida) en 1992, que empezó a operar totalmente en 1994.

En la actualidad y desde años recientes los cambios en las preferencias de los viajeros internacionales y la masificación extrema de Cancún han tenido diversos efectos en el comportamiento del turismo en toda la península.

El turismo internacional, con la expectativa de experimentar la cultura local con perfiles de autenticidad, ha encontrado en Yucatán lugares de historia, tradición cultural local y áreas de naturaleza excepcional que constituyen un complemento muy valioso de la oferta turística dentro de un radio relativamente corto, y sin dejar de lado la relevancia de los aspectos operativos que significan el hub aéreo, la concentración de los servicios e instalaciones y el renombre de Cancún.

Situación actual

Recursos y atractivos turísticos

Los recursos turísticos de Yucatán son variados, numerosos y constituyen en buena parte el patrimonio natural y cultural del estado.

Los recursos turísticos de Yucatán son variados, numerosos y constituyen en buena parte el patrimonio natural y cultural del estado, sobre todos los arqueológicos que son legado de la cultura maya y muy importantes ya a nivel nacional e internacional.

Otros de los principales atractivos son culturales y de naturaleza tales como edificios y monumentos históricos y de tipo colonial: museos, haciendas, conventos, lo mismo que reservas y áreas naturales y los atractivos cenotes y grutas subterráneas.

Estos recursos se combinan con el clima, la flora, la fauna, litorales, cenotes y rías que

Sitios arqueológicos

El principal atractivo del estado es su patrimonio arqueológico, que ha atraído millones de visitantes nacionales e internacionales desde hace décadas a un encuentro con las maravillas de la civilización maya. Más de 2000 sitios arqueológicos integran su inventario y lo hacen destacar entre las entidades de mayor concentración de producto para el turismo cultural.

Las principales zonas arqueológicas, por afluencia e infraestructura para atención turística son: Chichén-Itzá, Uxmal, Dzibilchaltún, Loltún, Izamal, Ek Balam, Balankanché, Mayapán, Sayil y Labná.

Entre éstas destacan la de Chichén-Itza y Uxmal; sitios declarados patrimonio de la humanidad, que son además los centros de mayor afluencia, con cerca de 2 millones de turistas anuales, y que colocan a Yucatán en el segundo estado más visitado por arqueología a nivel nacional.

A partir de los años 70 se empezó a promover la visita arqueológica, contando actualmente con paradores turísticos en estas dos zonas declaradas patrimonio de la humanidad.

Zonas arqueológicas por su periodo de esplendor

PRECLÁSICO 2500 a. C.-200 d. C.	Preclásico temprano Preclásico medio Preclásico tardío	Loltún Dzibilchaltún Izamal
CLÁSICO 250-1000 d.C.	Clásico temprano Clásico Clásico tardío Clásico terminal	Chichén Itzá Ek Balam Uxmal
POSTCLÁSICO 1000-1500 d.C.	Postclásico temprano Postclásico tardío	Balankanché Mayapán Sayil Labná

Principales zonas arqueológicas

Chichén Itzá (con museo), Uxmal (con museo), Dzibilchaltún (con museo), Kabán, Labná, Samahuc, Sayil, Uucalá, Yaxchilan (con museo), Chacmultún, Gruta de Loltún, Oxkintok, Mayapán, Acanceh, Xucuman, Yucalpeten, Yucalpeten, Yucalpeten, Yucalpeten.

lo distinguen como un destino de gran vocación ecoturística y para la práctica de actividades de caza, pesca, buceo, exploración, investigación científica y de aventura.

Ruta Puuc (Puuc significa montículos)

Pocos lugares de la antigüedad americana ofrecen un conjunto arquitectónico que merezca el reconocimiento de obra maestra humana, como el integrado por Uxmal, Sayil, Kabah, X-lapak y Labná, vestigios prehispánicos, algunos incluidos por la UNESCO en su lista de monumentos protegidos en su XX Convención del Comité del Patrimonio Mundial en Diciembre de 1996.

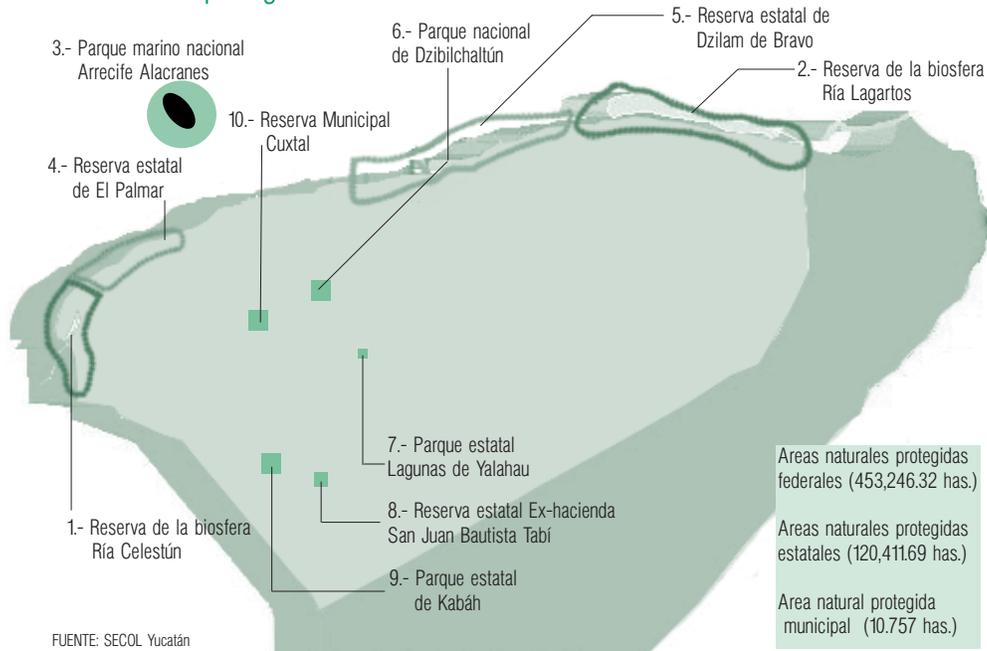
Museos

El incomparable acervo que es posible encontrar en el estado gracias a los singulares museos, ya sea regionales, locales, de sitio o los centros culturales, permite al visitante tener una visión integral de lo que ha sido a través del tiempo el desarrollo de las culturas del sureste. Actualmente es posible mencionar la rica oferta de museos, que si bien no es cuantiosa en cantidad, es altamente valiosa por su contenido: un museo regional, un museo local y cuatro museos de sitio.

Areas naturales

Una de las características incomparables de Yucatán es su sorprendente riqueza en áreas naturales, que van desde las grutas (la de Loltún, de Calcetok, de Balankanché y de Tzabnáh y las de San Ignacio); los cientos de cenotes de diferente condición -donde se puede practicar diversas actividades- espacios naturales como el Arrecife Alacranes, la Ría Lagartos, Ría Celestún; Dzibilchaltún y El Palmar, entre otros, o bien la riqueza natural en flora y fauna, destacando por su singularidad un importante inventario de 430 especies endémicas

Areas naturales protegidas en Yucatán



de aves, insectos y reptiles, flamingo rosa y jaguares.

Adicionalmente se cuentan entre estas riquezas algunos Sacbés (caminos sagrados) en proceso de recuperación (como el de Yaxunah-Cobá), cuya referencia mitológica maya reúne las condiciones para hacerlo turísticamente aprovechable entre los aficionados a la caminata y senderismo.

Historia, cultura y tradición

El estado cuenta con numerosas iglesias y conventos, algunos de ellos con valor estético e histórico. Otra rica herencia cultural y turística la constituyen las haciendas, presencia que ilustra el pasado reciente de la riqueza henequenera de Yucatán y que en fechas recientes han tenido un renacimiento con adaptaciones funcionales para el aprovechamiento turístico.

La tradición de los poblados en su actividad artesanal representa un atractivo más para los turistas cuando se puede observar la elaboración de productos tradicionales con técnicas antiguas.

Gracias a la concentración y a la amplia diversidad de atractivos, Yucatán mantiene un gran potencial para atender a diversos segmentos del mercado, como se muestra en la siguiente tabla.

El estado cuenta con numerosas iglesias y conventos, algunos de ellos con valor estético e histórico.

Segmentos y lugares turísticos

Segmento \ Lugar	Cultural	Aventura	Ecológico	Recreativo	Negocios	Tránsito	Deportes	Cruceros	Playa	Convenciones
Celestún										
Ría Lagartos										
Xkekén										
Dzilam de Bravo										
Arrecife Alacranes										
Yucalpetén										
Telchac Puerto										
Puerto Progreso										
Dzibilchaltún										
Labná										
Oxkintok										
Xlapak										
Mayapán										
Izamal										
Ek Balam										
Uxmal										
Chichén Itzá										
Acancéhn										
Kabáh										
Valladolid										
Mérida										

FUENTE: FONATUR

Yucatán cuenta con excelentes vías de comunicación terrestre, con una longitud de 12,254 km, de las cuales el 48.4% se encuentran con recubrimiento asfáltico.

2.2.3 Infraestructura de comunicación y transportación turística

Infraestructura carretera

Yucatán cuenta con excelentes vías de comunicación terrestre, con una longitud de 12,254 km, de las cuales el 48.4% se encuentran con recubrimiento asfáltico, por lo que es una de las entidades de la República con mejores porcentaje de pavimentación de sus caminos y vías terrestres.

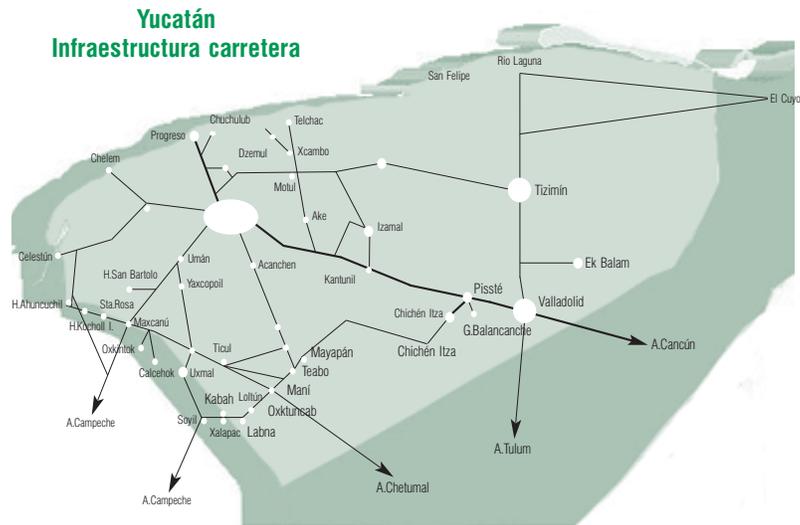
El estado tiene un sistema carretero de tres ejes principales, con Mérida como centro de distribución. El eje principal es el transversal de poniente a oriente que une la capital del estado con Cancún, (pasando por Valladolid y Chichén-Itzá). En esta ruta se ubica una autopista que va del poblado de Kantunil a Cancún haciendo más rápido el traslado de viajeros desde ese centro turístico.

El segundo eje en influencia del estado es el que conecta con Campeche a través de la carretera federal Mérida-Campeche y de ahí con el resto del país.

La última vía principal de carácter turístico es la que comunica con otras zonas de la Península por medio de la carretera Mérida-Chetumal.

Otra vía importante para la entidad es la autopista Mérida-Progreso, que resulta relevante para la distribución de los flujos; sobre todo ahora con la operación de los cruceros en Puerto Progreso.

La red de caminos secundarios, que son importantes por comunicar con importantes puntos turísticos, incluyen el que une al norte del estado por medio de la carretera Mérida-



FUENTE: SCT

Motul-Telchac Puerto. Continuando con dirección a la costa poniente se comunica con el puerto de Celestún (Mérida-Celestún), con una longitud de 90 km.

Otra carretera importante para el flujo turístico es la de Chemax-Tulum, con 73 km de extensión, que ofrece un importante acceso al turismo del litoral sur del estado de Quintana Roo.

Finalmente la carretera de Valladolid-Ría Lagartos y San Felipe se perfila como una buena opción para acceder a lugares de interés como el sitio arqueológico de Ek Balam, cuyo flujo se encuentra creciendo de manera constante.

Para atender al turismo que ingresa por vía terrestre se cuenta con terminales de autobuses en la ciudad de Mérida y principales municipios turísticos .

Algunas de las más importantes líneas de autobuses del país dan servicio a la ciudad de Mérida y a las diferentes localidades del estado. La línea Maya de Oro ofrece servicio de lujo para los pasajeros, orientándose al segmento de turistas extranjeros. Otras líneas de transporte terrestre son ADO y Autobuses del Noreste en Yucatán, que también resultan importantes para la llegada de los flujos nacionales y para la movilidad interna de los turistas nacionales y extranjeros.

Para el año 2000 existían en Yucatán 490 unidades registradas como transporte turístico, que incluye el servicio de taxis desde el aeropuerto y puertos, autobuses especializados en turismo (turístico de lujo y turístico de excursión), embarcaciones turísticas y vehículos con guía-chofer.

Para el año 2000 existían en Yucatán 490 unidades registradas como transporte turístico.

Infraestructura ferroviaria

La red ferroviaria es de 670 kilómetros y su uso se encuentra concesionado a la razón social Ferrocarriles del Mayab. La transportación de pasajeros es la más débil debido al desmantelamiento de la red ferroviaria y la falta de terminales y corridas en municipios turísticos; tiene un aprovechamiento primordialmente de carga y es muy poco usado.

A partir de agosto de 2002 inició sus operaciones el Expreso Maya, tren turístico con capacidad para 256 pasajeros, el cual estará operando según demanda en temporada alta y temporada baja.

Su recorrido es de dos días y una noche: Mérida-Maxcanú-Uxmal-Campeche (pernocta)-Palenque. Los operadores internacionales integran dos paquetes básicos a recorridos que se realizan en autobús, siguiendo principalmente las siguientes rutas básicas con variaciones de tiempo y sitios intermedios: 1) Cancún-Chichén-Mérida (en autobús) Expreso Maya Mérida-Palenque- (en autobús) Palenque-Calakmul-Riviera Maya-Cancún; 2) México D. F.-Puebla-Oaxaca-San Cristóbal-Palenque (en autobús) Expreso Maya Palenque-Mérida- y en autobús Mérida-Cancún. Salida de regreso a México D. F. o al destino de origen.

Los operadores y agencias de viajes arman paquetes específicos en que los turistas llegan por avión a Villahermosa, toman el Expreso Maya y vuelan de regreso a su origen desde Mérida o viceversa. Algunos incluyen Chichén Itzá y terminan con un par de días en Cancún. Otros ofrecen un día adicional en Yaxchilán antes o después del recorrido del Expreso Maya. La empresa ofrece recorridos especiales de uno o dos días para grupos hacia Izamal y Uxmal, entre otros.

Actualmente representa una oportunidad contar con la aceptación de diversos mercados como los de Alemania, Suiza, Inglaterra, Italia y Holanda. Ello debido a los convenios establecidos con operadores no sólo europeos sino también estadounidenses que estarán promoviendo el Expreso como parte de sus circuitos.

Infraestructura portuaria

El litoral yucateco tiene 365 kilómetros de extensión e involucra 13 municipios costeros y cuenta con puertos de altura, abrigo y pesqueros. Para atención del turismo existen 12 puertos localizados a lo largo del mismo, siendo el principal Puerto Progreso.

El litoral yucateco tiene 365 kilómetros de extensión e involucra 13 municipios costeros.

Tipo de puerto	Pesquero comercial turístico	Pesquero turístico salinero	Pesquero turístico
Puerto de altura	Progreso		
Puerto de abrigo			Yucalpetén
Refugio pesquero		Celestún	Telchac
Refugio pesquero natural			Chuburná San. Felipe Ría Lagartos
Sin refugio			Chelem Chicxulub Chabihau Santa Clara

Fuente: SCT. Los puertos mexicanos en cifras (2000)

Puerto Progreso

Puerto Progreso está localizado a 32 km. de Mérida y constituye un enlace marítimo con otros puertos mexicanos y de otros países. Desde aquí se puede llegar en 36 horas a Nueva Orleans o Miami (a una velocidad de crucero de 17 nudos), lo cual significa que se encuentra ubicado en la región con mayor movimiento mundial de turismo de cruceros.

Por su cercanía con los principales puertos del Golfo de México y del Caribe y por su excelente posición geográfica para el turismo, Puerto Progreso está cobrando fuerza como un puerto facilitador.

Por su cercanía con los principales puertos del Golfo de México y del Caribe y por su excelente posición geográfica para el turismo, Puerto Progreso está cobrando fuerza como un puerto facilitador; sobre todo porque no se han desarrollado puertos que permitan el atraque de barcos de gran calado y que respondan a las necesidades del turismo de cruceros del Caribe.

Cuenta con nueve posiciones de atraque y tiene un calado oficial de 23 a 32 pies y un muelle de 300 metros para ferry y cruceros, bajo la administración de la Administración Portuaria Integral y concesionada a la razón social Transportación Marítima Mexicana (TMM).

Operación de Puerto Progreso

- Para cruceros y transbordadores la capacidad de pasajeros y tripulación es de 4,800 personas
- Tiene una posición geográfica estratégica respecto de los circuitos comerciales y turísticos de las líneas navieras que operan en el Golfo de México y en el Caribe
- Con la nueva terminal para estas embarcaciones el potencial es enorme ya que podrán arribar las de última generación con 4,800 pasajeros por barco (1200 son tripulación y 3600 turistas) que permanecen de 8 a 12 horas en el puerto. Con dos posiciones de atraque, la profundidad necesaria, una terminal exclusiva y múltiples opciones de recorridos en el estado la expectativa de crecimiento es muy alta.

Infraestructura aeroportuaria

El aeropuerto internacional de Mérida se incluyó dentro de la red de Aeropuertos y Servicios Auxiliares en 1966 y en 1999 pasó a formar parte de Aeropuertos del Sureste S.A. (ASUR) por el proceso de privatización. En 1997 se puso en servicio la ampliación de la pista 10-28, lo que permite el aterrizaje de aeronaves de mayor tamaño. Es un aeropuerto internacional con capacidad para recibir todo tipo de aeronaves e históricamente ha sido un elemento muy importante de la infraestructura de acceso a la península de Yucatán.

En la actualidad existe otro aeropuerto en Kaua (cerca de Valladolid y de Chichén-Itzá) con capacidad para operaciones de nivel internacional en el estado, con pista de 2,800 metros y 45 de ancho con terminal para pasajeros y ayudas visuales para las operaciones.

Llegadas de vuelos a Mérida - destinos nacionales y extranjeros

Origen-destino	Vuelos por semana	Oferta asientos semanales		Aerolínea
Mérida-México	26	3,900	23%	Mexicana
Mérida-México*	13	1,846	11%	Aeroméxico
Mérida-México	3	360	2%	Magnicharter
Mérida-México	7	770	5%	Caribe
Mérida-México	7	581	3%	Aerocalifornia
Mérida-Cancún*	2	220	1%	Aerocaribe
Mérida-Monterrey	4	480	3%	Magnicharter
Mérida-Cozumel	1	19	0%	Aerocaribe
Subtotal	63	8,176	49%	
Con escalas				
Mérida-Veracruz-Monterrey	7	770	5%	Aerocaribe
Mérida-México-Monterrey	7	1,148	7%	Aviacsa
Mérida-Villahermosa-Tuxtla GTZ-Oaxaca	7	770	5%	Aerocaribe
Mérida-Cd del Carmen-Villahermosa-Veracruz	5	95	1%	Aerocaribe
Mérida-México-Guadalajara-Tijuana	7	840	5%	Aviacsa
Subtotal	33	3,623	22%	
Destino Internacional con escala nacional				
Mérida-México-Los Angeles	14	2,478	15%	Aeroméxico
Mérida-Cancún-La Habana	12	1,320	8%	Aerocaribe
Subtotal	26	3,728	23%	
Internacionales sin escalas				
Mérida-Miami	3	426	3%	Aeroméxico
Mérida-Houston	4	496	3%	Continental
Malpensa-Mérida**	1	232	1%	AerEurope
Subtotal	8	1,154	7%	
Total	130	16,751	100%	

* A las rutas Mérida-México de AM y Mérida-Cancún de Aerocaribe, hay que sumar los vuelos con destino internacional: MID-MEX 14 vuelos adicionales y MID-CUN 12 vuelos adicionales

** Vuelos charter en temporada vacacional

Fuente ASUR, Secretaría de Turismo. Abril 2003

Llegadas internacionales

Mérida ha sido el eje económico y comercial de toda la península de Yucatán, por lo cual era el punto de conexión de la mayor parte del servicio aéreo.

Mérida ha sido el eje económico y comercial de toda la península de Yucatán, por lo cual era el punto de conexión de la mayor parte del servicio aéreo.

Con la llegada de aviones de mayor capacidad y alcance a Cancún la escala en Mérida se hizo menos necesaria por lo que se redujo el movimiento de vuelos internacionales.

Al iniciar operaciones el aeropuerto internacional de Cancún (1975) la SCT condicionaba el permiso para llegar a ese destino a la inclusión de Mérida y Cozumel, ya fuera en vuelos directos o combinados.

Hoy el servicio aéreo se encuentra ligado al “hub” de Cancún en el que las aerolíneas internacionales y charter del mundo concentran sus puntos de enlace hacia y desde todos los lugares que sirven, así como por las tarifas que se logran y que son importantes para el tráfico turístico y para la operación de los paquetes de viajes de los touroperadores.

Por ese motivo el aeropuerto de Cancún tiene un papel estratégico en la dinámica turística y comercial de la región, que ha empezado a ser rebasado por la demanda. De allí la importancia del aeropuerto de Chichén Itzá (Kaua) para el funcionamiento turístico regional.

En la actualidad la oferta de servicio aéreo significa un total de 17,370 asientos por semana de las aerolíneas, de los cuales únicamente 7,924 son en vuelos directos (sin escala) y 16% de ellos proceden del exterior.

Las aerolíneas que llegan al aeropuerto de Mérida son Continental como aerolínea extranjera y las mexicanas Aeroméxico, Mexicana, AVIACSA y Aerocalifornia como troncales, así como Aerocaribe como alimentadora. Las aerolíneas charter que volaron en el 2001 a la ciudad fueron Magnicharter de México y Air Europe del extranjero.

Se debe hacer notar que el destino principal de los vuelos nacionales sin escala es la Ciudad de México, ya que 3 de cada 10 asientos ofertados semanalmente se realizan en este destino y la mayor cantidad de vuelos a la semana son para la capital de la República.

De los vuelos ofertados con escala predominan los que llegan a Mérida provenientes de la Ciudad de México con escala en Villahermosa, siguiéndole los que vienen de La Habana-Cancún. En el contexto internacional los principales destinos emisores son Houston y Los Angeles.

El flujo de pasajeros en vuelos comerciales nacionales e internacionales ha estado ligado a la expansión de Cancún como centro de playa y al contexto del funcionamiento de ese destino en el movimiento turístico en toda la península y en toda la región del Mundo Maya.

Con la llegada de aviones de mayor capacidad y alcance la escala en Mérida se fue haciendo menos necesaria, por lo que se redujo el movimiento de los vuelos internacionales aunque no el de los vuelos nacionales que siempre tuvieron crecimiento.

Para el año 2001 el volumen anual de llegada de pasajeros en vuelos nacionales fue de 387 mil, con una tasa de crecimiento (TMCA) en el periodo 1967-2001 del 4.9%. La relevancia de la participación de los pasajeros en vuelos nacionales se ha mantenido constante. Por su parte las llegadas en vuelos internacionales son de 46 mil pasajeros, con una TMCA de 2.5%, es decir la mitad con respecto a las de los nacionales. Se debe considerar que en esa cifra de pasajeros se incluyen yucatecos que salen al exterior y que regresan por este medio.

La llegada de vuelos en su totalidad se vio afectada en gran medida por las secuelas de los acontecimientos del 11 de septiembre y por los cambios en el comportamiento del mercado turístico y fundamentalmente por la respuesta del segmento norteamericano ante tales situaciones.

Cabe mencionar que actualmente se reciben vuelos de Houston, Miami y Los Angeles procedentes del mercado norteamericano; sin embargo otros vuelos y aerolíneas procedentes del continente americano han disminuido, lo que no ha permitido fortalecer los mercados de largo alcance para la región y la entidad.

Para el año 2001 el volumen anual de llegada de pasajeros en vuelos nacionales fue de 387 mil, con una tasa de crecimiento (TMCA) en el periodo 1967-2001 del 4.9%.

Afluencia de pasajeros por vía aérea

La reducción en el número de pasajeros que llegaba en vuelos internacionales se evidenció al inicio de la década de los 80 (1982-1983), cuando retrocedió a cifras inferiores a 50 mil pasajeros en este tipo de vuelos.

Es posible apreciar una recuperación relativa en el periodo 1992- 1994 debido más a los yucatecos que regresan del exterior que a los extranjeros que llegan por turismo, pero vuelve a disminuir sus flujos a partir de 1995 y hasta el año 2001. El comportamiento de los charter, sin embargo, es relevante para la interpretación de los flujos eminentemente turísticos al estado pues de una cifra insignificante en los 80 (1,500 pasajeros) ha pasado a un volumen de 30 mil pasajeros para el año 2001, lo que significa una TMCA de 18.4% en el periodo 1981-2001.

Lo anterior no significa que se reciban menos visitantes extranjeros en el total estatal, sino que se han adoptado otras formas de llegada que tienen que ver con la operación de los grandes touroperadores y mayoristas y su relación con la estrategia de operación y de vinculación de las líneas aéreas. Por ese motivo, y a diferencia de otras épocas, el flujo de visitantes tiene ahora un sentido diferente: de Cancún hacia Mérida en lugar del que tenía lugar durante los 60 y buena parte de los 70.

Para 2002 la afluencia de turistas por esta vía ascendió a 429,919, con una proporción del 90% extranjero y el resto nacionales, siendo superada esta cifra por la llegada de turistas por esta vía en el año de 1999 cuando se llegó a registrar un total de 480,777; esto es un 3% más que el año referido.

La cantidad de vuelos (8,492) en 2002 demuestra que el 87% de ellos que llegan al aeropuerto de Mérida provienen de otros destinos a nivel nacional, mientras que sólo 918 vuelos lo hacen directamente desde el extranjero.

El flujo de visitantes tiene ahora un sentido diferente: de Cancún hacia Mérida en lugar del que tenía lugar durante los 60 y buena parte de los 70.

El huracán Isidoro

Durante septiembre del 2002 Yucatán fue azotado por el huracán Isidoro, que afectó gravemente su territorio, aunque la infraestructura turística fue la menos dañada. Ante ello el gobierno del estado, a través de la Secretaría de Turismo estatal, instrumentó un programa emergente para el sector, tras un riguroso diagnóstico que permitió evaluar los daños causados por el meteoro.

En convergencia con el sector empresarial, la Secretaría de Turismo ejecutó una serie de medidas emergentes y se instrumentó una estrategia de manejo adecuado de imagen del estado, así como una serie de acciones para impulsar al sector y alentar al turismo.

Acciones estratégicas

- Identificación, diagnóstico y evaluación de daños con atención prioritaria a turistas varados y a los servicios de hospedaje.
- Gestiones, negociaciones y concertación recursos federales y apoyos sectoriales.
- Revisión de la estrategia de publicidad internacional y nacional
- Estrategia de comunicación y manejo de crisis a nivel Europa, Norteamérica y México.
- Búsqueda de recursos adicionales
- Revisión de compromisos y proyectos convenidos
- Gestión ante la banca de desarrollo y comercial hacia esquemas de financiamientos para las MPYMES afectadas.
- Cabildeo con organizadores de eventos, para garantizar la realización de los congresos y convenciones programados

2.2.4 Oferta turística

Una de las premisas fundamentales para el éxito de los destinos turísticos es la de responder a las necesidades del mercado específico que se pretende atender.

Una de las premisas fundamentales para el éxito de los destinos turísticos es la de responder a las necesidades del mercado específico que se pretende atender. En este sentido el análisis del comportamiento de la oferta turística del estado permite apreciar las áreas de oportunidad y problemas que presenta en la actividad turística.

Para afrontar el reto que este número de visitantes genera, la infraestructura turística de Yucatán ofrece a los visitantes 4,625 habitaciones en 73 hoteles de calidad turística, de un total de 236 establecimientos de este tipo que existen en el estado. Existen además 98 agencias de viajes, 44 arrendadoras de automoviles y 12 empresas de transporte para ampliar las oportunidades de experiencia diversificadas con un alto valor agregado.

Oferta hotelera

Establecimientos de hospedaje

La capacidad de la oferta de hospedaje instalada en Yucatán permite establecer un parámetro sobre el crecimiento y su participación en el mercado turístico nacional y en especial en la región sureste.

La planta turística de hospedaje ha mostrado un crecimiento del 3.7%, pasando de 115 establecimientos de hospedaje en 1997 a 138 hasta el 2002.

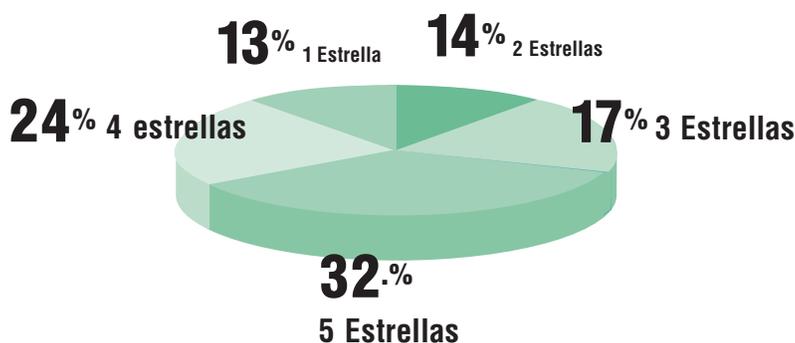
La planta turística de hospedaje ha mostrado un crecimiento de 3.7%, pasando de 115 establecimientos en 1997 a 138 en el 2002. La categoría que ha presentado una tasa de crecimiento anual mas alta en hoteles es la de 5 estrellas.

Sin duda la planta turística más importante y destacable del estado se encuentra concentrada en la ciudad de Mérida. Cabe hacer mención que en la costa la mayor cantidad de hoteles se encuentran ubicados en Progreso, Telchac y Celestún.

En términos de la estructura de establecimientos de hospedaje es importante resaltar que más de la mitad de la oferta de hospedaje en el estado es de categoría turística; de la cual el 15.7% tiene la categoría de 5 estrellas.

Es fundamental mencionar que la mayoría de la nueva oferta de hospedaje es el resultado del acondicionamiento de las ex-haciendas como centros de hospedaje, que se incluyen en la categoría de cinco estrellas.

Oferta de cuartos por categoría
2002



Fuente: SECTUR federal y Secretaría de Turismo de Yucatán

Cuartos de hospedaje

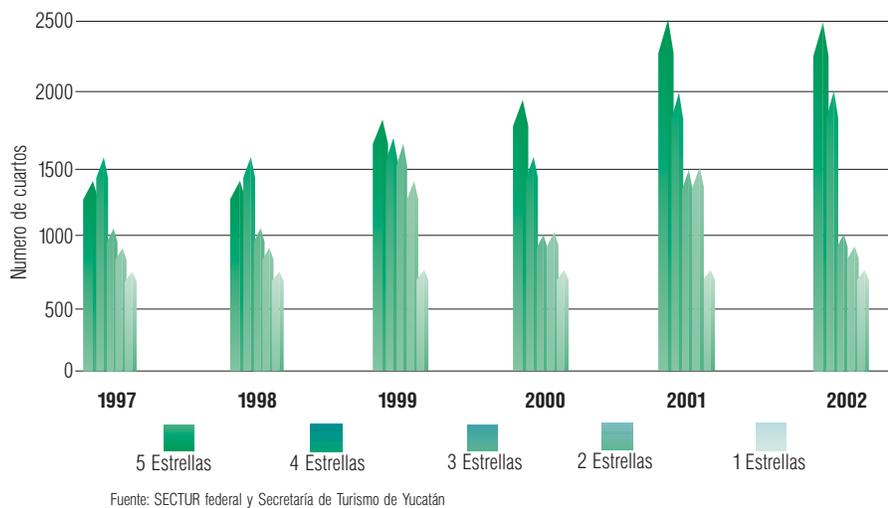
En los últimos diez años se ha notado un crecimiento promedio del 2.9 por ciento anual; es decir un incremento de 1,550 cuartos en el periodo, lo que significa un incremento de 136 cuartos de hotel por año durante este periodo.

De estos 136 cuartos anuales, 102 habitaciones fueron construidas en la ciudad de Mérida y sólo 30 cuartos se construyeron en el resto de los municipios del estado.

Lo anterior implica que la mayor parte de la inversión está centralizada en la capital del estado.

En el período de 1997-2002 las habitaciones con categoría de 3 a 5 estrellas fueron las que aumentaron en mayor proporción su TMCA, que fue de 2.85 por ciento anual, mientras que las demás categorías solo fue de 0.54 por ciento en el período mencionado.

Cuartos de hospedaje por categoría turística 1997-2002



Cabe resaltar que los cuartos de hotel de 5 estrellas fueron los que presentaron la TMCA más alta, que fue de 7.47 por ciento anual, es decir incorporando al año 54 habitaciones.

De manera contraria la única categoría que decreció en su oferta fue la de 4 estrellas, ya que disminuyó en 127 cuartos.

Actualmente en el estado se ofertan 6,379 cuartos de hotel de categoría turística. La mayor parte de esta oferta de hospedaje en habitaciones se concentra en la categoría de 5 y 4 estrellas, pues en ella se concentra el 56% de la oferta total en la entidad. La menor oferta se agrupa en las categorías de 1 y 2 estrellas.

Adicionalmente a esta oferta de cuartos hoteleros se cuenta con otro tipo de establecimientos de hospedaje como son las casas de huéspedes, las posadas y las suites que agregan a esta oferta un valor agregado que asciende 1,485 cuartos/espacios adicionales. Se debe resaltar que en la capital del estado se dispone de un trailer park que ofrece espacio para 500 remolques.

Sin duda la ocupación hotelera en la región ha presentado periodos de ajuste en los que es fácil apreciar que el mercado turístico ha cambiado sus comportamientos, ya que al principio de la década hasta mediados de la misma el porcentaje de ocupación no alcanzaba el 50%.

A partir de 1996 se ha venido presentado una recuperación gradual, como se observa durante el periodo de 1997 a 2001 cuando alcanzó una ocupación del 53%.

Estadía

Sin duda los años en los que se ha presentado el mejor promedio de estadía son de 1992 hasta 1994, gracias a las acciones instrumentadas en el marco de desarrollo del Programa Mundo Maya. A partir de 1995 el comportamiento de la estadía ha sido fluctuante, en función de variables macroeconómicas y del turismo internacional, en un rango que oscila alrededor del 2.33 noche y ha llegado a alcanzar las 2.48 noches, en determinados periodos estacionales.

Oferta complementaria

Establecimientos de alimentos y bebidas

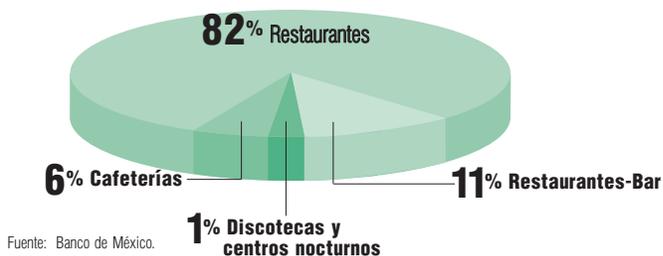
Para el año 2002 existían registrados en Yucatán 393 establecimientos de alimentos y bebidas clasificados en restaurantes de comida internacional, rápida, fondas y cocinas económicas, taquerías y torterías; cafeterías; restaurantes-bar; discotecas y centros nocturnos.

Aunque no todos son de calidad turística muchos reciben beneficios por los consumos de los visitantes. Esta industria genera más de 8,000 empleos en todo el estado, lo que le da un carácter importante dentro de la actividad económica.

Se observa que esta industria ha tenido una TMCA de 6.78% en el periodo 1992-2002, resaltando en ese grupo los restaurantes y restaurantes-bar con tasas medias de crecimiento de 7.39% y 9.72% respectivamente.

Para el año 2002 existían registrados en Yucatán 393 establecimientos de alimentos y bebidas.

Composición de la oferta complementaria



Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI

Desde el punto de vista turístico, el Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI se constituye como una instalación muy importante para el estado y para la ciudad de Mérida, al permitir la promoción permanente y regular de eventos de gran tamaño que permiten aprovechar su tradición en el mercado de negocios. En él se han realizado importantes eventos nacionales e internacionales que han posicionado a Mérida entre uno de los diez principales destinos en este tipo de segmento de mercado; ello debido a la creación y operación de la Oficina de Congresos y Exposiciones de Yucatán (OCEY).

El Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI tiene cuatro salones, el más grande, con 3,511 metros cuadrados y con capacidad para albergar eventos de 6,500 personas en montaje tipo auditorio y 3,500 en tipo banquete.

Existen instalaciones para eventos y banquetes que se ofertan en las haciendas, en los hoteles de la ciudad de Mérida y en los de las zonas arqueológicas. Un hotel en la playa (Reef Club Telchac) también ofrece instalaciones para similar tipo de eventos.

Agencias de viaje

Para el año de 1993 existían 81 agencias de viajes en todo el estado de Yucatán; la mayoría de ellas ubicadas en la ciudad de Mérida, en gran medida debido a la función que desempeña como centro de distribución. Para el año 2001 se incrementaron hasta sumar un total de 109 establecimientos, lo cual significa un incremento en este lapso del 3.78%.

Particularmente en los últimos cuatro años se presentó el mejor crecimiento anual con un 5%, incrementándose la oferta en 12 establecimientos más al final del 2002.

El 86% de las agencias son minoristas; el 11% son operadoras mayoristas y el resto son subagencias (sucursal). La mayoría de las agencias se dedican al turismo egresivo y doméstico mientras que un poco más del 20% están enfocados al turismo receptivo.

La labor de las agencias de viaje se ve apoyada por los servicios ofertados de guías de turistas.

Existen instalaciones para eventos y banquetes que se ofertan en las haciendas, en los hoteles de la ciudad de Mérida y en los de las zonas arqueológicas.

Guías de turistas

Actualmente la oferta conjunta 475 guías de turistas registrados que ofrecen sus servicios en diferentes localidades del estado. El servicio lo pueden proporcionar en inglés, francés, alemán, italiano, portugués, holandés y japonés. Cabe mencionar que algunos guías hablan dos o más idiomas.

La mayor parte de los guías turísticos de Yucatán hablan inglés, (93%) siguiéndole los que hablan italiano (45 guías), francés (39 guías) y alemán (19 guías) en menor proporción. Parlantes del portugués y japonés son pocos y sólo se tiene el registro de un guía por cada uno de estos idiomas y finalmente sólo dos guías hablan holandés.

Es de observarse que dada la cualidad de los destinos de interés turístico en el estado de Yucatán se requiere de guías especializados.

Arrendadoras de automóviles

La oferta de arrendadoras se ha ido incrementando ya que en 1993 existían únicamente 13 establecimientos, mientras que para el año 2002 ya se tenían registradas 44, lo que significa una TMCA de 14.51%, asociado a que el servicio que proporcionan estas empresas no solamente es utilizado por los turistas sino también por las personas que viajan en el estado por motivos de negocio y por los residentes locales.

El ritmo de crecimiento del sector se puede dividir en 2 periodos: el primero de 1993 a 1998 cuando las variaciones son muy marcadas y posteriormente se estabilizan para el año 1999 hasta el 2002, con un crecimiento del 11.2% en la oferta de este servicio, ya que pasaron de 32 a 44 arrendadoras registradas, lo que muestra un crecimiento modesto en este último lapso.

La oferta de arrendadoras se ha ido incrementando ya que en 1993 existían únicamente 13 establecimientos, mientras que para el año 2002 ya se tenían registradas 44.

Capacitación turística

Existen en el Estado de Yucatán instituciones educativas de nivel técnico y superior formadoras de los recursos humanos que preparan al personal encargado de atender al turismo que visita el estado y sus diferentes atractivos.

Las instituciones de nivel superior que imparten la carrera de Administración de Empresas Turísticas o de Turismo son:

- Universidad del Mayab
- Escuela de San Agustín, ahora Universidad Mesoamericana de San Agustín
- Escuela Tecnológica Turística Total
- Instituto de Estudios Superiores Las Américas
- Instituto Tecnológico de Mérida

En cuanto a las carreras técnicas en áreas de hotelería, alimentos y bebidas o gastronomía son impartidas por el Plantel CONALEP Mérida I, Colegio de Bachilleres-Progreso y la Universidad Tecnológica Metropolitana.

En el periodo de 1993–2000 se inscribieron a estas instituciones 6,835 alumnos, siendo la carrera más solicitada la de licenciatura en turismo. Sin embargo sólo el 28.78% egresa y únicamente el 12.82% se ha titulado.

Asimismo existe un Centro de Capacitación en el cual se ofrecen cursos sobre actividades relacionadas con el turismo y los restaurantes; al cual asistieron 12,539 personas en el periodo de 1993 a 2000.

Educación en el área del turismo 1993-2000			
Carreras	Alumnos inscritos	Alumnos egresados	Alumnos titulados
Licenciatura en admon. de empresas turísticas	1,675	528	319
Licenciatura en turismo	3,873	777	145
Profesional técnico en áreas de hotelería, alimentos y bebidas y gastronomía	1,287	662	412
Total	6,835	1,967	876

Fuente: INEGI, Gobierno del estado de Yucatán "Anuarios estadísticos del estado de Yucatán".

Paradores turísticos

Las autoridades estatales han construido paradores turísticos que son administrados por el CULTUR (Patronato de la Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán).

Las autoridades estatales han construido paradores turísticos que son administrados por el CULTUR (Patronato de la Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán).

Algunos de estos paradores cuenta con servicios de estacionamiento, sanitarios, cafetería, restaurante, museo y enfermería; así como establecimientos de venta de artesanías, artículos fotográficos, literatura y ropa típica, entre otros.

Estos sitios refuerzan la oferta turística del estado por el tipo de servicios de que disponen, ya que la mayoría de ellos se encuentran ubicados en zonas arqueológicas o cercanas a áreas naturales.

Los paradores turísticos se encuentran ubicados en:

- Las zonas arqueológicas de Chichén Itzá, Dzibilchaltún y Uxmal
- Las Grutas de Balankanché y la Gruta de Loltún
- Celestún Ría y Celestún Playa
- Halachó (mercado de artesanías)
- Uaymitún (observatorio de flamings)

2.2.5 Demanda turística

Uno de los principales indicadores del éxito de los destinos turísticos se refiere a la afluencia turística que presentan los mismos.

La afluencia de visitantes a la entidad está compuesta por los turistas nacionales y extranjeros que se hospedan en hoteles y que llegan por vía aérea y terrestre, así como por los excursionistas que arriban en cruceros.

Los motivos de visita son recreacionales, de negocios o excursión, lo que incide en el tiempo de estadía, los servicios a utilizar, sitios visitados y formas de hospedaje.

Uno de los principales indicadores del éxito de los destinos turísticos se refiere a la afluencia turística que presentan los mismos.

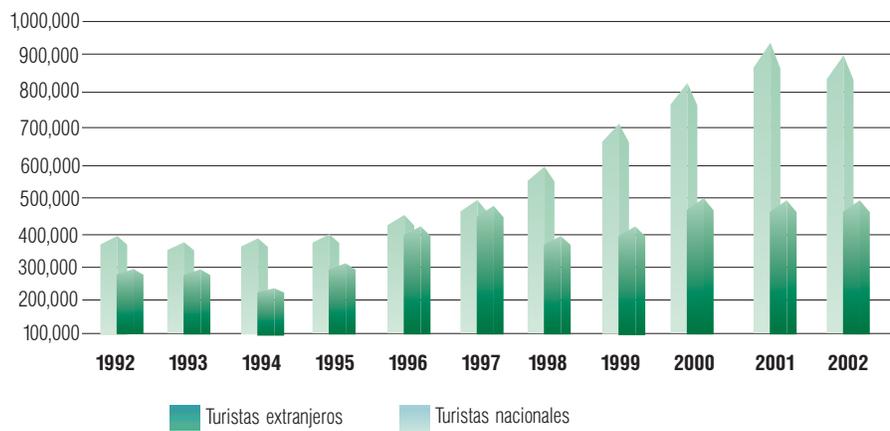
Turistas hospedados

El volumen de visitantes que llegó a Yucatán en el 2002 fue de aproximadamente 1,464,610 personas, de las cuales casi el 31% era de procedencia extranjera y el resto de origen nacional.

En el período 1992-2002, la cantidad de turistas nacionales hospedados en hoteles presentó una tendencia a la alza, en contraste con los turistas extranjeros que a partir de 1998 presenta una disminución significativa y desde entonces no ha alcanzado el nivel observado en 1997, por lo que se ha mantenido sin cambios significativos.

El volumen de visitantes que llegó a Yucatán en el 2002 fue de aproximadamente 1,464,610 personas, de las cuales casi el 31% era de procedencia extranjera y el resto de origen nacional.

Turistas hospedados



Fuente: SECTUR federal y Secretaría de Turismo de Yucatán

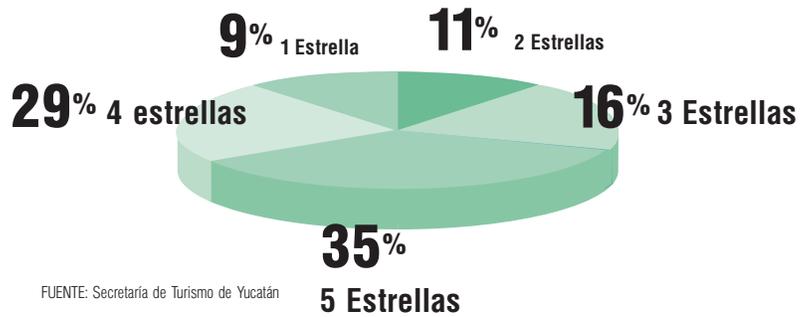
De tal manera que el crecimiento promedio anual en ese lapso experimentado por la afluencia de turistas nacionales hospedados fue de 8.4 por ciento, mientras que en el caso de los turistas extranjeros hospedados en hotel la TMCA fue de 4.48 por ciento; es decir que

en promedio por año se recibieron 610,792 turistas nacionales, cifra significativamente superior a la cantidad de 414,752 turistas extranjeros.

En general los turistas nacionales y extranjeros se alojan principalmente en establecimientos de hospedaje de 5 y 4 estrellas, 35% y 29% del total; datos que corroboran la tasa de crecimiento en turistas hospedados que mostró la categoría de 5 estrellas en los últimos diez años al crecer 32.3% promedio por año.

En general los turistas nacionales y extranjeros se alojan principalmente en establecimientos de hospedaje de 5 y 4 estrellas.

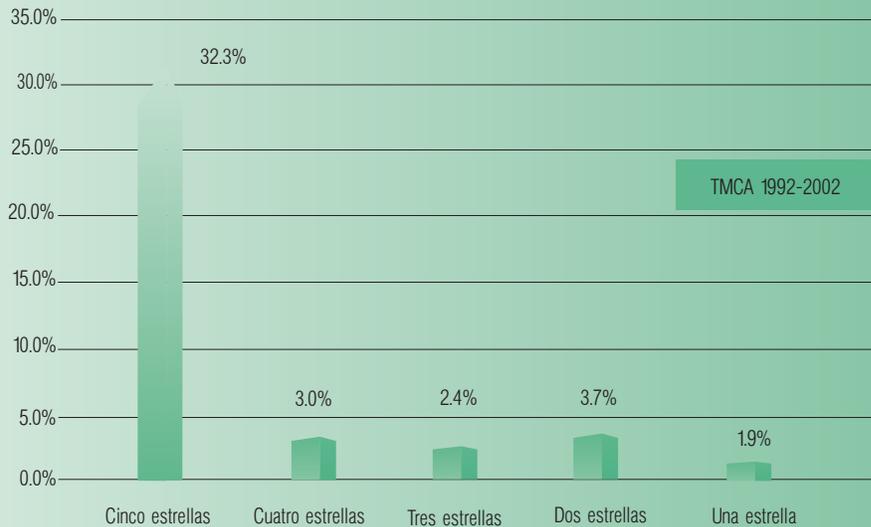
Turistas hospedados por categoría turística



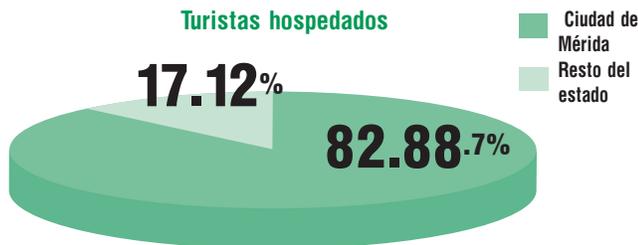
FUENTE: Secretaría de Turismo de Yucatán

Cabe destacar que un poco más del 80% de la afluencia se concentra en la ciudad de Mérida y el resto en las ciudades del interior del estado, principalmente en Valladolid, Pisté, Ría Lagartos, Celestún, Izamal y Uxmal, que son quienes cuentan con los principales recursos y atractivos coloniales, arqueológicos y naturales.

Crecimiento medio anual de turistas hospedados por categoría



Importancia de Mérida en el turismo estatal Oferta



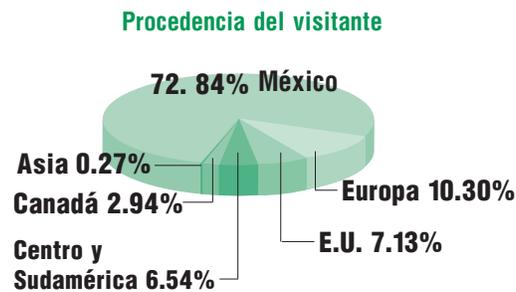
Recursos Culturales Museos	
Cd. de Mérida	9
Resto del estado	14
Total en el estado	23

Infraestructura hotelera		
Establecimientos	Cuartos	
Cd de Mérida	90	4,853
Resto del estado	48	1,526
Total en el estado	138	6,379

Servicios	Mérida	Resto del estado	Total en el estado
Agencia de viajes	107	3	110
Arrendadoras autobuses	15	0	15
Arrendadoras de autos	44	0	44
Campos de golf	1	0	1
Centro de congresos y convenciones	1	0	1
Lineas aéreas	10	0	10
Restaurantes	268	138	406

Fuente: Secretaría de Turismo de Yucatán 2001

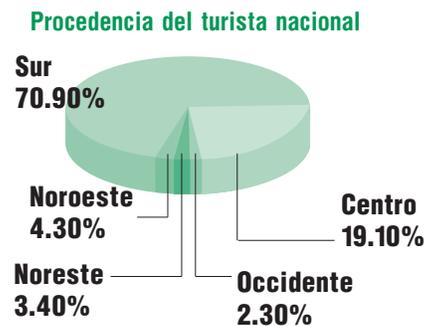
Demanda



Fuente: Banco de México 2001

Permanencia 2.96 noches	En Mérida 50% es turismo de retorno
-----------------------------------	--

Medio de transporte	
Terrestre	93.70%
Aéreo	6.30%



Actividades realizadas	
visita a museos	62.70%
visita a zonas arqueológicas	66.00%
visita a eventos de la ciudad	57.00%
visita a ciudades coloniales	35.30%
participación en excursión ecológica	11.00%
visita a módulos de información	41.30%

Fuente: Secretaría de Turismo con datos del Ayuntamiento de Mérida. (Encuesta de mercado turístico 2001)

La afluencia total mensual de turistas hospedados en la entidad sigue el patrón observado a nivel nacional, con caídas recurrentes en la afluencia en los meses de mayo, junio y septiembre.

Un fenómeno de especial interés en el análisis del comportamiento de la afluencia turística es la estacionalidad que se observa en diversas etapas del año, y que muestra una preferencia del turismo por la temporada de verano.

Además la afluencia total mensual de turistas hospedados en la entidad sigue el patrón observado a nivel nacional, con caídas recurrentes en la afluencia en los meses de mayo, junio y septiembre. Esto se debe a que el turismo en la entidad, como sucede con la media nacional, está vinculado con el periodo vacacional. La similitud del patrón mensual de turistas hospedados en Yucatán en relación con el país se acentúa con aquellos de origen nacional.

En el año 2001 la estadía promedio alcanzó la cifra de 2.32 noches para los nacionales y de 1.80 noches para los extranjeros, cifras relacionadas con los 2'891,271 turistas-noche registrados en la entidad.

Comportamiento mensual de los turistas hospedados



Afluencia de turistas vía terrestre

La demanda de pasajeros por vía terrestre a Yucatán es difícil de medir con precisión debido a que no existe la recopilación sistemática de información de oferta y demanda de pasajeros en servicio terrestre al estado.

No se tiene registro de la oferta de asientos ni de la llegada de pasajeros por autobús a las terminales de Mérida (o del interior) desde las diferentes ciudades, por lo que resulta necesario iniciar su recolección regular y sistemática. Sin embargo se ha constatado que el volumen de pasajeros en la línea de autobuses ADO crece a una tasa anual del 5-8% anual. El volumen de pasajeros que llegaron a Yucatán en el 2001 en la línea de Autobuses del Noreste fue de 90.8 mil, con una tasa negativa de crecimiento de -9.1% anual para el periodo de enero-junio del 2001 al mismo periodo del año 2002.

Por otro lado se han estimado los flujos mensuales y anuales de pasajeros en los tres diferentes años, que dimensionan la demanda potencial de bienes y servicios al estado (de acuerdo a la relación que vincula los intereses de los viajeros con la oferta existente). De esta forma para los diferentes tramos carreteros se tiene que:

1) Los pasajeros del tramo Kantunil-Pisté-Kantunil representan un volumen estimado de 233,700 personas en el año 2001, con una TMCA 95-01 del 10.8%.

2) Los pasajeros del tramo Pisté-Valladolid-Pisté representa un volumen de 311,800 personas en el año 2001, con una TMCA 95-01 del 0.7%. Este tramo muestra el efecto que tuvieron los acontecimientos del 11 de septiembre del 2001 (de septiembre a diciembre del 2001 se tiene una disminución considerable de los flujos) que afectó fuertemente el flujo turístico a la región.

3) Los pasajeros del tramo Kantunil-Valladolid-Kantunil representan un volumen considerable al llegar a 1'457,900 personas en el año 2001 con una TMCA 95-01 del (8.7%).

4) Los pasajeros del tramo Valladolid-Cancún-Valladolid totalizan 1'912,500 personas en el 2001 con una TMCA 95-01 del 5.7%.

Es indudable la función que desempeña Cancún como el mejor centro distribuidor para la Ciudad de Mérida, con la mejor tasa de crecimiento en la afluencia en el periodo. Este mismo comportamiento se presenta también para Cancún.

Afluencia de pasajeros vía crucero

La llegada regular y significativa de cruceros a Yucatán es relativamente reciente, cuando en 2001, a partir de la inauguración de la terminal para este tipo de navíos se disparan las llegadas, por lo que se le augura mucho éxito por la naturaleza de los recursos en Yucatán y la infraestructura que tiene el área Progreso-Mérida y cercanías.

Gracias a la inversión hecha en Puerto Progreso se cuenta ya con posiciones de atraque apropiadas y en el futuro se espera contar con una terminal adecuada para prestar servicios competitivos para este tipo de pasajeros.

Es indudable la función que desempeña Cancún como el mejor centro distribuidor para la Ciudad de Mérida, con la mejor tasa de crecimiento en la afluencia en el periodo.

Cruceros turísticos en Puerto Progreso

Concepto	1998	1999	2000	2001	2002
Arribos efectivos	01	48	46	14	85
Arribos programados	n/d	n/d	n/d	16	95
Navieras recibidas	01	n/d	n/d	03	08
Visitantes transportados	5,435	22,010	22,676	19,223	186,093
Pasajeros	n/d	n/d	n/d	11,470	128,375
Tripulantes	n/d	n/d	n/d	6,220	57,718
Permanencia en Progreso	n/d	n/d	n/d	6,660 (58.06%)	66,749 (51.99%)
Excursionistas al interior del estado	n/d	n/d	n/d	3,889 (33.9%)	43,250 (33.69%)

Posición con respecto a los principales puertos del país			
Puerto	Pasajeros	Arribos	Posición
Cozumel, Q. Roo	2,424,819	1,165	01
Cabo San Lucas, B.C.S	400,941	240	02
Puerto Vallarta, Jal.	362,348	173	03
Mazatlán, Sinaloa	345,603	163	04
Ensenada, B.C.N.	319,019	151	05
Mahahual, Q. Roo	292,556	141	06
Playa del Carmen, Q. Roo	78,802	96	07
Progreso, Yucatán	128,432	95	08
Punta Venado, Q. Roo	165,785	94	09
Acapulco, Guerrero	144,081	94	10
Principales puertos	4,455,152	2,316	

La tendencia en llegadas fue ascendente hasta el año 2000 y, aunque en el 2001 las cifras muestran una caída importante, las alcanzadas para el 2002 muestran un volumen relevante y los pronósticos en este sentido son alentadores.

Para el 2001 (noviembre-diciembre) se alcanzó un volumen total de 17,690 (pasajeros y tripulantes) con 11 operaciones. Hasta julio del año 2002 habían llegado a Puerto Progreso 71,633 pasajeros.

Por ser básicamente un puerto comercial el movimiento que se registra en Progreso no es comparable con el de los demás puertos de la región sureste, debido a la vocación de cada uno ellos.

Para el año 2002 y tan sólo por apreciar la importancia que va tomando esta modalidad de arribo a la entidad, basta mencionar que la tasa de crecimiento de los dos últimos aumentó hasta casi un 205%. De 2001 al 2002 el incremento fue tal que se registraron 115,428 visitantes más. En este mismo sentido la afluencia de visitantes vía crucero se incrementó en un 120.48%, lo que significó 106,421 visitantes más al final de este breve periodo considerado.

Para el año 2002 el total de pasajeros fue de aproximadamente 128,431, lo que constituye una cifra elevada para el movimiento turístico de la región. La programación de cruceros para los próximos cuatro años representa una oportunidad de dinamizar el movimiento de pasajeros en esta modalidad.

La información disponible sobre el servicio del ferry Scotia Prince aporta la referencia de operaciones todos los domingos del mes hasta mayo del 2003.

Por ser básicamente un puerto comercial el movimiento que se registra en Progreso no es comparable con el de los demás puertos de la región sureste, debido a la vocación de cada uno ellos.

Compañías navieras que arribaron a Puerto Progreso en 2002				
No.	Compañías navieras	Barcos	Capacidad de pasajeros	Arribos anuales
01	Celebrity Cruises	Horizon	2,681	27
02	Carnival Cruises	Pride	2,668	25
03	Royal Caribbean	Grandeur of the Seas	1,950	13
04	Royal Olympic	Olimpia Voyager	840	12
05	Festival Cruises	Mistral	1,196	10
06	Regal Cruises	Regal Empress	n/d	07
07	Holland America	Maasdam	1,440	01
08	Costa Cruises	Costa Victoria	2,394	01

Adicionalmente existe una marina en el puerto de abrigo Yucalpetén que puede albergar yates y embarcaciones menores, lo que significa otro factor de oportunidad dada su ubicación estratégica para el turismo por su cercanía con los principales puertos del Golfo de México y del Caribe y por su posición geográfica, por lo que puede aprovecharse para un proyecto de escalera náutica del Golfo de México.

Un factor que denota la importancia que esta tomando la actividad turística por esta vía es el inicio de un servicio de ferry entre la Florida y Yucatán.

Para el año 2002 el total de pasajeros fue de aproximadamente 128,431, lo que constituye una cifra elevada para el movimiento turístico de la región.

Afluencia de visitantes a zonas arqueológicas y grutas

Yucatán se caracteriza por su notable turismo con intereses culturales y las visitas a zonas arqueológicas son un indicador importante de la demanda cultural y recreativa.

De 1996 al 2001 el promedio total de visitas a las zonas arqueológicas más importantes del estado fue de 2.0 millones de personas, las cuales se encuentran muy concentradas en la de Chichén Itzá y la de Uxmal. La primera concentra el 60% del volumen de visitantes promedio de esos años mientras que Uxmal participa con el 20%.



FUENTE: Secretaría de Turismo de Yucatán, con datos del INAH

El segmento de visitantes nacionales aumentó en promedio un 7% anual en los últimos 11 años, con un poco más de 37 mil personas, mientras que los extranjeros mantuvieron un incremento de 3%; más o menos 15 mil visitas más, con un total de 53 mil turistas.

Entre los sitios arqueológicos que participan en menor escala se puede mencionar Dzibilchaltún, como el más importante después de Uxmal y Chichén Itzá, que se ve favorecido por su belleza y por su cercanía a Mérida. La llegada de cruceros a Progreso podría incrementar el volumen de visitantes a esta zona arqueológica en el futuro cercano.

En las Grutas de Loltún y Balankanché la afluencia de visitantes llegó a 57,337 y 14,789 respectivamente, con crecimiento promedio en el periodo 1996–2001 del 2% para Loltún; siendo negativa para Balankanché (-6% en el mismo lapso). La zona arqueológica de Mayapán se vio favorecida con una tasa media anual de crecimiento del 44%, presentando un incremento de poco más de 6,300 turistas de 2000 al 2001.

Las zonas arqueológicas que presentan un crecimiento promedio mayor en su afluencia son Mayapán, Chacmultún, Kabáh y Ek Balam.

Las zonas arqueológicas que presentan un crecimiento promedio mayor en su afluencia son Mayapán, Chacmultún, Kabáh y Ek Balam.

Finalmente a finales del 2002 y considerando la última década el crecimiento de visitantes a zona arqueológicas alcanzó el 5.4%; esto es un aumento de 736 mil visitantes más que en 1992. El segmento de visitantes nacionales se ha incrementado logrando una proporción del 61%, creciendo un 10% con respecto al inicio del periodo.

A su vez la afluencia de visitantes a museos administrados por el INAH presenta un comportamiento no tan alentador, ya que demostró un decremento anual del 1.3%. A finales del 2002 registró una afluencia de 54,800 visitantes, mostrando que dejó de recibir casi 8 mil visitantes en comparación con los de 1992.

Reflejo del comportamiento general en la entidad es la baja en los visitantes extranjeros, ya que a finales del 2002 representaban apenas el 29% de la afluencia total a museos. Sin embargo se debe considerar el valor que toma y que va representando el segmento de nacionales para la actividad turística y recreativa en la región, así como la puesta en valor de las corrientes intrarregionales y nacionales.

Afluencia de visitantes a áreas naturales protegidas

Sin duda una de las áreas naturales favorecidas por la afluencia registrada durante el año 2002 es el Parque Nacional de Dzibilchaltún y el Parque Estatal Kabáh.

Las áreas naturales cercanas a Mérida (Celestún y el parador de avistamiento de aves Uaymitún) muestran ya un flujo de visitantes importante. El primero está asociado a Mérida y el segundo está interrelacionado a la llegada de pasajeros en cruceros.

Según datos de la Secretaría de Ecología los visitantes a las diez áreas naturales protegidas del estado alcanzan la cifra de 18,000 personas al año y la afluencia en los paradores turísticos de la Ría Celestún y Uaymitún es de 117,000 visitantes.

El indicador de crecimiento de las áreas (y por lo tanto de la presión a la que están sometidas por impulso de las actividades económicas del turismo o de la pesca) permite identificar la presión poblacional que tienen actualmente las áreas que normalmente refieren

Visitantes a las áreas naturales del estado de Yucatán

Área natural protegida (ANP)	Estimación del número de Visitantes (2001)		
ANP de San Felipe	N-D		
ANP Río Lagartos	N-D		
ANP Alacranes	3,000		
Subtotal	3,000		
Parque Nacional Dzibilchaltún	10,000		
ANP de valor escénico, histórico y cultural:			
San Juan Bautista Tabí y Anexa Sacnicté	600		
Reserva estatal El Palmar	500		
Reserva estatal Dzilam	1,000		
Parque estatal Lagunas de Yalahau	2,000		
Parque estatal Kabáh	4,000		
TOTAL	18,100		
Paradores turísticos	2000	2001	Inc. Anual (%)
Ría Celestún	51,485	49,369	-4.1
Uaymitún	69,026	67,721	-1.9

Fuente: Secretaría de Ecología, Gobierno del estado de Yucatán. Dirección de Conservación y Manejo de Recursos Naturales y CULTUR.

la actividad económica (para este caso es, como ya se mencionó, la pesca y el turismo).

El crecimiento demográfico más importante del estado parece estar asociado de alguna manera con el turismo pues las tasas más altas la tienen los municipios y localidades inmersos en el proceso de desarrollo de esta actividad tales como Celestún, Tinum, Valladolid, Progreso y Santa Elena, con una tasa superior a la media estatal.

Según datos de la Secretaría de Ecología los visitantes a las diez áreas naturales protegidas del estado alcanzan la cifra de 18,000 personas al año.

2.2.6 Perfil del mercado

La oferta turística de Yucatán presenta características singulares y que le permiten vislumbrarse como una oportunidad para convertirse en un mercado altamente competitivo.

Segmentos tales como el cultural, el de aventura, ecológico, recreativo, negocios, tránsito, deportes, cruceros, playa y convenciones conforman un espectro amplio al que se puede responder y atender gracias a la amplitud del producto turístico del estado.

Mérida, gracias a la concentración de infraestructura y planta instalada, representa el mejor y más importante centro emisor.

Durante el último año la entidad se vio favorecida en la llegada de turistas nacionales, que representaron el 65% de la afluencia total a la entidad.

El 64% de los turistas extranjeros a la entidad visitan sitios como Mérida; le siguen en orden de importancia Puerto Progreso (9%) y Uxmal en un 3%. Visitar lugares de sol y playa, a familiares y amigos y la cultura son los principales temas para viajar al estado.

Lo mismo en verano como en periodos obligatorios de descanso (época decembrina y la semana santa) el destino mantiene preferencia por los turistas nacionales, creciendo esta demanda como lo indica el comportamiento en la última década.

El concepto de vacación que presenta el turista a la entidad se concentra en paseos y excursiones a pie, con salidas para ver lugares o atracciones interesantes en la zona.

Así mismo los paseos por los poblados o localidades culturales en Yucatán implican el conocer un paisaje diferente, relacionarse con la gente y disfrutar del ambiente. Los turistas muestran un interés especial por los aspectos culturales y dedican mucho tiempo a visitar museos y exposiciones.

Adicionalmente el motivo de viaje combina sobre todo el aprecio de la naturaleza con la práctica de actividades complementarias que se clasifican como alternativas.

La mayoría de los turistas a la región prefiere los hoteles como opción de hospedaje en la entidad, por lo que seis de cada diez turistas se hospedan en estos establecimientos.

Una cuarta parte de los turistas viaja con paquetes o viajes con servicios integrados, mientras que los dos tercios restantes prefieren adquirir los servicios turísticos por separado. Lo que distingue una proporción significativa en el tipo de reservación.

El grupo de edad que más visita la entidad es el comprendido entre los 35 y 49 años de edad (casi un 34%). Sin embargo los situados entre los 25 y 34 años, esto es un segmento de jóvenes, mantienen un especial interés por este tipo de destinos. Así mismo los varones tienen una mayor presencia en la entidad con un 59% de la afluencia.

Los turistas extranjeros proceden principalmente del mercado norteamericano, seguido del europeo, y en medida del mercado sudamericano.

Más del 80% de los turistas proceden del mercado norteamericano, esto es que más del 50% de los viajes a Yucatán proceden de la parte occidental. Le sigue el mercado europeo con un 8%. La mitad de los turistas efectúan una segunda visita a la entidad, lo que se convierte en un factor positivo al atender y mantener un mercado cautivo.

El principal medio para enterarse del destino es la recomendación directa de familiares y/o amigos, con lo que se comprueba la efectividad de este tipo de promoción o medio de comunicación a través de turistas totalmente satisfechos.

Siete de cada diez visitantes extranjeros califica al destino como bueno y considera que

Los paseos por los poblados o localidades culturales en Yucatán implican el conocer un paisaje diferente, relacionarse con la gente y disfrutar del ambiente.

vale lo que cuesta, mientras el 59% de los turistas definitivamente regresaría al destino.

Características generales del mercado turístico

Los visitantes nacionales a Yucatán provienen principalmente del Distrito Federal, Quintana Roo, Campeche y Tabasco. Generalmente son de clase media alta y se desempeñan como profesionistas, amas de casa, estudiantes y empleados.

Siete de cada diez visitantes extranjeros califica al destino como bueno y considera que vale lo que cuesta, mientras el 59% de los turistas definitivamente regresaría al destino.

El motivo de viaje es cultural, de congresos y convenciones, negocios y recreación. El 60% se hospedan en hoteles de categorías de 3 y 4 estrellas y su medio de transporte es por vía aérea y terrestre.

La procedencia mayor de los visitantes extranjeros es de Estados Unidos, Europa, Canadá, Latinoamérica y Japón. Su nivel socioeconómico es medio y alto y son jubilados, profesionistas y estudiantes.

Perfil de los turistas internacionales que llegan a Mérida por vía aérea

Origen de los turistas

Norteamérica

Estados Unidos
Texas, California, Florida, Nueva York

Canadá

Ontario, British Columbia, Québec, Alberta

Europa

España, Reino Unido, Francia, Italia, Alemania

América Latina

Costa Rica, Argentina, Venezuela, Chile

La satisfacción del turista se expresa sobre

Hospedaje y restaurantes, variedad y calidad de las actividades, seguridad y limpieza en el aeropuerto, transportación turística

Los turistas opinaron que pueden mejorarse

Seguridad en el destino e información disponible

Opinión sobre el destino

Buena y excelente

Percepción de la experiencia del viaje

Cumplió con las expectativas e incluso las superó

Grupos de edad

25-34 años 35-49 años

Escolaridad

El mayor porcentaje cuenta con estudios universitarios

Ocupación

Ejecutivos y gerentes, profesionistas, estudiantes

Tamaño del grupo

Dos personas, tres personas, siete o más personas

Motivo del viaje

Visita a familiares y/o amigos, negocios individuales, esparcimiento, cultura y ecoturismo

Medio de información del destino

Recomendación de familiares y amigos, agencias de viajes, Internet

Hospedaje

Hotel, hotel todo incluido, con familiares y amigos

2.3 Conclusiones generales

Como resultado del análisis cuantitativo sobre el comportamiento y situación actual de la actividad turística en la entidad, así como de lo identificado en los talleres de planeación, se deducen grandes líneas de atención prioritaria y que tienen relación directa con el modelo de desarrollo que tuvo el sector y la falta de definición de una política turística que lo fortaleciera.

Las cifras analizadas sobre todos los factores turísticos y el comportamiento de las principales variables del mercado confirman la problemática de un sector de aportación económica considerable, con un crecimiento modesto pero sostenido que se destaca como una alternativa real de desarrollo en la economía estatal.

Las comunicaciones y accesibilidad turística de Yucatán y del destino Mérida en particular permiten el arribo de corrientes turísticas por vía marítima, aérea y terrestre.

La infraestructura en terminales aéreas, marítimas y terrestres demanda inversión y mejoramiento en servicios, principalmente Progreso, perfilado ya como un puerto turístico por la detonación del arribo de cruceros pero amenazado por la falta de acondicionamiento e infraestructura turística. Puertos más jóvenes como Majahual en la costa maya registran mayores afluencias.

Yucatán como destino turístico tiene una gran riqueza de recursos y atractivos turísticos que requieren ponerse en valor y desarrollarse en forma sustentable.

Las zonas arqueológicas, como principal atractivo turístico, reciben una afluencia de visitantes considerable que se ha mantenido en crecimiento y está concentrada en Uxmal y Chichén Itzá.

Se identifica una oferta turística que en términos de infraestructura empezó en los últimos años a concentrar inversión pero aún no es suficiente para mejorarla y diversificarla en la medida que el nuevo turismo está demandando.

El mercado extranjero del destino es el norteamericano y europeo. Los perfiles varían destacando en el caso del norteamericano el segmento de retirados y en el europeo el turismo cultural.

En el ranking nacional de centros turísticos del interior Mérida está entre los primeros diez destinos del país por afluencia, no así por porcentaje de ocupación o estadía promedio.

La estacionalidad es marcada y en congruencia con los patrones que registra la estacionalidad del turismo en el país y comportamiento de las corrientes por origen.

El mercado nacional se ha mantenido en un crecimiento constante, siendo el principal

Las comunicaciones y accesibilidad turística de Yucatán y del destino Mérida en particular permiten el arribo de corrientes turísticas por vía marítima, aérea y terrestre.

En el ranking nacional de centros turísticos del interior Mérida está entre los primeros diez destinos del país por afluencia, no así por porcentaje de ocupación o estadia promedio.

proveedor de las corrientes turísticas, compuesto por turistas del D. F. y de estados del sureste.

El desarrollo de nuevos productos aún no concentra la atención de las inversiones privadas fuertes, recayendo el esfuerzo público en mejorar y completar infraestructura para crear confianza, o en proyectos estratégicos para detonar algunos sitios de gran potencial. La inversión de municipios turísticos y empresarios de los mismos aún es poco significativa, a excepción de Mérida.

Aunque la hotelería ha crecido en las categorías de mayor calidad, debido a la construcción de nuevos hoteles, restauración de ex haciendas y hoteles en casonas, la oferta no ofrece aún conceptos altamente innovadores y dirigidos a segmentos específicos con marcas distintivas o de atención exclusiva. Las reservas naturales más importantes como Celestún y Ría Lagartos son un gran potencial para el turismo en la naturaleza pero no registran afluencia turística considerable, cuentan con infraestructura y servicios limitados.

Consideraciones sobre el modelo de desarrollo turístico aplicado

El desarrollo turístico que se adoptó años atrás en Yucatán siguió un modelo de corte tradicional, hoy agotado, que no tuvo planificación y se basó en explotar mercados naturales y principalmente el turismo cultural, promoviendo el destino por los canales tradicionales sin distintivo de marcas o productos.

La oferta tradicional y sin diferenciación, sin innovación ni crecimiento importante no permitió que el desarrollo turístico se vislumbrara como coherente y que respondiera a las necesidades reales del mercado.

Baste mencionar el caso de sus costas para el producto de sol y playa, explotando principalmente el litoral para segunda casa de la población de la ciudad de Mérida, por lo que, en consecuencia, la infraestructura y servicios en la costa no atendieron al turismo extranjero y nacional.

La inversión turística privada se ha canalizado a la hotelería y restaurantes en la capital, concentrando excesivamente los servicios en Mérida y cubriendo el hospedaje en las dos principales zonas arqueológicas (Chichén Itzá y Uxmal).

En el ámbito de la infraestructura mereció prioridad la carretera, descuidando la ventaja que representaba el aéreo y portuario, lo que ha limitado el acceso del turismo potencial.

Históricamente, al detonarse la actividad turística en Cancún, el papel de Mérida como destino turístico fue de receptor y en consecuencia de estancia limitada a la conclusión del viaje de visita a la ciudad y sus zonas arqueológicas, pues las actividades estuvieron limitadas y presentaron poca diversidad y atractivo para el mercado potencial.

Este comportamiento ha sido el resultado de la ausencia de políticas y estrategias definidas para el aprovechamiento de los recursos turísticos de la entidad. No se ha mostrado a lo largo de los años la orientación de las acciones que concreten la rentabilidad de proyectos que posibiliten la organización de los empresarios y agentes del sector, tan sólo por mencionar algunos factores en la dinámica turística.

La promoción tradicional del destino y la dependencia de pocos mercados emisores impidió la penetración en nuevos mercados y nichos especializados que auxiliarían en el posicionamiento por diferenciación.

En consecuencia el destino no ha sido planificado y ha carecido de estrategias definidas con base en los cambios del entorno y dinámicas de la demanda.

Por lo tanto el comportamiento que ha presentado en los últimos años le ha significado estar al margen de competitividad en un universo de destinos y negocios turísticos que exigen estándares que respondan a las exigencias de los cambios en los gustos y preferencias de los turistas y que además presenten productos flexibles, diversificados y ampliados.

De esta forma el modelo turístico en Yucatán se ha reflejado en situaciones tales como:

La promoción tradicional del destino y la dependencia de pocos mercados emisores impidió la penetración en nuevos mercados y nichos especializados.

Factores de influencia

Infraestructura y servicios

- Urbanización inmobiliaria en la costa para segundas casas de la población meridana
- Mínima infraestructura de hospedaje fuera de Mérida, Valladolid y las dos zonas arqueológicas más importantes
- Infraestructura carretera como prioridad
- Conexión terrestre limitada al eje Mérida-Cancún
- Cierre gradual de vuelos internacionales por falta de promoción

Recursos humanos

- Nula capacitación y formación de recursos humanos en el sector turístico
- Visión empresarial no orientada a estándares de calidad internacional
- Declive del destino y pérdida de competitividad

Promoción

- Excesiva atención al turismo local (meridano) y regional
- Promoción sin orientación a marca y línea de productos
- Dependencia total de Mérida y de Valladolid, como centros de distribución de corrientes
- Falta de impulso a otras modalidades turísticas
- Turismo de negocios limitado por poca diversificación económica

Inversión

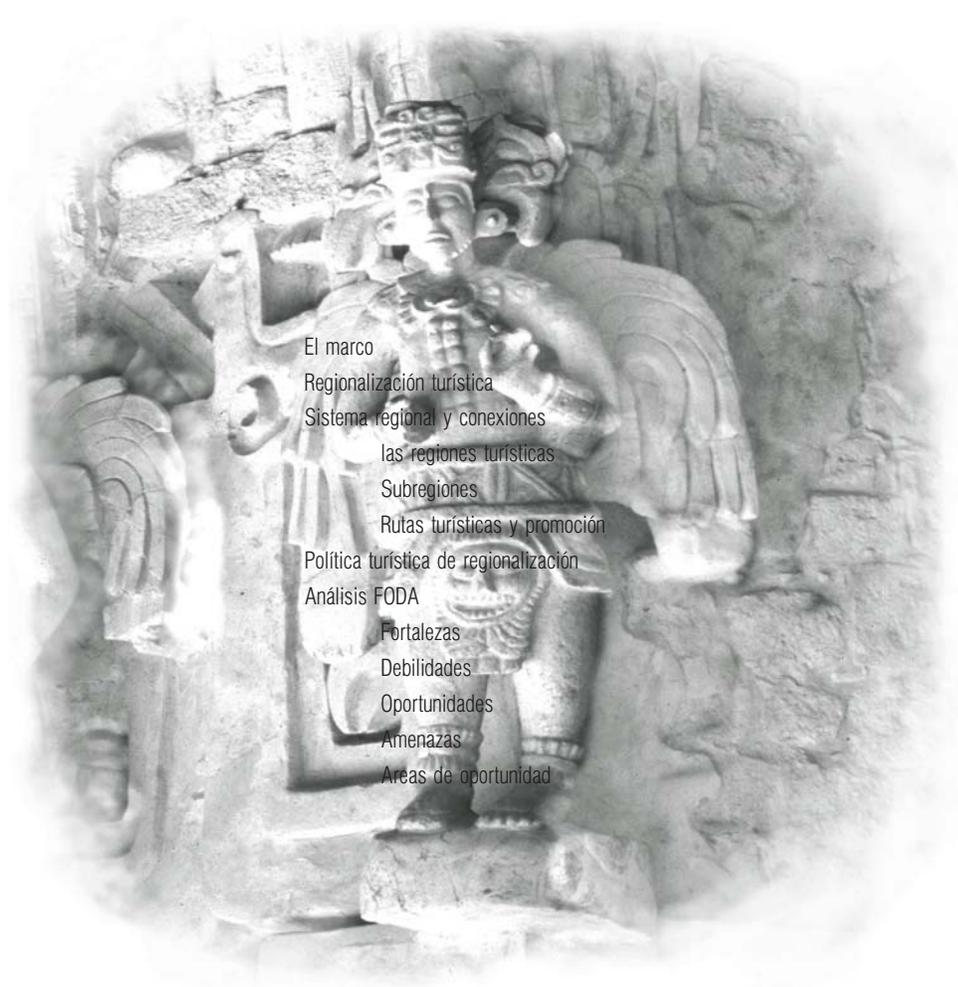
- Inversión hotelera limitada y tardía (ultima década)
- Dependencia de la promoción de unos pocos empresarios
- Inversión publica poco significativa en el sector, canalizada principalmente a infraestructura
- Limitada incentivación o estímulo a la inversión turística
- Bajo perfil sectorial, subordinación del desarrollo turístico al sector de desarrollo industrial y comercial

Desarrollo de producto

- Producto arqueológico sobreexplotado y poca diversificación de productos o su desarrollo.
- Indefinición de regiones y zonas turísticas para desarrollo
- Nula consideración al ordenamiento turístico
- Poco desarrollo de corredores o circuitos turísticos que le den valor agregado a los productos
- Conciencia limitada del potencial de las áreas naturales para uso turístico y promoción del turismo en la naturaleza
- Establecimientos de hospedaje sin conceptos novedosos, distintivos o de atención segmentada
- Yucatán identificado como zona maya Caribe por promoción dirigida de Cancún en los mercados

Por tanto el presente programa, en cada una de sus estrategias, metas y acciones responde a las necesidad de plantear un modelo de desarrollo turístico coherente, planeado e integral para el estado de Yucatán, en el marco de una política sustentable para los próximos años.

III. Planteamiento regional y análisis FODA



- El marco
- Regionalización turística
- Sistema regional y conexiones
 - las regiones turísticas
- Subregiones
- Rutas turísticas y promoción
- Política turística de regionalización
- Análisis FODA
 - Fortalezas
 - Debilidades
 - Oportunidades
 - Amenazas
 - Áreas de oportunidad



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



III. Planteamiento regional y FODA



3.1 El marco

El Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007 establece que Yucatán deberá tener un desarrollo regional equilibrado, sustentable, próspero y dinámico, como principio que enmarca toda acción gubernamental y a cualquier ejercicio de planeación y programación sectorial.

La estrategia de planeación regional de la entidad está orientada al aprovechamiento óptimo de los recursos de cada zona económica y propone aplicar un modelo de desarrollo regional integral para que sea generada riqueza económica en beneficio de los pobladores de todas las regiones. Por ello serán conservados y preservados el medio ambiente, el patrimonio histórico y protegida la cultura maya, aprovechando las vocaciones territoriales con estrategias claras y concertadas.

Los retos que se establecen para lograrlo son: la planeación de polos de desarrollo, la realización de planes maestros de desarrollo regional y el logro de sustentabilidad y equilibrio en este proceso, de acuerdo a lo planteado en el Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007.

En lo que concierne a desarrollo regional y turismo, el Programa Nacional de Turismo vigente establece como objetivo sectorial el apoyo al desarrollo turístico municipal, estatal y regional.

El Plan Nacional de Desarrollo le asigna al Sector Turismo el carácter de “promotor de desarrollo regional equilibrado” demandándole buscar fórmulas para lograrlo y sinergias regionales conjuntando esfuerzos de entidades que compartan vocaciones, programas y proyectos comunes como principio de planeación turística, razón por la que se ejecutan siete programas regionales de desarrollo turístico en los que participan los tres niveles de gobierno, las dependencias y agentes del sector privado y social.*

3.2 Regionalización turística

Con base en el análisis de la regionalización del estado, hecha por el COPLADE, y las condiciones económicas de las diez regiones en las que se divide Yucatán, se inició el ejercicio de planeación para la identificación y definición de la regionalización turística que sustentará la estrategia de desarrollo sectorial.

Para tal efecto fueron atendidos los criterios espaciales de la planeación regional y la turística, a fin de establecer un formato por zonas y sitios de vocación turística concentrados en regiones y subregiones turísticas articuladas e interconectadas por un centro y sub-centros de distribución asistidos por nodos e interconectores carreteros, aéreos y marítimos que se comunican y forman una red de corredores y circuitos con espacios y dinámicas asociados que los distinguen como un gran subsistema turístico en el territorio estatal.

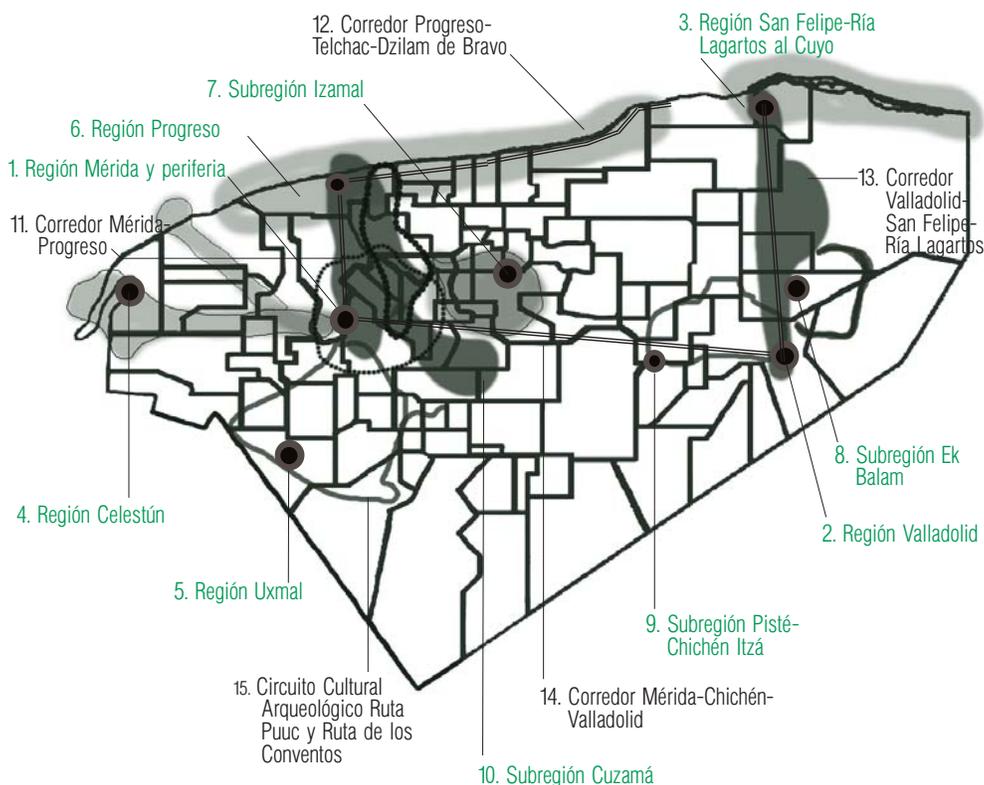
Criterios espaciales, económicos, de mercado, sociales, ambientales, urbanos y turísticos fueron considerados en la definición de seis regiones y cuatro subregiones turísticas conectadas y comunicadas por cuatro corredores para permitir que por vía terrestre, marítima o aérea, las corrientes turísticas tengan acceso, transiten o se internen y conozcan los principales atractivos y sitios turísticos del estado.

* Programas regionales: Mundo Maya, En el Corazón de México, Fronteras, La Ruta de los Dioses, Mar de Cortés y Barrancas del Cobre, Tesoros Coloniales del Centro de México y Centros de Playa.

Yucatán deberá tener un desarrollo regional equilibrado, sustentable, próspero y dinámico.

Criterios espaciales, económicos, de mercado, sociales, ambientales, urbanos y turísticos fueron considerados para definir seis regiones y cuatro subregiones turísticas.

Regionalización turística de Yucatán



El planteamiento de regionalización cumple con la necesidad de la definición de los criterios y la lógica de aprovechamiento espacial del territorio turístico y sus recursos, al expresar los elementos básicos para planear y ordenar el futuro desarrollo de las zonas concentradoras de atractivos y productos turísticos, de acuerdo a las vocaciones naturales y a la potencialidad del uso sustentable identificado.

La regionalización apoyará la definición de prioridades, la focalización de acciones, la planeación y promoción estratégica de los destinos.

La regionalización apoyará también la definición de prioridades, la focalización de acciones, la planeación y promoción estratégica de los destinos e incluso el desarrollo futuro de clusters. Mediante el impulso de una política de desarrollo regional del turismo podrán converger acciones de transporte, infraestructura, equipamiento, alojamiento, promoción, inversión o armado de productos por parte de dependencias oficiales, empresarios o grupos sociales que participan en la actividad turística de cada región.

Los esfuerzos públicos y privados se podrán orientar al impulso o consolidación de las distintas regiones turísticas, según sea el caso, partiendo desde facilitar el acceso a cada una de ellas, equiparlas y dotarlas de la infraestructura hasta la consolidación, en los próximos años, de los circuitos o rutas turísticas, mejorando:

- Los accesos por vía marítima, puertos, aeropuertos, aeropistas, la red carretera y de caminos de acceso a sitios

- La conservación y aprovechamiento de los recursos turísticos en zonas protegidas y de reserva ecológica, mejoramiento de imagen y de la calidad ambiental de las zonas turísticas

La estructuración de las rutas se propone tener como referente principal la tematización: tal es el caso de la Ruta de los Conventos, patrimonio identificado de gran valor y atractivo para la visita cultural; la Ruta de los Cenotes a través de ex haciendas que pueden ponerse en valor o la Ruta Arqueológica Puuc.

Los corredores unen ciudades y sitios turísticos para recorrido o visita de atractivos y actividades.

Los circuitos, estructurados por una o varias regiones, articulan sitios y permiten el touring y la visita combinada de atractivos. Pueden partir de puertas de entrada o subcentros de distribución, integrando incluso destinos o sitios complementarios.

3.3 Sistema regional y conexiones

La Región Mérida es el único centro de distribución turística y la Región Valladolid el subcentro de distribución turística más consolidado, debido al eje carretero de conexión peninsular que conecta a Campeche y a Cancún con el estado por el Golfo de México y el Caribe, respectivamente.

Mérida recibe flujos carreteros, aéreos y los arribos por vía marítima de excursionistas de crucero que llegan a Puerto Progreso, mismos que distribuye radialmente gracias a la amplia red de conexión carretera que tiene con casi todos los sitios de interés en las distintas zonas de concentración de atractivos naturales y culturales con los que cuenta la entidad.

Con la dinamización del puerto de altura y el importante arribo de cruceros a partir del 2001, Puerto Progreso se ha perfilado como una región prioritaria y estratégica, y ha tomado el carácter de subcentro de distribución turística terrestre y marítima, favoreciendo el flujo de visitantes a lo largo del corredor costero y a otras zonas cercanas del litoral hacia donde los excursionistas se desplazan. Está considerado como un punto estratégico en la futura escalera náutica del Golfo-Caribe.

La Región Mérida es el único centro de distribución turística; y la Región Valladolid el subcentro de distribución turística más consolidado.

3.3.1 Las regiones turísticas

1. Región Mérida (y periferia)
2. Región Progreso (litoral centro)
3. Región Celestún. (litoral poniente)
4. Región Valladolid (oriente)
5. Región Uxmal (sur-poniente)
6. Región San Felipe-Ría Lagartos al Cuyo (litoral oriente)

La Región Mérida concentra el mayor número de atractivos y servicios por tener como núcleo a la capital del estado. La infraestructura, equipamiento y atractivos la distinguen con una vocación múltiple para desarrollo y promoción del turismo cultural, de negocios, recreativo, para congresos y convenciones. La facilitación del touring es su distinción pues recibe al 90% de los flujos turísticos de turistas como de excursionistas o visitantes de día.

La periferia, formada en un radio de 30 kilómetros alrededor de Mérida, ofrece todo un sistema de lugares y atractivos turísticos que le confieren gran importancia. En ella se localizan algunas ex haciendas, parques y reservas, cenotes, monumentos, zonas arqueológicas y poblados típicos que ofrecen contacto con la cultura yucateca y la conectan a la costa, a Campeche o bien hacia Cancún; a los corredores hacia Progreso a Uxmal o bien a Valladolid, convirtiéndola en el núcleo turístico del estado.

La Región Mérida concentra el mayor número de atractivos y servicios por tener como núcleo a la capital del estado.

Progreso en el litoral centro es el núcleo dinamizador de la actividad turística en la costa que se desplaza por un corredor costero hasta Dzilam de Bravo.

Región Progreso, en el litoral centro. El corredor Mérida–Progreso conecta la capital con este último. Zona de gran tradición y en proceso de impulso como un importante receptor de turismo de cruceros que lo hace el puerto más importante del estado pues cuenta con la mejor infraestructura portuaria y concentra la mayor inversión inmobiliaria para casas de descanso del estado. Utilizado tradicionalmente como balneario y destino de playa de la población local y la región, junto con los puertos aledaños de mayor potencial para el turismo náutico. También tiene manglares, esteros y zonas para el ecoturismo.

Progreso en el litoral centro es el núcleo dinamizador de la actividad turística en la costa que se desplaza por un corredor costero hasta Dzilam de Bravo. En su área de influencia cuenta con cenotes, zonas arqueológicas como Xcambó o Uaymitún, que complementa su vocación náutica con la ecológica. Sus segmentos objetivo son los de sol y playa, cruceros y ecoturismo.

La Región Celestún (en el litoral poniente) abarca la zona urbanizada de la costa, la Ría y la propia reserva natural de Celestún; una de las más importantes del país por su biodiversidad y anidación de aves, especialmente del flamingo rosado. Junto con Ría Lagartos en el litoral oriente es el mayor atractivo para los amantes de la naturaleza y una de las regiones prioritarias para desarrollo sustentable.

Tiene conexión por medio del corredor con Mérida y se vincula hacia el oriente con Sisal, pero al sur también puede tener conexión con la Región Puuc e interesantes sitios culturales. Su vocación es ecológica y su segmento objetivo es el ecoturismo.

La Región Valladolid (oriente) es de vocación múltiple y requiere consolidación. Dentro de su radio de influencia interesa y conecta con lo más relevante de la arqueología en el oriente y hacia el litoral con la subregión de Ek-Balam, -zona arqueológica en impulso- y hacia el centro, dentro del eje carretero a Mérida, distribuye corrientes a la subregión de Pisté-Chichén-Itzá y los distintos poblados de apoyo que se distinguen por concentrar poblaciones indígenas mayas que conservan sus tradiciones y costumbres.

Es rica también en atractivos naturales con alta concentración de cenotes, entre los cuales destaca el de Dzitnup. La ciudad de Valladolid, como subcentro de distribución de las corrientes turísticas que se internan al estado provenientes de Cancún y de las que vienen de Mérida hacia la región oriente o de camino hacia la costa de Quintana Roo, conecta por su ubicación estratégica dos importantes corredores hacia la costa que la une al Puerto San Felipe y la reserva de Ría Lagartos.

Hacia el centro forma el corredor más importante del estado con Mérida, pasando por Izamal. Su vocación es cultural y ecológica y sus segmentos objetivo el arqueológico, el ecoturístico y el cultural.

3.3.2 Subregiones

- Subregión Izamal
- Subregión Ek Balam
- Subregión Pisté-Chichén Itzá
- Subregión Cuzamá

Izamal es una importante subregión en impulso con vocación cultural pues ofrece arqueología y se promueve a través del programa Pueblos Mágicos.

Izamal es una importante subregión en impulso con vocación cultural pues ofrece arqueología y se promueve a través del programa Pueblos Mágicos, en los que combina productos culturales que le dan dinámica propia y factibilidad de articulación con la región Mérida o la región Valladolid. El segmento objetivo es el cultural.

Cuzamá es una subregión joven, cercana a Mérida y que ofrece el producto ecológico de cenotes. Su vocación turística es ecológica y cultural. Su segmento objetivo es el ecoturístico.

Corredores turísticos

Las regiones turísticas se apoyan en la estructuración de cuatro grandes corredores que articulan los sitios turísticos más importantes y permiten que fluyan las corrientes de visitantes a través

de ellos, y se direccionen del centro hacia el sur o hacia la costa del estado.

- Corredor Mérida-Progreso
- Corredor Progreso-Telchac-Dzilam de Bravo
- Corredor Mérida-Chichén-Valladolid
- Corredor Valladolid-San Felipe-Ría Lagartos

Existe también, al sur del estado, el Circuito Cultural Arqueológico que une la Ruta Puuc y la Ruta de los Conventos.

Las regiones turísticas se apoyan en la estructuración de cuatro grandes corredores que articulan los sitios turísticos más importantes y permiten que fluyan las corrientes de visitantes a través de ellos.

3.3.3 Rutas turísticas y promoción

El sistema de regiones turísticas, sitios y corredores se completa con las cinco grandes rutas turísticas que parten de la ciudad de Mérida. Tres de ellas tocan el litoral costero en su zona poniente, centro y oriente y la cuarta y quinta en la zona sur cierran un circuito al unir la Ruta Arqueológica Puuc y la Ruta de los Conventos.

El eje que comunica Mérida con Cancún es el conector carretero más importante de la península y el acceso Golfo-Caribe que contempla la estrategia de corredores mesoamericanos y sus circuitos turísticos del Plan Puebla Panamá.

Se propone una política turística regional que propicie la estructuración de la oferta en corredores, rutas o circuitos y que busque la articulación de sitios y destinos dándoles valor agregado.

3.4 Política turística de regionalización

Se propone una política turística regional que propicie la estructuración de la oferta en corredores, rutas o circuitos y que busque la articulación de sitios y destinos dándoles valor agregado y facilitando también el armado de productos y organización de la oferta.

En términos espaciales el territorio turístico será mejor aprovechado y los atractivos y actividades para el turismo pueden ser complementados y diversificados.

Zona / Producto	Sitios / Conexión
(Mar y ecología) En Región Litoral Centro	Eje Mérida-Progreso, corredor costero Progreso, Telchac-Dzilam de Bravo hacia el oriente o bien al tramo Progreso-Chelem hacia el litoral poniente
(Cultura, arqueología, ecología) En Región Centro-Oriente y Litoral Oriente	Mérida, Izamal, Valladolid Ek-Balam, San Felipe-Ría Lagartos, (opcional incluye el Cuyo)
(Mar y ecología) En Región Poniente	Mérida-Sisal o Mérida-Celestún, de la capital a la costa poniente
(Arqueología) En Región Sur Ruta Puuc	Maxcanú, Oxkintok; Uxmal, Kabáh, Sayil, Xlapak, Labná, Loltún; salida por Oxcutzcab
(Arquitectura colonial) En Región Sur Poniente La Ruta de los Conventos	Muna, Maní, Teabo, Tekít, salida a Mayapán y regreso por Acanceh

La planeación y organización del espacio turístico se establece mediante criterios que definen regiones y zonas para desarrollo prioritario y con base en sus vocaciones, concentración de atractivos, comunicación e interconexión con poblaciones de apoyo y centros urbanos, infraestructura de servicios, organización de agentes y prestadores de servicios turísticos, inversiones privadas, sistemas de comunicaciones y transportes, accesibilidad,

recursos territoriales, alojamiento, afluencia, biodiversidad y patrimonio natural y cultural, entre otros.

Esta política rectora del desarrollo de regiones y subregiones, así como su articulación para la operación turística, procurará la debida planeación de cada una de ellas en forma consensuada con autoridades locales, prestadores de servicios, empresarios y organismos facultados para la realización de planes y programas estratégicos que identifiquen las estrategias y acciones en forma específica.

Con ello se podrán empezar a establecer las bases de aprovechamiento sustentable y organizado de los recursos a nivel regional y las de un sistema de planeación integral del territorio turístico.

3.5 Análisis FODA

Las fortalezas y debilidades que potencian o inhiben el desarrollo turístico de Yucatán se relacionan con las siguientes variables críticas:

- Ubicación y accesibilidad
- Atractivos y actividades (motivos de viaje)
- Equipamiento (alojamiento, alimentos y bebidas, entretenimiento, entre otros)
- Imagen y prestigio (posicionamiento)
- Gestión (operación, comercialización y política turística)
- Factor étnico

Por su parte las oportunidades y amenazas, relacionadas con los factores externos y futuros que pueden potenciar o poner en riesgo el desarrollo turístico de Yucatán, se imbrican con las siguientes variables críticas:

- Tendencias en los mercados
- Tecnología
- Atmósfera económico, política y social

3.5.1 Fortalezas

a. Ubicación y accesibilidad

- Ubicación en la Región Mundo Maya, que cuenta con atributos de alto nivel de atractividad y diferenciación para los mercados emisores
- El aeropuerto internacional de la ciudad de Mérida es el segundo en importancia en la península de Yucatán, tiene servicios de calidad internacional y capacidad para recibir aviones de las principales líneas comerciales.
- La infraestructura náutica de Puerto Progreso permite recibir y atender cruceros turísticos
- Carreteras de acceso e interconexión en buen estado y con capacidad para soportar el crecimiento de la demanda turística en esta modalidad
- Cercanía con el litoral de Quintana Roo, que recibe el mayor número de turistas internacionales que visitan México por motivos vacacionales; posicionado como el principal destino turístico internacional del país, y cuenta con un aeropuerto que recibe vuelos desde los principales destinos emisores nacionales e internacionales
- Accesibilidad náutica desde el Estado de Florida, Estados Unidos.

b. Atractivos y actividades

- La diversidad y cercanía entre los atractivos de Yucatán permiten desarrollar pro-

ductos flexibles y diferenciados:

- Mérida como la ciudad más importante del Sureste desde el punto de vista comercial y cultural
- Chichén Itzá como el icono más reconocido de la cultura maya tanto en el mercado nacional como internacional (considerado el tercer destino cultural más importante del país por los turistas internacionales motivados por la cultura) y otros sitios arqueológicos de fácil acceso y con alto valor turístico como Uxmal, Ek Balám, Izamal, Kabáh y Dzibichaltún
- Izamal como Pueblo Mágico con un creciente posicionamiento regional y nacional
- Valladolid como la ciudad más representativa del estilo colonial en la zona cercana al litoral de Quintana Roo
- Diversidad y calidad de recursos naturales entre los que sobresalen las colonias de flamings en Celestún y Ría Lagartos y las aves endémicas como el Toh y la Matraca que se encuentran en las perimetrales de las zonas arqueológicas, ofreciendo un marco de diferenciación para los observadores de aves, así como algunos cenotes y cavernas asociados a la cultura maya
- Reconocida identidad cultural representada por el terno yucateco, aún de uso común en diversas comunidades del estado y la gastronomía regional
- Clima cálido y playas de poca profundidad accesibles en precio y distancia para familias locales
- Hospitalidad, tradición de servicio y calidez de la comunidad receptora
- Complementariedad con otros estados y países del Mundo Maya para atraer viajeros de más larga distancia

c. Equipamiento y servicios complementarios

- Capacidad de alojamiento de diversas categorías y estilos. Aunque la oferta de hospedaje se concentra especialmente en la Ciudad de Mérida, esta ciudad funciona como base de pernocta desde donde pueden visitarse diversos atractivos. Existen también centros de pernocta complementarios como Valladolid, Uxmal y Pisté y Ticul, así como hoteles especializados que permiten a turistas especializados acceder a diversas regiones: Hospedaje en haciendas y campamentos ecoturísticos
- En Mérida existen diversos restaurantes que ofrecen gastronomía local, nacional e internacional, y en los destinos complementarios restaurantes de comida tradicional
- Los servicios complementarios como bancos, servicios médicos, tiendas de autoservicio también concentrados en Mérida
- Centro de convenciones de nivel internacional con capacidad para atender reuniones de negocios de diversos tamaños
- Revistas turísticas con información sobre actividades y atractivos locales

Aunque la oferta de hospedaje se concentra especialmente en la Ciudad de Mérida, esta ciudad funciona como base de pernocta desde donde pueden visitarse diversos atractivos.

d. Imagen y posicionamiento

- El estado de Yucatán se percibe como un destino seguro y diverso, asociado a la cultura maya. Ocupa el sexto lugar en el “top of mind” de los turistas nacionales motivados por la cultura (sólo después de la ciudad de México, Oaxaca, Chiapas, Guanajuato y Teotihuacan)
- El ingreso de hoteles de cadena con prestigio internacional aumenta el posicionamiento de la calidad de los servicios frente a los mercados

Yucatán se percibe como un destino seguro y diverso, asociado a la cultura maya. Ocupa el sexto lugar en el “top of mind” de los turistas nacionales motivados por la cultura.

e. Gestión

- Los principales destinos del estado están incorporados en los programas de

touoperadores internacionales que explotan circuitos en México

- Creciente desarrollo y especialización de touoperadores locales
- Organizaciones gremiales estatales sólidas y con amplia experiencia
- Reconocimiento de la importancia del turismo y consolidación de la Secretaría de Turismo estatal

3.5.2 Debilidades

a. Ubicación y accesibilidad

- Falta de vuelos directos desde destinos emisores debido a la insuficiente demanda que permita sostenerlos
- Excesiva distancia de los principales mercados emisores para viajar por carretera, agravada por la falta de una parada estratégica entre el tramo de Veracruz o Villahermosa hacia Campeche-Mérida, lo que dificulta la conformación de rutas desde el centro del país
- Falta de señalización y malas condiciones de las carreteras que interconectan algunos destinos secundarios

b. Atractivos y recursos

- Concentración de la oferta en pocos sitios. Existen recursos naturales y culturales evaluados con el más alto potencial turístico, pero no cuentan con el equipamiento básico (sanitarios, tienda, información) ni conocimiento entre el mercado
- La cantidad de visitantes a algunos destinos, especialmente zonas arqueológicas y áreas naturales, rebasa la capacidad de carga de los sitios provocando deterioro e inhibiendo la satisfacción de los turistas
- Falta de limpieza en algunos de los principales atractivos y terminal de autobuses
- Pérdida de autenticidad en comunidades rurales, especialmente en cuanto a arquitectura vernácula y trajes tradicionales
- Áreas naturales con impactos ambientales y deterioro de recursos
- Ciudades y pueblos con deficiente imagen y planeación urbana

c. Alojamiento y servicios complementarios

- Falta de alojamiento en las zonas más alejadas de los principales destinos
- Deficiencias para facilitar la interconexión de los destinos
- Falta de señalización e inadecuado servicio de transporte inter e intra urbanos
- Guías turísticos no calificados y discurso limitado en algunas excursiones

d. Gestión

- Falta de información y conocimiento de los mercados y de instrumentos de planeación y control, tanto en el sector público como privado
- Falta de sistemas de reservaciones y mecanismos de comercialización para los pequeños hoteles independientes
- Falta de continuidad e intensidad de programas de promoción que dificultan establecer una imagen de destino favorable. Enfoque hacia nichos-segmentos incipiente
- Insuficientes recursos técnicos y financieros enfocados a la conservación y puesta en valor de los sitios naturales y culturales

La cantidad de visitantes a algunos destinos, especialmente zonas arqueológicas y áreas naturales, rebasa la capacidad de carga de los sitios.

- Falta de capacitación técnica y estratégica, especialmente en destinos secundarios y complementarios
- Los mecanismos de financiamiento y fomento a la inversión no han logrado consolidarse para impulsar las inversiones en turismo, especialmente MPYMES
- Organizaciones gremiales regionales no consolidadas con poca capacidad de gestión y falta de representatividad en las organizaciones estatales
- Deficiencias en el marco jurídico: Regulaciones que inhiben el mejor aprovechamiento de los recursos culturales; horarios en museos y zonas arqueológicas, criterios para autorizar filmaciones y fotografías y excesiva tramitología para ingresar a las zonas arqueológicas. No existe una Ley Estatal de Turismo que genere certidumbre

Los mecanismos de financiamiento y fomento a la inversión no han logrado consolidarse para impulsar las inversiones en turismo, especialmente MPYMES

3.5.3 Oportunidades

a. Tendencias en los mercados

- Mayor interés del mercado por viajar a lugares con atractivos culturales diferenciados, con una fuerte identidad local
- Creciente popularidad de turismo relacionado con la naturaleza
- Incremento de actividad económica que atrae viajeros de negocios
- Los organizadores de eventos buscan destinos novedosos con infraestructura adecuada y atractivos complementarios
- Turistas que llegan a la costa de Quintana Roo, que no viajan con paquete todo incluido y buscan un encuentro más auténtico con la cultura mexicana
- Cruceros que buscan destinos diferentes con atractivos naturales y culturales
- Incremento de touroperadores especializados en el manejo de nichos-segmentos
- Mayor demanda de seguridad de viajeros

Los organizadores de eventos buscan destinos novedosos con infraestructura adecuada y atractivos complementarios.

b. Tecnología

- Desarrollo de sistemas de comunicación que facilitan la difusión de información y el intercambio comercial directo
- Mayor accesibilidad de tecnologías alternativas para el manejo de energía, residuos, entre otros
- Crecimiento de sistemas computarizados que facilitan el manejo de información

c. Atmósfera económica, política y social

- Reconocimiento del turismo como instrumento de desarrollo económico y social
- Programas federales tendientes al fomento del turismo cultural: Programa Mundo Maya, Programa Pueblos Mágicos, etc.
- Programas federales tendientes al fomento de turismo enfocado a la naturaleza
- Disponibilidad de fuentes de financiamiento y programas de apoyo a MPYMES
- Aumento del interés de propietarios de predios rurales para su aprovechamiento turístico debido a la reducción de los precios de los productos agrícolas

3.5.4 Amenazas

a. Tendencias en los mercados

- Aumento de la oferta de productos de cultura y naturaleza en otros destinos/regiones del país y del mundo, especialmente en Quintana Roo
- Mayor exigencia de calidad ambiental de los destinos: limpieza, no contaminación, no saturación

b. Tecnología

- Saturación de información y mayor conocimiento sobre destinos/regiones competidores

c. Atmósfera económica, política y social

- Pérdida de competitividad por deterioro de los recursos naturales y culturales debido a las limitadas alternativas productivas para pobladores de áreas rurales, las actividades agrícolas extensivas, la falta de cultura, el excesivo número de visitantes a algunas zonas y la falta de mecanismos y recursos para su conservación
- Realización de inversiones inadecuadas en términos de rentabilidad y costo-beneficio, debido a la falta de información estratégica de los empresarios y el gobierno estatal
- Excesivas expectativas de las comunidades receptoras sobre los beneficios inmediatos del turismo, que desmotivan la participación en la actividad y afectan la atención al turismo y el sentido de anfitrionía

3.5.5 Areas de oportunidad

Fortalecimiento de los instrumentos de gestión

- Creación de un sistema de información estratégica e inteligencia de mercado que respalde las decisiones del sector público y privado para el desarrollo del turismo:
- Sistematización de Indicadores generales y no tradicionales
- Estudios específicos para segmentos identificados como prioritarios
- Identificación de oportunidades de inversión, fuentes de financiamiento, mecanismos de gestión de recursos y realización de estudios de factibilidad para inversiones estratégicas tanto públicas como privadas (de desarrollo turístico y conservación)
- Creación de sistemas de reservaciones y comercialización para hoteles y operadores independientes y especializados
- Fortalecimiento de mecanismos de capacitación técnica y estratégica
- Fortalecimiento de la vinculación de organizaciones gremiales regionales
- Impulso al uso de tecnologías alternativas para aprovechamiento de energía y procesamiento de residuos que posicionen a Yucatán como un destino limpio
- Creación de modelos de gestión que incorporen a las comunidades rurales en los beneficios del turismo y los motiven a cuidar los recursos naturales y culturales del estado, relacionados con los segmentos alternativos
- Revisión del marco jurídico y regulatorio

Consolidación del actual campo producto-mercado

- Fortalecer el posicionamiento del estado y los destinos que cuentan con las mejores condiciones de acceso, equipamiento y atractividad (Mérida, Chichén Itzá-Pisté, Valladolid, Izamal, Ticul, Tizimín-Ría Lagartos, Celestún, Uxmal, San Felipe, Kabáh y Dzibichaltún) entre los turistas interesados en la cultura de los estados aledaños de los principales destinos emisores de México y de los turistas

Para consolidar el producto-mercado es necesario: fortalecer el posicionamiento del estado y los destinos que cuentan con las mejores condiciones de acceso, equipamiento y atractividad.

internacionales que llegan al litoral de Quintana Roo

- Instrumentar programas de desarrollo urbano, conservación y manejo de visitantes en los mencionados destinos
- Fortalecer el posicionamiento de las playas de Progreso entre las familias de Yucatán y los estados cercanos del occidente del país y promover el desarrollo de actividades acuáticas complementarias de bajo impacto que aumenten su competitividad, tales como pesca, kayak, veleo y buceo
- Fortalecer el segmento de reuniones de negocios promoviendo congresos y convenciones relacionadas con las actividades productivas y culturales del estado
- Fortalecer el segmento de cruceros a partir de la diversidad de atractivos y la autenticidad de la oferta de Yucatán
- Fortalecer los sistemas de manejo y controlar la capacidad de carga de los destinos con alto riesgo de deterioro por el exceso de visitantes o la fragilidad de los recursos, como por ejemplo en Chichén Itzá, Uxmal, Ría Lagartos, Celestún
- Establecer programas que aprovechen la corriente de turistas de negocios ofreciendo programas para acompañantes y opciones para prolongar su estadía y gasto
- Fortalecer alianzas con otros estados y países del Mundo Maya para atraer turistas de más larga distancia

Diversificación de oferta y mercados

- Poner en valor turístico zonas arqueológicas y pueblos tradicionales para diversificar las opciones para el turismo cultural, considerando su accesibilidad e importancia para integrar circuitos de interés como Ek Balám, Mayapán y Xcambó al oriente, litoral y el sur o bien impulsar Maní
- Impulsar el desarrollo de nuevas líneas de productos turísticos para acceder a nichos de mercado más especializados y que distribuyan las corrientes turísticas hacia destinos con alto potencial que actualmente son menos favorecidas por el turismo tradicional:
- Turismo enfocado a la naturaleza: Observación de aves en parques naturales y zonas arqueológicas; exploración de cenotes y cavernas relacionadas con la arqueología; rutas para caminata y bicicleta
- Turismo cultural: turismo arqueológico especializado, turismo de experiencia social y aprendizaje de idiomas
- Turismo de aventura: deportes especializados como espeleología y arqueología subacuática en cenotes y cavernas y Chicxulub
- Fomentar el desarrollo de establecimientos de alojamiento especializado en los destinos relacionados con los segmentos alternativos
- Establecer programas y mecanismos de promoción y comercialización enfocados a los nichos relacionados con los segmentos de oportunidad
- Aprovechar las rutas aéreas que llegan a Cancún para ofrecer los destinos de Yucatán a viajeros que no acceden actualmente a la región y se interesen en los atributos de la oferta del estado
- Establecer alianzas con los estados en ruta desde el centro del país y gestionar el desarrollo de un destino de descanso en el área de Escárcega para promover el turismo carretero y fortalecer la competitividad de los circuitos en la Península de Yucatán y el Mundo Maya
- Consolidar la ruta del ferry desde Florida, Estados Unidos

Turismo de aventura: deportes especializados como espeleología y arqueología subacuática en cenotes y cavernas y Chicxulub.

TALLERES DE PLANEACIÓN PARTICIPATIVA PARA EL DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS Y COMPETITIVIDAD

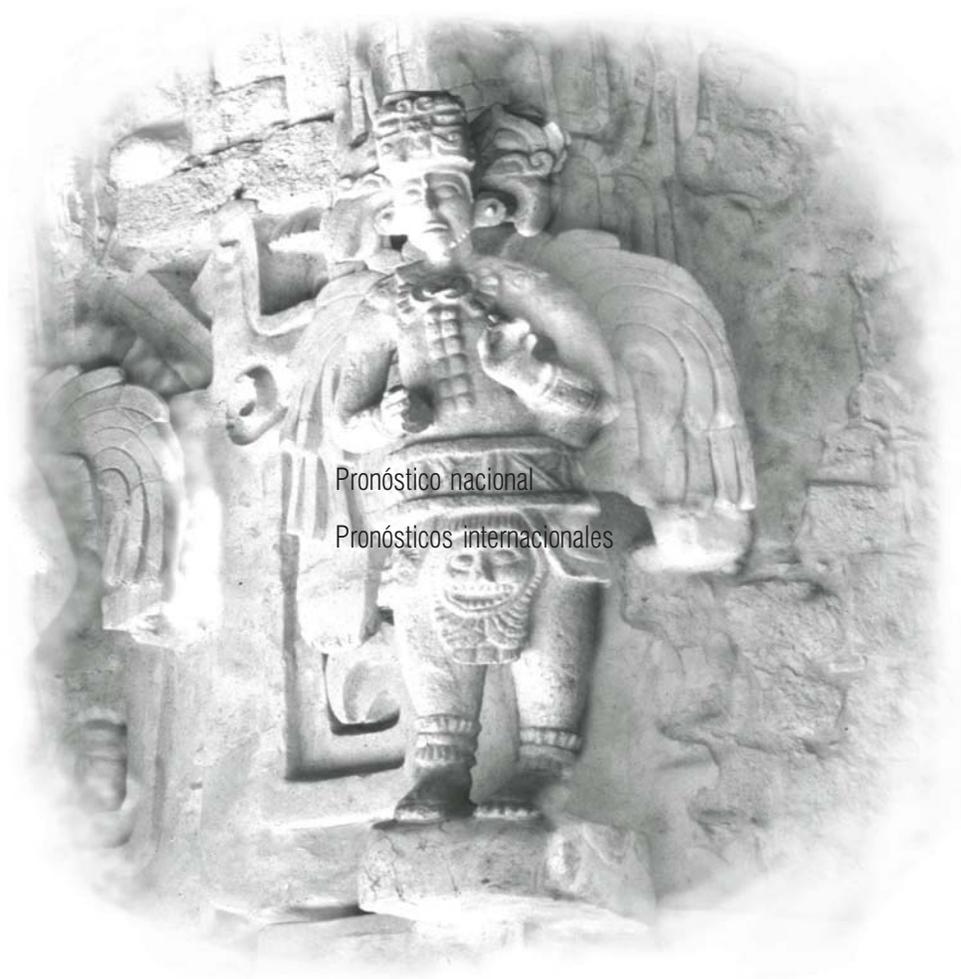
La participación activa de los agentes productivos en los procesos de definición y planeación del desarrollo turístico es uno de los requisitos esenciales para concebir una propuesta integral y efectiva de una cartera de productos turísticos competitivos para el estado de Yucatán.

Los trabajos de planeación participativa se realizaron a partir de la definición de regiones y temáticas particulares, a fin de conocer directamente de los participantes en la planeación, operación, desarrollo de productos y comercialización turística del estado, y llegar a conclusiones consensuadas respecto a los principales recursos, problemáticas y oportunidades que enfrenta el sector turístico.

Principales características de los talleres de planeación participativa

Segmentos analizados	Regiones	Perfil de los participantes
Negocios, Grupos y convenciones Sol y playa Náutico Touring tradicional	Región Mérida y Litoral	Funcionarios estatales; responsables de turismo, cultura, zonas arqueológicas, reservas naturales, centro de convenciones; autoridades municipales; representantes de Universidades y fundaciones culturales; empresarios y directivos de Hoteles, operadores, agencias de viajes, restaurantes y líneas aéreas.
Touring tradicional Turismo cultural Ecoturismo	Todo el estado	Guías de turistas
Touring tradicional Turismo cultural Ecoturismo	Región Oriente	Autoridades Municipales, responsables de zonas arqueológicas, empresarios y directivos de hoteles, operadores, agencias de viajes, restaurantes; productores y comercializadores de artesanías de la región oriente
Turismo de aventura Turismo cultural Ecoturismo	Región Sur	Autoridades Municipales, Empresarios y directivos de hoteles, operadores, agencias de viajes, restaurantes; Productores y comercializadores de artesanías; Custodios de zonas arqueológicas de la región poniente-sur.

IV. Visión prospectiva



Pronóstico nacional

Pronósticos internacionales



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



IV. Visión prospectiva



4.1 Pronóstico nacional

Con la finalidad de contar con un marco cuantitativo para evaluar el desempeño sectorial de la actividad turística de Yucatán se realizó un pronóstico a mediano plazo, que permita dimensionar las tendencias de los principales indicadores turísticos de la entidad los próximos años.

El horizonte cuantitativo que presenta el siguiente cuadro es una primera aproximación, de carácter agregado, de la evolución que cabe esperar para las principales variables turísticas a mediano plazo basada fundamentalmente en un análisis de las tendencias recientes del turismo en el estado, en las proyecciones de largo plazo de la Organización Mundial de Turismo (OMT), del Programa Nacional de Turismo y en la evaluación preliminar del posible impacto de emprender el conjunto de acciones que contempla este Programa.

	2001	2007	2015	%Tasa de crecimiento anual 2001-2007	%Tasa de crecimiento anual 2007-2015
Llegada de turistas internacionales a cuartos de hotel (miles)	Yucatán				
	506	574	901	2.1	5.8
	19,810	23,144	38,884	2.6	6.7
Ingreso por turistas internacionales (millones de dólares)	Yucatán				
	91	116	210	4.1	7.7
	6,538 *	8,037	13,502	3.5	6.7
Llegada de turistas nacionales a cuartos de hotel (miles)	Yucatán				
	958	1,185	1,621	3.6	4.0
	46,696	53,407	67,392	2.3	3.0
Participación porcentual de la Gran División 6 (Comercio y Servicios) en el PIB total	21.9	27.7	38.4	4.8	4.2
Gasto promedio (dólares)	Yucatán				
	187	206	241	1.6	2.0
	Yucatán				
Personal ocupado en actividades relacionadas con el turismo (miles)	Yucatán				
	18.3	22.7	35.5	3.6	5.7
	1,714	1,978	2,441	2.4	2.7
Fuente: SECTUR federal, Secretaría de Turismo de Yucatán					
* En el 2001 la cantidad de divisas que se obtuvieron en el país por concepto de turistas y excursionistas fue de 8 mil 400 millones de dólares					

Se espera que para el 2015 la llegada de turistas internacionales se incremente a un poco más de 901 mil, esto es 395 mil visitantes más hospedados en relación al 2001.

Con este escenario se espera que para el año 2015 la llegada de turistas internacionales a cuartos de hotel en el estado se incremente a un poco más de 901 mil, esto es 395 mil visitantes más hospedados en relación al 2001. En el ámbito nacional se espera que para el 2015 la llegada de turistas extranjeros sea de 38.8 millones, o sea 19 millones más en comparación con el 2001. En ambos casos las proyecciones para el 2015 resultarán en casi el doble de lo obtenido en el 2001.

Se espera que los ingresos en el estado para el 2015 por concepto de turismo internacional asciendan a 210 millones de dólares, es decir 2.3 veces más que el 2001. A nivel nacional éste crecerá 2 veces en comparación con el 2001.

En el rubro de turistas nacionales la dinámica es relativamente similar que las anteriores al presentarse un crecimiento promedio de 4.0% para el periodo de 2007-2015. En cambio los pronósticos de la tasa de crecimiento a nivel nacional alcanzarán un crecimiento medio de 2.9% para el mismo periodo.

Al no contar en el estado con una Cuenta Satélite de Turismo para conocer el peso específico de esta actividad en la economía, se consideró a la Gran División 6 (comercio y turismo) del Sistema de Cuentas Nacionales de México como la más indicada para representar la importancia de esta actividad en la economía. La participación en el 2001 del comercio y el turismo de la Gran División 6 en el PIB estatal alcanzó 21.9% y se espera que para el 2015 ésta ascienda a 38.4% del producto interno bruto del estado.

Por su parte el gasto promedio por turista pasará de 187 dólares por día en el 2001 a 241 por día en el 2015. Por otro lado se espera que la generación de empleos se incremente en el 2015 en 36 mil trabajadores formales más en relación al 2001.

4.2 Pronósticos internacionales

En el plano internacional, la Organización Mundial de Turismo, dentro de la visión 2020, considera que las llegadas de turistas internacionales tendrán el siguiente comportamiento regional en el mundo:

Llegadas de turistas internacionales				
Millones				
	Año base	Proyecciones		(%)Tasa de Crecimiento Anual
	1995	2010	2020	1995-2020
Africa	20.2	47	77.3	5.5
América	108.9	1 90.4	282.3	3.9
Europa	338.4	527.3	717	3.0
Asia	85.6	205.8	416	6.5

Fuente: OMT, Tourism 2020 Vision

Las regiones que tendrán un crecimiento anual promedio por encima del resto del mundo, de acuerdo a las previsiones de la OMT, serán África, Asia Pacífico, Oriente Medio y Asia del Sur. Se establece que los mercados turísticos maduros como Europa y América del norte (EU) serán los que presenten un crecimiento por debajo de lo que se espera en promedio para el mundo.

Dentro de la Región Mundo Maya Internacional se anticipa que las variables más importantes en un marco temporal de 19 años tendrán la siguiente evolución:

				(%)Tasa de crecimiento anual	(%)Tasa de crecimiento anual
	2001	2010	2020	2001-2010	2010-2020
Mundo Maya Internacional 1/					
Visitantes internacionales (miles)	7,133	9,531	12,809	3.3%	3.0%
Gasto de visitantes internacionales (millones de dólares)	2,850	4,369	7,117	4.9%	5.0%
Mundo Maya México 2/					
Visitantes internacionales (miles)	5,056	7,534	11,260	4.5%	4.1%
Gasto de visitantes internacionales (millones de dólares)	1,799	3,029	5,959	6.0%	7.0%

1/ Incluye los países de Belice, El Salvador, Guatemala, Honduras y México
2/ Incluye los estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán
FUENTE: SECTUR federal, Secretaría de Turismo de Yucatán

Según los pronósticos se estima que para el año 2020 los visitantes internacionales en la Región Mundo Maya Internacional alcanzarán la cifra de 12.8 millones, es decir que se incrementarán 5,6 millones en comparación con el 2001, mientras que los ingresos por turismo ascenderán a 7,117 millones de dólares; 2.5 veces más que lo obtenido en el 2001. Esto significa que la afluencia de visitantes internacionales y su gasto crecerán a tasas anuales de 3.3% y 4.9% respectivamente en el lapso 2001-2015.

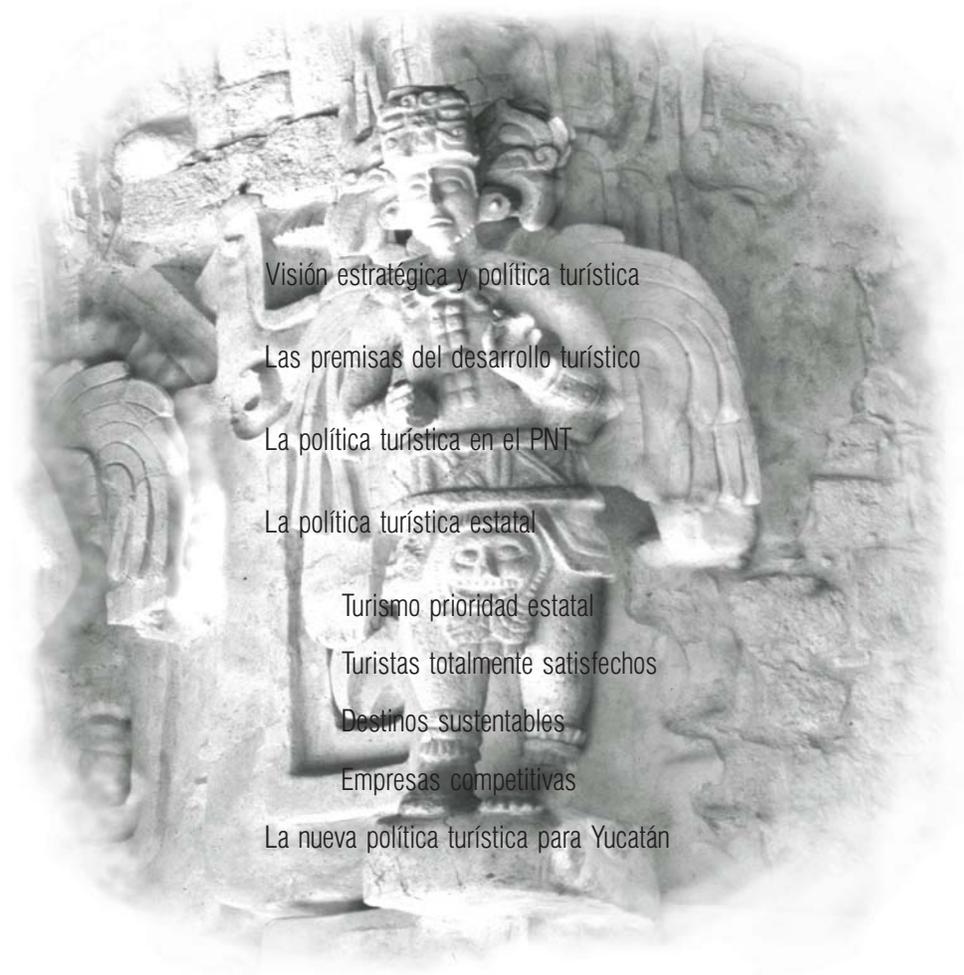
En las variables consideradas para el capítulo Mundo Maya México se prevé que los visitantes internacionales llegarán a 11.2 millones en el año 2020, y que su tasa media de crecimiento anual se ubicará por encima de lo estimado para el Mundo Maya Internacional, en 1.2 y 1.1 puntos porcentuales para los periodos 2001-2010 y 2010-2020. Estos resultados se reflejarán en la proporción de turistas internacionales que visitan las entidades federativas de México que están dentro del Programa Mundo Maya, ya que pasará de 73.8% en el 2002 a un 87.9% en el 2020.

Los ingresos que se generarán en la Región Mundo Maya México llegarán a 5,959 millones de dólares, es decir 3.1 veces más que lo captado en el 2001.

Para la elaboración de los pronósticos se consideró un horizonte de 15 años a partir del 2001 debido principalmente a que la información estadística disponible no es lo suficientemente amplia para la mayoría de las indicadores utilizados en este trabajo.

Los ingresos que se generarán en la Región Mundo Maya México llegarán a 5,959 millones de dólares, es decir 3.1 veces más que lo captado en el 2001.

V. Enfoque estratégico y modelo de política



Visión estratégica y política turística

Las premisas del desarrollo turístico

La política turística en el PNT

La política turística estatal

Turismo prioridad estatal

Turistas totalmente satisfechos

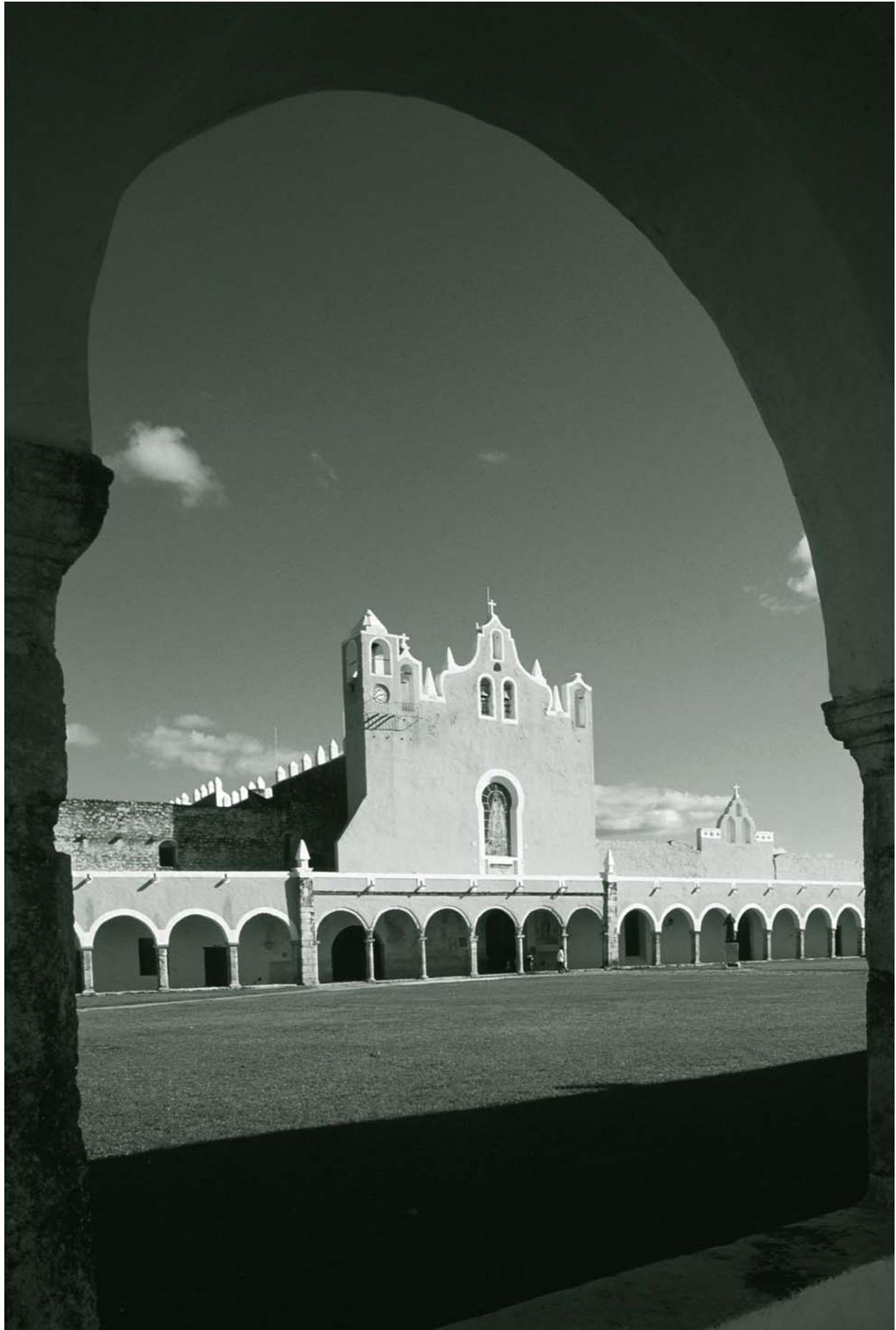
Destinos sustentables

Empresas competitivas

La nueva política turística para Yucatán



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



V. Enfoque estratégico y modelo de política turística



5.1 Visión estratégica y política turística

La visión estratégica de desarrollo del turismo a largo plazo comparte las premisas federales, regionales y estatales que lo definen como una prioridad del Estado Mexicano y como un sector estratégico de la economía estatal.

La imagen deseada del desarrollo sectorial se plasma en la visión 2025 que fue definida en el ejercicio de planeación estratégica del sector.

5.1.1 Visión

El turismo se consolida como un generador de riqueza en la economía estatal, posicionándose Yucatán como uno de los principales destinos turísticos en el mercado nacional e internacional.

5.1.2 Misión

Dirigir y fomentar el desarrollo sustentable del turismo en Yucatán mediante la planeación, el desarrollo y la promoción de la actividad turística para lograr la competitividad de los destinos, empresas y productos, que logren la satisfacción plena de los turistas y que generen crecimiento económico con desarrollo social para el estado y sus ciudadanos.

5.2 Las premisas del desarrollo turístico

El desarrollo sectorial estará fundamentado en tres principios que serán los direccionadores de todos los objetivos, estrategias y acciones definidas a corto, mediano y largo plazo, para el turismo en Yucatán:

5.2.1 Sustentabilidad

Entendida como concepto y condición fundamental para soporte de toda acción turística para mantener el ciclo de servicio entre el hombre y su entorno, que da respeto a los recursos naturales y culturales, defendiendo nuestra identidad, creencias y tradiciones.

5.2.2 Calidad

Como actitud y atributo de cambio en proceso de integración continua aplicada a toda la gama de productos y servicios turísticos, a fin de imponer nuevas bases para estimular la rentabilidad de los negocios turísticos y acrecentar la demanda turística nacional y extranjera mediante la convicción de que se recibirá la más alta relación de valor precio.

La visión estratégica de desarrollo del turismo comparte las premisas federales, regionales y estatales que lo definen como prioridad del Estado Mexicano y sector estratégico de la economía estatal.

Sustentabilidad: entendida como condición fundamental para el soporte de toda acción turística, a fin de mantener el ciclo de servicio entre el hombre y su entorno, que da respeto a los recursos naturales y culturales.

5.2.3 Competitividad

Competitividad expresada como resultante de conjugar sustentabilidad y calidad en el proceso productivo, en el soporte social que brinden las comunidades, en la rentabilidad de las empresas que tienen la visión de ser grandes por la percepción de sus clientes y no sólo por el tamaño de su empresa.

Los agentes y beneficiarios de la actividad turística son:

Los beneficiarios de la actividad turística son las comunidades locales, los municipios, los empresarios y prestadores de servicios, el gobierno y la sociedad.

Las comunidades locales, como actoras y beneficiarias directas del desarrollo turístico, los grupos indígenas organizados y autogestores.

Los municipios con prioridad; aquellos que implanten programas para el desarrollo de sus recursos turísticos.

Los empresarios y prestadores de servicios que trabajen con la oferta de productos y servicios al turista.

El gobierno y la sociedad yucateca, que se benefician de la riqueza generada por la actividad turística

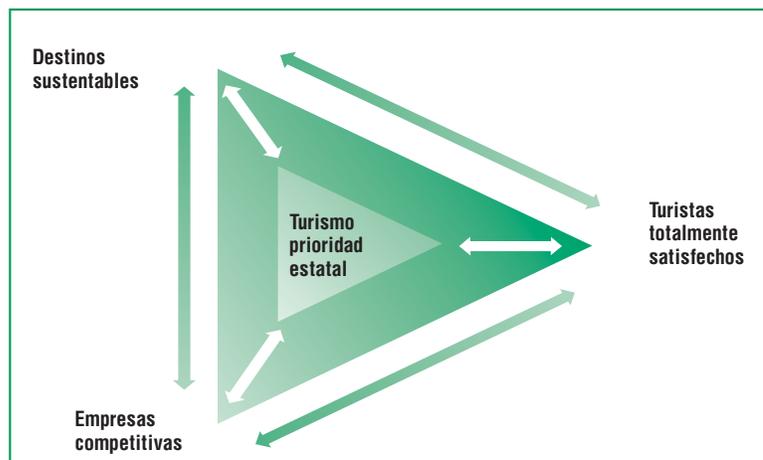
5.3 La política turística en el PNT

En el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 se plasma el esquema de la nueva política turística nacional que demanda la ejecución de un nuevo modelo de desarrollo deseado y el papel que el Estado Mexicano deberá jugar como su instrumentador.

Con el fin de alinear los objetivos turísticos de Yucatán a los de desarrollo económico estatal, así como a los de la política turística federal, se plantea la adopción de los cuatro ejes articulados y sus áreas de efectividad que soportan el modelo de política turística nacional.

La congruencia que tiene la interrelación de los ejes, el rol de cada uno de ellos y la posibilidad de trabajar alineadamente con sus áreas de efectividad, determinaron que la política

5.4 La política turística estatal



turística a seguir en Yucatán durante los próximos años se oriente a consolidar el turismo como una prioridad estatal, convergiendo para ello el logro de tener turistas totalmente satisfechos por sus visitas, destinos sustentables en la entidad y empresas turísticas competitivas en el sector.

5.4.1 El turismo prioridad estatal

El turismo en Yucatán es ya una de las actividades de mayor contribución a la economía estatal, no obstante que la política económica lo mantuvo como una actividad subordinada y de bajo perfil. Es sin duda un sector estratégico y factor real de desarrollo que, junto con el comercio, son los principales aportantes al PIB estatal.

Los objetivos de crecimiento económico del Plan Estatal de Desarrollo y la política que en materia económica se ha definido están demandando que el desarrollo se de en forma sustentable, equilibrada e incluyente.

Se espera en síntesis que en Yucatán se de un crecimiento económico que reduzca desigualdades sociales y regionales, que incorpore vocaciones, infraestructura, recursos naturales, atraiga inversión, que cree en consecuencia una nueva cultura empresarial y genere riqueza para toda la población.

El turismo, por su carácter multisectorial, se distingue por la capacidad de impulsar el crecimiento económico, la generación de empleos y desarrollo regional en condiciones más ventajosas y equilibradas que otras actividades.

Es clave para la recuperación de la economía estatal y ha sido declarado un sector prioritario; el reto es ahora lograr que se consolide como dicha prioridad estatal, por lo que habrá que definir un rumbo claro con visión de largo alcance y sobre todo formalizar una política turística estatal integral e incluyente.

La Secretaría de Turismo estatal, si bien es la conceptualizadora y ejecutora de esta política, que responde también a un nuevo modelo turístico, deberá convocar a todos los actores involucrados, dependencias oficiales y agentes del sector privado y social para que coadyuven de manera corresponsable y coordinada en el quehacer turístico y ejecución de todas las acciones y políticas que se definan en esta materia.

El turismo en Yucatán es ya una de las actividades de mayor contribución a la economía estatal, no obstante que la política económica lo mantuvo como una actividad subordinada y de bajo perfil.

El reto es ahora lograr que se consolide como dicha prioridad estatal, por lo que habrá que definir un rumbo claro con visión de largo alcance y sobre todo formalizar una política turística estatal integral e incluyente.

EL TURISMO PRIORIDAD ESTATAL

Area de oportunidad

1) Política turística de fomento al desarrollo integral del sector.

5.4.2 Turistas totalmente satisfechos

Esta área de efectividad impone una tarea compleja y de estrategias de venta, de comunicación, operación y evaluación que hace de la satisfacción de nuestros clientes la razón del negocio turístico.

De manera integral converge lo mismo el conocimiento del mercado turístico, la identificación de los mercados más rentables para empresarios y destinos, la promoción

La percepción del destino en el cliente, desde antes de su llegada hasta su salida, tendrá que manifestarse y evaluarse, de tal suerte que podamos constatar la satisfacción del turista.

estratégica como todas las acciones de preparación de la oferta, la prestación de los servicios y su calidad hasta la capacitación de los prestadores de servicios y el sistema de información y atención al turista.

La percepción del destino en el cliente, desde antes de su llegada hasta su salida, tendrá que manifestarse y evaluarse, de tal suerte que podamos constatar la satisfacción del turista. No existen antecedentes de conocimiento profundo del mercado y menos aun de considerar la satisfacción del turista parte de la política del ramo, razón por la que se deberá planear, desarrollar y promover estratégicamente nuestra oferta

TURISTAS TOTALMENTE SATISFECHOS
Area de oportunidad

2) Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional.	3) Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos
--	---

5.4.3 Destinos sustentables

La sustentabilidad es adoptada ya a nivel mundial como política de desarrollo. En el país y en Yucatán es también el concepto medular de todas las acciones de gobierno. El Plan Nacional de Desarrollo 2001-2006 establece que el desarrollo del turismo no podrá ser tal si no es sustentable. En consecuencia las dimensiones social, ambiental y económica serán los pilares de todas las acciones y políticas turísticas a futuro.

Existen destinos que tienen décadas de ventaja en el aprovechamiento sustentable de sus recursos turísticos y que son los preferidos por el nuevo turismo. Están mejor posicionados para ofrecer productos demandados por importantes corrientes de mercado como los ecoturistas, el turismo cultural y otros segmentos que buscan destinos ecoamigables.

A nivel nacional se están haciendo esfuerzos muy importantes para lograr la aplicación de la estrategia nacional de desarrollo sustentable y con las futuras agendas 21 a nivel de municipios turísticos, en forma concertada con los gobiernos locales interesados en adoptar para sus comunidades el modelo que fue diseñado en el 2002, como marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística.

En Yucatán, al igual que los demás destinos turísticos del país, se enfrenta la misma problemática ambiental, social y de crecimiento urbano desordenado en las zonas y sitios turísticos, donde la falta de planeación y cuidado ambiental ha provocado deterioro ecológico y pérdida de identidad cultural. Esto último contribuye a la pérdida de competitividad en el mercado.

La riqueza del patrimonio natural es una de las fortalezas del turismo en la entidad.

La riqueza del patrimonio natural es una de las fortalezas del turismo en la entidad y su protección y aprovechamiento sustentable son un reto sectorial expresado ya en el Plan Estatal de Desarrollo, sobre la manera de impulsarlo en forma sustentable, a fin de proteger el ambiente y beneficiar a las comunidades locales.

La competitividad se traduce finalmente en el valor percibido de las experiencias adquiridas por los turistas. Son los visitantes quienes perciben la calidad y valor agregado de los productos y servicios adquiridos.

El fomento de la oferta, la necesidad de diseñar y ofrecer productos turísticos novedosos y de calidad para atraer mayores volúmenes de turistas, profesionalizar y hacer competitivo al sector empresarial y personal de contacto con el turista, son líneas de trabajo definidos dentro de una estrategia general para atender la mayor debilidad del sector turismo en Yucatán.

La corresponsabilidad de todos los actores del sector y de los empresarios comprometidos en el desarrollo turístico coadyuvará a la efectividad de programas y proyectos para tener competitividad y posicionamiento en el mercado.

La corresponsabilidad de todos los actores del sector y de los empresarios comprometidos en el desarrollo turístico coadyuvará a la efectividad de programas y proyectos.



5.4.4 Empresas competitivas

El rol que juega la empresa turística y los productos y servicios ofrecidos a través de su inversión, comercialización o prestación de servicios es fundamental en la industria turística.

La competitividad de las empresas, de los productos y servicios es el objetivo a concretar por todo destino que desee posicionarse en el mercado turístico actual, cuyas exigencias demandan una creciente competencia para atraer y mantener cuotas constantes de él.

No basta con apoyar al sector empresarial, sino hacer sinergias y gestiones para su sensibilización, lo que le permitirá integrarse y buscar su competitividad mediante la calidad de sus productos y servicios en una industria de alta exigencia de innovación.

La política turística en esta área de efectividad está orientada a trabajar en la atención del mejoramiento integral de la demanda dado que, la formación de conglomerados o clusters turísticos para detonar con sinergias los espacios de mayores ventajas y concentración de recursos y servicios, es una fase a lograr en mediano plazo, para hacer de Yucatán un destino con un sector empresarial maduro en el sector turístico dentro del mercado.

La competitividad de las empresas, los destinos, productos y servicios es el objetivo a concretar en el mercado turístico.



5.5 La nueva política turística para Yucatán

Los factores prioritarios son la captación de divisas, la generación de empleos, distribución del ingreso y el desarrollo regional sustentable.

En las últimas décadas el turismo se ha convertido en la actividad principal y factor de atracción de población en regiones de escaso potencial para el ejercicio de otras actividades.

El rumbo hacia donde debe encauzarse el desarrollo turístico de Yucatán está determinado por los objetivos estratégicos establecidos a nivel nacional, en los cuales los factores prioritarios son la captación de divisas, la generación de empleos, una mejor distribución del ingreso y el desarrollo regional sustentable.

Estas nuevas tendencias colocan al país y a todos sus destinos turísticos; y por ende a Yucatán, en una posición de búsqueda de nuevos modelos y estrategias que lo favorezcan para captar mercados y segmentos de mayor crecimiento, que son compatibles con su vocación y tipo de atractivos turísticos pero que, al mismo tiempo, le obligan a trabajar en un ambiente de acentuada competitividad.

Los destinos centroamericanos como Belice y Costa Rica compiten con producto ecoturístico y la estrategia de Estados Unidos para captar su mercado interno en el sur, con oferta novedosa segmentada en la llamada "Franja o cinturón del sol", se han convertido en verdaderos retos.

La lucha por los mercados turísticos será cada vez más fuerte, por lo que los retos a los que se enfrentará esta actividad incluyen una mayor competencia en la comercialización; mayor demanda de recursos financieros para desarrollo de proyectos; aplicación de tecnología de punta; -en especial de la informática- y una planeación más cuidadosa de la actividad turística, su entorno ecológico y las comunidades en donde ésta se lleva a cabo, con el fin de garantizar la sustentabilidad y un diseño de productos innovadores enmarcados en los conceptos de calidad y precios competitivos.

Es necesario reforzar el apoyo al sector turismo para que el gobierno del estado cumpla eficazmente su función de fomento mediante la canalización de recursos e inversión, coordinación, regulación y creación de infraestructuras regionales, así como el de concertador para encontrar alternativas de participación que permitan compartir responsabilidades con el sector social y privado, con el objetivo final de lograr el desarrollo sustentable de la actividad y obtener un beneficio social más extenso.

En las últimas décadas el turismo se ha convertido en la actividad principal y factor de atracción de población en regiones de escaso potencial para el ejercicio de otras actividades, dado que el empleo en este sector ha observado un crecimiento más acelerado que el de la agricultura o el propio comercio.

A ello ha contribuido el carácter multifactorial y multisectorial del turismo pues en su dinámica intervienen asociadas 62 actividades productivas más.

El aumento del consumo turístico contribuirá significativamente en la economía estatal, aumentando su participación en el PIB y la generación de empleos mediante una política turística de largo plazo compartida con el sector privado, que eleve la calidad y la competitividad del destino.

Para el logro de estos objetivos se apoyará en la gestión financiera hacia la actividad turística, invertir en infraestructura, superestructura y otros activos necesarios para el sector, así como crear con gobiernos locales y el sector privado clusters para impulsar proyectos estratégicos que detonen inversiones y diversifiquen la oferta.

Para fomentar la inversión en el sector los empresarios del ramo tienen la gran responsabilidad de crear las nuevas experiencias que está buscando el turista, brindar calidad y ser eficientes, lo que significa entender al turismo como un sistema integrado de servicios.

Con propuestas innovadoras Yucatán debe aprovechar su ubicación geográfica para aumentar su participación en el mercado de los Estados Unidos que, entre otras oportunidades, ofrece un enorme segmento doméstico de alrededor de 850 millones de viajes que se realizan con motivos de placer, negocio y convenciones.

De manera paralela el estado debe consolidar el mercado europeo mediante una estrategia de

marketing para afianzarse y diversificarse hacia otros mercados de interés dentro de la Comunidad Europea y Japón.

Es necesario reencauzar el desarrollo turístico de Yucatán como un destino de alto valor, aprovechando las oportunidades que se abren y sus enormes ventajas comparativas sobre otros similares para aumentar la penetración en nuevos mercados y diversificar sus segmentos, con la finalidad de elevar el gasto y la estadía de los visitantes.

Bajo un nuevo modelo de desarrollo y política turística se busca alcanzar el equilibrio que permita consolidar y mantener a mediano plazo una sólida posición competitiva del estado en los mercados, captar una parte cada vez mayor del mercado internacional, a la vez que buscar el fortalecimiento del sector con la corresponsabilidad de todos los agentes.

La formulación de una política turística de largo plazo debe ser, por necesidad, incluyente para que todos los actores involucrados participen en su constitución y se comprometan en su aplicación.

La estrategia de carácter regional se basará en la sustentabilidad obligada del desarrollo turístico, de todas las acciones a realizar y en el aprovechamiento respetuoso del enorme capital de naturaleza y cultura que tiene en sus destinos costeros, en las áreas naturales protegidas, en sus regiones arqueológicas, de cultura y herencia viviente maya.

Esto permitirá dinamizar el desarrollo de nuevas experiencias de viaje, con Mérida como centro de distribución a regiones en las que se incorporen nuevos atractivos ligados a la naturaleza y la cultura, a fin de generar una amplia gama de actividades orientadas a satisfacer nichos específicos del mercado nacional e internacional.

Existe la necesidad de brindar mayores oportunidades al mercado con productos novedosos como la integración de oferta temática en rutas, corredores o circuitos que se unan a redes regionales de transporte aéreo y carretero. También resulta indispensable vincular el desarrollo de productos a este sistema, involucrando y otorgando apoyo a los operadores locales e incorporando a las comunidades en las actividades y beneficios de la actividad turística.

El marco de las iniciativas regionales de cobertura internacional y de todo el sureste mexicano, como las impulsadas en el Programa Mundo Maya, representa una oportunidad real para enriquecer con sinergias el desarrollo del destino y su consideración internacional en importantes programas de sustentabilidad turística.

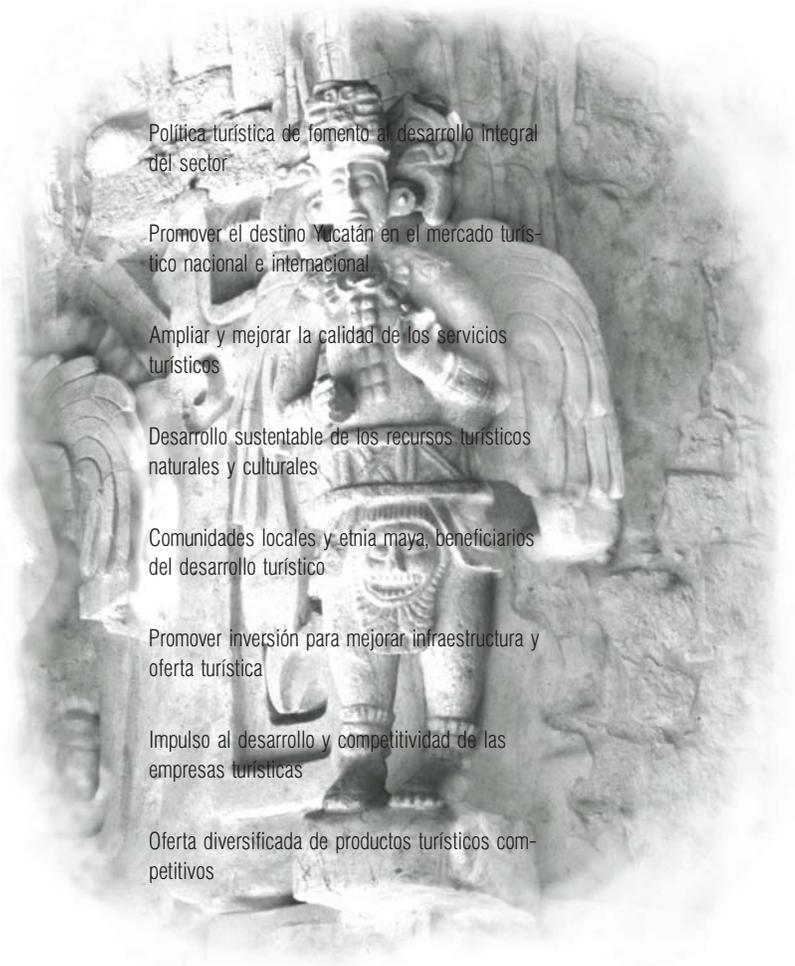
De esta manera se ha conceptualizado el modelo que consolide el sector turismo en la economía estatal, mediante ejes de política que corresponden a los marcados en el modelo turístico nacional y a los lineamientos de acción establecidos en el subjeje de “Turismo para el desarrollo económico” del Plan Estatal de Desarrollo.

Desde esta perspectiva se trabajará para lograr que el turismo sea una prioridad en la economía yucateca, que los turistas estén totalmente satisfechos, que nuestros destinos sean sustentables y nuestras empresas competitivas.

Es necesario reencauzar el desarrollo turístico de Yucatán como un destino de alto valor, aprovechando las oportunidades que se abren y sus ventajas comparativas sobre otros similares.

La estrategia de carácter regional se basará en la sustentabilidad obligada del desarrollo turístico.

VI. Areas de Oportunidad y Objetivos Sectoriales



Política turística de fomento al desarrollo integral del sector

Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional

Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos

Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales

Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico

Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística

Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas

Oferta diversificada de productos turísticos competitivos



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



VI. Áreas de Oportunidad y Objetivos Sectoriales



6.1 Área de oportunidad 1. Política turística de fomento al desarrollo integral del sector

Objetivo sectorial 1: Diseñar e instrumentar una política estatal en materia turística para hacer del sector una prioridad para la economía estatal.

Diseñar y proponer una política estatal en materia turística es un objetivo sectorial medular para hacer del turismo una prioridad en la economía yucateca. El compromiso de la presente administración es buscar alternativas de desarrollo económico ante la crisis actual y la depresión de los sectores productivos tradicionales.

Está comprobado que el turismo es, no obstante los entornos desfavorables, una alternativa real de desarrollo, por lo que ha sido considerado como prioridad dentro del proyecto económico de la actual administración, que de esta manera busca fortalecerlo de manera integral.

Es por ello que como punto de partida se propone definir y articular una política estatal clara y consensuada en pro del desarrollo turístico. Será a partir de su aplicación como instrumento para consolidar al sector que se pueda construir el futuro deseado para el turismo en Yucatán.

Durante décadas, no obstante la clara vocación turística del estado, no se definieron rumbos ni acciones estratégicas para desarrollar los atractivos turísticos, perdiendo rápidamente competitividad a partir de la década de los años 80.

El crecimiento del sector fue espontáneo y más aún fue incipiente la coordinación de acciones con el sector privado en planes o programas que hicieran frente al despegue de polos de desarrollo planeados en la propia península. El binomio sector público-iniciativa privada no tuvo una expresión de políticas de gobierno en materia de turismo.

Como resultado tampoco existe un marco jurídico sólido que apoye la actuación de la nueva Secretaría de Turismo en el ámbito normativo y ejecutor de responsabilidades ante los agentes del sector y organizaciones del mismo.

Las estrategias definidas para atender este objetivo están dadas en los puntos medulares para el despegue y la consolidación del sector turismo. Estas atienden a consolidar el marco jurídico, la planeación turística, la definición de políticas sectoriales, la concurrencia pública y concertación amplia con todos los agentes del sector y a nivel intersectorial, así como apoyar el desarrollo turístico regional y municipal.

Habrà que programar acciones para buscar una relación estrecha con el legislativo y la formación de figuras de representación, consulta y trabajo, coordinar y agrupar a sectores y grupos de impulso.

Lo anterior con el fin de crear sinergias institucionales dirigidas en un marco de fortalecimiento institucional de la Secretaría de Turismo estatal como responsable de coordinar la ejecución de cada estrategia, acción o proyecto que se pretenda llevar a cabo para fortalecer al sector.

Diseñar y proponer una política estatal en materia turística es un objetivo sectorial medular para hacer del turismo una prioridad en la economía yucateca.

No existe un marco jurídico sólido que apoye la actuación de la nueva Secretaría de Turismo en el ámbito normativo y ejecutor de responsabilidades ante los agentes del sector y organizaciones del mismo.

Es necesario fortalecer los instrumentos administrativos y jurídicos a fin de favorecer la incidencia del turismo en el desarrollo estatal.

Estrategias:

Impulsar la legislación del ramo y la mejora regulatoria para fortalecer el marco jurídico y la normatividad del turismo

Es necesario fortalecer los instrumentos administrativos y jurídicos a fin de favorecer la incidencia del turismo en el desarrollo estatal. Para ello se requiere dotar al sector de un marco legislativo sólido, con leyes y reglamentos que permitan normar y regular la actividad turística.

Dotarlo de una Ley Estatal de Turismo con el objetivo primordial de crear el marco jurídico que regulará esta actividad en la entidad, siendo en consecuencia aplicable a todos los prestadores de servicios turísticos: estableciendo además atribuciones y obligaciones expresas en materia turística.

Sobre desregulación la estrategia será adecuar y hacer transparentes las normas y reglamentaciones turísticas para que las empresas que operan los diferentes segmentos turísticos dispongan de nuevos marcos normativos que fomenten la creatividad, mejoren la prestación de servicios y promuevan la inversión para el desarrollo del sector.

Acciones:

- Impulsar la iniciativa y promulgación de la Ley Estatal de Turismo y su reglamento respectivo
- Coordinar con comisiones legislativas las propuestas en la materia
- Consensuar dicha ley con grupos y organismos de representación
- Presentar iniciativas de desregulación de la actividad turística a la Comisión de Turismo del Congreso del estado
- Proponer el proyecto estatal de facilitación y las reformas regulatorias

La Ley Estatal de Turismo es una demanda de los agentes del sector por lo que su consenso y promulgación darán como resultado la iniciativa más importante para fortalecer el marco jurídico de la actividad turística.

Por otra parte, si bien el cumplimiento de la reglamentación y normatividad del sector es una obligación legal, es conveniente que las empresas tomen conciencia sobre la calidad del producto y su proceso de mejora continua. Además es conveniente analizar las reformas regulatorias que conformarían el Programa Estatal de Facilitación que se ejecutará una vez que se descentralicen totalmente las acciones al estado

Metas:

- Propuesta y promulgación de la Ley Estatal de Turismo y su reglamento
- Formación de comités intersectoriales y grupos de trabajo
- Programa Estatal de Facilitación

Planificar el desarrollo turístico

La planeación es el instrumento requerido para organizar y racionalizar eficientemente la intervención en el escenario complejo y cambiante que se presenta en el turismo. Es una herramienta útil para enfrentar situaciones de corto plazo y sirve para construir una visión y enfoque de largo plazo, a partir de esfuerzos coordinados al interior del gobierno estatal y entre éste con los gobiernos municipales.

La planeación estratégica del turismo es una acción obligada de cualquier destino que pretenda trascender en el clima de competitividad y globalización que existe en el presente siglo.

Los principales destinos a nivel mundial y nacional han sido el resultado de planes estratégicos y de acciones permanentes de búsqueda y monitoreo de tendencias, nuevos

La planeación es el instrumento requerido para organizar y racionalizar la intervención en el escenario complejo y cambiante del turismo.

modelos o fórmulas de desarrollo para adecuar sus estrategias al cambio, para construir permanentemente escenarios y actuar siempre antes que sus competidores. No han sido acciones desordenadas e improvisadas las que han influido en su mejor posicionamiento y liderazgo en el mercado.

En el pasado en Yucatán la planeación del sector turismo no se ha dado en forma estructurada, careciéndose de estrategias rectoras para el desarrollo de regiones turísticas y de la definición de un nuevo modelo de desarrollo turístico, lo que ha repercutido en la adopción de esquemas y estrategias de alcance limitado o bien no enmarcadas en planes o programas. En consecuencia los esfuerzos para impulsar el desarrollo turístico de manera planificada han sido aislados o bien no se han continuado.

Tal es el caso de lo establecido en el Plan de Gran Visión, realizado para el desarrollo estatal a principios de los años 90, como de los realizados con el Plan Maestro del Mundo Maya Yucatán, en los que el BID, FONATUR y el gobierno estatal impulsarían de manera ordenada y estratégica nuevos polos turísticos e infraestructura para su consolidación. Esfuerzos trunco que no se lograron concretar ni respondían a una estrategia integral de desarrollo del sector.

A la fecha, como se refiere en el diagnóstico, se carece de planes de ordenamiento turístico o bien de aquellos estratégicos para consolidar sus principales regiones; menos aún se han elaborado planes o programas integrales para el aprovechamiento sustentable de los atractivos naturales y culturales de los principales productos turísticos del estado.

Se plantea atender como prioridad la generación de todos los instrumentos de planeación básicos y los proyectos o procesos que ayuden a marcar rumbo al desarrollo del turismo, en todas sus expresiones, la estatal, regional y municipal, así como de manera corresponsable con la iniciativa privada y todos los agentes del sector como dependencias de gobierno involucradas en primer orden.

Acciones:

- Elaboración de planes y programas turísticos
- Elaboración de estudios y proyectos estratégicos para el desarrollo del sector
- Realizar la planeación de largo plazo del sector
- Generar un sistema de información turística estatal y de evaluación sectorial
- Implantar la Cuenta Satélite de Turismo Estatal
- Mejorar los sistemas de investigación y uso tecnológico en la generación de conocimiento e información que fortalezca al sector turismo

Entre las necesidades que se le plantean al desarrollo del turismo en un entorno cada vez más dinámico y complejo, con fuerte competencia por los mercados y continuos retos y oportunidades limitadas, está la de contar con planes estratégicos y con instrumentos eficientes capaces de apoyar el manejo analítico de grandes volúmenes de datos y la información oportuna de su entorno.

Esto permitirá sustentar los procesos de decisión, conducir la implantación de acciones y atender la inmediata evaluación de resultados a fin de refinar políticas y estrategias en un proceso incluyente, envolvente e integral.

Metas

- Elaboración y presentación del Programa Sectorial, su actualización y evaluación
- Consolidar el Sistema Estatal de Información Turística y la implantación del Programa DATATUR Yucatán en todas sus fases
- Asesorar a municipios para el desarrollo de sus programas turísticos y proyectos
- Realizar los estudios y proyectos requeridos para apoyar el desarrollo de la oferta y el fomento de la demanda
- Diseñar el sistema de evaluación del sector y el de indicadores

En el pasado en Yucatán la planeación del sector turismo no se ha dado en forma estructurada, careciéndose de estrategias rectoras para el desarrollo de regiones turísticas.

Entre las necesidades que se le plantean al desarrollo del turismo... está la de contar con planes estratégicos y con instrumentos eficientes capaces de apoyar el manejo analítico de grandes volúmenes de datos y la información oportuna de su entorno.



Es el nuevo Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo en México, (SINIESTM), diseñado en 2001 para modernizar y hacer más eficaz la elaboración de estadísticas del sector.

Yucatán, mediante convenio promovido por la Secretaría de Turismo del estado, se incorporó al sistema a través del programa DATATUR Yucatán, que arrancó con la participación del sector hotelero para monitorear la actividad y con la meta de extenderlo gradualmente a los otros sectores del ramo. Actualmente participan hoteles de GT, 5, 4, 3, 2 y 1 estrella.

Beneficios

- Su implantación ayuda a construir estadísticas turísticas confiables con la tecnología más avanzada en la materia
- Da certeza y confianza para la toma de decisiones
- Abre amplias posibilidades para vincular bases de datos asociadas y elaborar análisis
- Hace partícipes a los agentes del sector que reporta durante la generación de información básica del turismo
- Integra un sistema y red de información turística de calidad y obtención inmediata de datos
- Da confidencialidad por su sistema de obtención y captura de datos

A los agentes del sector les ofrece

- Información sobre las tendencias de turismo a nivel nacional e internacional
- Boletín semanal de información
- Acceso a productos nuevos que se generen por el sistema
- Conocimiento del porcentaje de ocupación que presenta el establecimiento al corte del día
- Información estadística para el desarrollo de análisis comparativo de la ocupación
- Productos de información y análisis generados por la SECTUR

Definición de políticas turísticas

El proceso de planeación irá acompañado de la formulación de políticas sectoriales e intersectoriales cuya articulación permita la consecución de los objetivos y metas que plantea alcanzar este programa sectorial. La creciente complejidad del turismo exige la definición de políticas turísticas y otras concurrentes en un marco intersectorial que no se ha formalizado aún.

El turismo estará en mejor condición para enfrentar los desafíos del mercado al integrarse con otros sectores relevantes y adoptar políticas convergentes que produzcan bienestar y desarrollo sostenibles.

Es necesario partir de una nueva dinámica que incorpore la dimensión del turismo en el accionar de otros sectores y dependencias en temas de transporte, medio ambiente, promoción, desarrollo y participación social, facilitación y regulación, sustentabilidad e inversiones, entre otros.

A través de la Secretaría de Turismo y con apoyo de una concertación permanente se buscará, en tres ámbitos, coordinar políticas y acciones con:

- Organismos del sector turístico federal
- Instancias del gobierno federal que están vinculadas al sector
- Instancias estatales y municipales

Acciones

Proponer y consensuar las políticas turísticas prioritarias para fortalecer el marco de actuación institucional y acciones intersectoriales. Estas políticas prioritarias en las que se trabajará son:

- Política de turismo y transporte
- Política de desarrollo sustentable del turismo
- Política de turismo cultural
- Política de ecoturismo
- Política de información estadística
- Política de infraestructura y equipamiento
- Política de promoción
- Política de capacitación y formación de recursos humanos
- Política de facilitación
- Política de fomento e inversión turística
- Política de regiones turísticas

Metas

- Desarrollar políticas turísticas prioritarias y el sistema de evaluación de su impacto en el desarrollo del sector
- Consolidar el Subcomité Intersectorial de Turismo y grupos de trabajo que ayuden a la ejecución de las políticas y acciones

Apoyar el desarrollo turístico municipal y regional

Para contribuir al desarrollo económico regional equilibrado es necesario definir los criterios de planeación para impulsar programas y planes maestros congruentes con el modelo de desarrollo turístico deseado, mediante la asesoría técnica a municipios turísticos, los cuales trabajan desarticuladamente en sus programas del ramo sin que éstos respondan a una estrategia general de desarrollo regional o estatal, debido a que no existían políticas definidas y por tanto nunca se habían definido y concertado apoyos para la planeación turística.

La indefinición de regiones turísticas y prioridades de desarrollo dio margen a esfuerzos desintegrados y de corto alcance según los periodos de gestión municipal, sin contar la carencia de equipos de planeación en los municipios turísticos.

Acciones

- Concertar con municipios turísticos estrategias y programas conjuntos para su desarrollo turístico
- Brindar asesoría y asistencia a los municipios turísticos
- Promover programas de carácter regional que coadyuven a impulsar el desarrollo turístico

La indefinición de regiones turísticas y prioridades de desarrollo dio margen a esfuerzos desintegrados y de corto alcance, según los periodos de gestión municipal.

La promoción favorece la captación de flujos turísticos rentables desde los principales mercados emisores. También incrementa la intención de viaje al estado y mejora la relación visita-gasto.

Hoy la política y estrategia nacional en materia de promoción se basan en el direccionamiento de acciones y de los recursos hacia la penetración en los mercados y segmentos de mayor rentabilidad.

Metas

- Acuerdos de colaboración con 3 municipios turísticos
- Proyecto de asesoría y asistencia municipal
- Tres programas municipales de desarrollo turístico

6.2 Area de Oportunidad 2 Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional

Objetivo sectorial 2: Mejorar la imagen y posicionar competitivamente al destino Yucatán en los mercados nacionales e internacionales.

Objetivo sectorial 3: Establecer sinergias con otros estados y países del mundo maya para aprovechar eficazmente las ventajas turísticas de la región.

La promoción favorece la captación de flujos turísticos rentables desde los principales mercados emisores. También incrementa la intención de viaje al estado y mejora la relación visita-gasto; de ahí la importancia de fortalecerla como parte de la estrategia general de desarrollo turístico del estado.

La pérdida de competitividad y posicionamiento del destino es consecuencia en gran parte de la falta o continuidad de estrategias promocionales en los últimos años. Los esfuerzos oficiales para el impulso turístico no tuvieron el impacto esperado pues la promoción se llevo a cabo sin planeación, sin coordinación con el sector empresarial y sin un conocimiento profundo de los mercados.

En la presente administración, con apoyo de la mercadotecnia, las relaciones públicas y la publicidad, así como en coordinación con los agentes privados y con la Secretaria de Turismo Federal y el Consejo de Promoción turística de México, se han realizado importantes acciones de promoción del destino Yucatán dentro y fuera del país, generando una estrategia para el avance y posicionamiento deseado en los principales mercados emisores europeos, de los Estados Unidos y en nuestro país. Con una nueva imagen diferenciada el destino está promocionándose en los mercados naturales y nuevos.

Un factor importante a atender es desestacionalizar la demanda para contrarrestar las temporadas bajas y trabajar intensivamente en atraer al mercado doméstico, que representa el segmento de mayor volumen y consumo turístico. Es necesario tomar en cuenta que en 2002 el número de turistas nacionales fue de 47.3 millones de personas, cifra que se elevará durante el 2003, de acuerdo a los sondeos y encuestas realizadas a nivel federal.

De ahí que sea necesario conjuntar esfuerzos y generar sinergias por medio del diseño y operación de campañas y programas de promoción basados en un enfoque integral, que se apoye en mecanismos que permitan potencializar los recursos.

Estrategias

Diferenciación y posicionamiento del destino

Hoy la política y estrategia nacional en materia de promoción se basan en el direccionamiento de acciones y de los recursos hacia la penetración en los mercados y segmentos de mayor rentabilidad. La intensificación de acciones de mercadotecnia estratégica y la selección de mercados meta deberán orientar las acciones promocionales para posicionar el destino Yucatán, su marca y la línea de productos diferenciados que se ofrecen en un mercado cada vez más exigente y cambiante.

La innovación y adaptación al cambio será el factor clave ante la competencia acentuada por vender ahora un turismo de experiencias, exigente y altamente segmentado.

También la comercialización por vía cibernética (Internet) ha ganado terreno y deman-

da la adecuación de estrategias de adaptación y de profundo conocimiento de los canales de comercialización turística y de las grandes empresas internacionales concentradoras.

Acciones

- Promover el destino y sus productos en mercados y segmentos de mayor rentabilidad mediante marketing estratégico
- Realizar alianzas comerciales estratégicas con socios nacionales y extranjeros
- Instrumentar programas de relaciones públicas dentro y fuera del país
- Realizar mercadeo directo
- Consolidar la Oficina de Convenciones y Exposiciones de Yucatán
- Apoyar los esfuerzos regionales en el Programa Mundo Maya para desarrollo y promoción de Yucatán
- Instrumentar una estrategia de comunicación y manejo de crisis

La instrumentación de un programa de promoción turística de carácter participativo y abierto a la estructuración de negocios, con aportaciones y apoyo de los empresarios del sector, es una acción estratégica para consolidar el posicionamiento del destino en el mercado nacional e internacional.

OCEY

La Oficina de Convenciones y Exposiciones de Yucatán es una dependencia especializada de promoción, creada en 2002 por demanda del sector y gestión de la Secretaría de Turismo estatal.

Visión

- Posicionar al estado de Yucatán como destino óptimo para la realización de congresos, convenciones, ferias y exposiciones

Misión

- Impulsar la atracción de exposiciones, congresos, convenciones e incentivos mediante la participación organizada y coordinada de los servicios turísticos y de las instituciones que lo integran

Servicios que ofrece

- Proporcionar información detallada del destino
- Contactar organizadores con prestadores de servicios
- Organizar visitas de inspección y prospección
- Presentación oficial de candidaturas para conseguir sedes

Objetivos

- Incrementar el número de eventos
- Fomentar la asistencia y ampliar la estadia del participante
- Promover a Yucatan como óptima sede de congresos

Acciones estratégicas

- Para el 2003 27 convenciones con una participación de 1640 personas
- Para el 2004 cinco convenciones con una participación de 5800 personas
- Para el periodo 2005-2008 cinco convenciones con una participación de 8200 personas

Apoyo a la organización de eventos de gran cobertura tales como la Cumbre del Mecanismo de Tuxtla y la Expo Inversión Plan Puebla Panamá.

Factor clave será contar con un plan de mercadotecnia y de estudios de mercado recientes que sean marco de acción para los programas de relaciones públicas y de Cooperación en publicidad (CoOps).

Estos instrumentos se concertan con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y empresas nacionales y extranjeras que se han interesado en apostar por el negocio turístico, potenciando los recursos de promoción ventajosamente para Yucatán.

A su vez, la promoción en el mercado de congresos y convenciones de negocios e incentivos se lleva a cabo mediante una estrategia fortaleciendo a la Oficina de Convenciones y Exposiciones Yucatán (OCEY), como una una acción de resultados inmediatos.

Metas

- Realización del Plan de Mercadotecnia Turística 2001-2007
- Estudios de mercado (mercados emisores, principales segmentos)
- Concertación y firma de Convenios Cooperativos (CoOps)
- Programa de Relaciones Públicas (monitoreo, boletines, medios, producciones)
- Programa de Publicidad (ferias, exposiciones, manuales)
- Programa Mundo Maya (promoción regional)
- Organización y promoción de eventos nacionales e internacionales
- Coordinación y acuerdos con la SECTUR federal y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM)

La promoción regional también será intensificada y enmarcada en el nuevo enfoque promocional dentro del Programa Mundo Maya México, con lo cual se buscará fortalecer la marca Yucatán–Mundo Maya.

Por otra parte los efectos de los conflictos bélicos en el Medio Oriente obligan a definir estrategias de respuesta y campañas emergentes para promover y comercializar en el mercado nacional y en los nichos del mercado internacional que respondan a nuestra oferta y acción promocional.

Los efectos de los conflictos bélicos en el Medio Oriente obligan a definir estrategias de respuesta y campañas emergentes para promover y comercializar en el mercado nacional y en los nichos del mercado internacional.

6.3 Area de oportunidad 3. Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos

Objetivo sectorial 4: Impulsar la profesionalización en la prestación de los servicios turísticos.

Las exigencias de la actual demanda turística están cada vez más orientadas a la calidad, a encontrarla en la información, la seguridad, los servicios y productos que compra el turista. Su concepto es integral y abarca todos los momentos de la visita turística; incluso desde su planeación en el lugar de procedencia.

Los destinos mejor posicionados en el mercado turístico trabajan de manera permanente en la búsqueda de innovación y calidad de sus productos y servicios, en la capacitación y especialización de sus recursos humanos, en la certificación de sus empresas y también en la calidad medioambiental hoy buscada por los segmentos ecológicos.

El propósito de la competitividad del turismo se acompaña del concepto y filosofía de la calidad.

Para conseguirla en los servicios turísticos de Yucatán se instrumentarán acciones estratégicas que busquen la profesionalización del sector turismo por un lado y la concientización de los empresarios y trabajadores del mismo, sobre la necesaria búsqueda de la calidad en todos los servicios prestados.

Así se ha elegido la siguiente:

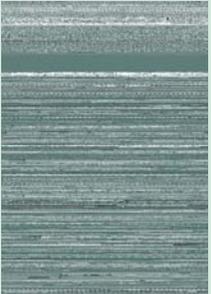
La certificación de la calidad de los servicios es una de las estrategias para estimular a los prestadores esforzados.

Estrategia

Certificación de la calidad de los servicios

La certificación de la calidad de los servicios es una de las estrategias para estimular a los prestadores esforzados y dar seguridad al turista sobre los servicios ofrecidos en la plaza.

Programa de calidad y atención al turista



El distintivo "H" es un reconocimiento que hace la SECTUR, avalado por la Secretaría de Salud, a los prestadores de servicios de alimentos y bebidas que cumplen con estrictos requisitos sobre el manejo higiénico de los alimentos. En 2001 este programa se convirtió en la Norma Mexicana (NOM) NMX-F-605-NORMEX. La Secretaría de Turismo del estado lo promueve entre los prestadores de servicios.

Procedimiento

Propósitos

- Fomentar la capacitación para mejorar la calidad, higiene y seguridad en la industria hotelera y restaurantera
- Mejorar la prestación de servicios de alimentos y bebidas para fortalecer la afluencia turística nacional e internacional hacia Yucatán

Beneficios

La empresa determina que desea obtener el Distintivo "H"

↓

Desarrolla el programa para su implantación con un instructor registrado por la SECTUR

↓

Determina que está en condiciones de obtenerlo

↓

Empresa seleccionada contrata al organismo verificador

↓

Solicita a la SECTUR estatal visita de verificación por medio de una carta, misma que se remite a la SECTUR federal

SI

SECTUR otorga el Distintivo "H"

NO

Correcciones

Para el cliente	Para el personal	Para la empresa	Para el país
Aumento de la confianza	Significa un reto que puede lograr	Unifica valores organizacionales	Desarrollo de confianza en turistas
Sensación de compromiso con él	Desarrolla valores individuales	Mejor control de los alimentos	Aumento de las divisas por turismo
Evaluación favorable por parte del cliente	Comprende por qué lo hace y se compromete	Reducción de la merma	Reduce enfermedades transmitidas por alimentos

A nivel nacional se ejecuta el Distintivo H en los establecimientos de alimentos y bebidas, mientras que en la hotelería se otorga un reconocimiento por parte de asociaciones internacionales, en función de los servicios e instalaciones de los hoteles que buscan la exclusividad o forman parte de las grandes cadenas.

Acciones

- Realizar e impulsar programas para el mejoramiento de la calidad en el sector, tanto en lo que se refiere a los recursos humanos como a las instalaciones en las que se prestan los servicios turísticos

105

Reconocimientos o galardones por servicios e instalaciones turísticas en hospedaje					
Hotel	No. DE CUARTOS	Municipio	Categoría	Reconocimiento	Otorgado en
HYATT REGENCY	299	Mérida	GT	Four Diamond Award-AAA Gran Turismo-SECTUR	1995
FIESTA AMERICANA	350	Mérida	GT	Four Diamond Award-AAA Gran Turismo-SECTUR ISO 9002 Ahorro de energía	1995 2000 1996
VILLA MERCEDES	84	Mérida	GT	Gran Turismo-SECTUR	2001
HACIENDA SANTA ROSA	11	Maxcanú	C/E	The Luxury Collection Four Diamond Award-AAA Categoría Especial-SECTUR	2000
HACIENDA SAN JOSE	15	Tixkokob	C/E	The Luxury Collection Four Diamonds-AAA Categoría Especial-SECTUR	2000
HACIENDA TEMOZON	28	Abalá	C/E	The Luxury Collection Four Diamond Award-AAA Categoría Especial-SECTUR	2000
HACIENDA X'CANATUN	18	Mérida	C/E	Five Star Diamond Award American Academy of Hospitality Services Categoría Especial-SECTUR	2002

- Promover entre el sector restaurantero y hotelero el programa de calidad en la higiene y manejo de los alimentos, proporcionando el Distintivo "H" en forma coordinada con la Secretaría de Salud y la SECTUR federal

Procurar el mejoramiento de la educación para el turismo

La formación de profesionales en turismo es un factor importante para asegurar la calidad de los servicios, recursos humanos y empresas del sector, por lo que impulsar acciones de capacitación y profesionalización de los futuros prestadores de servicios y empresarios es una estrategia del presente programa.

La estrecha relación del sector académico, el empresarial y el gobierno será necesaria para acordar acciones y sinergias encaminadas a lograr que la enseñanza en las universidades e institutos que forman a los profesionales de la especialidad garantice la calidad de la preparación y se facilite la inserción de los graduados en el campo laboral.

Acciones

- Convenios y acuerdos de colaboración con instituciones educativas en materia turística
- Impulsar la difusión de la cultura turística
- Organización conjunta de foros, talleres, seminarios y diplomados
- Convenios para prestación de servicio social, colaboración en brigadas estudiantiles, prácticas, estudios e investigación y becas
- Cartilla turística

Mejorar la asistencia, seguridad e información al turista

La atención oportuna a las solicitudes de información turística cumple dos funciones básicas: por un lado, en el caso de los turistas potenciales, puede ser un factor que influya sobre la decisión de viaje, contribuyendo a incrementar los montos de visitantes que demanden servicios y, por otro, en caso de los turistas actuales, representa un factor de satisfacción de la experiencia integral del viaje, así como la posibilidad de incrementar su gasto y estadía.

Adicionalmente se debe considerar que la asistencia efectiva al turismo carretero contribuye a propiciar un clima de certidumbre, confianza y seguridad, haciendo más satisfactoria su experiencia de viaje.

Existe ya la Comisión Nacional para la Seguridad de la Actividad Turística, presidida por la SECTUR federal y conformada por nueve secretarías del estado y coordinada con los estados del país. En ella Yucatán participará activamente mediante acciones para recuperar la confianza de los turistas y darles seguridad, cubriendo todas las terminales de acceso terrestre, marítimo y aéreo, además de una campaña de sensibilización al turista sobre la prevención y solicitud de asistencia.

Acciones

- Concertar la ampliación y mejora del servicio de los Angeles Verdes
- En la carretera. Ampliar y mejorar el auxilio vial y asistencia al turista en las principales vías carreteras donde se cuenta con el servicio de los Angeles Verdes. Ello procurando ampliar la cobertura y calidad del servicio y mejorando el equipamiento y la capacitación de sus elementos. También es importante concertar los operativos especiales por temporada vacacional y de fines de semana.
- Para la prestación de este servicio se cuenta con seis patrullas; cinco en Mérida y una en Valladolid, mientras que las carreteras turísticas están asistidas por 12 elementos de los Angeles Verdes que brindan de manera permanente seguridad y asistencia integral al visitante.
- Procuración permanente de seguridad y asistencia integral al visitante
- En los sitios turísticos. Cubrir las necesidades de los visitantes mediante una red de oficinas locales o municipales de turismo en cada sitio de atención. En coordinación con los prestadores de servicio, dar la atención oportuna en rutas o circuitos donde se desplazan las mayores corrientes turísticas.
- En paradores turísticos. Complementar, segmentar y optimizar todos los servicios al usuario en las unidades integrales de servicio y paradores carreteros tanto en las zonas arqueológicas como en la carretera y corredor Mérida-Cancún.
- En las terminales aéreas, marítimas, terrestres. Procurar que existan los servicios de atención e información al turista para asistir y orientar a los visitantes que viajan en forma individual o en grupos. La oportunidad de la información y asistencia desde la llegada del turista previene gastos innecesarios, orienta su viaje y genera confianza de movimiento en el destino.
- Policía turística. En la medida que para el visitante la seguridad va a ser un factor decisivo de viaje y de elección de los destinos, buscará su garantía no sólo en la protección física sino en el desplazamiento, estancia, información, asistencia, servicios, salud, precios y garantías en el lugar que visite

Para el caso de Yucatán, dadas las condiciones de seguridad con las que cuenta en los sitios turísticos, en comparación con otros destinos, se tiene un elemento favorable para promover la visita turística.

Un aspecto de gran importancia es la atención que se dé a sus necesidades de información, traslado o compras en cada sitio. De ahí que se pretende aumentar y profesionalizar la policía turística en los sitios de mayor afluencia.

Se buscará renovar la imagen del grupo de asistencia y ampliar la cobertura del servicio brindado, por lo cual es necesario que cada policía sea un promotor.

Se debe considerar que la asistencia efectiva al turismo carretero contribuye a propiciar un clima de certidumbre, confianza y seguridad, haciendo más satisfactoria su experiencia de viaje.

En Yucatán, dadas las condiciones de seguridad con las que cuenta en los sitios turísticos, en comparación con otros destinos, se tiene un elemento favorable para promover la visita turística.

El sistema de información en módulos turísticos deberá automatizarse y estar auxiliado por una base de datos tematizada y de preferencia segmentada.

- Modernizar y automatizar la información en los módulos de información y orientación turística

La presentación de un destino turístico se da en buena parte en los módulos de información a los que asiste para buscar orientación y si ésta es limitada o no está encaminada a que el turista pueda hacer visitas, touring, conocer operadores, tips, e incluso enterarse de lo que tiene que evitar o prevenir, se puede decir que no es de calidad.

Es importante superar la tradicional distribución del mapa o el folleto para modernizar el servicio a través del manejo de manuales de ventas, es decir informar y promover la visita a la vez.

El sistema de información en módulos turísticos deberá automatizarse y estar auxiliado por una base de datos tematizada y de preferencia segmentada, lo mismo que el material y folletería que se proporcione. La red existente de módulos deberá ampliarse para cubrir la atención al visitante en los puertos, para el turismo de cruceros y algunos sitios de visita ecológica que demandan información especializada.

Por otro lado la asesoría a los municipios turísticos será una acción prioritaria para homogeneizar el sistema de información y orientación al turista a nivel estatal.

- Capacitación a informadores turísticos y formación de brigadas

Otro aspecto importante es la permanente capacitación a informadores turísticos y formación de brigadas de jóvenes que extiendan el servicio en las principales plazas, museos, estaciones, aeropuerto y lugares de mayor concentración de visitantes en Mérida. Con ello se extenderá el sistema de información atendiendo fuera de módulos a los turistas

Otras acciones importantes serán:

- Instalación de la línea 1 800 para profesionalizar el servicio de información y orientación al turismo nacional y extranjero .
- Atención a programas especiales y operativos de temporada como el Programa Paisano, encargado de atender a la población yucateca residente en los Estados Unidos que viene de visita al estado, facilitando su ingreso con auxilio en trámites migratorios y aduanales e información turística. En este programa participan diversas secretarías federales y los Angeles Verdes en carreteras y módulos para la atención en temporadas vacacionales .

Metas

- Nuevos módulos de información turística
- Formación de brigadistas turísticos
- Proyecto Policía Turística
- Proyecto PROFECO y Programa Paisano
- Proyecto Angeles Verdes
- Creación de la Línea 800-TURISMO

6.4 Area de oportunidad 4 Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales

Objetivo sectorial 5: Fomentar la gestión sustentable del desarrollo turístico para la protección y puesta en valor de los atractivos y recursos.

El deterioro ambiental y étnico-cultural que afecta a los destinos y regiones turísticas acelera la pérdida de competitividad,

Aún cuando las exigencias de sustentabilidad en el turismo son mayores, el sector no se caracteriza por un funcionamiento que equilibre y fomente la equidad social, la conservación del ambiente natural y una rentabilidad privada a largo plazo. La sustentabilidad es una creciente exigencia de las comunidades y es requisito para competir con éxito en los mercados turísticos.

A nivel nacional se busca reorientar el modelo de desarrollo turístico hacia prácticas de

Se busca reorientar el modelo de desarrollo turístico hacia prácticas de diseño, promoción y consumo que conserven las cualidades de los recursos naturales y culturales.

diseño, promoción y consumo que conserven las cualidades de los recursos naturales y culturales. Lo anterior mediante la incorporación de las comunidades locales de manera activa, concibiéndolas como elementos fundamentales del desarrollo y la competitividad a largo plazo.

Es importante difundir el concepto en el sector turístico, el cual deberá percibir la sustentabilidad como un ciclo armonioso de servicio entre el hombre y su medio ambiente, a fin de que comprenda que el uso de los recursos está ligado con la obligación de preservarlos para generaciones venideras.

Por esta razón en Yucatán se buscará la sustentabilidad de los destinos turísticos como política sectorial, para ejecutarla como uno de los principales objetivos a lograr a mediano plazo. Se difundirá la conciencia de que todas las actividades turísticas de cualquier motivación: ecoturísticas, culturales, de aventura o congresos deberán ser sustentables, pues tal como lo establece la Organización Mundial de Turismo, “la sustentabilidad debe ser una condición de todas las formas de hacer turismo”.

En Yucatán se buscará la sustentabilidad de los destinos turísticos como política sectorial, para ejecutarla como uno de los principales objetivos a lograr a mediano plazo.

Estrategias

Uso turístico respetuoso y sustentable de los recursos patrimoniales

Esta estrategia está orientada a procurar que de manera coordinada y corresponsable los organismos federales ejecutores de la política ambiental y de la política cultural, (INAH-CONACULTA, SECTUR federal, y SEMARNAT), en el marco de la legislación vigente y convenios signados, apoyen acciones y programas promovidos en la entidad para hacer uso turístico respetuoso y sustentable de los recursos patrimoniales.

La colaboración de las instancias estatales y municipales como contraparte será obligada para que el inventario, catálogo, proyectos y leyes de las zonas arqueológicas, los conventos y el patrimonio intangible cultural, así como las áreas naturales ya protegidas, cenotes, refugios de fauna y aves se preserven en óptimas condiciones sin inhibir el interés y la visita turística.

Los principales atractivos para el turismo nacional e internacional han sido la arqueología, las áreas naturales y el contacto con los mayas vivos, es decir con todas las manifestaciones culturales de la etnia, por lo que el desarrollo sustentable del turismo en Yucatán no podrá ser tal si no se protege, conserva y difunde de manera respetuosa este patrimonio.

Parte importante es el rescate de las tradiciones y costumbres, música y gastronomía de Yucatán para la revalorización de la cultura maya y enaltecer el orgullo y la pertenencia a ella entre la población local.

En materia ambiental existen programas de aprovechamiento y ecoturismo de las principales áreas naturales protegidas como Celestún y Ría Lagartos. Los cenotes están sujetos a un programa turístico que inició con equipamiento y protección de los más importantes y con potencial como atractivo turístico.

Sobre cultura es importante señalar que existe un convenio marco entre la SECTUR, CONACULTA, INBA, FONATUR y el Consejo de Promoción Turística de México, sobre conservación y promoción del patrimonio cultural con interés turístico.

A nivel estatal con el INAH y SDUOPYV, en su área de conservación de patrimonio histórico e ICY, se realizan ya acciones conjuntas para trabajar en sitios arqueológicos y coloniales, además de su promoción en rutas. Se pretende poner en valor los sitios y recursos de manera coordinada y concertada entre instituciones de turismo y las de ecología y cultura.

En materia ambiental existen programas de aprovechamiento y ecoturismo de las principales áreas naturales protegidas como Celestún y Ría Lagartos.

Acciones

Definir y concertar programas turísticos en zonas arqueológicas y áreas naturales

- Subprograma turístico de zonas arqueológicas
- Subprograma ecoturístico de áreas naturales

Subprograma turístico en zonas arqueológicas

En la última década se ha incrementado la afluencia de visitantes a las zonas arqueológicas del estado. Con el auge de Cancún el número de excursionistas por vía terrestre ha sido significativo, además de que el impulso al arribo de cruceros en Puerto Progreso ha estimulado la visita de grupos organizados.

La carencia de un plan de manejo, así como la necesidad de sensibilizar tanto al visitante como a las comunidades locales en la protección de ese patrimonio, fundamentan la necesidad de un plan de aprovechamiento sustentable del principal producto turístico y orgullo de Yucatán.

El gobierno del estado, a través de la Secretaría de Turismo y en coordinación con el INAH, dependencias federales y estatales, impulsa un programa para consolidar los sitios arqueológicos, con acciones orientadas a:

- Arqueomódulos inteligentes
- Protección y rescate sustentable
- Equiparlas con unidades de servicios o paradores turísticos
- Facilitar la accesibilidad
- Modernizar espectáculos de luz y sonido y eventos
- Promoción
- Servicios de calidad al turista
- Actividades especializadas y senderos interpretativos
- Infraestructura y señalización turística
- Proyectos comunitarios para participación de la comunidad de apoyo
- Planes de manejo y reglamentos
- Aplicación de guías capacitados y asistencia al turista

Principales zonas arqueológicas

Chichén Itzá (con museo), Uxmal (con museo), Dzibilchaltún, con museo: Kabáh, Labná, Sayil, Grutas de Balancanché, Chacmultún,

Gruta de Loltún, Oxkintok, Mayapán, Acancéh, Xlapak, Ruinas de Aké y Ek Balam



Metas

- Parador arqueológico en Ek Balam
- Nuevo Espectáculo Luz y Sonido en Uxmal
- Espectáculo Luz y Sonido en Izamal
- Festival de Ecoturístico de Aves “Toh”
- Evento de espeleobuceo en cenotes

Estrategia

Mejoramiento de la imagen urbana y ordenamiento turístico

La carencia de planeación en los destinos turísticos, la falta de declaratoria de zonas prioritarias de desarrollo turístico o bien la ausencia de planes de desarrollo urbano municipales han dado como resultado que en su mayoría los principales sitios de atracción turística en la entidad no hayan tenido control urbano y tengan una imagen deteriorada, muestren anarquía, falta de reglamentos de construcción y de imagen.

La planificación turística busca que se contemple el ordenamiento ambiental, el urbano y el turístico.

De ello resulta que las autoridades estatales y municipales deban hacer un gran esfuerzo por mejorar la deteriorada imagen urbana, rescatar en la medida de lo posible los estilos arquitectónicos, el mobiliario urbano, las vialidades, señalización, servicios y licencias comerciales.

Los recursos que se requieren son cuantiosos y no resultan suficientes para devolver a

sitios como Progreso, Valladolid, Izamal, Celestún y la misma Mérida su identidad y distinción.

La planificación turística busca que se contemple el ordenamiento ambiental, el urbano y el turístico para que las vocaciones de cada lugar sean aprovechadas y se definan los usos de suelo, según aptitudes que busquen armonía en los tres campos con una imagen deseada e instrumentos que coadyuven a ordenar turísticamente los sitios.

Algunos planes de desarrollo urbano y turístico, como los recién elaborados en Pisté o Izamal impulsados por programas específicos, están por concluirse con lo que inicia una nueva etapa en la que se procura contar con ordenamientos que sean marco de toda acción turística y como necesidad para ordenar el desarrollo de esta actividad.

El ordenamiento ecológico en zonas turísticas permite integrar áreas de conservación a los recursos naturales, crear zonas de reserva territorial de uso limitado y aquellas factibles de asignar al desarrollo del alojamiento turístico y uso comercial con los espacios urbanos correspondientes.

El ordenamiento ecológico en zonas turísticas permite integrar áreas de conservación a los recursos naturales.

Acciones

- Promover la realización de planes de ordenamiento urbano, ecológico y turístico en los municipios y sitios turísticos prioritarios (Progreso, Izamal, Valladolid, San Felipe, Celestún, Ría Lagartos, entre otros)
- Promover campañas de limpieza en sitios turísticos, en especial en las playas, cenotes, zonas arqueológicas y centro histórico de Mérida y Valladolid

Metas

- Planes de ordenamiento urbano turístico y ambiental en destinos turísticos
- Campañas de limpieza y de sensibilización ecológica
- Talleres y cursos de capacitación sobre imagen urbana en sitios turísticos

Estrategia

Definir y ejecutar una estrategia estatal de desarrollo sustentable

Los destinos turísticos se enfrentan a crisis ambientales y sociales, crecimientos urbanos desordenados y pérdida de identidad cultural, afectando la imagen del destino y el deterioro de sus recursos. Por ello es prioritario definir una estrategia estatal de desarrollo sustentable que oriente todas las acciones que deseen ejecutarse a nivel local en los municipios y en las regiones elegidas para impulsar o consolidar el turismo.

A nivel nacional se inició el proceso de capacitación sobre la Agenda 21 para el Turismo Mexicano, invitando a cada estado a definir y aplicar un ejemplo local. La Agenda tiene como objetivo “ser un programa que guíe las acciones e instrumentos, para propiciar el desarrollo sustentable de la actividad turística, consolidando el bienestar del ser humano, respetando el medio ambiente y optimizando los beneficios económicos y sociales de las comunidades”.

Para la aplicación de la Agenda se han definido varios esquemas de actuación, de participación y siete estrategias articuladas. Se actúa sobre atractivos y productos turísticos, con prestadores de servicios, instituciones y autoridades de los tres niveles de gobierno, comunidades sociales y las ONG. Los gobiernos y las empresas colaboran con acciones específicas :

Gobiernos. Evalúan regulaciones, impactos, capacitan, diseñan productos, planifican el

Los destinos turísticos se enfrentan a crisis ambientales y sociales, crecimientos urbanos desordenados y pérdida de identidad cultural.

desarrollo sustentable, generan información, convocan a la participación social y difunden.

Empresas. Controlan el manejo sustentable de los recursos en sus productos o servicios como las aguas residuales, el gasto de energía, sustancias peligrosas, transporte, agua potable y explotación del uso del suelo, entre otros.

El esquema de ejecución a seguir para una Agenda de Municipio Turístico incluye elegir un municipio que reúna condiciones de conciencia para trabajar en todos los puntos de dicha agenda, definir un modelo y los indicadores, promoción de prácticas ambientales en empresas y sitios turísticos para conservación del agua en establecimientos de hospedaje, dar sellos de certificación, certificar empresas y destinos, búsqueda de financiamientos y capacitación a empresas, promover estudios de ordenamientos del territorio turístico para su desarrollo y definir un modelo para el desarrollo del ecoturismo en áreas naturales protegidas.

Acciones

- Difusión de la estrategia estatal de sustentabilidad
- Difusión y capacitación sobre el proyecto de Agenda 21 Yucatán
- Implantar la Agenda 21 local para los municipios turísticos

Metas

- Capacitación sobre la definición de la agenda y promoción local
- Implantar la Agenda 21 local en un municipio turístico
- Definir estrategias y planes locales de sustentabilidad

6.5 Area de oportunidad 5 Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico

Será necesario trabajar en esquemas de desarrollo comunitario en los sitios, zonas y regiones turísticas, en particular en aquellas del oriente y sur del Estado.

Objetivo sectorial 6: Promover la autogestión y empoderamiento comunitario de los proyectos turísticos.

Parte importante del enfoque de sustentabilidad en el turismo es buscar que su desarrollo brinde un beneficio social y económico a las poblaciones locales, así como permitir el involucramiento activo de los grupos sociales y en especial indígenas en los proyectos turísticos que se lleven a cabo dentro de sus poblaciones.

Será necesario trabajar en esquemas de desarrollo comunitario en los sitios, zonas y regiones turísticas, en particular en aquellas del oriente y sur del estado donde se programan proyectos y puesta en valor de regiones específicas para los próximos años.

La labor de algunas ONG, como la Fundación Cultural Yucatán, A. C. y otras empresas que trabajan con comunidades, organismos como el INI (actualmente CONADEPI), FONAES, además de la Secretaría de Desarrollo Social del estado, ha logrado avances importantes en el apoyo a grupos organizados para realizar proyectos turísticos, como es el caso de Yaxunáh o el del Teatro Indígena en Ticopó, que son ejemplos de organización y de trabajo comunitario que incluyó el contacto con líderes, organización, capacitación, asesoría, apoyo financiero y gestión institucional.

La problemática radica en los recursos económicos que se demandan para armar los proyectos, ejecutarlos y sobre todo hacerlos rentables, dado que la comercialización y la promoción misma los limita en éxito.

Otros limitantes son la falta de organización de las comunidades, los factores culturales y de idioma, las necesidades sociales y la incompatibilidad de la cultura empresarial con la de los indígenas.

La vinculación de la economía, la cultura, el medio ambiente y el turismo no ha sido lograda para beneficio de las comunidades de los sitios o destinos turísticos, quienes han visto durante años pasar de largo el beneficio de los proyectos que han resultado exitosos para particulares sin ser los beneficiarios directos.

Ello porque desconocen las bondades de la actividad turística y de la posibilidad de articular los proyectos productivos con los culturales y turísticos en los que se pueden involucrar como parte de la cadena de beneficio.

Estrategias

Impulsar la participación de comunidades locales y grupos étnicos en proyectos turísticos a través de:

- Un subprograma concertado de desarrollo comunitario en sitios turísticos, ejecutado con dependencias estatales y algunas ONG. Se podrán convenir acciones generales para apoyar la participación turística de las comunidades locales en sitios y zonas prioritarios

Acciones

- Apoyar proyectos turísticos comunitarios e indígenas
- Asesorar y capacitar a grupos organizados en la elaboración y operación de proyectos
- Concertar apoyos interinstitucionales para las comunidades organizadas en la prestación de servicios o desarrollo de productos en las zonas o subregiones turísticas

Metas

- Consolidación del Teatro Indígena y demás proyectos turísticos en los que participan grupos mayas
- Cartera de proyectos turísticos comunitarios e indígenas
- Desarrollo de productos etnoturísticos y culturales

Uno de los rezagos más importantes que deben superarse para lograr la competitividad del destino Yucatán es el de accesibilidad y apertura a los mercados emisores.

6.6 Área de oportunidad 6 Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística

Objetivo sectorial 7: Aprovechar la posición geográfica del estado y mejorar la infraestructura turística.

Objetivo sectorial 8: Impulsar el aprovechamiento turístico de las regiones del estado apoyadas en la articulación de polos, corredores y circuitos estratégicamente vinculados.

Uno de los rezagos más importantes que deben superarse para lograr la competitividad del destino Yucatán es el de accesibilidad y apertura a los mercados emisores. Las modernas comunicaciones terrestres, marítimas y aéreas, además de la infraestructura de transporte aún no son suficientes para satisfacer la demanda de sus mercados.

Es prioritario mejorar y diversificar la conexión de Mérida con los mercados de Norteamérica y el Caribe, así como modernizar la infraestructura para acceso, traslados y desplazamiento regionalización de las corrientes turísticas hacia los destinos y atractivos más importantes.

En cuanto a la conexión aérea deben recuperarse antiguas rutas o bien explorar nuevas, así como la demanda, revisar políticas bilaterales de comunicaciones y habilitar los aeropuertos con toda la infraestructura necesaria.

La conexión terrestre requiere completar la red carretera y concluir la supercarretera a

En los últimos años la infraestructura hotelera ha recibido apoyo financiero importante, como el caso de los grandes hoteles construidos y de las famosas ex haciendas restauradas.

Campeche para enlazar el eje a Cancún.

Por su parte la conexión marítima se ha estimulado con la terminal de cruceros y la ruta del ferry Tampa-Progreso pero las instalaciones portuarias aún son deficientes en servicios y transporte, lo cual se suma a las condiciones que guarda Puerto Progreso como receptor de turismo en general, al carecer de infraestructura, equipamiento y servicios municipales.

La atención a esta problemática no concierne únicamente al sector turismo, sino que demanda una amplia labor de gestión y concertación intersectorial para obtener recursos, inversión, proyectos o servicios, en un esfuerzo institucional compartido y en un plan a mediano y largo plazo que consolide comercial y turísticamente a Yucatán. La limitada inversión en infraestructura y servicios públicos, de equipamiento urbano y de señalización dificultan mostrar al visitante los sitios y atractivos en forma competitiva.

En el litoral los puertos tienen deficiencia de servicios, no están equipados para fomentar el turismo náutico y de cruceros y las playas carecen de instalaciones adecuadas.

Las áreas naturales, a excepción de los paradores de Celestún, no tienen infraestructura suficiente: las ciudades de Valladolid, Izamal o conectores como Umán o Ticul cuentan con equipamiento urbano insuficiente para recibir importantes corrientes turísticas.

La concentración de servicios en algunas zonas y regiones ha provocado que el aprovechamiento y desarrollo de los recursos se haya limitado a los sitios tradicionales, en detrimento de otros con alto potencial de recursos y en los que el turismo puede significar una alternativa real de progreso. Así el desarrollo de las regiones turísticas también demanda de infraestructura e inversión.



Patronato de las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán

Organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio, creado en 1987 en apoyo al desarrollo cultural y turístico de la entidad. Administra un parador carretero, cinco en zonas arqueológicas, tres en playa y el Centro de Convenciones Yucatán Siglo XXI.

Misión

Administrar las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos, y coadyuvar a la promoción y difusión de la cultura maya como patrimonio nacional.

Responsable de:

- Adquirir, edificar y administrar las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del estado
- Fomentar y desarrollar actividades educativas y de difusión de los valores arqueológicos, antropológicos, históricos y turísticos del estado de Yucatán
- Ofrecer una mejor y mayor calidad de los servicios turísticos en las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos y en las instalaciones que administra
- Administrar los recursos provenientes del impuesto al hospedaje (2%) destinados a la promoción turística, que ejecuta la Secretaría de Turismo
- Coadyuvar a la conservación, ampliación y mejoramiento de las instalaciones turísticas del estado; en especial las de zonas arqueológicas

Su actividad se lleva a cabo en estrecha coordinación con el INAH y la Secretaría de Turismo del estado.

En los últimos años la infraestructura hotelera ha recibido apoyo financiero importante, como el caso de los grandes hoteles construidos y de las famosas ex haciendas restauradas.

La inversión en el sector de alimentos y bebidas se ha estimulado más en Mérida que en el resto de la entidad, por lo que la inversión aún es insuficiente para mejorar los servicios y desarrollar más oferta.

Los proyectos turísticos gubernamentales de los últimos años se orientaron a concluir tramos carreteros a sitios, construcción de paradores y a realizar estudios que no concluyeron en proyectos, lo que justifica un nuevo enfoque integral para promover la inversión pública y privada.

Existe un patrimonio estatal administrado por CULTUR, que constituye la infraestructura pública de mayor valor y apoyo al turismo, misma que requiere modernizarse y diversificarse para poner en valor zonas arqueológicas, las áreas naturales y sitios coloniales.

Estrategias

Gestionar y promover inversión y mejoramiento de infraestructura de acceso

- Gestionar la realización de obras y de inversión pública y privada en el mejoramiento de la infraestructura que permita la accesibilidad del destino

Procurar la dotación de equipamiento e infraestructura en los sitios turísticos de mayor importancia promoviendo proyectos que mejoren la oferta

- Procurar la dotación de equipamiento e infraestructura en los sitios turísticos de importancia.

Acción

- Gestión institucional y promoción de proyectos para mejora de infraestructura y oferta turística.

Impulsar el desarrollo de programas regionales y de zonas turísticas

- Los programas regionales permitirán focalizar acciones y canalizar inversión de manera planeada para consolidar las zonas-producto que han sido definidas

Promover la inversión turística en proyectos estratégicos y su orientación a áreas de negocio

- La integración de una cartera de proyectos estratégicos que atraigan y estimulen la inversión para consolidar la oferta con proyectos rentables y con nuevos productos

Apoyar la búsqueda de fuentes de financiamiento a la inversión en infraestructura turística

- Acciones concertadas con organismos públicos que proporcionen apoyo financiero a proyectos turísticos, además de contactar a organismos internacionales cuyas políticas y programas favorezcan la realización de estudios y proyectos para la inversión
- La concertación de programas conjuntos con la banca de desarrollo (NAFIN, BANOBRAS, FONATUR) en apoyo al financiamiento de obras y proyectos turísticos

Acciones

- Análisis de oportunidades de inversión turística en el estado
- Armar y promover una cartera de proyectos y portafolio de inversión
- Contactar organismos nacionales e internacionales que financien proyectos turísticos
- Subprograma de mejoramiento de infraestructura y servicios turísticos
- Subprograma de señalización turística
- Subprograma de Unidades de Servicios Turísticos y Culturales del Patronato CULTUR
- Plan de gestión estratégica con aerolíneas, compañías navieras, touroperadores terrestres y autoridades federales y estatales del sector comunicaciones
- Diseñar planes y programas estratégicos para regiones turísticas prioritarias
- Concertar apoyos institucionales e intersectoriales
- Focalizar acciones en clusters turísticos
- Incentivar la dotación de infraestructura urbana, equipamiento y servicios municipales en coordinación con los gobiernos locales
- Inventario de necesidades de infraestructura básica, comunicaciones y transporte

Metas

- Realización de estudios de viabilidad para oportunidades de inversión
- Cartera de proyectos estratégicos
- Formalización de convenios de colaboración

En turismo la mayor parte de las empresas son pequeñas y medianas, por ello su operación tiene un gran peso en el funcionamiento del sector.

- Proyectos de infraestructura en los principales sitios turísticos
- Programas de señalización turística
- Coordinación sectorial y seguimiento a Unidades de Servicios Turísticos y Culturales
- Convenios con aerolíneas, compañías navieras, touroperadores terrestres y autoridades federales y estatales del sector comunicaciones
- Programas regionales
- Concertación de acuerdos institucionales e intersectoriales
- Formación de clusters turísticos

6.7 Area de oportunidad 7 Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas

Objetivo sectorial 9: Incentivar la rentabilidad y modernización de las empresas del sector facilitándoles el acceso a fuentes de financiamiento y brindando la capacitación y asistencia técnica.

Objetivo sectorial 10: Instituir esquemas de regulación y normatividad eficientes para asegurar el cumplimiento de estándares de calidad en la actividad turística.

En turismo la mayor parte de las empresas son pequeñas y medianas, por ello su operación tiene un gran peso en el funcionamiento del sector. Por ello se busca fortalecer y modernizar las pequeñas y medianas empresas del ramo para contribuir a mejorar la calidad de los servicios turísticos, elevando su rentabilidad.

Uno de los factores clave que afectan negativamente un destino turístico son las fallas en que incurren las empresas prestadoras de servicios turísticos. Esto es más recurrente en algunas MPYMES que por diferentes razones no planearon adecuadamente sus proyectos o que utilizan sistemas y procesos de proveeduría, almacenamiento, producción, comercialización y prestación de servicios ineficientes.

En este tipo de empresas se presentan los rezagos más importantes en materia de modernización y calidad en el servicio al turista, ya que no se tiene conocimiento de su incorporación a esquemas de modernización.

El resultado de la improvisación y utilización de sistemas obsoletos o inadecuados es la insatisfacción del turista, que por un mal servicio tiende a generalizar la calificación sobre un destino turístico específico, información que se va transmitiendo de persona a persona y que se hace extensiva hacia otros turistas potenciales.

En consecuencia, con el propósito de mejorar el servicio prestado por las MPYMES se hace necesario establecer un programa de apoyo empresarial al mayor número de pequeñas y medianas empresas del ramo, a fin de que se mejoren eficiencia y calidad del servicio, lo que permitirá elevar el prestigio e incitará a que el turista regrese y genere una promoción positiva en su lugar de origen, al recomendar el destino.

Estas acciones tenderán a su vez a contribuir a mejorar la rentabilidad de las pequeñas y medianas empresas turísticas.

Estrategias

Impulsar un programa de apoyo a las empresas del sector

- Programa que asista en materia de capacitación, financiamiento y operación a las empresas turísticas con el fin de que sean competitivas, rentables y brinden un servicio de calidad

Convenir con el sector empresarial turístico programas para su competitividad

- El acuerdo y concertación de acciones para que el sector empresarial esté enterado, asistido, apoyado y encuentre oportunidades de negocio en proyectos turísticos

Verificar el cumplimiento de las normas de servicio

Acciones

- Subprograma de capacitación a empresas turísticas
- Asesoría y apoyo para la gestión de financiamiento
- Concertar con empresarios del sector el mejoramiento y calidad de los servicios turísticos
- Diseño y ejecución del Programa Estatal de Verificación (coordinado con la SECTUR federal)

Metas

- Cursos y talleres a micro, pequeñas y medianas empresas turísticas
- Talleres de capacitación para proyectos de financiamientos con NAFIN, FONATUR, FONAES, Secretaría de Economía, BANCOMEXT y SEDEINCO
- Verificación a guías en paradores turísticos y zonas arqueológicas

Las tendencias a nivel mundial están apuntando al turismo de experiencias, a la búsqueda de lo novedoso, de lo natural, de lo que sea de cuidado ecológico y de calidad.

6.8 Área de oportunidad 8 Oferta diversificada de productos turísticos competitivos

Objetivo 11: Aprovechar estratégicamente los recursos potenciales para el desarrollo de productos turísticos enfocados a nuevos mercados.

Las tendencias a nivel mundial están apuntando al turismo de experiencias, a la búsqueda de lo novedoso, de lo natural, de lo que sea de cuidado ecológico y de calidad. La segmentación es cada vez mayor y la búsqueda de lo innovador inclina la elección de viaje en los mercados de altos recursos.

El turista busca comprar experiencias, no sólo servicios. Los márgenes de competitividad entre los destinos se acortan en el renglón de los más importantes y son cada vez más amplios entre éstos y los destinos tradicionales. Ahora no basta tener recursos naturales y culturales sin que éstos se conviertan en atractivos turísticos y a su vez con ellos se puedan promover y comercializar productos turísticos.

Los productos turísticos son la base de la oferta y hoy en todo el mundo se trabaja en su diseño, armado, desarrollo y venta. La demanda debe conocerse a detalle para confeccionar los productos que satisfagan los gustos y preferencias de un mercado cada vez más exigente.

La mercadotecnia juega un papel esencial pues no se oferta esperando al cliente sino se estudia qué quiere o busca y después se desarrolla la oferta de productos turísticos, se construyen las marcas y se definen líneas de productos. Si no se entiende este proceso de desarrollo simplemente estamos fuera de competencia.

Los dos niveles en los que se actúa para desarrollar producto en un destino son:

Planificación física y proyectos de inversión, los cuales alteran aspectos físicos del destino para crear y mejorar equipamientos y aumentar el atractivo de los lugares.

Desarrollo de productos comerciales, que identifica mercados a los cuales vender la oferta existente preparada para venta o de nueva creación y diseño.*

En esta medida se define el objetivo y las estrategias para trabajar en la complementación, diversificación y segmentación de la oferta de productos yucatecos.

*Desarrollo y comercialización de productos turísticos. OMT, 1999, p. 16

Se pondrá en marcha, a través del programa de turismo social, el desarrollo de productos y servicios para la demanda local.

Desarrollo de productos turísticos

El desarrollo de productos turísticos bajo esta nueva modalidad, con impulso oficial y en forma estratégica o planeada, ha sido nula en Yucatán. Los “aparadores” muestran muy poco producto desarrollado con visión de marketing.

En esta medida se define el objetivo y las estrategias para trabajar en la complementación, diversificación y segmentación de la oferta de productos yucatecos, la cual deberá atender a las demandas, gustos y preferencias de nuestros mercados meta y diseñar productos para los segmentos de mercado prioritarios: turismo cultural, turismo de cruceros, turismo de congresos y convenciones y turismo alternativo.

Atender las necesidades recreativas de la población

Se pondrá en marcha, a través del programa de turismo social, el desarrollo de productos y servicios para la demanda local; segmento que será atendido mediante acciones concertadas con los municipios y asociaciones o gremios de trabajadores, así como con organismos oficiales promotores del deporte y la recreación.

Se atenderá también la recreación familiar, juvenil, estudiantil, y de la población en su conjunto, incluyendo a las personas con discapacidades que se agrupan en el segmento del denominado “turismo accesible”.

Regionalización de la oferta y articulación de productos

Los conceptos como las marcas distinguen a los productos, además que ofertados en el terreno turístico se combinan y dan valor agregado unos a otros; de ahí que se conciba armarlos y promoverlos en circuitos, corredores y rutas.

Estrategias

- Desarrollo segmentado de productos y tematización de la oferta
- Regionalización de la oferta y articulación de productos
- Atender las necesidades recreativas de la población

Acciones

- Desarrollo de productos para segmentos prioritarios de modalidad turística:
 - *Turismo cultural
 - *Turismo de cruceros
 - *Turismo de congresos y convenciones
 - *Turismo alternativo
 - *Turismo social (incluye turismo accesible)
- Armar y promover corredores, rutas y circuitos turísticos por regiones que den valor agregado a los productos
- Abrir espacios para recreación turística mediante programas concertados para jóvenes, adultos mayores, niños, mujeres, y personas con discapacidad
- Consolidar el programa de Pueblos Mágicos

El programa Izamal Pueblo Mágico pretende consolidar un nuevo producto cultural que enriquecerá la oferta turística en un sitio de alto valor histórico.

El programa Izamal Pueblo Mágico pretende consolidar un nuevo producto cultural que enriquecerá la oferta turística en un sitio de alto valor histórico.

Izamal Pueblo Mágico de México

El programa "Pueblos Mágicos" y su aplicación en Yucatán forma parte de la iniciativa de desarrollo turístico integral en sitios de alto valor histórico, pintorescos y cuyos atractivos se busca preservar y poner en valor para promoverlos y posicionarlos en el mercado.

Desde 2002 Izamal es un "Pueblo Mágico", para lo cual la SECTUR federal, el municipio y la Secretaría de turismo estatal llevan a cabo un programa a mediano plazo que atiende el mejoramiento de imagen urbana, infraestructura, servicios, rescate y preservación de su patrimonio, además de un plan de fomento a la inversión y su promoción como producto de turismo cultural.

Para coordinar las acciones de desarrollo y promoción turística en forma interinstitucional se creó un comité dirigido por el Ejecutivo del estado, como responsable de que la participación de los tres niveles de gobierno, organismos de la Iniciativa privada y el sector social se realice en forma responsable y coordinada.

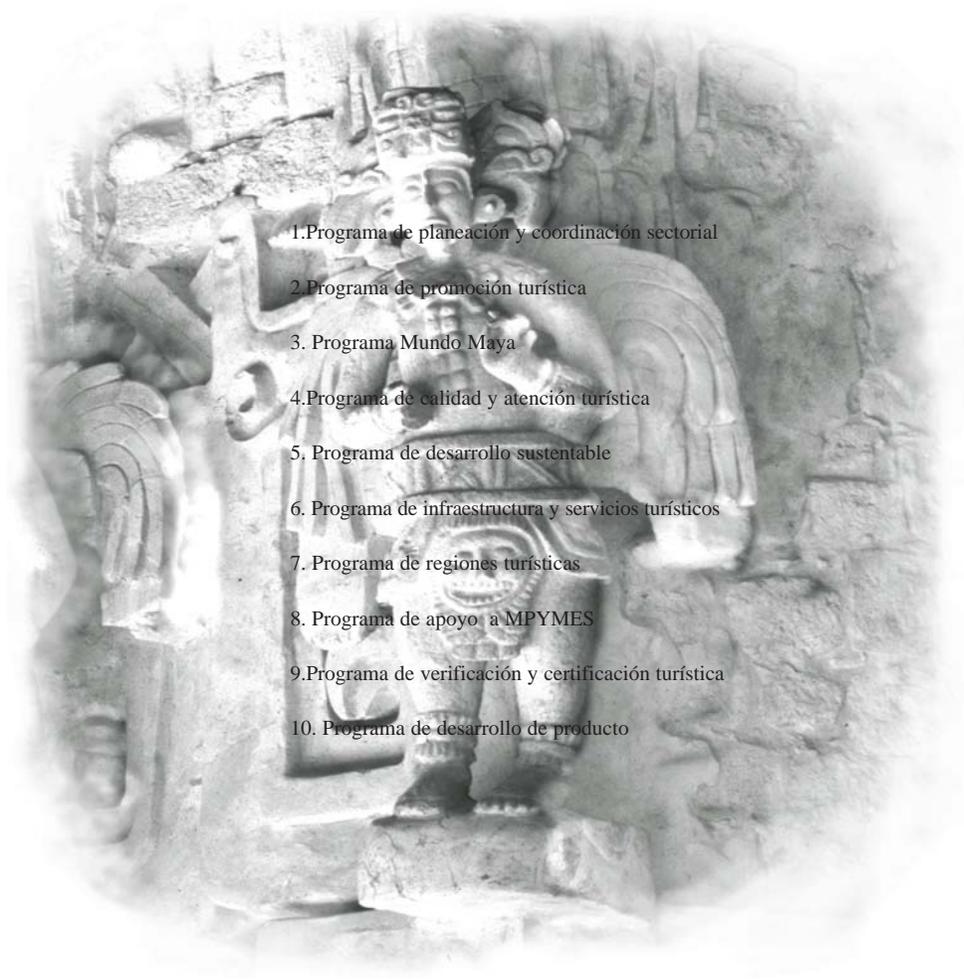
Las acciones estratégicas realizadas en la fase del arranque del programa incluyeron:

- Mejoramiento de la imagen urbana con remozamiento de fachadas en el centro histórico
- Montaje de un espectáculo de luz y sonido en el Convento
- Plan de desarrollo urbano municipal
- Diseño de proyectos para completar la oferta turística existente
- Promoción nacional e internacional
- Activación de la página de internet del programa, www.visitizamal.com

Se han programado además otros proyectos para la operación de circuitos turísticos y recorridos en ellos; así como un parador turístico, mejoramiento de infraestructura y calles, centro cultural y de convenciones, un museo, entre otros.



VII. Programas instrumentales



1. Programa de planeación y coordinación sectorial
2. Programa de promoción turística
3. Programa Mundo Maya
4. Programa de calidad y atención turística
5. Programa de desarrollo sustentable
6. Programa de infraestructura y servicios turísticos
7. Programa de regiones turísticas
8. Programa de apoyo a MPYMES
9. Programa de verificación y certificación turística
10. Programa de desarrollo de producto



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



VII. Programas instrumentales



7.1 Introducción

Los programas instrumentales que integran el componente operativo del Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007 se desprenden de los objetivos y estrategias sectoriales como los mecanismos indispensables para su concreción en acciones programadas, concertadas y ejecutadas en un horizonte de corto y mediano plazo.

Es a través de la instrumentación de cada uno de ellos que las líneas de acción del subsector Turismo, enunciadas en el Plan Estatal de Desarrollo, se ven expresadas en procesos o proyectos que se orientan estratégicamente a cumplir las metas establecidas por cada objetivo sectorial.

La actuación de la Secretaría de Turismo como instrumentadora y coordinadora de su ejecución a nivel intersectorial, no agota la responsabilidad de los demás agentes, organismos e instituciones del sector y de los demás involucrados pues la ejecución no depende directamente de ella sino también será responsabilidad de otras instancias estatales, municipales y del sector privado o social.

El conjunto de los 10 programas instrumentales que se presentan esquematizados incluyen de manera general todas las acciones estratégicas y proyectos, sus metas, desarrollo o instrumentación, así como la referencia de las dependencias a los tres niveles de gobierno, del sector privado y organismos sociales con los que de manera corresponsable serán ejecutados.

Seguimiento y Evaluación

El COPLADE será el organismo responsable de la evaluación de los programas instrumentales y la Secretaría de Turismo estatal, como cabeza de sector, coadyuvará con el comité a su seguimiento, además de coordinar su ejecución.

Los mecanismos de seguimiento general que apoyarán además el cumplimiento programático son:

- Los informes de actuación semestrales y el anual
- La evaluación anual y aplicación de los programas
- Los indicadores estadísticos del sector
- Los planes y programas turísticos en ejecución y concretados
- La promulgación de leyes y reglamentos turísticos
- Las figuras y grupos de trabajo interinstitucional formados a iniciativa de la Secretaría del ramo o en las que interviene el Sector Turismo
- Los convenios de acuerdos formalizados en las instancias del sector público, privado y social que participan en el programa
- Los estudios y proyectos realizados
- Encuestas y sondeos de opinión

Los programas instrumentales que integran el Programa Estatal de Turismo de Yucatán 2001-2007 se desprenden de los objetivos y estrategias sectoriales..

El COPLADE será el organismo responsable de la evaluación de los programas instrumentales y la Secretaría de Turismo estatal, como cabeza de sector, coadyuvará con el comité a su seguimiento, además de coordinar su ejecución.

Matriz de vinculación programática

Programa estatal de turismo			
Programa Nacional de Turismo	Áreas de oportunidad	Objetivos sectoriales	Programas instrumentales
Turismo prioridad estatal	1. Política turística de fomento al desarrollo integral del sector	1. Diseñar e instrumentar una política estatal en materia turística para hacer del sector una prioridad para la economía estatal.	1. De planeación y coordinación sectorial
Turistas totalmente satisfechos	2. Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional	2. Mejorar la imagen y posicionar competitivamente al destino Yucatán en los mercados nacionales e internacionales. 3. Establecer sinergias con otros estados y países del mundo maya para aprovechar eficazmente las ventajas turísticas de la región.	2. De promoción turística 3. Mundo Maya 4. De calidad y atención turística
	3. Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos	4. Impulsar la profesionalización en la prestación de los servicios turísticos	5. De desarrollo sustentable
	4. Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales	5. Fomentar la gestión sustentable del desarrollo turístico para la protección y puesta en valor de los atractivos y recursos	5. De desarrollo sustentable
Destinos sustentables	5. Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico	6. Promover la autogestión y empoderamiento comunitario de los proyectos turísticos	6. De infraestructura y servicios turísticos
	6. Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística	7. Aprovechar la posición geográfica del estado y mejorar la infraestructura turística	7. De regiones turísticas
		8. Impulsar el aprovechamiento turístico de las regiones del estado apoyadas en la articulación de polos, corredores y circuitos estratégicamente vinculados	8. De apoyo a MPYMES
Empresas competitivas	7. Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas	9. Incentivar la rentabilidad y modernización de las empresas del sector facilitándoles el acceso a fuentes de financiamiento y brindando la capacitación y asistencia técnica	9. De verificación y certificación turística
		10. Instituir esquemas de regulación y normatividad eficientes para asegurar el cumplimiento de estándares de calidad en la actividad turística	10. De desarrollo de producto
	8. Oferta diversificada de productos turísticos competitivos	11. Aprovechar estratégicamente los recursos potenciales para el desarrollo de productos turísticos enfocados a nuevos mercados	

<p>Area de oportunidad Política turística de fomento al desarrollo integral del sector</p>	<p>Objetivo sectorial Diseñar e instrumentar una política estatal en materia turística para hacer del sector una prioridad para la economía estatal.</p>
---	---

7.1 PI 1. Programa de planeación y coordinación sectorial

Objetivo

Aterrizar las estrategias de planeación del sector turismo, la definición de sus políticas y la planeación regional, además de brindar apoyo a los municipios turísticos.

Descripción

El programa contiene las acciones generales de planeación turística con la elaboración de los planes, programas y proyectos que se han definido como estratégicos para el sector.

Mediante la coordinación de acciones persigue sinergias con los sectores de gobierno directamente involucrados en el quehacer turístico, además de la creación de figuras ejecutoras y de representación que coadyuven en el logro de los demás objetivos sectoriales.

Como acciones generales contiene:

- La planeación, programación y evaluación de acciones sectoriales
- La definición e instrumentación de políticas e impulso a la legislación turística
- Acciones para la mejora regulatoria que fortalezcan al turismo en la entidad
- Acciones de desarrollo turístico regional y de apoyo municipal

El programa contiene las acciones generales de planeación turística con la elaboración de los planes, programas y proyectos que se han definido como estratégicos para el sector.

Instrumentación

Se instrumenta mediante acciones de planeación turística y el apoyo concertado de organismos e instituciones de los tres niveles de gobierno, la iniciativa privada y el sector social.

Se instrumenta mediante acciones de planeación turística y el apoyo concertado de organismos e instituciones de los tres niveles de gobierno, la iniciativa privada y el sector social

Corresponsabilidad institucional

La concertación institucional buscará que participen en él dependencias federales, estatales y municipales, así como organismos de la iniciativa privada y del sector social.

En primera instancia intervienen aquellas instituciones con las que se han convenido acciones y formalizado apoyos, los de involucramiento directo por responsabilidad sectorial y todos aquellos con los que se han identificado programas, proyectos o acciones complementarias.

Instrumentación

Etapas /Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con *
Fortalecimiento del marco jurídico del sector			
Impulsar la legislación turística y la desregulación de la actividad	■ **	Seguimiento	Secretaría de Planeación y presupuesto, Secretaría de Gobierno
Formación y operación de grupos de trabajo interinstitucionales	■	■	SPP, SDUOPyV, SEDEINCO, SEDESOL, SECOL, y organismos oficiales federales
Instrumentación del Programa Estatal de Facilitación	■	Seguimiento y evaluación	SPP, SDUOPyV, SECTUR federal, Segob, SCT
Planeación y programación			
Ejecución y evaluación del Programa Estatal de Turismo de mediano plazo	■	Seguimiento y evaluación	Secretaría de Planeación y Presupuesto, COPLADE
Generar información básica y estratégica para el desarrollo turístico	■	■	Secretaría de Planeación y Presupuesto, SECTUR federal, INEGI
Elaboración de Estudios y Proyectos sobre planificación, mercado e inversiones turísticas	■	Permanente	Srta de Planeación y Presupuesto, SECTUR federal, FONATUR, iniciativa privada, SRE, CPTM organismos internacionales, universidades e institutos
Coordinación con municipios			
Concertación de acciones con municipios turísticos y apoyo para ejecución de sus programas, planes y proyectos (asistencia y asesoría)	■	Seguimiento y evaluación	Municipios turísticos, Srta. de Gobierno, SPP, SECTUR federal, SDUOPyV

* En todas las acciones de cada Programa Instrumental se incluye a la Secretaría de Turismo de Yucatán

** ■ En cada PI indica arranque de actividad

Regionalización

Aplica a todo el estado y las 6 regiones turísticas.

Metas

Son la implantación de políticas y la planeación a mediano y largo plazo del turismo en la entidad, de manera concertada y con corresponsabilidad sectorial.

En términos cuantitativos persigue:

Corto plazo

- Propuesta de Ley Estatal de Turismo y su Reglamento
- Grupos intersectoriales o comités
- Sistema Estatal de Información Turística DATATUR
- 1 programa sectorial
- 1 estudio de viabilidad
- 1 encuesta
- 5 políticas sectoriales

Mediano plazo

- Convenios con municipios turísticos. Asesoría y asistencia
- Seguimiento y evaluación
- Permanente
- Operación, evaluación y seguimiento
- 4 estudios
- 5 encuestas
- 10 políticas sectoriales

Seguimiento y evaluación:

Mediante el sistema de evaluación del sector y los indicadores de gestión que están definidos en el Sistema Estatal de Indicadores y los de impacto, que cualitativamente muestran la trascendencia para el crecimiento sectorial.

Mediante el sistema de evaluación del sector y los indicadores de gestión que están definidos en el Sistema Estatal de Indicadores y los de impacto, que cualitativamente muestran la trascendencia para el crecimiento sectorial.

Indicadores:

- Sistema de evaluación turística
- Número de empleos generados en la actividad
- Ingreso de divisas por turismo
- Llegada de turistas al estado
- Número de turistas nacionales con pernocta en hotel
- Número de iniciativas de ley presentadas en materia turística
- Desregulación de la actividad
- Número de convenios y acuerdos institucionales firmados
- Participación del turismo en el PIB estatal
- Turistas hospedados
- Inversión turística

Area de oportunidad Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional	Objetivo sectorial Mejorar la imagen y posicionar competitivamente al destino Yucatán en los mercados nacionales e internacionales.
--	---

7.2 P I. 2 Programa de promoción turística

Objetivo

Posicionar el destino Yucatán en el mercado nacional e internacional, incrementando la afluencia y estadía de los visitantes y la derrama económica por gasto turístico.

Posicionar el destino Yucatán en el mercado nacional e internacional, incrementando la afluencia y estadía de los visitantes y la derrama económica por gasto turístico.

Descripción

El programa de promoción turística del estado se instrumenta mediante acciones estratégicas que se desarrollan a través de las siguientes herramientas básicas que son: Mercadotecnia y Publicidad, Relaciones Públicas y Ferias y Eventos.

El Plan Anual de Mercadotecnia lleva a cabo acciones de publicidad y de inteligencia comercial para promover, difundir y posicionar el destino, sus segmentos y productos turísticos en los mercados regional, nacional e internacional, a través de campañas, seminarios de comercialización y producción de material promocional.

El Programa Anual de Relaciones Públicas desarrolla acciones dirigidas al consumidor y a la industria turística para difundir, promover y posicionar el destino con publrreportajes en periódicos y revistas especializadas, artículos, entrevistas, documentales, filmaciones y mediante viajes de familiarización a agentes del ramo.

El Programa Anual de Ferias y Eventos promueve y comercializa el destino y sus segmentos y productos mediante la asistencia a los foros nacionales e internacionales de comercialización turística y la organización de caravanas de promoción, muestras gastronómicas y eventos de promoción y presentación del destino.

Corresponsabilidad institucional

Mediante la vinculación y coordinación con los distintos niveles de gobierno y con el sector turístico de la entidad se desarrollan acciones estratégicas para instrumentar el programa de promoción turística. Tal es el caso de la Secretaría de Turismo federal, el Consejo de Promoción Turística de México, los municipios turísticos, el Consejo Empresarial Turístico de Yucatán y las asociaciones y organismos del sector.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Relaciones públicas	■	Permanente	CPTM, CULTUR, OCEY, iniciativa privada
Publicidad	■	Permanente	SECTUR federal, CPTM, CULTUR, OCEY
Mercadotecnia	■	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, CPTM, CULTUR, OCEY, iniciativa privada
Promoción en ferias y eventos	■	Permanente	SECTUR federal, CPTM, CULTUR, OCEY, iniciativa privada
Alianzas comerciales	■	Permanente	CPTM, iniciativa privada

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas.
Su cobertura es nacional e internacional

Metas

Corto plazo

- 1 estudio de mercado
- 2 campañas de relaciones públicas
- Viajes de familiarización
- Participación en 16 ferias
- Organización de ferias y eventos

Mediano plazo

- 5 estudios de mercado
- 6 campañas de relaciones públicas
- Viajes de familiarización
- Participación en 48 ferias
- Organización de ferias y eventos

Indicadores

- Socios comerciales participantes en programas de promoción cooperativo
 - Nacionales
 - Extranjeros
- Turistas nacionales hospedados
- Número de participantes en eventos promocionales
- Volumen de comercialización en ferias y eventos
- Afluencia de turistas internacionales recibidos
- Inversión nacional y extranjera en promoción turística
- Volumen de ventas y comercialización de servicios

<p>Area de oportunidad</p> <p>El sector RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones) representa el 10% de los ingresos generados por el turismo internacional y gasta 7 veces más que el turista vacacional</p>	<p>Objetivo sectorial</p> <p>Mejorar la imagen y posicionar competitivamente al destino Yucatán en los mercados nacionales e internacionales.</p>
---	--

7.2.1 P I 2.1 Subprograma de Promoción de la Oficina de Convenciones y Exposiciones de Yucatán (OCEY)

Objetivo

Promover y posicionar Yucatán como destino óptimo para la realización de congresos y convenciones, por la importancia y potencial del segmento RICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones).

Descripción

El Plan de Desarrollo de Negocios y Mercadotecnia de la Oficina de Convenciones se basa en la investigación de mercados con el fin de conocer los segmentos que generan mayor derrama económica.

El Plan de Desarrollo de Negocios y Mercadotecnia de la Oficina de Convenciones se basa en la investigación de mercados con el fin de conocer los segmentos que generan mayor derrama económica (ubicar y contactar organizadores potenciales), en la promoción para atraerlos al destino (proporcionar información detallada del destino, presentar candidaturas para conseguir sedes y organizar visitas de inspección y prospección) y en el apoyo logístico una vez que se decidieron por Yucatán para fomentar la asistencia y ampliar la estadía de los participantes en eventos.

Corresponsabilidad institucional

Para ejecutarlo es necesaria la participación del Consejo de Promoción Turística de México y de la Representación de Yucatán en la Ciudad de México para la promoción de este segmento. Para atender las necesidades de los eventos se requiere la participación de la Dirección de Relaciones Públicas del C. Gobernador, del Instituto de Cultura, de la Secretaría de Protección y Vialidad, de CULTUR, del INAH y del municipio de Mérida.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Publicidad en medios especializados	■	■	CPTM
Viajes de familiarización	■	■	Iniciativa privada
Contacto con generadores de eventos locales	■	■	iniciativa privada
Participación en Expos del sector	■	■	CPTM , iniciativa privada
Visitas directas a organizadores	■	■	Representación de Yucatán en la Cd. de México
Presentaciones de Yucatán, herramientas promocionales	■	■	Imagen Pública
Apoyos a eventos confirmados	■	■	SPV, ICY, Oficialia Mayor, Despacho del C. Gobernador, CULTUR, INAH
Incentivos, exposiciones	■	■	SEDEINCO

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas.

Metas

Corto plazo

- 37 convenciones anuales con 16740 participantes y una derrama económica de 115 millones de pesos
- 7 convenciones anuales con 7000 participantes y una derrama económica de 47 millones de pesos
- 22 convenciones anuales con 13774 participantes y una derrama económica de 95 millones de pesos
- 60 convenciones anuales de 37,145 participantes y una derrama económica de 250 millones de pesos
- Ampliar la estadía media del participante en eventos (3.1 noches)

Mediano plazo

- 15 convenciones anuales de 20000 participantes y una derrama económica de 136 millones de pesos
- 50 convenciones anuales de 31340 participantes y una derrama económica de 216 millones de pesos
- Ampliar la estadía media del participante en eventos (3.8 noches)

Indicadores

- Ocupación hotelera
- Ocupación del Centro de Convenciones
- Profesionales del Turismo insertos laboralmente en el sector
- Seminarios

Turismo de congresos y convenciones

Según la MPI, Asociación líder en el desarrollo de convenciones corporativas en el mundo, durante el año 2000 se realizaron un millón de eventos con 80 millones de asistentes, quienes dejaron una derrama económica de 40 mil millones de dólares.

El turismo de congresos y convenciones representa el 2.6% del consumo turístico nacional. En el año 2001 se realizaron en el país 7150 eventos a los que asistieron 1.5 millones de personas y se recibió por este concepto 1.465 millones de dólares.

Como medida gubernamental de apoyo al sector se aprobó la tasa 0 a congresos y convenciones del extranjero que se realicen en México, la cual se hará efectiva en el 2004, con lo que se beneficiará a este segmento, así como a los de ferias, exposiciones y la industria filmica.

Area de oportunidad	Objetivo sectorial
Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional.	Establecer sinergias con otros estados y países del mundo maya para aprovechar eficazmente las ventajas turísticas de la región.

7.3 P I 3 Programa Mundo Maya

Objetivo

Promover el destino Yucatán, sus productos y destinos bajo la marca regional "Mundo Maya" para mejorar posicionamiento junto con las entidades mexicanas del sureste.

Promover el destino Yucatán, sus productos y destinos bajo la marca regional "Mundo Maya" para mejorar su posicionamiento junto con las entidades mexicanas del sureste, además de hacer sinergia con los países centroamericanos de Belice, El Salvador, Honduras y Guatemala.

Descripción

Instrumentar las acciones de desarrollo y promoción turística contempladas en el programa Mundo Maya, representando a Yucatán en los foros de trabajo y promoción nacional e internacional que organizan Mundo Maya México y la Organización Mundo Maya Internacional para contribuir al desarrollo turístico de la región.

Yucatán buscará fortalecer los vínculos con los miembros del Mundo Maya, promoviendo en forma conjunta con las entidades participantes en ferias dentro y fuera del país, y presentará proyectos e iniciativas para el desarrollo sustentable del turismo (rescate arqueológico, desarrollo de oferta, facilitación, infraestructura y servicios y apoyo comunitario), buscando fuentes de financiamiento internacional.

Corresponsabilidad institucional

Coordinación con dependencias federales y estatales, además de las representaciones turísticas regionales e internacionales, banca de desarrollo, ONG y organismos de financiamiento internacional.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Representación de Yucatán en el grupo institucional de Mundo Maya México y de la Organización Mundo Maya Internacional (OMM)	■	permanente	SECTUR federal, CPTM, OMM, CULTUR, Comunicación Social, SRE
Participación conjunta con entidades mexicanas del programa, con la marca "Mundo Maya" en ferias turísticas nacionales e internacionales	■	seguimiento y evaluación	CPTM, OMM, Comunicación Social, iniciativa privada, SECTUR federal, y organismos de turismo de otras entidades
Producción y actualización de herramientas promocionales con la marca "Mundo Maya"	■	permanente	SECTUR federal, iniciativa privada, CPTM
Capacitación a prestadores de servicios	■	seguimiento y evaluación	SECTUR federal, iniciativa privada
Armar cartera de proyectos Yucatán para desarrollo sustentable (corredores y circuitos turísticos)	■	seguimiento y evaluación	SECTUR federal, CPTM, OMM, CULTUR, SRE, INAH, SDUOPyV, SEDESOL, municipios

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas.

Metas

Corto plazo

- 1 campaña de promoción
- 1 acuerdo de colaboración
- 2 propuestas de proyectos para corredores y circuitos turísticos
- 1 subprograma de capacitación

Mediano plazo

- 3 campañas de promoción
- 2 acuerdos de colaboración
- 1 cartera de proyectos para promoción
- 1 subprograma de capacitación

Indicadores

- Turistas nacionales hospedados
- Eventos promocionales
- Número de ferias y eventos nacionales asistidos
- Afluencia de turistas internacionales
- Proyectos financiados

Genotes y turismo

Existen inventariados más de 2000 cenotes en el estado, de los cuales un porcentaje mínimo se encuentra aprovechado para fines de explotación turística debido a las condiciones físicas, sociales y de uso en las que se encuentran. Se localizan en grandes cinturones en la costa, dentro de zonas arqueológicas o urbanas y se clasifican como de Gruta, Caída libre y de Petén.

Como una parte importante de la cultura maya, los cenotes, sobre todo aquellos ubicados en las cercanías de las zonas arqueológicas y sitios turísticos, están considerados en un subprograma de desarrollo con una prioridad basada en su estado de conservación, belleza, ubicación estratégica, afluencia turística, accesibilidad, servicios mínimos y que también su visita genere beneficios socioeconómicos a las comunidades locales o a aquellos en los que ya existen grupos organizados de ejidatarios, comuneros o particulares que vivan del turismo.

Para conservar y poner en valor los cenotes más atractivos al turismo se llevarán a cabo, en forma consensuada con las dependencias responsables de ecología y normatividad ambiental; estatales y federales, los municipios y grupos sociales, una serie de acciones estratégicas para acondicionarlos mediante:

- Normar actividades y protección del recurso
- Infraestructura y equipamiento de bajo impacto
- Servicios mínimos de atención al turismo
- Facilitar accesos y visita
- Proyectos comunitarios
- Actividades eventos deportivos
- Señalización turística
- Información especializada y seguridad al turista
- Apoyo y asesoría a prestadores de servicios
- Promoción y difusión para visita con respeto ecológico
- Proyectos integrales de aprovechamiento sustentable para uso turístico por cenote

Area de oportunidad Ampliar y mejorar la calidad y operación de los servicios turísticos	Objetivo Sectorial Impulsar la profesionalización en la prestación de los servicios turísticos.
--	---

7.4 PI 4. Programa de calidad y atención turística

Objetivo

Satisfacer a los turistas brindándoles calidad de servicios y atención turística.

Descripción

El programa está dirigido a instrumentar acciones para mejorar la calidad de los servicios de asistencia y atención al turismo.

El programa está dirigido a instrumentar acciones para mejorar la calidad de los servicios de asistencia y atención al turismo; tiene carácter integral y se aplica apoyado en la capacitación, los sistemas de asistencia turística, la información y atención especializada que operan en la entidad. Involucra a los prestadores de servicios, instancias capacitadoras y formadoras de recursos humanos. Impulsa la certificación de calidad para la competitividad.

Corresponsabilidad institucional

Para ejecutarlo se requiere la participación de las instancias involucradas en la correcta operación de los servicios de asistencia turística: La Secretaría de Turismo federal a través de los Angeles Verdes, la S.C.T, y concesionarias de caminos, las autoridades estatales encargadas de las vías de comunicación y acceso para internación del turismo, así como la iniciativa privada y empleados del sector y las instituciones educativas formadoras de recursos humanos.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Información y asistencia			
Modernizar y automatizar la información en módulos turísticos	■	Permanente	CULTUR, INAH, municipios turísticos, SECOL, prestadores de servicios, ASUR, ADO, SCT y API
Concertar la ampliación y mejora del servicio de los Angeles Verdes en las carreteras turísticas	■	Seguimiento	SECTUR federal, SCT, SPV, CULTUR, Policía Federal Preventiva
Procuración permanente de la seguridad y asistencia al turista	■	Seguimiento	Municipios turísticos, SPV
Programa Paisano	■	Seguimiento	SECTUR federal, SHCP, Intituto de Migración, PROFECO
Apoyar el mejoramiento del servicio de la policía turística	■	Seguimiento	SPV, municipios turísticos, CULTUR
Certificación			
Promover el programa de calidad en la higiene y manejo de los alimentos, Distintivo "H"	■	Seguimiento	SECTUR federal, Secretaría de salud, CANIRAC, INCY, municipios, iniciativa privada, asociaciones hoteleras
Capacitación			
Capacitación a informadores turísticos y formación de brigadas	■	Permanente	Instituciones educativas de turismo, ICY, SECTUR federal
Acciones de vinculación académica con escuelas superiores de turismo	■	Seguimiento	Universidades e institutos de turismo y SEP
Capacitación a prestadores de servicios	■	Permanente	ICY, SEDEINCO, asociaciones del sector, municipios

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas

Metas

Corto plazo

- 1 Distintivo "H"
- 3 nuevos módulos de información turística
- Formación de brigadistas
- Proyecto Angeles Verdes
- Servicio certificado de Policía Turística
- Programa Paisano
- Proyecto de capacitación y cultura turística

Mediano plazo

- 6 Distintivos "H"
- Red de módulos inteligentes
- Permanente
- Permanente
- Seguimiento
- Permanente
- Permanente

Seguimiento y evaluación

El seguimiento, además de los mecanismos de control de gestión, se llevará a cabo con el monitoreo de los programas ejecutados con asistencia y colaboración de la Secretaría de Turismo federal, la asistencia por los Angeles verdes en carreteras turísticas, así como el de distintivos y certificaciones o cultura turística.

Para evaluar los avances del programa, además de los indicadores de gestión, están en términos cualitativos las evaluaciones del turista sobre la calidad y eficacia de los servicios prestados, las solicitudes de asistencia, el número de quejas presentadas por servicio y bienes adquiridos, así como el número de servicios prestados en todos los ámbitos de solicitud.

Los principales mecanismos a utilizar son las encuestas de opinión de servicios que se practican y el índice de satisfacción que los turistas reportan, lo mismo que las certificaciones por calidad en los servicios como el distintivo "H" para manejo higiénico de los alimentos, reconocimientos hoteleros por servicios prestados e infraestructura.

En materia de vinculación académica los convenios entre instituciones superiores y la Secretaría de Turismo para capacitación, investigación o servicio social.

El seguimiento, además de los mecanismos de control de gestión, se llevará a cabo con el monitoreo de los programas ejecutados con asistencia y colaboración de la Secretaría de Turismo federal.

Indicadores

- Índice de Satisfacción de los Turistas
- Servicios turísticos certificados por su calidad
- Consultas de información y asistencia turística
- Optimización del servicio de Angeles Verdes
- Prestadores de servicios capacitados
- Número de Convenios de vinculación académica con el sector
- Profesionales de turismo insertos laboralmente en el sector

<p>Area de oportunidad Desarrollo sustentable de los recursos turísticos, naturales y culturales. Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico</p>	<p>Objetivo sectorial Fomentar la gestión sustentable del desarrollo turístico para la protección y puesta en valor de los atractivos y recursos. Promover la autogestión y empoderamiento comunitario de los proyectos turísticos.</p>
---	--

7.5 PI 5 Programa de desarrollo sustentable

Objetivo

Propiciar la sustentabilidad de acciones en el uso y puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos, protegiéndolos para las generaciones futuras.

Descripción

Instrumenta acciones apoyado en subprogramas y proyectos sustantivos en las zonas arqueológicas y reservas naturales para atender el turismo cultural y alternativo.

Instrumenta acciones apoyado en subprogramas y proyectos sustantivos en las zonas arqueológicas y reservas naturales para atender el turismo cultural y alternativo. Lo anterior a través de estrategias y planes locales de sustentabilidad que fomenten la participación activa de las comunidades locales y de los grupos étnicos organizados, apoyando los proyectos turísticos comunitarios e indígenas en los principales municipios y regiones turísticas.

Corresponsabilidad institucional

En su instrumentación intervienen organismos federales, estatales y municipales responsables del medio ambiente, desarrollo urbano, patrimonio cultural, desarrollo social, además de etnias, Organismos No gubernamentales y fundaciones que coadyuvan en la ejecución de las acciones programadas.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Definir e instrumentar el Subprograma de Zonas Arqueológicas y Monumentos Históricos	■	Seguimiento	INAH, CONACULTA, SECTUR federal, CULTUR, SDUOPyV, ICY, CPTM,
Definir e instrumentar el Subprograma de Areas Naturales y Ecoturismo	■	Seguimiento	Secretaría de Ecología, CULTUR, municipios turísticos, SEMARNAT, PROFEPA, SEDESOL, FONAES, ONG y SECTUR federal
Realizar planes de ordenamiento ecológico en sitios prioritarios	■	Seguimiento	SDUOPyV, SECOL, municipios turísticos, FONATUR, Secretaría de Desarrollo Rural, PROFEPA, SEMARNAT, CONAPO, SEDESOL, CICy, CINVESTAV, universidades
Diseñar la Agenda 21 local para municipios turísticos	■	Seguimiento	Municipios turísticos, SEMARNAT, SECTUR federal, SECOL, iniciativa privada
Desarrollo comunitario			
Definir e instrumentar el Subprograma de Desarrollo Comunitario en Sitios Turísticos	■	Seguimiento	SEDESOL, INDEMAYA, FONAES, ICY, CONACULTA, Secretaría de Desarrollo Rural, SECOL
Proyectos especiales			
Campana de limpieza en sitios turísticos (playas, cenotes, zonas arqueológicas y centros históricos)	■	Seguimiento	Municipios, SECOL, INAH, SDUOPyV, SEMARNAT, SEDESOL, JAPAY, SECTUR, PROFEPA

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas

Metas

Corto plazo

- 1 parador turístico en Ek Balam
- 2 espectáculos culturales
- 2 eventos (Festival de Aves, espeleobuceo)
- 1 campaña de limpieza (“México Limpio” y “Querido Yucatán”)
- 1 programa “(“El Lujo de la Cultura en Yucatán”)
- 1 producto Teatro Indígena (Comunidades indígenas de Ticopó, Seyé, Xocén)
- 1 Programa de Desarrollo Comunitario en Ticopó
- Capacitación para diseñar una Agenda 21 estatal

Mediano plazo

- 2 paradores turísticos
- 3 espectáculos culturales
- 6 eventos
- 3 campañas
- Seguimiento
- Seguimiento
- Seguimiento
- 1 Agenda 21 local (un municipio turístico)

Seguimiento y evaluación

El seguimiento de los subprogramas y proyectos se establecerá con base en informes y evaluaciones sobre el diseño y ejecución de cada uno de ellos.

El seguimiento de los subprogramas y proyectos se establecerá con base en informes y evaluaciones sobre el diseño y ejecución de cada uno de ellos.

Indicadores

Los indicadores de gestión se completarán con indicadores de sustentabilidad que serán construidos para el manejo de la Agenda 21 local.

- Empresas y destinos certificados
- Índice de Satisfacción del Turista
- Planes de manejo en áreas naturales protegidas y zonas arqueológicas
- Número de personas beneficiadas directamente en los proyectos turísticos
- Empresas turísticas comunitarias
- Número de ordenamientos urbano-ecológicos implantados en los municipios turísticos

Area de oportunidad	Objetivo sectorial
Promover la inversión para mejorar infraestructura y oferta turística	Aprovechar la posición geográfica del estado y mejorar la infraestructura turística

7.6 P I. 6 Programa de mejoramiento de infraestructura y servicios

Objetivo

Impulsar y promover la inversión para la apertura de mayores accesos y el mejoramiento de la infraestructura turística del estado.

Descripción

Promover la inversión turística en proyectos estratégicos, así como su orientación a las áreas de negocio, buscando financiamiento a la inversión en infraestructura turística y equipando los sitios turísticos históricos, arqueológicos, urbanos o áreas naturales de mayor importancia. Se realizarán labores de gestión y promoción para el desarrollo, mejoras y/o ampliación de vías de comunicación que faciliten la internación de las corrientes turísticas a las diferentes regiones de la entidad consideradas en el presente documento.

Se realizarán labores de gestión y promoción para el desarrollo, mejoras y/o ampliación de vías de comunicación que faciliten la internación de las corrientes turísticas.

Corresponsabilidad institucional

Concertar con todos aquellos organismos que puedan contribuir al mejoramiento de la infraestructura del estado, a través de planes y programas de financiamiento para el logro del desarrollo turístico deseado.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Diagnostico de necesidades de Infraestructura turística	■	Seguimiento	SDUOPyV, municipios, SECTUR federal
1. Análisis de oportunidades de inversión turística en el estado	■	Seguimiento	Municipios, SECTUR federal, SEDEINCO, Secretaría de Planeación y Presupuesto
2. Armar y promover una cartera de proyectos y portafolio de inversión	■	Seguimiento	SECTUR federal, CULTUR, municipios, banca de desarrollo, iniciativa privada
3 Contactar organismos nacionales e internacionales que financien proyectos turísticos	■	Seguimiento	SECTUR federal, banca de desarrollo, BID, ONG, iniciativa privada
4. Definir e instrumentar el Subprograma de Mejoramiento de Infraestructura y Servicios Turísticos	■	Seguimiento	SECTUR federal, INAH, SEMARNAT, CULTUR, SDUOPyV, SECOL, municipios, banca de desarrollo
5. Definir e instrumentar el Subprograma de señalización Turística	■	Seguimiento	CULTUR, INAH, SECTUR federal, SECOL, municipios
6. Definir e instrumentar el Subprograma de Unidades de servicios Turísticos y Culturales del Patronato CULTUR	■	Seguimiento	CULTUR, INAH, SECTUR federal, SECOL, municipios
7. Gestión estratégica con aerolíneas, navieras, tour-operadores terrestres y autoridades federales y estatales del sector comunicaciones	■	Seguimiento	SECTUR federal, SEDEINCO, API, municipios, SCT, empresas navieras, líneas aéreas

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas

Metas

Corto plazo

- Diagnóstico de infraestructura turística
- Estudio de viabilidad para oportunidades de negocios
- Cartera de proyectos estratégicos
- 3 proyectos de infraestructura
- 1 proyecto de señalización en paradores y zonas arqueológicas

Mediano plazo

- Actualización
- 1 estudio actualizado
- Ejecución y evaluación
- 10 proyectos
- 3 proyectos

Indicadores

- Llegada de pasajeros por vía aérea
- Proyectos de infraestructura carretera en los sitios turísticos
- Proyectos de equipamiento y señalización turística del estado
- Inversión en el sector
- Proyectos realizados
- Créditos entregados

Proyecto Turístico Ek Balam

El área del Proyecto se localiza en el municipio de Temozón, Yucatán, el cual presenta un interesante y atractivo producto turístico que es el sitio arqueológico Ek Balám, que se puede traducir como "Jaguar oscuro o negro".

El acondicionamiento de Ek Balam se realizará a través de la Unidad de Servicios Turísticos para equipar la zona arqueológica y detonar así un destino más en la zona Oriente de Yucatán. El proyecto incluye la carretera de acceso directo y el mejoramiento de los servicios actuales.

Esta iniciativa, de enfoque amplio, presenta un alto potencial de desarrollo regional para beneficio de tres municipios de importancia y vocación turística, Valladolid, Temozón y Tizimín,

Con este Proyecto se busca generar nuevas y mejores posiciones de empleo alternativas en el sector turismo, diversificando oportunidades con las diferentes etapas contempladas como las de capacitación, operación y promoción.

Area de oportunidad	Objetivo sectorial
Promover la inversión para mejorar infraestructura y oferta turística	Impulsar el aprovechamiento turístico de las regiones del estado apoyadas en la articulación de polos, corredores y circuitos estratégicamente vinculados.

7.7 PI . 7 Programa de regiones turísticas

Su objetivo es focalizar acciones y canalizar inversión para desarrollo a las regiones y zonas turísticas definidas. Permitirá aplicar la política de desarrollo de regiones turísticas.

La política regional tiene por objeto estructurar la oferta turística en rutas, circuitos y corredores que ofrezcan una mayor diversidad de atractivos y actividades a los visitantes a partir de la consolidación de regiones turísticas, la definición de zonas y sitios de desarrollo prioritario, con el fin de crear productos regionales especializados para segmentos potenciales.

Descripción

La estrategia del programa impulsa la generación de "clusters" turísticos y el aprovechamiento ordenado y estratégico del territorio con base en vocaciones y recursos de las distintas regiones y subregiones identificadas.

La estrategia del programa impulsa la generación de "clusters" turísticos y el aprovechamiento ordenado y estratégico del territorio con base en vocaciones y recursos de las distintas regiones y subregiones identificadas. Propone para ello planes y proyectos que mejoren la infraestructura turística, impulsen la inversión y recomienda la promoción como "zonas-producto" articulándolas estratégicamente por corredores, rutas y circuitos.

Se apoya en la concertación intersectorial y en acuerdos con municipios y agentes locales.

Instrumentación

Se ejecutará con apoyo de planes y programas regionales que, concertados con autoridades locales, son el punto de partida para planificar y ordenar los espacios turísticos, así como para potenciar recursos. Los planes de desarrollo turístico municipal, los planes u ordenamientos urbanos y ambientales existentes son también instrumentos para la definición de prioridades y aplicación de políticas.

Corresponsabilidad institucional

Busca la participación de las instancias municipales, organismos empresariales y sociales y de los agentes del sector mediante la formación de grupos locales y regionales de turismo que se integren conforme se consoliden cada una de las regiones y subregiones.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Elaboración de diagnósticos regionales	■	Permanente	Secretaría de Planeación y Presupuesto, SDUOPyV, SECOL, SEDESOL y municipios turísticos
Realización de estudios, planes y proyectos regionales	■	■	SECTUR federal, Secretaría de Planeación y Presupuesto, municipios, instituciones y centros de investigación, FONATUR
Desarrollo de la estrategia de armado y articulación de circuitos y corredores turísticos	■	Seguimiento	SECTUR federal, Secretaría de Planeación y Presupuesto, FONATUR
Acuerdos con municipios turísticos de las regiones para ejecución de sus programas, planes y proyectos	■	Seguimiento	Municipios turísticos, Sría. de Gobierno, Secretaría de Planeación y Presupuesto, SECTUR federal, SDUOPyV
Ejecución de planes de promoción y comercialización de producto regional	■	■	SECTUR federal, municipios turísticos, CPTM
Diseño y ejecución de programas: Región Mérida Progreso, Valladolid, Celestún, San Felipe-Ría Lagartos, Izamal, Ek Balam, Chichén Itzá y Pisté	■	■	Municipios, SDUOPyV, Secretaría de Planeación y Presupuesto, SEDESOL, SEDEINCO, SECOL, INAH, SEMARNAT, SCT,API-TMM, SM
Propuestas de declaratorias para zonas turísticas prioritarias	■	■	SECTUR federal, SECOL, SDUOPyV, SEMARNAT, SCT

Regionalización

Aplica a las regiones turísticas y subregiones contenidas en el planteamiento regional del presente Programa (Región Mérida, Valladolid, Progreso, Celestún, San Felipe-Ría Lagartos, Uxmal y las subregiones de Izamal, Pisté- Chichen Itza y Cuzamá)

Metas

Corto plazo

- 1 estudio regional
- 1 propuesta de corredores y circuitos
- 1 programas de atención regional

Mediano plazo

- 3 estudios regionales
- 1 circuito turístico
- 3 programas de atención regional

Las metas esperadas a corto y mediano plazo son lograr que las acciones de fomento turístico se dirijan planificadamente para impulso y consolidación de esta actividad en las zonas concentradoras de recursos turísticos y con mayor potencial de mercado. Ello con el fin de generar sinergias sectoriales que faciliten el desarrollo regional y la consolidación de sistemas articulados en el territorio (transporte, flujos turísticos, clusters, información, organización de prestadores, comercialización y promoción turística).

Las metas esperadas a corto y mediano plazo son lograr que las acciones de fomento turístico se dirijan planificadamente para impulso y consolidación de esta actividad.

Indicadores

- Afluencia turística
- Planes y proyectos de carácter regional ejecutados
- Índice de participación de los gobiernos municipales y autoridades locales
- Inversión pública y privada comprometida para los programas y proyectos regionales
- Financiamiento a proyectos estratégicos

<p>Area de oportunidad</p> <p>Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas</p>	<p>Objetivo sectorial</p> <p>Incentivar la rentabilidad y modernización de las empresas del sector facilitándoles el acceso a fuentes de financiamiento y brindando la capacitación y asistencia técnica.</p>
--	--

7.8 PI .8 Programa de apoyo a MPYMES

Objetivo

Impulsar la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) del sector para el fortalecimiento y la rentabilidad de la oferta de servicios.

Impulsar la modernización de las micro, pequeñas y medianas empresas (MPYMES) del sector para el fortalecimiento y la rentabilidad de la oferta de servicios.

Descripción

Un programa de apoyo a las empresas del sector, a través de acciones que mejoren su competitividad en el mercado y la calidad de sus servicios. Con apoyo de la capacitación, la búsqueda de calidad en el servicio, mejoramiento de procesos y acceso a financiamiento. Atiende a la hotelería, restaurantes y agencias de viajes en su primera etapa.

Corresponsabilidad institucional

Coordinación con las instancias estatales y federales, la banca de desarrollo y las organizaciones empresariales del sector

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Programa de capacitación a prestadores de servicios	■	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, SECON, STPS, INCY, SEDEINCO, banca de desarrollo, iniciativa privada
Asesoría sobre esquemas de financiamientos a MPYMES	■	Permanente	SECTUR federal, SEDESOL, SECON, SEDEINCO, CEDEM, banca de desarrollo, iniciativa privada
Programas de calidad de los servicios turísticos	■	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, SEDESOL, SHCP, SECON, STPS, INCY, SEDEINCO, banca de desarrollo, iniciativa privada EDEM, universidades

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas.

Metas

Corto plazo

- Taller sobre financiamiento turístico
- Taller de capacitación empresarial
- Curso sobre manejo higiénico de los alimentos

Mediano plazo

- 3 talleres
- 3 talleres
- 5 cursos

Indicadores

- Grado de satisfacción del turista
- Nuevos empleos en el sector
- Financiamiento a empresas del sector
- Certificaciones ISO 9000
- Distintivo "H"

<p>Area de oportunidad</p> <p>Impulso al desarrollo y la competitividad de las empresas turísticas</p>	<p>Objetivo sectorial</p> <p>Instituir esquemas de regulación y normatividad eficientes para asegurar el cumplimiento de estándares de calidad en la actividad turística.</p>
---	--

7.9 P I. 9 Programa de verificación y certificación turística

Objetivo

Asegurar que los prestadores de servicios cumplan con lo establecido por la legislación turística.

Asegurar que los prestadores de servicios cumplan con lo establecido por la legislación turística, mediante la verificación de la observancia de la normatividad por parte de las empresas del ramo que contribuya a tener turistas seguros y satisfechos .

Las ventajas del programa son la satisfacción de los turistas y la demostración de que los prestadores de servicios turísticos se preocupan de la seguridad y la calidad en los mismos.

Descripción

El programa pretende instrumentar acciones permanentes de vigilancia y verificación del cumplimiento de las normas y de lo que la legislación turística establece, para contar con mejores servicios en los sitios turísticos, buscando la calidad de los mismos y la seguridad de los visitantes.

Mediante la verificación, el acreditamiento de guías y la inscripción de los prestadores de servicios al Registro Nacional de Turismo se atenderán las acciones de vigilancia por el equipo verificador para hoteles, las agencias de viajes y guías en zonas arqueológicas, paradores turísticos, museos y sitios de mayor afluencia.

Con ello se cumple al convenio de descentralización de la verificación con la SECTUR federal que faculta a la Secretaría de Turismo de Yucatán para efectuar estas acciones.

Corresponsabilidad institucional

Se involucra a las instancias oficiales reguladoras de la actividad.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Consolidar el Programa Estatal de Verificación Turística	■	Seguimiento y Evaluación	PROFECO, Dirección de Protección Civil, PROFEPA, INAH, SECTUR federal
Realizar visitas de verificación en hoteles, agencias de viajes y a los guías turísticos	■	Permanente	
Crear un sistema estadístico y de reporte de la actividad verificadoras	■	Seguimiento y Evaluación	
Capacitación y acreditamiento de guías	■	Permanente	

Regionalización

Aplica en todas las regiones turísticas.

Metas

Corto plazo

- Un Programa Estatal de Verificación

Mediano plazo

- Sistema y unidades de verificación de calidad

Indicadores

- Incremento de prestadores de servicios empadronados en el Registro Nacional de Turismo
- Guías acreditados
- Actas de verificación levantadas
- Monitoreos efectuados
- Grado de satisfacción en la prestación de los servicios turísticos

Area de oportunidad Oferta diversificada de productos turísticos competitivos	Objetivo sectorial Aprovechar estratégicamente los recursos potenciales para el desarrollo de productos turísticos enfocados a nuevos mercados.
---	---

7.10 PI 10. Programa de desarrollo de productos

Objetivo

Desarrollar productos turísticos competitivos y la tematización de la oferta en principales destinos y regiones turísticas, para cubrir la demanda del mercado y los segmentos prioritarios.

Descripción

Sus acciones complementan el desarrollo de oferta-producto en los programas de planificación física y proyectos de inversión en regiones turísticas. Trabaja el diseño y desarrollo, para su comercialización, de producto que atienda las demandas y gustos de quienes visitan el estado por motivos culturales, ecológicos, de negocio, de congresos y convenciones y excursionistas vía cruceros. Da un tratamiento especial al turismo local para atender las demandas de recreación de los sectores sociales y considera al turismo accesible para abrir espacios y ofrecer productos a personas con discapacidad. Además, mediante acciones coordinadas con los agentes turísticos, optimiza recursos y el armado integral del producto.

Da un tratamiento especial al turismo local para atender las demandas de recreación de los sectores sociales y considera al turismo accesible para abrir espacios y ofrecer productos a personas con discapacidad.

Corresponsabilidad institucional

La concertación institucional se establece con dependencias federales, estatales y municipales, organismos de la iniciativa privada y del sector social. La participación de empresarios en el programa es medular, ya que los operadores turísticos y los prestadores de servicios son la contraparte que permite diversificar y mejorar la oferta turística.

Se instrumenta mediante acciones concertadas con la iniciativa privada y el sector social, además de las de coordinación institucional a los tres niveles de gobierno. Existen convenios y acuerdos de colaboración con la Secretaría de Turismo federal, el Consejo de Promoción Turística de México y se buscarán con otras dependencias de gobierno que apoyen el diseño y armado de nuevos productos.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Diseño e instrumentación del Programa de Desarrollo de Productos Turísticos	██████████	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, municipios, banca de desarrollo, organizaciones turísticas, CULTUR, SEDEINCO
Diseño y ejecución de subprogramas de desarrollo de productos para segmentos prioritarios: Turismo cultural Turismo de congresos y convenciones Turismo alternativo Turismo de cruceros Turismo social (incluye turismo accesible)	██████████	██████████	SECTUR federal, municipios turísticos, banca de desarrollo, organizaciones turísticas, CULTUR, SEDEINCO, CONACULTA, INAH, asociaciones empresariales, API, TMM, SCT, IMSS, SECOFI, ICY, OCEY, ONG, ejidos, empresarios y prestadores de servicio, organizaciones
Concertación y acuerdos con prestadores de servicios y empresarios para formar agrupamientos empresariales turísticos	██████████	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, CPTM, organizaciones turísticas, municipios
Consolidación de productos culturales-arqueológicos (Teatro Indígena, Izamal pueblo mágico, Ek Balam)	██████████	Seguimiento	SPP, SDUOPyV, SECOL, SEDEINCO, SEDESOL, SECTUR federal, INAH, SCT, autoridades ejidales, municipios, ONG, CPTM
Lanzamiento de producto Izamal Pueblo Mágico	██████████	Seguimiento y evaluación	SECTUR federal, municipios, CPTM, iniciativa privada, CULTUR
Consolidación del Subprograma de Cruceros en Puerto Progreso	██████████	Seguimiento y evaluación	SECTUR Federal, asociaciones turísticas y prestadores de servicios, SCT, API, municipio, TMM, SM, PROFEPA, SDUOPyV, empresarios

Regionalización

Aplica a las 6 regiones turísticas.

Metas

Mejorar la oferta existente de atractivos, equipamientos y servicios. Ofrecer al turismo de la entidad una línea de productos atractivos y que le den a Yucatán competitividad en el mercado mediante la creación del programa sectorial de desarrollo de productos y los subprogramas.

En un corto plazo se persigue contar con un mínimo de 4 productos nuevos y a mediano plazo tener 6 nuevos productos, es decir uno por cada región, subregión y circuitos turísticos. Pretende consolidar los programas especiales y sus nuevos productos como el programa Izamal Pueblo Mágico y el Teatro Indígena, en tanto que dará impulso a los que deben crearse para el mercado de cruceros y el ecoturístico, que a su vez serán complementarios para el touring y la oferta de segmentos como el de congresos y convenciones.

En un corto plazo se persigue contar con un mínimo de 4 productos nuevos y a mediano plazo tener 6 nuevos productos, es decir uno por cada región, subregión y circuitos turísticos.

Metas

Corto plazo

- 1 programa de desarrollo de producto
- 1 Subprograma de Cruceros y 1 cultural (“El lujo de la Cultura en Yucatán”)
- Producto Pueblo Mágico Izamal
- 1 subprograma de ecoturismo
- 2 guías turísticas especializadas
- 1 producto cultural (Teatro Indígena)
- 1 producto arqueológico (Ek Balám)
- 1 producto de sol y playa y cruceros (Progreso, Puerto de Yucatán)
- 1 espectáculo de luz y sonido (Izamal)

Mediano plazo

- 6 nuevos productos (uno por segmento prioritario)
- Proyecto Turístico Integral de Puerto Progreso y una línea de productos culturales (lo intangible)
- 1 programa turístico
- 5 productos ecoturísticos
- 5 guías turísticas especializadas
- 2 productos culturales
- 2 productos arqueológicos
- Parador turístico en playa
- 4 espectáculos de luz y sonido (Chichén Itzá, Uxmal, Izamal y Loltún)

Indicadores

- Empleos en el sector
- Cuartos de hotel nuevos
- Afluencia turística
- Inversión pública y privada en proyectos y programas
- Proyectos turísticos
- Empresas turísticas nuevas
- Conservación del patrimonio histórico-cultural
- Acuerdos con municipios, autoridades o grupos sociales
- Comunidades beneficiadas

<p>Area de oportunidad</p> <p>Oferta diversificada de productos turísticos competitivos.</p> <p>Promover la inversión para mejorar infraestructura y oferta turística.</p>	<p>Objetivo sectorial</p> <p>Aprovechar estratégicamente los recursos potenciales para el desarrollo de productos turísticos enfocados a nuevos mercados.</p> <p>Aprovechar la posición geográfica del estado y mejorar la infraestructura turística</p> <p>Impulsar el aprovechamiento turístico de las regiones del estado apoyadas en la articulación de polos, corredores y circuitos estratégicamente vinculados.</p>
---	---

7.10.1 PI 10.1 Subprograma de Cruceros/Puerto Progreso

Objetivo

Coadyuvar al desarrollo turístico de Progreso como un puerto de llamada y atractivo para el destino turístico de cruceros.

Descripción

El programa busca el aprovechamiento de la ubicación geográfica para el desarrollo integral de Puerto Progreso como destino de cruceros, que sirva de acceso a los atractivos turísticos y culturales de Yucatán con la puesta en valor de su espacio urbano, servicios y oferta turística.

El programa busca el aprovechamiento de la ubicación geográfica para el desarrollo integral de Puerto Progreso como destino de cruceros.

Corresponsabilidad institucional

Coordinación con dependencias federales, estatales, municipales, y organismos concesionarios privados nacionales e internacionales para ejecución de acciones, programas y proyectos que mejoren la calidad en la oferta turística de Puerto Progreso.

Instrumentación

Etapas/Acciones	2002-4	2005-7	Corresponsabilidad institucional con:
Plan de Ordenamiento Urbano Turístico		Seguimiento y evaluación	Municipio, banca de desarrollo, organizaciones turísticas, SEDEINCO, asociaciones empresariales, API, TMM, SCT, SECOFI, SDUOPYV, prestadores de servicio, CINVESTAV, SECOL, operadores y concesionarios, SECTUR federal, CPTM
Mejoramiento de la imagen urbana del puerto			
Mejoramiento de la infraestructura y fortalecimiento de los servicios turísticos			
Coordinación con el sector para la elaboración y ejecución de proyectos estratégicos y apoyo a la inversión			
Promoción turística			
Programa de capacitación a prestadores de servicios			

Regionalización

Aplica en la región turística “Progreso” y su área de influencia.

Metas

Corto plazo

- Programa de Desarrollo Turístico Integral de Puerto Progreso
- Cartera de proyectos estratégicos
- Promoción turística

Mediano plazo

- Permanente
- Ejecución y seguimiento
- Promoción y ejecución

Indicadores

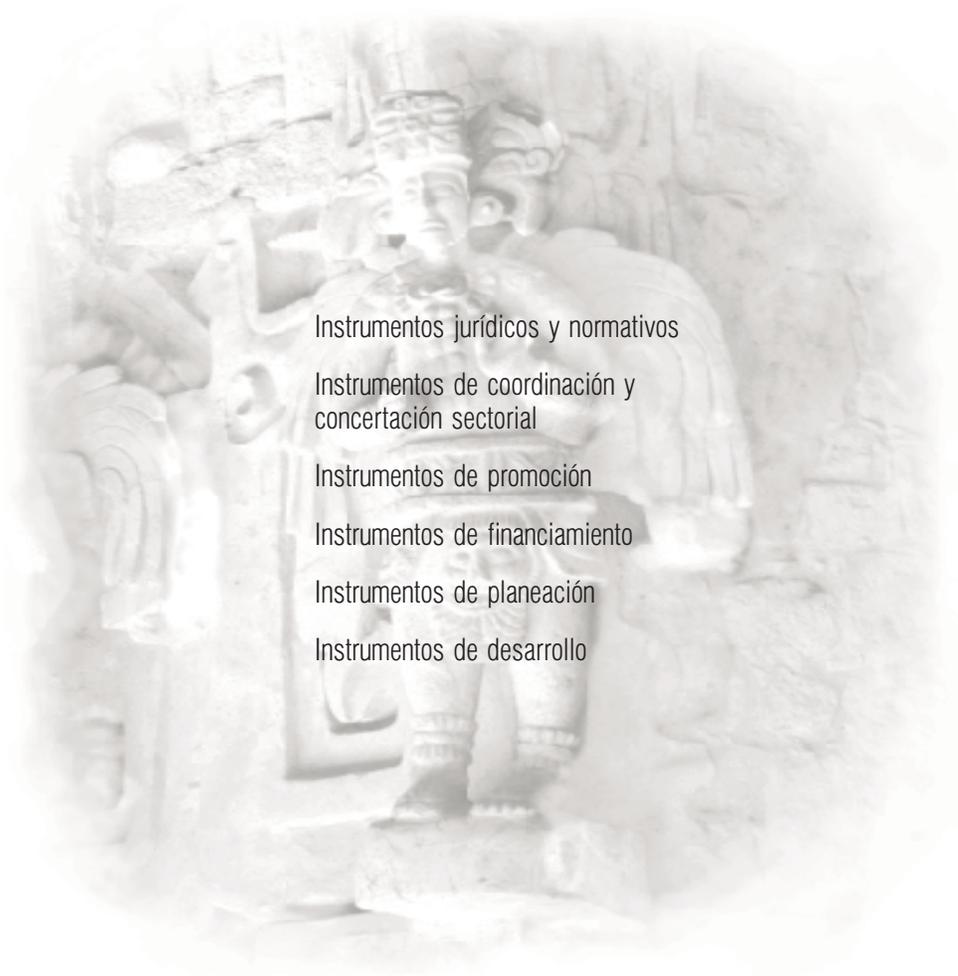
- Arribos realizados
- Divisas generadas por la actividad de cruceros
- Turistas transportados
- Excursionistas al interior del estado
- Inversión en infraestructura portuaria y turística
- Convenios a empresas navieras

Turismo de retirados

Turista retirado es aquel ciudadano mexicano, norteamericano, o canadiense mayor de 60 años auto válido y que recibe una pensión directa o como beneficiario, que actualmente viaja o cuenta con la capacidad para viajar y pernoctar en un destino turístico, con fines de esparcimiento, descanso y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el sitio visitado.

- El mercado nacional de turistas adultos mayores con pensiones es de 1.2 millones de personas, segmento con un valor de 552 millones de pesos, que representa el 1.04% del consumo turístico doméstico
- El potencial de adultos mayores no pensionados se estima en 5.1 millones de personas
- El mercado de retirados de EU y Canadá se estima de 38.6 millones de personas (un 87% es de norteamericanos)
- En Puerto Progreso existe una de las 21 comunidades de retirados norteamericanos que se registran en México

VIII. Instrumentos de la política turística



Instrumentos jurídicos y normativos

Instrumentos de coordinación y concertación sectorial

Instrumentos de promoción

Instrumentos de financiamiento

Instrumentos de planeación

Instrumentos de desarrollo



Programa Estatal de Turismo de Yucatán
2001-2007



VIII. Instrumentos de la política turística



Introducción

La coordinación sectorial para la planeación e instrumentación de acciones contenidas en este Programa de mediano plazo recae en la Secretaría de Turismo de Yucatán, quien recogió del consenso y consulta con todos los agentes del sector los elementos de su enfoque estratégico y la propuesta operativa que se traduce en los programas, proyectos y acciones que se ejecutarán con el apoyo y participación de organismos y dependencias del sector público, privado y social mediante los siguientes instrumentos:

La coordinación sectorial para la planeación e instrumentación de acciones contenidas en este programa de mediano plazo recae en la Secretaría de Turismo de Yucatán.

8.1 Instrumentos jurídicos y normativos

El marco jurídico y la regulación turística que apoyan las acciones de la Secretaría de Turismo del estado se rige por la Ley de Planeación y la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Yucatán y la Ley Federal de Turismo y su reglamento.

El proyecto de Ley Estatal de Turismo, instrumento jurídico que normará la actividad turística en Yucatán, se encuentra en proceso de análisis en el Congreso local, a fin de someter a consulta y consenso social su contenido antes de su promulgación.

Para la normalización existen ocho normas oficiales mexicanas turísticas (NOM), que son regulaciones técnicas obligatorias que establecen especificaciones y procedimientos para garantizar que los servicios se cumplan en el contexto de los propósitos y funciones para los que fueron diseñados, con características de seguridad, intercambiabilidad, confiabilidad y calidad, entre otros aspectos.

En la entidad se aplican y observan ya, bajo la verificación de la Secretaría Estatal de Turismo, las normas 01,05,06,07,08,09,10 y 11 que regulan seguridad, higiene e información en la actividad y servicios turísticos.

Para la facilitación, normalización y verificación existen, como se mencionó en los instrumentos de coordinación, convenios firmados con la Secretaría de Turismo federal para trabajar en la descentralización y atención de acciones que persigan la mejora regulatoria en beneficio del sector.

Un mecanismo es el Proyecto Estatal de Facilitación Turística, mismo que se ejecutará con apoyo de la Comisión Estatal Ejecutiva de Turismo, figura que será, junto con grupos de trabajo, la responsable de revisar las regulaciones principalmente en transportación aérea y carretera, parques marinos en ANP, regulación ambiental en manifestaciones de impacto y zona federal marítimo terrestre, además del turismo náutico, en marinas y pesca deportiva.

El turismo, el desarrollo urbano, la ecología y cultura se complementan y las acciones de ejecución de proyectos implican observancia de las normas y leyes sobre adquisiciones y obras públicas, los ordenamientos urbanos y los ambientales y la conservación del patrimonio cultural e histórico; de ahí que las leyes existentes en estos temas completan los instrumentos que coadyuvarán en materia de proyectos y desarrollo de productos.

Para la facilitación, normalización y verificación existen convenios firmados con la Secretaría de Turismo federal para trabajar en la descentralización y atención de acciones que persigan la mejora regulatoria.

8.2 Instrumentos de coordinación y concertación

En materia de coordinación y concertación son apoyo principal los convenios de colaboración firmados anualmente con la Secretaría de Turismo federal, así como los signados con otras dependencias y organismos oficiales, de la iniciativa privada y sector social para el desarrollo de programas y proyectos que coadyuven al desarrollo del turismo en el estado, como son:

- Convenios de Coordinación para reasignación de recursos (anual), para desarrollo y promoción
- Convenio de instrumentación del programa DATATUR (Sistema Estatal de Información Estadística del Sector Turismo en Yucatán)
- Convenio para el programa estatal de facilitación turística
- Convenio para el programa permanente de verificación de las NOMS
- Convenio marco de promoción turística con el CPTM

La concertación intersectorial e interinstitucional se apoya en la formación de comités y grupos de trabajo encabezados por la Secretaría de Turismo.

La concertación intersectorial e interinstitucional se apoya en la formación de Comités y grupos de trabajo encabezados por la Secretaría de Turismo, y en los que participan autoridades municipales, dependencias federales, estatales, ONG o instituciones para conjuntar esfuerzos en favor de programas o proyectos especiales, como el Comité Turístico de Izamal Pueblo Mágico.

En cuanto la concertación de acciones y participación activa de los empresarios del sector y sus organismos de representación, se facilitan sinergias con figuras como el Consejo Estatal Empresarial Turístico y por las acciones de coordinación convenidas entre la Secretaría de Turismo estatal y este organismo.

8.3 Instrumentos de promoción

La promoción turística esta apoyada en acuerdos con la Secretaría de Turismo federal y su organismo sectorizado responsable de la promoción del país, que es el Consejo de Promoción Turística de México, CPTM, a través de convenios de colaboración para la promoción de Yucatán, en el marco de la política y los programas nacionales de promoción internacional y nacional de los destinos.

El Consejo es una empresa pública de participación estatal mayoritaria en la que están representados, además del gobierno federal, los gobiernos estatales y municipales así como el sector privado. Se trata de un organismo orientado al mercado y con visión de largo plazo que permite utilizar los fondos disponibles para la promoción turística de manera óptima en función de los objetivos de la política turística.

Como resultado de las acciones convenidas con el CPTM, y con el propósito de potenciar recursos promocionales, se crearon los Convenios Cooperativos de Promoción y Publicidad (CoOPs) con socios comerciales extranjeros, además de los firmados con empresas nacionales.

El impuesto hotelero del 2% destinado a promoción (administrado vía CULTUR), contribuye a instrumentar acciones de este tipo dentro y fuera del estado.

Así también el impuesto hotelero del 2% destinado a promoción (administrado vía CULTUR), contribuye a instrumentar acciones de este tipo dentro y fuera del estado.

El programa de relaciones públicas y la participación en ferias y eventos promocionales dentro y fuera del país también son importantes en la consecución de los objetivos sectoriales.

La promoción de eventos para el turismo de congresos y convenciones, exposiciones e incentivos se fortalece con el subprograma que instrumenta la Oficina de Convenciones y exposiciones (OCEY).

8.4 Instrumentos de financiamiento

En coordinación con la banca de desarrollo, la Secretaría de Turismo de Yucatán ha convenido asistencia técnica y financiamiento a empresas del sector. A través de la SEDEINCO a nivel estatal, por medio de sus diversas alternativas de apoyo a pequeños empresarios, así como del programa turístico de la Nacional Financiera; del apoyo a proyectos de Banobras y el de asistencia técnica o calificación de proyectos de FONATUR, se apoya la gestión de financiamiento y capacitación a las empresas del sector, lo mismo que las necesidades de municipios o particulares para proyectos turísticos.

A través de la SEDEINCO, Nacional Financiera, BANOBRAS y FONATUR se apoya la gestión de financiamiento y capacitación a las empresas del sector.

8.5 Instrumentos de planeación

El Subcomité de Planeación del sector turismo es la figura coordinadora de estos trabajos, en el marco de lo establecido por la Ley Estatal de Planeación, en el cual participan los representantes y agentes del sector.

El Programa Estatal de Desarrollo 2001-2007 marca los lineamientos de planeación turística y las prioridades de desarrollo económico, lo mismo que en desarrollo sectorial los contiene el Programa Nacional de Turismo 2001-2006, que son los principales instrumentos en los que se soportan las acciones de este primer programa de desarrollo turístico de mediano plazo para Yucatán.

Para la información básica y evaluación del sector el convenio firmado con la SECTUR federal, que instrumentó el Programa DATATUR, permite desde 2002 avanzar en la consolidación de un sistema de información turística estatal con bases estadísticas, monitoreo de la actividad, análisis y evaluación.

Este es un instrumento que sienta las bases para generar la información y el análisis estadístico que apoye la generación de estudios, proyectos o programas sectoriales, así como la toma de decisiones en materia turística.

Los diferentes programas de desarrollo sectorial que han realizado los municipios turísticos son también mecanismos de instrumentación y se observan con ejecución ligada a programas y proyectos especiales como los de Pueblos Mágicos en Izamal, turismo de cruceros en Puerto Progreso y Corazón de Mérida.

Los diferentes programas de desarrollo sectorial que han realizado los municipios turísticos son también mecanismos de instrumentación y se observan con ejecución ligada a programas y proyectos especiales.

8.6 Instrumentos de desarrollo

Los programas especiales concertados con la Secretaría de Turismo federal y que tienen como marco los acuerdos de intención o convenios intersectoriales e interinstitucionales con dependencias federales como el CONACULTA, INBA, FONATUR, SCT, CONAGUA, CFE, FONAES, INAH y SEP, son instrumentos que promueven acciones para el desarrollo turístico y programas estratégicos en la entidad, a fin de impulsar el turismo cultural, proteger los recursos patrimoniales y facilitar el uso turístico de éstos, además de los signados a nivel federal para la protección del medio ambiente.

En este carácter se ubica el Programa Pueblos Mágicos de México, el Programa Regional de Mundo Maya, el Programa de Turismo Cultural, el Programa de Playas y el Programa de Haciendas y Casas Rurales, entre los principales contemplados para aplicación general o específica en los destinos y sitios turísticos prioritarios del estado.

Para el desarrollo de productos y atención de segmentos especiales existen también lineamien-

tos e instrumentación de los programas federales de turismo alternativo, de turismo de negocios y el de congresos y convenciones, de turismo social y turismo náutico, mediante los cuales se promueve la oferta en destinos.

El programa de conservación de patrimonio histórico que impulsa la Secretaría de Desarrollo Urbano, Obras y Vivienda del estado y el de ecoturismo que lleva a cabo la Secretaría de Ecología marcan acciones corresponsables para la ejecución del presente Programa.



ANEXOS

Agradecimientos

La Secretaría de Turismo de Yucatán expresa su agradecimiento a todas las instituciones y organismos públicos, privados y sociales, así como a todas aquellas personas que de una u otra forma colaboraron en las diferentes etapas de elaboración de este documento.

En especial deseamos expresar nuestra gratitud a la Secretaría de Turismo federal y sus funcionarios por el apoyo técnico, asesoría y recursos necesarios en la planeación y ejecución de este instrumento.

Hacemos especial reconocimiento a la Secretaría de Planeación y Presupuesto del gobierno del estado por la dirección del proceso de planeación y la coordinación general de todas las fases que comprendió el presente trabajo.

También a las siguientes dependencias federales, estatales y del sector privado:

- Dependencias estatales
 - Secretaría de Ecología
 - Secretaría de Planeación y Presupuesto (SPP)
 - Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial. (SEDEINCO)
 - Secretaría de Desarrollo Urbano, Obras Públicas y Vivienda. (SDUOPV)
 - Paraestatales
 - Instituto de Cultura de Yucatán (ICY)
 - Patronato de las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del Estado de Yucatán (CULTUR)
 - Oficina del Centro de Convenciones y Exposiciones de Yucatán. (OCEY)
- Dependencias federales
 - Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT)
 - Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)
 - Aeropuertos del Sureste, S.A (ASUR)
 - Consejo Nacional de Población (CONAPO)
 - Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)
- Sector privado
 - Expreso Maya.
 - Asociación de Guías de Turistas “Los Baalanes, A.C.”
 - Consejo Empresarial Turístico del Estado de Yucatán.
 - Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán. (AMH)
 - Asociación de Agencias Promotoras de Turismo. (AAPROTUY)
 - Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC)
 - Asociación de Agencias de Viajes de Yucatán, A.C.

Gracias a “Redes Consultores. División turismo” por su participación en la conducción de los talleres de planeación sobre el desarrollo de productos turísticos y competitividad, así como por la elaboración del análisis situacional, prospectiva y planteamiento estratégico del Programa.

Nuestra gratitud también para “EPCOM Consultoría en Comunicación” por la redacción de textos diversos, corrección de estilo, diseño gráfico y diseño editorial del documento maestro y sus materiales de apoyo, así como al Colegio de Profesionales en Economía del Estado de Yucatán, A.C. y a Visual Arquitectos, S.C.P.

Apreciamos además el compromiso y ayuda desinteresada de los sectores empresariales y prestadores del servicio turístico; en especial a los integrantes del Consejo Estatal Empresarial Turístico.

A todos ellos nuestro mayor reconocimiento por formar parte de este equipo interdisciplinario que hizo posible la estructuración del Programa Estatal de Turismo 2001-2007, que será el marco rector para el desarrollo del turismo en el estado de Yucatán.

Bibliografía

- Agencia de Cooperación Internacional del Gobierno del Japón JICA. "Estudio Integral del Producto Turístico de los Estados Mundo Maya en México". México. S/f.
- Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial. "Ciudades Mexicanas del Patrimonio Mundial, Resumen Ejecutivo". México, DF. 2002
- CESTUR-SECTUR. "Transportación Terrestre en la Región del Mundo Maya". México, Diciembre 1997
- Diagnóstico Turístico Corredor Celestún-Mérida-Izamal-Valladolid-Ría Lagartos, FONATUR 1998
- Estadísticas básicas Secretaría de Turismo, DATATUR, s/f
- Estudio de Mercado, Zona Maya México, FONATUR, 1996
- Evaluación del Perfil del Visitante al Mundo Maya, CESTUR, 1998
- FONATUR. "Estrategia de Desarrollo Urbano y Turístico del corredor Cancún-Riviera Maya 2025". 1ª reimpresión 2001
- FONATUR. "Gran Visión del Turismo en México 2020". 2000
- FONATUR. "Programa Mundo Maya". Diagnóstico turístico, Corredor Celestún-Mérida-Izamal-Valladolid-Ría Lagartos. 1998
- FONATUR. "Programa Mundo Maya". Estudio de Mercado, Zona Maya en México 1995
- FONATUR. "Proyecto Mundo Maya, Investigación de Mercados del Estado de Yucatán". Resumen Ejecutivo. 1995
- FONATUR. Bialik, Raquel. "Estrategia de Desarrollo Turístico de la Ruta de los Conventos, Estado de Yucatán". México, 1997
- Gobierno del Estado de Yucatán. "Plan Estatal de Desarrollo, Yucatán 2001 – 2007". Mérida, Yucatán. 2002
- Gujarati, D. N. "Econometría", 3ª edición, México D.F., McGraw-Hill, 1997
- INAH. Velásquez Morlet, López de la Rosa, Gaxiola, Casado López. "Zonas Arqueológicas, Yucatán". México, DF. 1988
- CESTUR. Secretaría de Turismo. "Encuesta sobre índice de satisfacción del turista internacional aéreo. 14 destinos. Resultados anuales 2002". Encuesta Mérida. SECTUR federal
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. Anuarios Estadísticos del Estado de Yucatán 1993-1998, INEGI

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. “Anuario Estadístico Yucatán”. 2001.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. “Anuario de Estadísticas por Entidad Federativa”. 2002.
- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática INEGI. Banco de México. Secretaría de Turismo. “Anexo del Segundo Informe de Gobierno 2002”. Septiembre 2002.
- Maddala, G. S. “Introducción a la Econometría”, 2ª edición, México D.F., Prentice-Hall, 1996
Ministerio de Economía. “Plan integral de Calidad del Turismo Español” 2000
- OMT. “Compendio de Estadísticas del Turismo 1994 –1998”. Madrid, España, 20ª edición, 2000
- OMT. “Cuenta Satélite de Turismo (CST) marco conceptual”. Madrid, España, OMT
- OMT. “Desarrollo y Comercialización de Productos Turísticos”. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. México, D.F. 1998
- OMT. “Introducción al turismo” 1998
- OMT. “Mercados Emisores de Turismo, Visión General y Análisis de las Características de los Países” 1999
- OMT. Agenda para planeaciones locales: “Turismo Sostenible y Gestión Municipal” Edición para América Latina y el Caribe. Madrid, España 1999
- OMT. Guía para Administraciones Locales. “Desarrollo Turístico Sostenible” 1999
- Organización Mundial del Turismo. Sección de Estudios de Mercado y Técnicas de Promoción. “El Turismo después del 11 de septiembre de 2001: análisis, medidas correctoras y perspectivas”. Informe Especial, número 18. Actualizado en noviembre de 2001.
- PRONATURA La conservación de la Naturaleza en México. “Península de Yucatán: Conservando una tierra mágica”. Revista PRONATURA, A.C. Número 4. diciembre-enero 1998 / 1999
- PRONATURA La conservación de la Naturaleza en México. “Península de Yucatán: Historias Maravillosas”. Revista PRONATURA, A.C. Número 7. Septiembre 1999
- Secretaría de Ecología. “Cenotes y Areas Naturales de Yucatán”. 1999
- Secretaría de Ecología. “Cenotes y Grutas de Yucatán”. 1999
- Secretaría de Turismo de Guanajuato. “Programa de Competitividad para el Desarrollo Turístico” Documento final. Guanajuato 1999
- Secretaría de Turismo de Michoacán. “Perfil de Oportunidades de Inversión y Promoción Turística de Michoacán”. Morelia, Michoacán. 1998
- Secretaría de Turismo de Yucatán. “Comité Turístico Izamal Pueblo Mágico”. Febrero 2002

Secretaría de Turismo de Yucatán. “Estadísticas Básicas”. 2001

Secretaría de Turismo de Yucatán. “Primer Informe de Gobierno: Informe de Acciones y Resultados”. Junio 2002

Secretaría de Turismo de Yucatán. “Programa de Arribos 2002–2005”.

Secretaría de Turismo, SEMARNAT. “Agenda 21 para el Turismo Mexicano, Un marco de acción para el desarrollo sustentable de la actividad turística”.

Secretaría de Turismo. “El Turismo en México 2001”. México, D. F. 2002

Secretaría de Turismo. “Estrategia de Desarrollo Turístico de la Ruta de los Conventos, Estado de Yucatán”. Estudio Técnico, Anexos y Resumen Ejecutivo. 1997

Secretaría de Turismo. “Evaluación del Perfil del Visitante del Mundo Maya Mexicano”. 1996

Secretaría de Turismo. “Programa Nacional de Turismo 2001 - 2006”. México, D. F. 2001

Subsecretaría de Planeación Turística, Dirección General de Información y Análisis. “Resultados de la Actividad Turística”. Secretaría de Turismo. Abril 2002

UADY, Facultad de Arquitectura. “Atlas de Procesos Territoriales de Yucatán”. 1999

Glosario de términos

Agencia de viajes

La empresa que contrata y/o actúa como intermediario en relación a un turista respecto de los servicios a que se refiere el Artículo 4º, Fracción II, de la Ley Federal de Turismo, referente a agencias, subagencias y operadoras de viajes.

Agencia de viajes minorista

Es aquella que ofrece y vende al público consumidor paquetes turísticos integrados por la operadora mayorista; servicios de otros prestadores de servicios turísticos o relacionados con ellos; y, a solicitud expresa del cliente, integra dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos en un solo producto.

Áreas naturales protegidas

Las zonas del territorio nacional y aquellas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano y que han quedado sujetas al régimen de protección.

Buceo

Son las actividades subacuáticas deportivo-recreativas realizadas con aparatos y equipo básico.

Certificación

Procedimiento por el cual se asegura que un producto, proceso, sistema o servicio se ajusta a las normas o lineamientos o recomendaciones de organismos dedicados a la normalización nacional o internacional.

Certificación de competencia laboral

Es el reconocimiento formal de los conocimientos, habilidades, destrezas y aptitudes, adquiridos mediante diferentes procesos y demostrados por un individuo en el desempeño de una función productiva, conforme a una Norma Técnica de Competencia Laboral.

Establecimiento de hospedaje

El inmueble en el que se ofrece al público el servicio de alojamiento en habitación, conforme lo establece el artículo 4º, fracción I de la Ley Federal de Turismo; referente a hoteles, moteles, albergues, y demás establecimientos de hospedaje, así como los campamentos y paradores de casas rodantes que presten servicio a turistas.

Establecimientos de alimentos y bebidas

Se denomina con este género:

- a) Los restaurantes y cafeterías ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes, aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas cuya actividad principal es la transformación y venta de alimentos para su consumo y que en forma accesorio pueden expendir bebidas alcohólicas al coqueo y presentar variedad o música.
- b) Los bares, centros nocturnos, cabarets o similares que se encuentren ubicados en hoteles, moteles, albergues, campamentos, paradores de casas rodantes, aeropuertos, terminales de autobuses, estaciones de ferrocarril, museos y zonas arqueológicas que, en su caso, cobran una cuota de admisión y presentan espectáculos o variedades; cuentan con orquesta, conjunto musical o música grabada y pista de baile, y ofrecen bebidas alcohólicas con servicio de alimentos opcional.

Estancia

Período durante el cual el turista o usuario se encuentra registrado como huésped comprendido entre su registro de entrada e ingreso al establecimiento de hospedaje, hasta su registro de salida.

Espeleología

Disciplina encargada del estudio de las cavernas y otras cavidades naturales, de su origen y evolución, su flora y fauna, así como de los medios y técnicas adecuadas para su exploración.

Espeleobuceo

Es la acción que efectúa un buceador al introducirse en una masa de agua atrapada bajo la superficie de la corteza terrestre y que puede tener diferentes características.

Guías de turistas

Personas físicas que proporcionan al turista nacional o extranjero orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia.

Guía especializado

Persona que tiene conocimientos o experiencia acreditable sobre algún tema o actividad específicos.

Guía general

Persona que cuenta con estudios de guía a nivel técnico, reconocidos en términos de las leyes de la materia y que pueden desempeñar esta actividad a nivel nacional con un dominio global de los atractivos turísticos del país.

Instructor de buceo

La persona física debidamente acreditada que orienta, conduce, asiste y brinda capacitación, antes y durante el desarrollo de las actividades subacuáticas.

Ley

Norma jurídica obligatoria dictada por legítimo poder para regular la conducta de los hombres o para establecer los órganos necesarios para el cumplimiento de sus fines.

Mejora regulatoria

Es todo proceso que tenga por objeto revisar de forma continua y sistemática el marco regulatorio vigente en nuestro sistema jurídico.

Norma mexicana

La que elabore un organismo nacional de normalización, o la Secretaría de Economía, en los términos de la Ley Federal sobre Metrología y Normalización, que prevé para un uso común y repetido reglas, especificaciones, atributos, métodos de prueba, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado.

Norma o lineamiento internacional

La norma, lineamiento o documento normativo que emite un organismo internacional de normalización u otro organismo internacional relacionado con la materia, reconocido por el gobierno mexicano en los términos del derecho internacional.

Norma oficial mexicana (NOM)

La regulación técnica de observancia obligatoria expedida por las dependencias competentes, que establece reglas, especificaciones, atributos, directrices, características o prescripciones aplicables a un producto, proceso, instalación, sistema, actividad, servicio o método de producción u operación, así como aquellas relativas a terminología, simbología, embalaje, marcado o etiquetado y las que se refieran a su cumplimiento o aplicación.

Operadora turística de buceo

La persona física o moral que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios; asimismo, el que tiene a su cargo la administración, el mantenimiento del equipo y la responsabilidad de la operación del servicio turístico de buceo.

Organismos de certificación

Las personas morales que tengan por objeto realizar funciones de certificación.

Paquete turístico

La integración previa en un solo producto, de dos o más servicios turísticos o relacionados con éstos y que es ofrecido al público en general mediante material impreso, o cualquier otro medio de difusión.

Parador de casas rodantes

Las superficies al aire libre delimitadas y acondicionadas, en las que puede instalarse equipo con el propósito de acampar, destinadas al estacionamiento de vehículos y casas rodantes en las que se proporcionan servicios complementarios a éstos.

Patrimonio cultural

Conjunto de bienes culturales, tangibles e intangibles, valorados histórica y socialmente como importantes y propios. Este conjunto está determinado a partir de un proceso histórico. Abarca zonas, monumentos, sitios paleontológicos, arqueológicos e históricos, obras de arte, así como las costumbres, conocimientos, sistemas de significados, habilidades y formas de expresión simbólica.

Patrimonio cultural sumergido de la nación

Los bienes prehispánicos y paleontológicos que se localizan en ríos, cenotes, lagunas, lagos, mares, y otros, son monumentos arqueológicos y los naufragios o pecios, entendiéndolos a éstos como los frag-

mentos o la totalidad de una embarcación hundida y la carga que contenían, así como los restos de estructuras y bienes muebles e inmuebles sumergidos de la época colonial y siglo XIX, son monumentos históricos y forman parte del patrimonio cultural de nuestro país y quedan bajo protección legal.

Prestador del servicio turístico

La persona física o moral que habitualmente proporcione, intermedie o contrate con el turista, la prestación de los servicios turísticos.

Prestador de servicios de turismo de aventura

Persona física o moral legalmente constituida que ofrece servicios especializados para la realización de cualquier actividad recreativa, que involucren un nivel de habilidades a superar en donde se participa de la armonía con el medio ambiente, respetando los recursos naturales y patrimonio cultural.

Turismo

Comprende todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos.

Turismo cinegético

Corriente turística que acude o se desplaza en el país para practicar la caza deportiva de las diversas especies de animales silvestres.

Turismo de aventura

Los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas deportivas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Turismo doméstico

Residentes visitando su propio país.

Turismo emisor

Residentes del propio país se dirigen a otros países.

Turismo interior

Doméstico más receptivo.

Turismo internacional

Egresivo más receptivo.

Turismo nacional

Doméstico más egresivo.

Turismo orientado hacia la naturaleza

Es una forma de turismo basado primordialmente en la historia natural de áreas específicas, áreas naturales protegidas y no protegidas incluyendo culturas indígenas pasadas y presentes.

Turismo receptivo

No residentes procedentes de un país determinado.

Turista

La persona que viaja desplazándose temporalmente fuera de su lugar de residencia habitual y que haga uso de los servicios turísticos.

Turistas. (Visitantes que pernoctan)

Un visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país.

Visitantes del día. (Excursionistas)

Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado. Se incluye a los pasajeros en cruceros, así como los propietarios o los pasajeros de yates y los pasajeros que participan en un programa de grupo y están alojados en un tren.

Visitantes internacionales

Persona que viaja por un periodo no mayor a 12 meses a un país distinto de aquél en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado.

Visitantes internos

Residente de un país que viaja dentro de éste por una duración no mayor a doce meses a un lugar distinto

al de su uso habitual y cuyo motivo de visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Verificación

La constatación ocular o comprobación mediante muestreo, medición, pruebas de laboratorio, o examen de documentos que se realiza para evaluar la conformidad en un momento determinado.

Siglas y abreviaturas

AAPROTUY	Asociación de Agencias Promotoras de Turismo de Yucatán
ADO	Autobuses de Oriente
AMH	Asociación Mexicana de Hoteles
ANP	Áreas Naturales Protegidas
API	Administración Portuaria Integral
ASUR	Aeropuertos del Sureste
BANCOMEXT	Banco Nacional de Comercio Exterior
BANOBRAS	Banco Nacional de Obras Públicas
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BWIA	British West Indies Airlines
CANIRAC	Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados
CEDEM	Centro Estatal de Desarrollo Municipal
CESTUR	Centro de Estudios Superiores en Turismo
CFE	Comisión Federal de Electricidad
CICY	Centro de Investigaciones Científicas de Yucatán
CINVESTAV	Centro de Investigación y de Estudios Avanzados
CONACULTA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
CONAGUA	Comisión Nacional del Agua
CONALEP	Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica
CONANP	Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas
CONAPO	Consejo Nacional de Población
COOPS	Programas de Relaciones Públicas y de Cooperación en Publicidad
COPLADE	Comité de Planeación del Desarrollo
CPTM	Consejo de Promoción Turística de México
CST	Cuenta Satélite de Turismo
CULTUR	Patronato de las Unidades de Servicios Culturales y Turísticos del estado de Yucatán
DATATUR	Programa DATATUR (Sistema Nacional de Información Estadística)
FODA	Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas
FONAES	Fondo Nacional de Empresas Sociales
FONATUR	Fondo Nacional de Fomento al Turismo
ICY	Instituto de Cultura de Yucatán
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INAH	Instituto Nacional de Antropología e Historia
INBA	Instituto Nacional de Bellas Artes
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática
INI	Instituto Nacional Indigenista
IP	Iniciativa Privada
JAPAY	Junta de Agua Potable y Alcantarillado
JICA	Agencia de Cooperación Internacional del Gobierno de Japón
MICE	Meeting, Incentives, Convention and Expositions
MM	Mundo Maya
MPYMES	Micro, Pequeñas y Medianas Empresas
NAFIN	Nacional Financiera
NOM	Norma Oficial Mexicana

OCEY	Oficina de Exposiciones y Convenciones de Yucatán
OMM	Organización Mundo Maya
OMT	Organización Mundial de Turismo
ONG	Organismos No Gubernamentales
PED	Plan Estatal de Desarrollo
PETY	Programa Estatal de Turismo de Yucatán
PFPP	Policía Federal Preventiva
PIB	Producto Interno Bruto
PND	Plan Nacional de Desarrollo
PNT	Programa Nacional de Turismo
PPP	Plan Puebla Panamá
PROFECO	Procuraduría Federal del Consumidor
PROFEPA	Procuraduría Federal de Protección al Ambiente
PRONATURA	Protección de la Naturaleza
PYMES	Pequeñas y Medianas Empresas
RICE	Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exhibiciones
S.C.P.	Sociedad Civil de Profesionistas
SCT	Secretaría de Comunicaciones y Transportes
SDR	Secretaría de Desarrollo Rural y Pesca
SE	Secretaría de Economía
SECOFI	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
SECOL	Secretaría de Ecología
SECTUR	Secretaría de Turismo federal
SEDEINCO	Secretaría de Desarrollo Industrial y Comercial
SEDESOL	Secretaría de Desarrollo Social
SEDUOPyV	Secretaría de Desarrollo Urbano, Obras Públicas y Vivienda
SEET	Sistema de Evaluación Turística
SEGOB	Secretaría de Gobernación
SEMARNAT	Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales
SEP	Secretaría de Educación Pública
SHCP	Secretaría de Hacienda Y Crédito Público
SINIESTM	Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo en México
SM	Secretaría de Marina
SPP	Secretaría de Planeación y Presupuesto
SPV	Secretaría de Protección y Vialidad
SRE	Secretaría de Relaciones Exteriores
SSP	Secretaría de Seguridad Pública
STPS	Secretaría del Trabajo y Previsión Social
TMCA	Tasa media de crecimiento anual
TMM	Transportación Marítima Mexicana
UADY	Universidad Autónoma de Yucatán
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura
Z.A.	Zonas Arqueológicas

Áreas de Oportunidad	Indicadores de las Áreas de Oportunidad	
	Descripción	Formulación
1. Política turística de fomento al desarrollo integral del sector.	Variación trimestral de los empleos formales generados por la actividad turística.	Variación trimestral del empleo formal generado por la actividad turística = $\frac{\text{Empleo en el trimestre actual} - \text{Empleo en el trimestre anterior}}{\text{Empleo en el trimestre anterior}} \times 100$
	Participación porcentual del turismo en el PIB estatal.	Participación porcentual del turismo en el PIB = $\frac{\text{Producto Interno Bruto de la actividad turística}}{\text{Producto Interno Bruto de la entidad}} \times 100$
	Variación trimestral de la llegada de turistas al estado.	Variación trimestral de la llegada de turistas al estado = $\frac{\text{Llegada de turistas en el trimestre actual} - \text{Llegada de turistas en el trimestre anterior}}{\text{Llegada de turistas en el trimestre anterior}} \times 100$
2. Promover el destino Yucatán en el mercado turístico nacional e internacional.	Variación porcentual de la inversión nacional y extranjera en promoción turística.	Variación trimestral de la inversión total en promoción = $\frac{\text{Inversión total en promoción en el trimestre actual} - \text{Inversión total en el trimestre anterior}}{\text{Inversión total en el trimestre anterior}} \times 100$
	Variación trimestral de la llegada de turistas al estado.	Variación trimestral de la llegada de turistas al estado = $\frac{\text{Llegada de turistas en el trimestre actual} - \text{Llegada de turistas en el trimestre anterior}}{\text{Llegada de turistas en el trimestre anterior}} \times 100$
	Porcentaje de ocupación hotelera.	Porcentaje de ocupación hotelera = $\frac{\text{Número de cuartos ocupados}}{\text{Número de cuartos disponibles}} \times 100$
3. Ampliar y mejorar la calidad de los servicios turísticos.	Índice de satisfacción de los turistas.	Variación trimestral del índice de satisfacción de los turistas = $\frac{\text{Índice de Satisfacción del trimestre actual} - \text{Índice de Satisfacción del trimestre anterior}}{\text{Índice de Satisfacción del trimestre anterior}} \times 100$
4. Desarrollo sustentable de los recursos turísticos naturales y culturales.	Porcentaje de establecimientos de hospedaje con el certificado de cumplimiento ambiental.	Cobertura de hoteles con certificado de cumplimiento ambiental = $\frac{\text{Hoteles con certificado ambiental}}{\text{Número total de hoteles}} \times 100$
	Número de ordenamientos urbano-ecológicos implantados en los municipios turísticos.	Cobertura de municipios turísticos con ordenamiento ecológico = $\frac{\text{Municipios turísticos con ordenamiento ecológico-urbano}}{\text{Número total de municipios turísticos}} \times 100$
	Número de sitios ecoturísticos (cenotes, áreas naturales protegidas y zonas arqueológicas) que cuentan con planes de manejo sustentable.	Cobertura de sitios ecoturísticos con planes de manejo = $\frac{\text{Sitios ecoturísticos con planes de manejo}}{\text{Número total de sitios ecoturísticos}} \times 100$
5. Comunidades locales y etnia maya, beneficiarios del desarrollo turístico.	Número de personas beneficiadas directamente en los proyectos turísticos.	Beneficiados por proyectos turísticos = $\frac{\text{Número de personas beneficiadas directamente}}{\text{Número de proyectos turísticos}} \times 100$
	Porcentaje de empresas turísticas de tipo sociales.	Cobertura de empresas turísticas sociales = $\frac{\text{Número de empresas turísticas sociales}}{\text{Número de empresas turísticas}} \times 100$

Áreas de Oportunidad	Indicadores de las Áreas de Oportunidad	
	Descripción	Formulación
6. Promover inversión para mejorar infraestructura y oferta turística.	Inversión en el sector.	$\frac{\text{Variación semestral de la inversión pública y privada en el sector} = \text{Inversión total en el semestre actual} - \text{Inversión total en el semestre anterior} \times 100}{\text{Inversión total en el semestre anterior}}$
	Inversión pública y privada comprometida en proyectos del interior del estado.	$\frac{\text{Cobertura de la inversión total en el interior del estado} = \text{Inversión total en el interior del estado} \times 100}{\text{Inversión total en el sector}}$
7. Impulso al desarrollo y competitividad de las empresas turísticas.	Financiamiento a empresas del sector.	$\frac{\text{Variación mensual de los créditos otorgados a la actividad turística} = \text{Créditos otorgados en el trimestre actual} - \text{Créditos otorgados en el trimestre anterior} \times 100}{\text{Créditos otorgados a la actividad en el trimestre anterior}}$
	Empresas turísticas certificadas con ISO 9000.	$\frac{\text{Cobertura de empresas turísticas certificadas con ISO 9000} = \text{Empresas turísticas con ISO-9000} \times 100}{\text{Número total de empresas turísticas}}$
	Incremento de prestadores de servicios empadronados en el Registro Nacional de Turismo.	$\frac{\text{Variación trimestral de los prestadores de servicios empadronados en RNT} = \text{Prestadores de servicios empadronados en el RNT} \times 100}{\text{Número total de prestadores de servicios}}$
8. Oferta diversificada de productos turísticos competitivos.	Divisas generadas por la actividad turística.	$\frac{\text{Variación trimestral de las divisas generadas por el turismo} = \text{Divisas generadas en el trimestre actual} - \text{Divisas generadas en el mes anterior} \times 100}{\text{Divisas generadas en el trimestre anterior}}$
	Proyectos turísticos.	$\frac{\text{Porcentaje de nuevos proyectos turísticos} = \text{Nuevos proyectos turísticos} \times 100}{\text{Número total de proyectos turísticos}}$
	Empresas turísticas nuevas.	$\frac{\text{Porcentaje trimestral de nuevas empresas turísticas} = \text{Nuevas empresas turísticas en el trimestre } i \times 100}{\text{Número total de empresas turísticas en el trimestre } i}$

OJO. ESPACIO RESERVADO PARA LOS CRÉDITOS
DE LA IMPRENTA, AÑO DE EDICIÓN Y TIRAJE