



Universidad Autónoma  
del Estado de México

Nombre del docente: M. en E. T.  
Victor Almeida Delgado

# Facultad de Turismo y Gastronomía

# Datos de identificación

Unidad de aprendizaje: Organizaciones Turísticas del Sector Público

Clave L31370

Carácter de la Unidad de Aprendizaje: obligatoria

Título: “**Análisis de políticas, planes y programas de desarrollo turístico**”

Periodo: octavo 2017B

# Propósitos de la UA

- El propósito general de la UA establece que el dicente sea capaz de analizar la estructura y funcionamiento de las organizaciones turísticas del sector público con el propósito de identificar la intervención de éstas en la gestión de planes, programas y productos turísticos vinculados al desarrollo del turismo a nivel federal, estatal y municipal.



**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Unidad de competencia II



Universidad Autónoma del Estado de México

Secretaría de Docencia

Dirección de Estudios Superiores

Programa Institucional de Innovación Curricular

## IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

**UNIDAD DE COMPETENCIA I.-** Organismos internacionales que intervienen en proyectos turísticos UNESCO y OMT, Identificar, a partir del conocimiento de la estructura y sistema del Estado Mexicano, así como su Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, la estructura, funciones, objetivos, planes, programas y proyectos de las organizaciones turísticas del sector público orientadas al desarrollo turístico SECTUR, FONATUR, CPTM, SEMARNAT, otros (SRE, SHCP, SCT, SEP, etc.). Así también conocer estos aspectos en los ámbitos nacional, estatal y municipal, que permita efectuar un estudio comparativo de las mismas, así como establecer la relación de éstas en los proyectos turísticos.

**UNIDAD DE COMPETENCIA II.-** Análisis de políticas, planes y programas de desarrollo turístico local orientado en un municipio de la entidad que permitan precisar características de los sujetos de las organizaciones turísticas del sector público, a los habitantes de la comunidad, la empresa privada y el consumidor turístico (visitante), a fin de identificar las políticas que deban regir tales diseños de planes y programas pero también incidir en el desarrollo turístico local de manera integral.

**UNIDAD DE COMPETENCIA III.-** Diseño de propuestas, con base en los documentos de una organización turística del sector público, evaluando críticamente sus actividades o productos turísticos en cualquiera de los ámbitos planteados anteriormente y considerando la determinación de políticas y acciones, criterios de planificación integral y marketing en tales organizaciones del sector público, que se tomen como objeto de práctica.

# Guía para el uso del material

- El material que se presenta apoya los contenidos de la segunda unidad, en la que los alumnos realizarán investigación documental y de campo para recabar planes y programas, entrevistar a los actores involucrados en el funcionamiento de las organizaciones turísticas a fin de determinar el nivel de satisfacción a sus demandas y necesidades de todos los actores.



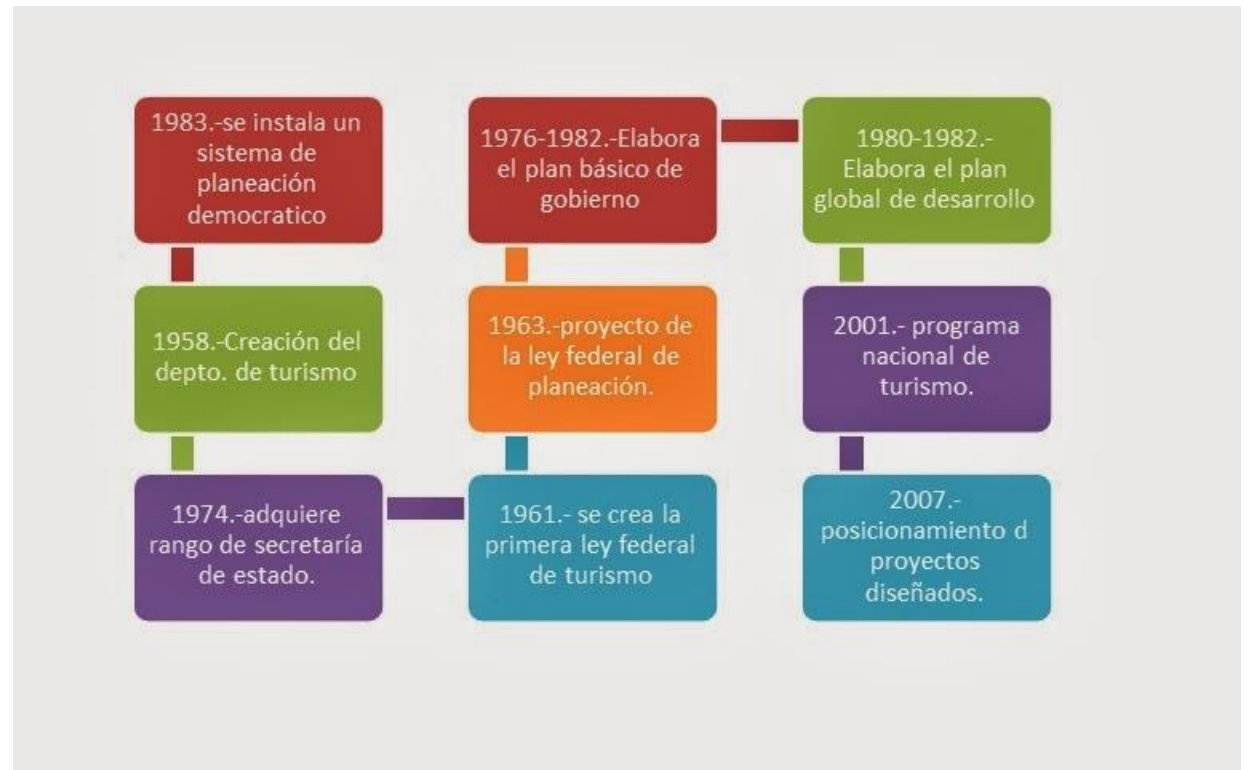
**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Índice de contenidos del material

- El presente material contiene de la diapositiva 7 a la 15 los procesos que dieron origen a la creación de instituciones y mecanismos de gestión para el sector turístico, de la diapositiva 16 a la 27 aborda el marco general de planeación que da origen al surgimiento de instrumentos de planeación para el sector como lo son planes y programas de desarrollo turístico que derivan de la política turística, finalmente a partir de la diapositiva 28, el actual contexto de planeación.

# Creación de mecanismos

Existen en México antecedentes remotos en la instrumentación de estrategias de planeación, que no generaron programas para cada uno de los sectores hasta la consolidación de un marco general de planeación para el turismo.





- La falta de un esquema formal de planeación para el sector turístico en una primera instancia obedece a la falta de instituciones encargadas de la conducción del sector, para ello paulatinamente se fue fortaleciendo dicha estructura de organizaciones del sector público como se apreciará más adelante.

**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

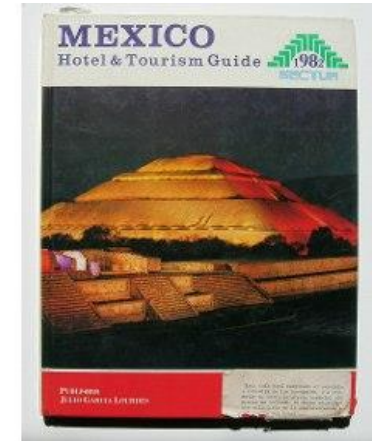
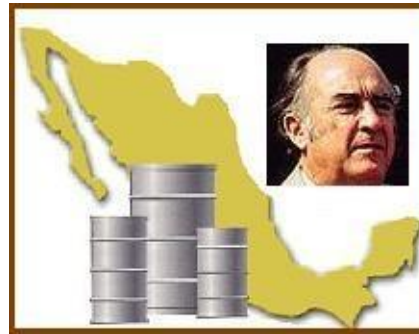
# Antecedentes de las Organizaciones Turísticas del Sector Público en México

**En el periodo comprendido entre los años 1970-1976 se crean:**

- El Fondo de Promoción e Infraestructura Turística (INFRATUR)
- El Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)
- Se promulgó la Ley Federal de Fomento al Turismo
- Se creó la Secretaria de Turismo

Esto permite incorporar mecanismos de coordinación para el desarrollo de sus actividades del sector turístico.

# Creación de instrumentos de gestión para el sector turístico



- Entre 1976-1982 se autorizó a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para conceder estímulos fiscales e inversiones turísticas.
- Se publicaron el **Plan Nacional de Turismo** y el **Sistema Nacional de Planeación Turística** (SINPLATUR).
- Surgen Nacional Operadora y Nacional Restaurantera, junto con la creación del Banco Nacional de Turismo (BANTUR)

M. En E. T. Victor Almeida Delgado

# Elaboración de planes y programas de desarrollo

## PROGRAMA DE ASISTENCIA TÉCNICA A ESTADOS Y MUNICIPIOS



Para desarrollar instrumentos de planeación la Secretaría de Turismo integra un programa federal que permite brindar asesorías a estados y municipios en la elaboración de Planes Estatales o en su caso Programas Municipales de Desarrollo Turístico.

# Fondo Nacional de Fomento al Turismo



A partir de la implementación de proyectos estratégicos como los Centros Integralmente Planeados, Fonatur asesora a gobiernos estatales y municipales para la planeación turística de regiones y sitios con potencial, así como para apoyar destinos turísticos que requieran un nuevo impulso.

# Mecanismos de vinculación para la gestión

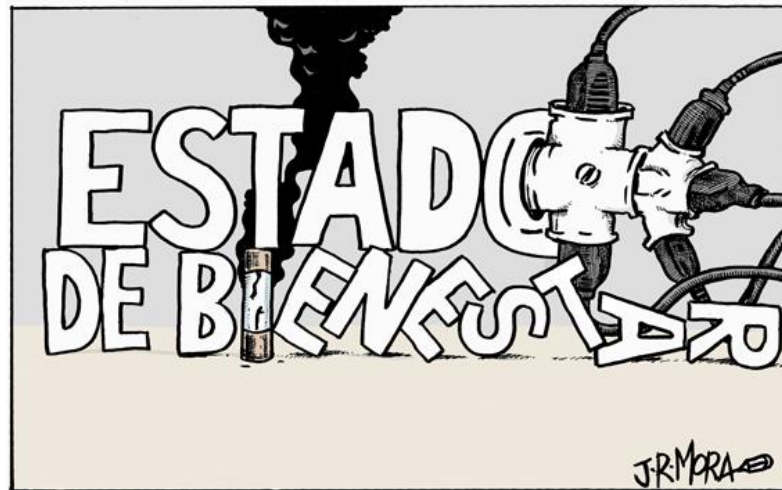
A través de los programas Federales se brinda un mayor capacidad para la gestión tanto a las instituciones estatales y municipales como a las propias instituciones federales.



M. En E. T. Victor Almeida Delgado

# El desarrollo turístico como objetivo de la planificación

- A pesar que a principios de la década de los 80's se generó un alto índice de estudios tal como lo refiere Fonatur, los procesos de planeación tienen antecedentes desde la década cardenista, en el periodo conocido como el **Estado Benefactor**.



# Marco general de planificación en México para el sector turístico

- El instrumento que establece los ejes rectores son los Planes Nacionales de Desarrollo, de ahí parte la determinación de los factores que debe considerar los instrumentos para la conducción de cada uno de los sectores, en este caso el instrumento aplicable es el Programa Sectorial de Turismo.



# Planes y Programas de desarrollo turístico

- Es hasta la década de lo 90's que se comienza con la propuesta metodológica para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico en los municipios con el único objetivo de aprovechar el potencial turístico y alcanzar el desarrollo del sector en su ámbito; con el programa de pueblos mágicos se vuelve un criterios de los 21 que lo integra como requisito para lograr el nombramiento.



**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Programa Pueblos Mágicos

- Un Pueblo Mágico es una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.



Para localidades con atributos simbólicos, historias y leyendas, llenos de hechos trascendentes, cotidianidad y un encanto peculiar

# Criterios de incorporación al programa pueblos mágicos

- Acreditar que en la localidad existe un área o unidad administrativa encargada del Turismo en la región.
- Tener un directorio de los servicios turísticos de la localidad.
- Presentar un inventario de recursos y atractivos turísticos, al igual que los que pueden ser declarados monumentos históricos.
- Información georreferenciada sobre la conectividad, comunicación y cercanía con una ciudad principal.
- Tener un plan de desarrollo turístico municipal.

# Diagnóstico

- Los programas de desarrollo turístico analizan la situación y requerimientos de destinos, regiones y sitios y definen las estrategias para su desarrollo turístico sustentable, contemplando además aspectos económicos, urbanos, ambientales y sociales. “

# Como se realiza el proceso de coordinación en los trabajos de los tres niveles de gobierno?

- Compromisos de gobiernos estatales y/o municipales: aportar documentación, apoyos logísticos, publicar, en su caso, los programas de desarrollo turístico en sus respectivos periódicos oficiales, para que adquieran vigencia jurídica y

## A nivel municipal

- Gestionar ante dependencias federales, estatales y municipales la obtención de recursos económicos que le permitan, en el ámbito de su competencia, la ejecución de los programas, obras y acciones propuestas por el programa de desarrollo turístico, todo lo cual se formaliza a través de la celebración de un convenio con el Fondo.



**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Los tipos de programas de acuerdo con la legislación local, pueden ser:

- Programas Especiales de Desarrollo Turístico
- Programas Regionales de Desarrollo Turístico
- Programas Subregionales de Desarrollo Turístico
- Programas de Desarrollo Turístico de Centros de Población

# Participación de la sociedad en la elaboración de los programas de desarrollo turístico

- Funcionarios federales, estatales y municipales
- -Representantes de organizaciones sociales y comunitarias
- -Líderes de opinión
- -Colegios de Profesionistas
- -Instituciones Académicas
- -Cámaras y asociaciones de hoteleros, restauranteros y en general prestadores de servicios turística



# Instrumentos de la política turística

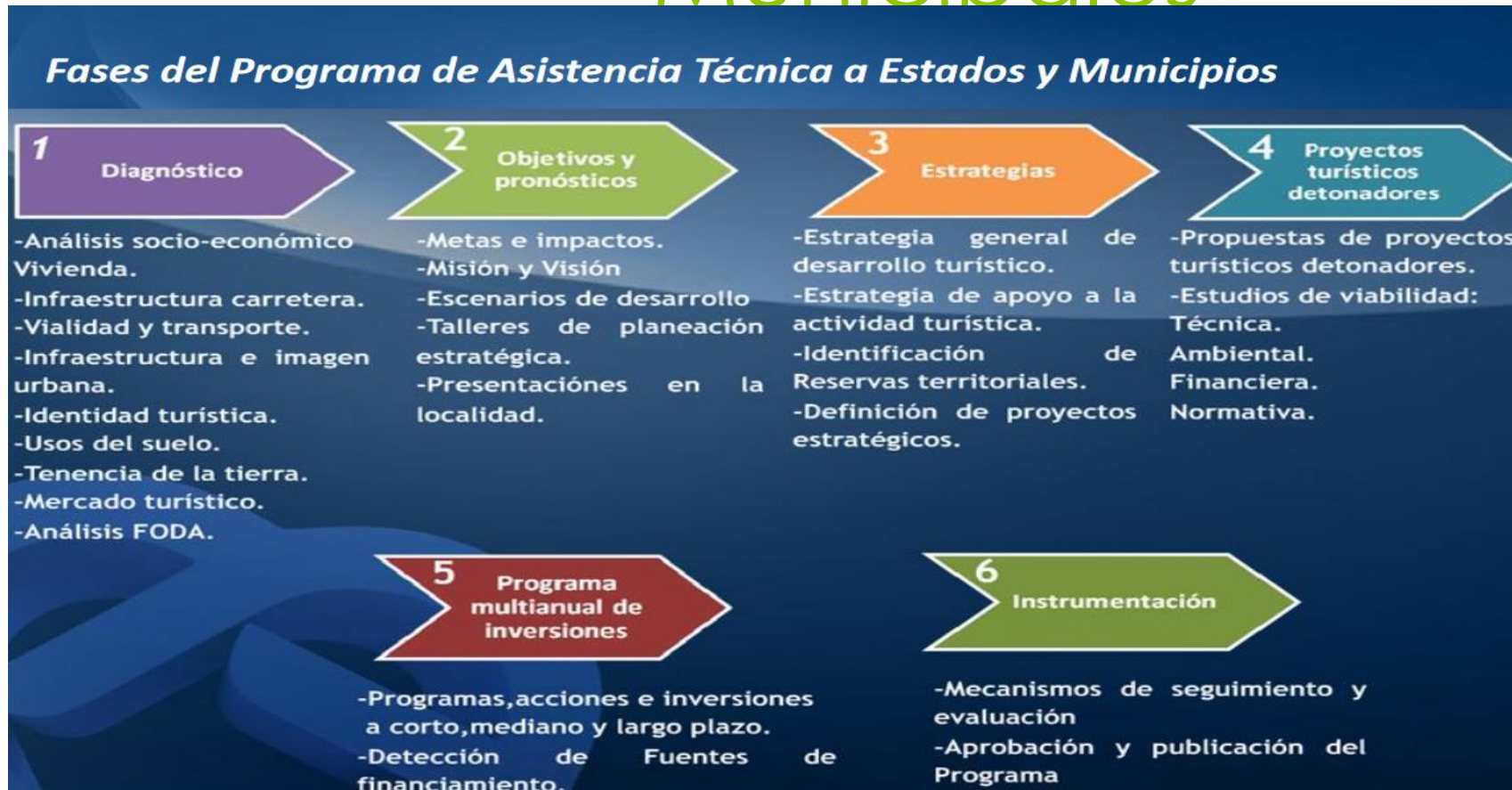
Programas federales



Permiten facilitar a través de Programa Federales acciones para el desarrollo de instrumentos de planeación, de manera específica  
PROGRAMAS DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPALES

M. En E. T. Victor Almeida Delgado

# Metodología de trabajo para la elaboración de Programas de Desarrollo Turístico Municipales



# Actuales instrumentos de gestión

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD  
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO  
2013



IXTAPAN DE LA SAL  
ESTADO DE MÉXICO

SECTUR  
SECRETARÍA DE TURISMO



GOBIERNO DEL  
ESTADO DE MÉXICO



México  
Concepto de Promoción Turística



Las Agendas de Competitividad, nos pretenden:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.

M. En E. T. Victor Almeida Delgado

# Productos entregables



- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

# Cambio de modelo de gestión del sector turístico en México

La actual política turística señala diversificar los productos turísticos y desarrollar nuevos mercados. Impulsar a las empresas turísticas a ser competitivas a nivel nacional e internacional. Desarrollar el turismo respetando los entornos naturales, culturales y sociales.



**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Nuevo paradigma de competitividad

- La nueva estrategia de desarrollo se fundamenta en el modelo de gestión basado en la competitividad, que a su vez se fundamenta en el modelo de competitividad de Michael Porter.



# Características del modelo



- Las condiciones favorables del medio ambiente debe ser respaldadas por estrategias consistentes y bien instrumentadas a través de la cadena de valor de la empresa en aras de crear beneficios superiores para el cliente y a la vez rentables para la organización.

# Modelo del Diamante de Porter

- El diamante de Porter es un modelo que explica por qué alcanza el éxito una nación, un sector industrial o una empresa en particular, de acuerdo a cuatro atributos genéricos y dos variables relacionadas (factores casuales o fortuitos y acción del gobierno), los cuales conforman y determinan el entorno en que se ha de competir.

# Componentes del modelo de competitividad de Porter



# Instrumentos de gestión turística



- En este sentido, la competitividad de los destinos turísticos mexicanos está enmarcada por una serie de elementos que requieren desarrollarse de manera armónica para contribuir a posicionarlos en el ámbito internacional como destinos de clase mundial, confiables, atractivos y sustentables.

# Factores que sustentan la medición de la competitividad



- Productividad: Uso de los recursos turísticos de manera ordenada y eficiente que genera mayor valor agregado, riqueza y bienestar.

# Innovación

M. En E. T. Victor Almeida Delgado



- Posibilidad para desempeñar actividades y funciones de forma creativa y que le permite a un destino ser más eficiente y rentable además de garantizar la mejora continua de la experiencia del visitante.

[diariodegastronomia.com](http://diariodegastronomia.com)06/06/2016

# Diversificación



- Capacidad para entregar nuevos productos tanto a consumidores actuales como a los potenciales.

# Especialización



- Habilidad para entregar experiencias únicas a segmentos de mercado específicos y viajeros independientes.

**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Profesionalización



Planificación, gestión, seguimiento y control de los recursos humanos alineados con los objetivos estratégicos del sector.

**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Sustentabilidad



- Considerar plenamente las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.

**M. En E. T. Victor Almeida Delgado**

# Ventajas de las ACDT

- Participación de instituciones de educación superior.
- Vinculación interinstitucional de organizaciones turísticas en diferentes niveles de gobierno.
- Generación de instrumentos de gestión con alineación a la política turística.



IXTAPAN DE LA SAL  
ESTADO DE MÉXICO

SECTUR  
SECRETARÍA DE TURISMO



GOBIERNO DEL  
ESTADO DE MÉXICO



México



SECTUR  
SECRETARÍA DE TURISMO



GOBIERNO DEL  
ESTADO DE MÉXICO



UAEM

Universidad Autónoma  
del Estado de México

M. En E. T. Victor Almeida Delgado

# Desventajas

- Los destinos seleccionados como prioritarios no están determinados en función de criterios documentados.
- Las características de los destinos no son homogéneas en función al potencial turístico y las características de la demanda a estos destinos.
- El tiempo para su realización es largo en virtud del número de indicadores que establece la metodología, por lo tanto no se puede comprometer su logro a corto plazo.

# Fase 1

La fase contempla elaboración de un diagnóstico situacional que como lo establece el modelos de competitividad que alude al atributo que expresa la condición de los factores a través del análisis socioeconómico.



## I DIAGNÓSTICO

### A Diagnóstico situacional

- 1 Perfil socioeconómico
  - 2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos
- ### B Competitividad de los destinos
- 3 Evaluación cualitativa y cuantitativa de la oferta de hospedaje
  - 4 Especificación de la oferta complementaria
  - 5 El factor humano
  - 6 Marco institucional y asociativo
  - 7 Accesibilidad y movilidad
  - 8 Infraestructura básica
  - 9 Protección del territorio y del paisaje (natural y urbano)
  - 10 Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística, así como de las limitaciones y condicionantes para su aprovechamiento turístico
  - 11 Mercados (actuales y potenciales)
  - 12 Promoción y comunicación
  - 13 Comercialización
  - 14 Tecnologías de la información y comunicación
  - 15 Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas (FODA)

# Fase 2

- Esta fase de la agenda de competitividad se relaciona con la el atributo de la estrategia estructurada y la rivalidad de la empresa, que para el caso del turismo se traduce en la diferenciación del destino del modelo de competitividad

## II AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

1	Ejes de la política nacional turística	182
2	Lineamientos y directrices estratégicas	187
3	Lineamientos sectoriales	191
4	Objetivos y estrategias y líneas de acción	204
5	Matriz de compromisos	214
6	Matriz de proyectos	217

# Referencias

- Programa de Asistencia Técnica a Estados y Municipios. Disponible en: [http://www.fonatur.gob.mx/es/prod\\_serv/.index.asp?modsec=01-PATEM](http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/.index.asp?modsec=01-PATEM).
- [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lri/linares\\_c\\_c/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lri/linares_c_c/capitulo2.pdf)
- [http://www.fonatur.gob.mx/es/prod\\_serv/index.asp](http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp)
- Programa Sectorial de Turismo
- Alain, Dupeyras & Neil, MacCallum (2013), Indicators Formeasuring Competitiveness in Tourism, OECD Tourism Papers 2013/2.
- Porter, Michael. 1990. La ventaja competitiva de las naciones.

- Cuadrado Gómez, Tomas. Investigación comercial (macroentorno y microentorno). Disponible en:
- <https://www.tes.com/lessons/yNGOvHKIU4XW0A/copy-of-tema-1-a-investigacion-comercial-macroentorno-y-microentorno>
- Programa Pueblos Mágicos. SECTUR. Disponible en:
- <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>