



# Plan Estratégico del Observatorio

11 de Julio de 2018

















Fondo Mixto CONACYT – Gobierno del Estado de Yucatán CONVOCATORIA YUC-2016-04.

DEMANDA ESPECÍFICA YUC-2016-04-01 (274947)

Fortalecimiento de la Investigación, el Desarrollo Tecnológico y la Innovación de la Actividad Turística de Yucatán

Diseño del
Observatorio Turístico de Yucatán
e
Implementación del Sistema de
Información Turística de Yucatán

1 Nov. 2016 - 30 Ago. 2018





#### Ser reconocido como:

- ▶ Centro de Referencia e Inteligencia en Materia Turística en el Estado de Yucatán
- Contribuyendo al Desarrollo Regional al Impulsar la Competitividad del sector
- ▶ Logrando la Internacionalización y Reconocimiento de la OMT plazo deseable no mayor a 5 años

Se pretende alcanzar con la participación de los sectores PÚBLICO - PRIVADO - ACADÉMICO - SOCIAL

# ESTRUCTURA OPERATIVA

# SUBCOMITÉ DEL CONSEJO CONSULTIVO ESTATAL DE TURISMO

#### **PRESIDENCIA**

Secretaría de Turismo del Estado

#### SECRETARÍA TÉCNICA DEL CONSEJO

Dirección del Observatorio

### **ACADÉMICO**

UADY UMM UTM UTP

# **PÚBLICO**

- INAH
- Gob. Estado de Yucatán Sefotur Consejo Consultivo Turístico
- Ayuntamiento de Mérida
   Dirección de Turismo
- Municipios turísticos Valladolid, Izamal, Progreso
- INEGI
- Banxico

#### **PRIVADO**

CANIRAC
AAPROTUY
AMHY
CETUR
CANACO-SERVITUR
CANIETI
COPARMEX

#### SOCIAL

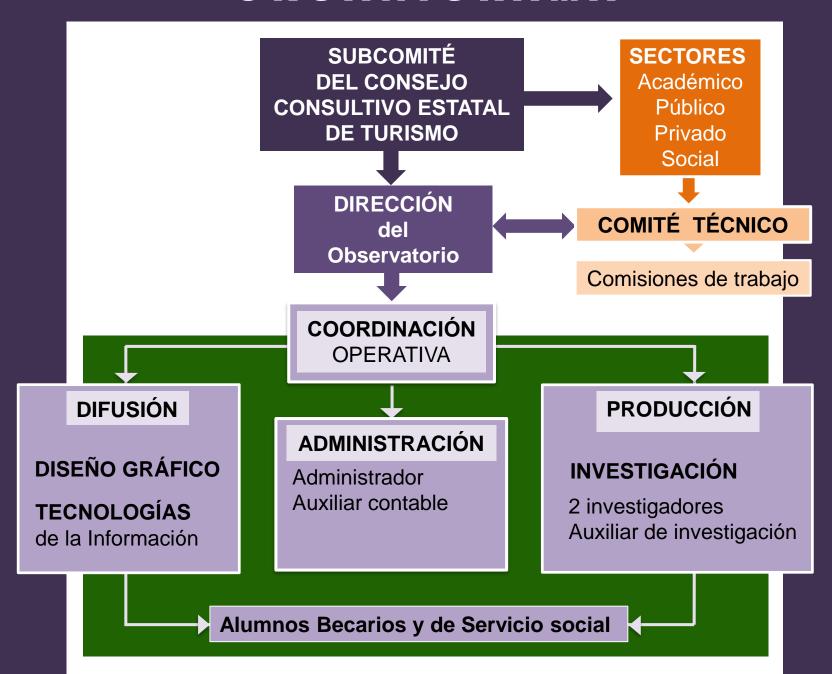
- Cooperativas
- ONG's
- Agrupaciones
- Otros

SECTORES

- Convocatoria a las reuniones de trabajo
- Seguimiento de acuerdos

- Actualización y seguimiento del Portal de Internet
- Promoción y Difusión

# ORGANIGRAMA



# COMITÉ TÉCNICO

#### **PARTICIPANTES COMISIONES DE TRABAJO** Vinculación con otros observatorios Proposición de la participación del **UADY** Observatorio en eventos del sector 2 REPRESENTANTES Generación de indicadores que no estén TITULAR y SUPLENTE **U. MARISTA** disponibles o previstos por falta de información o investigación **POR** Análisis los indicadores que miden la **UTP** actividad turística del Estado de Yucatán **SECTOR** Verifica el correcto funcionamiento **UTM** - PÚBLICO del portal - PRIVADO Verifica que la información que se - SOCIAL

**SEFOTUR** 

publica sea actual, correcta, útil y

pertinente.

#### SECUENCIA DE ACCIONES

#### **SOLICITANTES**

- **Público**
- Privado
- Académico
- Otros usuarios

**Necesidad o** Solicitud de **INFORMACIÓN** 

RESPUESTA

Retroalimentación

Seguimiento

Evaluación

### SUBCOMITÉ **DEL CONSEJO**

Toma de decisiones

#### DIRECCIÓN

- Consenso
- Promoción
- Negociación
- Supervisión

#### **INVESTIGADORES**

- Generación y Análisis de la información
- Reportes
- Difusión

Diseño metodológico

 Diseño de instrumentos de medición 5

**AUXILIAR DE INVESTIGACIÓN** 

**ORGANISMOS ESPECIALIZADOS INEGI-OMT-BANXICO** 

**ESPECIALISTA PROCESOS** 

8

**DIGITALES** 

- Captura de información
- Sistematización
- Incorporación en la plataforma

**ESTUDIANTES** Levantamiento **BECARIOS** 

de Información

**6**)

**ENCUESTADORES** Contrato temporal

| 1 | Demanda   | ٦ | GENERALES |         |        |  |
|---|---|---|-----------|---------|--------|--|
|   | Número de llegadas de viajeros.   | ľ | JEHERALLO |         |        |  |
|   | Gasto.  |   |           |         |        |  |
|   | Medio de transporte utilizado   |   |           |         |        |  |
|   | Grado de satisfacción y valoración del destino                              |   |           | N       |        |  |
|   | Industria de congresos y convenciones.                                      |   |           |         |        |  |
|   | Turismo de negocios.  |   |           |         |        |  |
| 2 | Oferta Turística  |   |           | <b></b> | í-i-a  |  |
|   | No. de establecimientos y cuartos   |   | ESI       | PEC     | HIC    |  |
|   | disponibles de hospedaje comercial por                                      |   |           |         |        |  |
|   | tipo y categoría.   |   |           | 1       | Crea   |  |
|   | Recintos para reuniones.  |   |           | 2       | Con    |  |
|   | Atractivos turísticos.  |   |           | 2       | Con    |  |
| 3 | Promoción   |   |           | 3       | Mar    |  |
|   | Imagen y marca  |   |           | 4       | Crue   |  |
|   | Participación en ferias.  |   |           | _       |        |  |
|   | Visitantes a sitio web.   |   |           | 5       | Esta   |  |
|   | Publicidad.   |   |           | 6       | Efec   |  |
|   | Otras actividades (Fam's, V. de inspección)                                 |   |           |         | _      |  |
| 4 | Resultados de desempeño   |   |           | 7       | Cali   |  |
|   | Personal empleado en el sector turístico                                    |   |           | 8       | Con    |  |
|   | Beneficios económicos   |   |           |         | _      |  |
|   | Pib turístico   |   |           | 9       | Eco    |  |
|   | Impacto económico.  |   |           | 10      | Acc    |  |
|   | Inversión   |   |           | 11      | Mitig  |  |
| 5 | Otros   |   |           | 11      | iviiuș |  |
|   | Indicadores genéricos.  |   |           | 12      | Sati   |  |
|   | <ol><li>competitividad de los negocios y<br/>destinos turísticos.</li></ol> |   |           | 13      | Con    |  |
|   |   |   |           |         |        |  |

# **NDICADORES**

# Permiten una mejor comprensión

muestra y en la OMT

Utilizados en los observatorios

- PECÍFICOS de la actividad turística del destino
  - Creación de circuitos y rutas
  - Control de actividades turísticas
  - Manejo de grandes eventos 3
    - Cruceros Estado de playas
    - Efectos en las comunidades
  - 6

- Calidad del agua de mar
- Conservación del Patrim. Arquitec.
  - Ecosistemas frágiles 9
  - Acceso a los bienes locales 10
- Mitigación del cambio climático 11

Contaminación del aire

- 12
- Satisfacción local con el turismo

### ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO

# 1. Sector Publico / Recursos mixtos de orden federal, estatal y municipal

La Sectur-Sefotur El Municipio, vía la Dirección de Turismo

# 2. Fondos Concursables/ Proyectos de Investigación nacionales o internacionales

Superar el período de implementación y de un cierto nivel de maduración del funcionamiento del OTY (36 meses)

#### 3. Aportación Universitaria

Alumnos de los programas de Servicio social, Prácticas y becarios Convenios de colaboración en investigaciones específicas

# 4. Ingresos propios / Venta de sus productos y servicios

Compendios, estudios, libros de difusión, guías turísticas y otros productos pudieran ofertarse en módulos de información turística, oficinas públicas y en línea Ej. INEGI, UNWTO, UNICEF

# 5. Aportaciones de Cámaras y Asociación de Hoteles y Restaurantes

La información generada permitiría mejorar el desempeño de los prestadores de servicios turísticos, lo cual justifica la asignación de recursos para la realización de estudios periódicos acerca de temas de interés específico

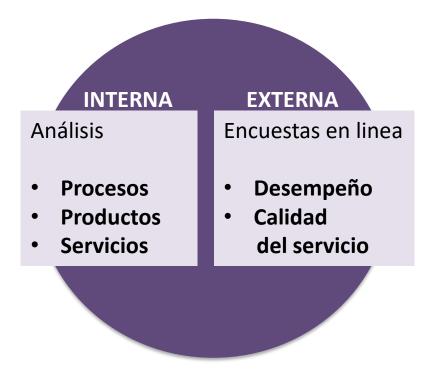
| PLAN DE FACTIBILIDAD DE PRODUCTOS  | PRODUCTO      | DESCRIPCIÓN  | TIPO DE ACCESO<br>AL PRODUCTO  | ETAPA EN QUE<br>PUEDE OFRECERSE                 |
|--|---------------|--|--|---|
| y ETAPAS PARA SU OFRECIMIENTO  Reg   | porte Anual   | Compilación de resultados<br>anuales: Analisis de<br>competitividad, capacidad<br>hotelera, gasto del visitante,<br>estudio de opinión de tour<br>operadores, prioridades y rutas de<br>Publicación de la Información: | Resúmenes ejecutivos gratuitos.  Documentos completos  | ETAPA I<br>O a 2 años                           |
|  |               | Información básica en sitio web. Información desagregada: digital/sitio web Frecuencia: Anual  | accesibles mediante pago y<br>sólo a usuarios registrados<br>en sitio web  |   |
| Informes mensuales de la Secretar  | ría turística | Compilación de información<br>mensual de las actividades<br>eneradas en la Secretaría del ramo   | Gratuito - Datos e<br>información general.   | ETAPA I<br>0 a 2 años                           |
| Estudios de la ofer  | ta turística  | Información, estadística básica e indicadores de oferta turística Publicación de la Información: Información básica en sitio web. Información desagregada:   | Gratuito - Datos e<br>información general.<br>Servicio de paga y/o con<br>registro en el sitio -                   | ETAPA I<br>0 a 2 años                           |
|  |               | digital/sitio web Frecuencia: Anual Información, estadística básica e  | Información con gran nivel<br>de desagregación.<br>Gratuito - Datos e  | ETAPA I   |
| Estudios de la demand  | da turística  | indicadores de demanda turística Publicación de la Información básica en sitio web Información Completa en digital/sitio web Frecuencia: Trimestral  | información general.  Servicio de paga y/o con registro en el sitio - Información con gran nivel de desagregación. | 0 a 2 años<br>ETAPA II<br>2 a 4 años            |
| Informes periódicos y actualizacion los estudios de perfil y grado de son de los visitantes en Yucatán |               | Análisis del grado de satisfacción<br>del visitante en el Estado de<br>Yucatán<br>Publicación de la Información<br>básica en sitio web Información<br>Completa en digital/sitio web                                    | Resúmenes ejecutivos gratuitos.  Documentos completos accesibles mediante pago y sólo a usuarios registrados       | ETAPA I<br>0 a 2 años<br>ETAPA II<br>2 a 4 años |
|  |               | Frecuencia: Anual<br>Monitoreo constante para  | en sitio web   | ETAPA I   |
| Reportes mensuale<br>del Turismo de Reu  |               | identificar las convenciones<br>susceptibles de realizarse en el<br>Estado<br>Publicación en sitio web y envío<br>por correo electrónico.<br>Frecuencia: Mensual   | Gratuito   | 0 a 2 años<br>ETAPA II<br>2 a 4 años            |

| CONTINUA: |                                 | PRODUCTO                                | DESCRIPCION  | TIPO DE ACCESO<br>AL PRODUCTO   | ETAPA EN QUE<br>PUEDE OFRECERSE                  |
|-----------|---------------------------------|---|--|---|--|
|           |                                 | Boletín Turístico                       | Publicación de noticias para agentes del sector, incluye opinión, información y indicadores periódicos y dinámicos de interés para dicho sector.   | Gratuito  | ETAPA I<br>0 a 2 años                            |
|           |                                 |   | Publicación en sitio web y envío por correo electrónico. Frecuencia: Mensual Estudio que identificar las   | Resúmenes ejecutivos  |  |
|           |                                 | ndicadores de<br>turísticas globales    | tendencias mundiales y sus<br>posibles implicaciones para el<br>Estado y sus destinos.<br>Resúmenes ejecutivos: sitio web<br>Documentos completos:<br>digital/sitio web.                                   | gratuitos.  Documentos completos accesibles mediante pago y sólo a usuarios registrados   | ETAPA I<br>0 a 2 años<br>ETAPA II<br>2 a 4 años  |
|           | Estudios e Ind<br>tendencias tu | licadores de<br>rísticas regionales     | Estudios sobre tendencias del turismo en la región. Resúmenes ejecutivos: sitio web Documentos completos: digital/sitio web.   | en sitio web  Resúmenes ejecutivos gratuitos.  Documentos completos accesibles mediante pago y sólo a usuarios registrados                          | ETAPA II<br>2 a 4 años                           |
|           | Inventario de Pr                | oductos Turísticos                      | Frecuencia: Anual  Acervo que contiene información de la infraestructura turística, integra datos sobre las características de los "Tours" ofrecidos por los operadores turísticos. Frecuencia, Semestral. | en sitio web  Resúmenes ejecutivos  gratuitos.  | ETAPA I<br>0 a 2 años<br>ETAPA II<br>2 a 4 años  |
|           | Estudios a se<br>Libros, publi  | olicitud<br>caciones, estudios          | Estudios acerca de temárticas solicitadas por un particular o empresa que pagará su costo de elaboración. Puede ser impreso o en formato digital Frecuencia: bajo pedido                                   | Costo variable según estudio contratado. Acceso restringido sólo al solicitante, salvo autorización expresa de su parte para su publicación.        | ETAPA<br>I, II, III                              |
|           |                                 | dios e Indicadores<br>versión turística | Estudios e indicadores de inversión por subsectores turísticos  Publicación de la Información básica en sitio web Información Completa en digital/sitio web  Frecuencia: Mensual                           | Gratuito - Datos e<br>información general.<br>Servicio de paga y/o con<br>registro en el sitio -<br>Información con gran nivel<br>de desagregación. | ETAPA II<br>2 a 4 años<br>ETAPA II<br>4 a 5 años |
|           | cuesta para evalu<br>la Sefotur | uar el desempeño                        | Estudio para evaluar el desempeño de la Sefotur como responsable de la gestión turística en Yucatán Publicación con los resultados generales de la evaluación Frecuencia: Anual                            | Gratuito  | ETAPA II<br>2 a 4 años<br>ETAPA II<br>4 a 5 años |



# **SEGUIMIENTO y EVALUACIÓN**

Retroalimentación y mejora permanente en la operatividad del sistema.....



......Se propone el diseño de las herramientas claras y accesibles para su uso eficiente

#### CONCLUSIONES



#### El Observatorio Turístico de Yucatán permitiría al sector turístico:

- Sustentar mejor sus acciones
- Crear y orientar mejor sus productos
- Mejorar la competitividad de sus destinos
- Prever el rumbo de crecimiento de toda la industria turística estatal