



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
"PROMOCIÓN TURÍSTICA"



Integración del Programa Presupuestal de la Secretaría de Turismo

Nombre de Programa Presupuestario:	Promoción turística
Ejercicio Fiscal:	2022
Áreas Involucradas:	<ul style="list-style-type: none">• Despacho de la Secretaría de Turismo• Dirección de Mercadotecnia Turística y Promoción• Dirección de Operaciones y Capacitación Turística

Elaboró

Lic. Diana Judit Dzul Huchín
Técnico Especializado

Autorizó

Lic. Samaria Angulo Sala
Secretaria de Turismo



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



1. MARCO LEGAL

Este Proyecto Presupuestario se desarrolla con base en los lineamientos marcados por las diversas disposiciones jurídicas en sus tres niveles de gobierno dentro del ámbito del desarrollo turístico, así como de las responsabilidades administrativas que rigen el actuar de las dependencias de gobierno.

Es por ello que a continuación se enlistan las principales leyes y reglamentos que fungen como marco legal para el presente proyecto:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley General de Turismo
- Ley de Turismo de Quintana Roo
- Ley de los Municipios del Estado de Quintana Roo
- Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado de Quintana Roo
- Reglamento Orgánico de la Administración Pública del Municipio de Solidaridad, Quintana Roo, Administración 2018-2021.
- Reglamento de Turismo del Municipio de Solidaridad, Quintana Roo
- Plan Municipal de Desarrollo 2021-2024. Del Municipio de Solidaridad, Quintana Roo.

De manera específica, dentro del Plan Municipal de Desarrollo 2022, este proyecto sienta sus bases dentro del Eje 4. Competitividad Turística y Desarrollo Económico Sostenible, política de Acción I. Turismo Competitivo y de Calidad, atendiendo puntualmente las siguientes Líneas de Acción:

- 4.1.9 Propiciar el desarrollo de rutas turísticas y gastronómicas digitales, en las que se informe a los visitantes de los atractivos, actividades y servicios que ofrece la zona, ligados a reservaciones y acceso a servicios turísticos que beneficien no solo a las grandes cadenas, sino también a pequeñas empresas y proveedores especializados.
- 4.1.10. Generar un calendario permanentemente actualizado de eventos recurrentes y esporádicos, así como un directorio oficial de proveedores de servicios turísticos, categorizado de manera que facilite la exploración de la oferta comercial correspondiente.
- 4.1.13. Coordinar la vinculación interinstitucional con actores involucrados del ámbito turístico, académico, económico y/o cultural, para lograr un beneficio que permee a todos los sectores sociales dentro del municipio, así como a los visitantes nacionales y extranjeros.





H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”



4.I.15. Fortalecer el Centro de Atención y Protección al Turista (CAPTA) del municipio, propiciando un servicio integral personalizado, de atención y orientación a los turistas nacionales y extranjeros, en coordinación con los tres órdenes de gobierno.



2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

a) Identificación del Problema Público.

La marca Playa del Carmen tiene una ineficiente promoción nacional e internacional como destino turístico.

b) Diagnóstico del Problema

La marca denominada Riviera Maya, el cual abarca los municipios de Solidaridad y Tulum, ha tomado gran auge a nivel nacional e internacional, sin embargo, Playa del Carmen como destino, se ha encontrado en la sombra de esta marca por muchos años.

Como muestra de su posicionamiento, según la Revista Forbes, en el 2017 la Riviera Maya se encontraba entre los 10 mejores destinos a visitar a nivel Mundial, situado en el ranking número 4, mientras que Cancún en el número 6. Asimismo, se refleja en indicadores como la ocupación promedio general, que en las zonas turísticas de Quintana Roo fue de más de 81%, y a nivel destino, la Riviera Maya tuvo la mayor ocupación con 80% superando a los demás destinos del estado, por encima de Cancún que representaba el 76.7% (SEDETUR, Secretaría de Turismo del Estado).

De acuerdo a la Secretaría de Turismo, con relación el arribo de turistas a la Riviera Maya y al Estado de Quintana Roo, los principales países de origen en el 2019 y el 2020, fueron Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Colombia, Argentina, Brasil y España.

A pesar de este posicionamiento, los turistas que visitan nuestro destino no tienen un conocimiento real de que se encuentran en Playa del Carmen, pues en su percepción ellos se refieren a que están vacacionando en Cancún, en Riviera Maya o en Yucatán, pero Playa del Carmen no tiene una identidad fuerte aun a nivel nacional e internacional.

Aunado a lo anterior, y siendo el turismo la principal actividad económica, la pandemia de COVID-19 vivida durante este 2020 y 2021, vino a afectar de manera significativa la economía del Municipio, pues como se sabe uno de los sectores más afectados por la pandemia fue el turístico. Desde inicios de la implementación de las medidas sanitarias por parte del gobierno para frenar la pandemia, dados a mediados de marzo del 2020, la afluencia turística bajó de manera drástica, reflejando su ocupación hotelera más baja en Riviera Maya en el mes de mayo con una ocupación promedio del 2.5%, afectando a diversos sectores del municipio que

H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO

2021 - 2024



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



se benefician de esta actividad directa e indirectamente, siendo la población más vulnerable las pequeñas empresas y los trabajadores del sector.

Esta situación nos redirecciona a trabajar en el posicionamiento como destino turístico y a fortalecer la marca Playa del Carmen a nivel mundial, con un arduo esfuerzo coordinado de los diversos actores.

Posicionar la marca Playa del Carmen, significa tener una identidad y un reconocimiento a nivel internacional, que trae consigo beneficios propios para el destino, para los prestadores de servicios independientes y para la población en general que están directa o indirectamente relacionados con sector turístico. Entre estos beneficios una mayor derrama económica y una mejor calidad de vida para sus habitantes.

Actualmente se puede considerar que las grandes empresas y cadenas de hoteles tienen sus propias estrategias para impulsar el turismo a beneficio solamente de su empresa, pero no existe una visión holística como parte de un destino, que les permita trabajar de manera conjunta con otros actores del mismo. Por lo tanto, para la Secretaría de Turismo es de vital importancia fortalecer alianza entre los diversos actores para un trabajo en conjunto aprovechando las cualidades y el campo de influencia de cada uno, ya que hasta ahora esta relación había estado descuidada, de tal manera que se abarquen en las agendas temas como la profesionalización del sector, la seguridad en el destino, la sustentabilidad, entre otros temas.

La participación en ferias turísticas nacionales e internacionales juegan un papel importante ya que son espacios de encuentro de alcance internacional que permiten la promoción y posicionamiento del destino en mercados internacionales, además de generar oportunidades de negocio. La participación del municipio en estas ferias ha disminuido por falta de presupuesto. En el año 2019, la entonces Dirección de Turismo participó en 2 ferias (FITUR en España y Tianguis Turístico en Acapulco) de las 5 programadas para dicho año, debido a la falta de presupuesto; y en el 2020, se participó en 1 feria (FITUR en España) ya que el presupuesto fue canalizado a atender la emergencia sanitaria por COVID-19, y asimismo, se suspendieron las ferias por ser eventos masivos. En el 2021 se participó nuevamente en la Feria de FITUR en España.

Las plataformas digitales hoy en día tienen una influencia importante en la promoción, ya que por medio de ellos se difunden las actividades que se realiza en el sector turístico, pero se requieren aliados a nivel nacional e internacional para fortalecer la promoción del destino.





H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”



c) Cobertura

Población de referencia. Destinos turísticos del mundo.

Población potencial. Destinos turísticos que se encuentran dentro del Estado de Quintana Roo.

Población Objetivo o área de enfoque. Destino turístico Playa del Carmen.



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO

3. ANÁLISIS DEL PROBLEMA

Actualmente Playa del Carmen tiene una ineficiente promoción como destino a nivel nacional e internacional como destino turístico, el cual tiene sus causas en diversas situaciones que a continuación se describen.

Un factor es el desaprovechamiento de los medios digitales, pues existen plataformas que se han creado en los últimos años, como páginas web, redes sociales y espacios digitales otorgados por el Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo, con alcances internacionales, a los que no se le ha dado el debido mantenimiento, dejando información obsoleta. En este sentido, ha sido causa la poca capacidad en cuanto a recursos tecnológicos y humanos de la Secretaría de Turismo.

También tiene influencia la insuficiente diversificación de la oferta turística actual, pues a pesar de que se cuenta con el potencial para ser un destino reconocido a nivel mundial, el producto ofertado se ha concentrado en el de sol y playa, dejando a un lado la variedad de atractivos potenciales naturales y sobre todo culturales, como cenotes, selva, gastronomía, tradiciones, actividades artesanales, etc. Dicha situación, también es productos de que los trabajadores del sector turístico tienen un conocimiento limitado del potencial turístico del municipio, debido a que la profesionalización del sector ha sido insuficiente en estos temas de cultura turística, y ha sido enfocado más a temas operativos de atención y servicio al turista, debido a que la mayoría de los trabajadores que se emplean en él, cuentan con un nivel educativo bajo.

Por otro lado, existen eventos nacionales e internacionales, como las ferias turísticas y las caravanas enfocadas a promocionar los destinos ante la presencia de gran cantidad de agentes y representantes turísticos de diversos lugares; sin embargo, no han sido aprovechados por los principales gestores de la actividad turística debido a desconocimiento o por falta de recursos financieros y humanos.

Otra de las causas principales, es la ineficiente vinculación entre todos los actores que conforman el sector turístico para un trabajo coordinado. Pues muchos de los actores como las grandes cadenas hoteleras o parque temáticos reconocidos a nivel mundial cuentan con los suficientes recursos para promocionarse por sí solos, y han trabajado de manera

2021 - 2024



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



independiente, debido a que los mecanismos de vinculación propuestos por los principales gestores de la actividad turística, no han sido los adecuados. Este hecho también se ha visto afectado por el distanciamiento entre la sociedad civil y el gobierno surgido en muchos casos por la inestabilidad en las acciones por parte de las autoridades municipales, y porque en ocasiones el apoyo del gobierno a los actores sociales no ha sido recíproco.

Por último, también nos encontramos que desafortunadamente, se han presentado situaciones en el que los turistas son víctimas de alguna incidencia vivida en el destino, cuyos principales casos hacen referencia al robo de pertenencias, pérdida de documentos, abusos de autoridad. Los turistas que pasan por estas situaciones se quedan con una mala imagen del destino, y aún más cuando no reciben la ayuda, atención y orientación por parte de las autoridades pertinentes de qué es lo que deben de hacer en estos casos para su resolución y protección, reteniendo la mala experiencia vivida en sus vacaciones y desprestigiando al destino a través de redes sociales o con sus círculos sociales cercanos. Bien es entendido que los turistas no están exentos de vivir dichas situaciones, sin embargo, las débiles instancias de atención al turista, han tenido un débil actuar preventivo y de atención oportuno, que reduzca las consecuencias en la imagen del destino, por tanto, tampoco se han podido dar abasto para atender este tipo de casos por los insuficientes procedimientos para brindar una atención integral.

Una ineficiente promoción del destino trae como consecuencias que el conocimiento de los atractivos turísticos locales sea limitado, una deficiente atención al turista, un decremento en el número de turistas que, a su vez, generan que las empresas en el sector turístico también se ven afectadas pues sus ingresos ya no son redituables, viéndose en la necesidad de cerrar disminuyendo el número de ellas por falta de turismo en el destino.

Además, las políticas públicas que se crean no son de manera consensuada y no consideran las necesidades reales del destino y de los involucrados.

De manera general estas situaciones provocan que Playa del Carmen tenga un débil reconocimiento en su marca e imagen como destino turístico internacional. Pues el turista tiene en mente que cuando está aquí, se encuentra en Cancún, en Riviera Maya o en Yucatán, e incluso solo ubica el nombre de su hotel, más la marca “Playa del Carmen” no es relevante para ellos.

Para un mejor análisis de la problemática descrita, en el Anexo 1. *Árbol de Problemas*, se muestra de una manera más estructurada lo mencionado en párrafos anteriores.





H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”



4. ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS

A continuación, se presenta a los principales actores y grupos que se vinculan con la problemática que se desarrolla en este proyecto presupuestario.

La selección se hizo tomando en cuenta de que somos un Municipio que depende totalmente del turismo, por tanto todos los sectores tienen una relación, ya sea directa o indirecta, con la actividad turística, y en consecuencia también se ven afectados económicamente con la situación abordada en este proyecto; sin embargo, no todos tienen el mismo nivel de influencia para incidir en la solución de la problemática, tal es el caso de los pequeños comerciantes, artistas locales, o el sector social en general.

MATRIZ DE INVOLUCRADOS		
ACTOR/GRUPO DE ACTORES	POSICIÓN DEL ACTOR/GRUPO	INFLUENCIA DEL ACTOR/GRUPO
Secretaría de Turismo	Aliado	Fuerte
Secretaría de Seguridad Pública	Aliado	Neutral
Instituto de Migración	Aliado	Débil
Consejo de Promoción Turística de Quintana Roo (CPTQ)	Aliado	Fuerte
Secretaría de Turismo del Estado	Aliado	Fuerte
Instituciones educativas	Aliado	Débil
Sector social	Aliado	Débil
Proveedores turísticos independientes	Aliado	Neutral
Asociación de Hoteles	Aliado	Fuerte
Otras Cámaras y Asociaciones del Sector Turístico	Aliados	Neutral
Pequeños comerciantes	Aliados	Débil
Artistas locales	Aliado	Débil



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



5. ANÁLISIS DE OBJETIVOS

Lograr que la marca Playa del Carmen sea reconocido a nivel mundial, fortalece al sector turístico en todos los sentidos.

Implica una mayor atracción de turistas que visiten el destino incrementando la demanda y el consumo de los productos y servicios turísticos (mayor ocupación, mayor consumo en productos alimenticios, comercio en general), que incrementan la creación de nuevas empresas en los diferentes sectores, mayor número de empleos y mejoran la economía a nivel local.

Lograr que Playa del Carmen sea reconocido también implica contar con políticas públicas creadas con una visión holística de acuerdo a las necesidades del destino.

Aunado a ello, la eficiente promoción turística a nivel nacional e internacional como destino turístico, se logra a través del:

Aprovechamiento de los medios digitales en los cuales se cuenta con las capacidades de los servidores públicos y de los recursos tecnológicos. Y que permite gestionar los medios digitales existentes, creando contenidos de manera continua para su aprovechamiento, asimismo se crearan nuevos canales de comunicación conforme a las necesidades de la Secretaría de Turismo.

Lograr la diversificación de la oferta turística, trae consigo un posicionamiento y aprovechamiento sustentable de los atractivos del destino, tanto naturales como culturales, así como cuidar y conservar las decenas de cenotes, cavernas, arrecifes, playas y parques que genera la gran oportunidad de desarrollo social, cultural y económico con armonía. En este tema, la profesionalización del sector turístico dota a los trabajadores de los conocimientos necesarios en temas de cultura turística y de las potencialidades del destino para que puedan ser partícipes en la generación de nuevos programas o proyectos innovadores que abonen a la diversificación de la oferta.

El aprovechamiento de las ferias turísticas internacionales que se realizan en diversos países, así como del Tianguis Turístico que es el evento más importante de México, y la asistencia a las caravanas organizadas dentro del país, refuerzan e incrementan el alcance de promoción del destino.

La efectiva vinculación interinstitucional significa aplicar los mecanismos adecuados y lograr el trabajo en conjunto entre el gobierno y sociedad civil, que permee en varios temas a favor de una gestión eficiente de la actividad turística.





**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



Fortalecer al Centro de Atención y Protección al Turista (CAPTA), es dar una oportuna atención a los turistas que han pasado por alguna incidencia o situación de emergencia en el destino. Con lo cual es necesario un trabajo en conjunto, pues el seguimiento de cada caso implica el actuar entre diferentes instancias de atención de acuerdo a sus facultades. Con lo cual, contar con procedimientos para brindar una atención integral es de vital importancia.

Se adjunta el ANEXO 2. ÁRBOL DE OBJETIVOS, para presentar los objetivos que se pretenden lograr con el presente proyecto.

6. SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS

En el análisis de objetivos que se plantea, correspondiente al Anexo 2. *Árbol de Objetivos*, se identifican cinco medios directos que dan origen a las cinco alternativas que a continuación se mencionan:

- Alternativa 1. Aprovechamiento de medios digitales.
- Alternativa 2. Diversificación de la oferta turística.
- Alternativa 3. Difusión del producto turístico.
- Alternativa 4. Vinculación interinstitucional.
- Alternativa 5. Fortalecimiento del CAPTA.



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024**

En la siguiente Matriz de Selección de Alternativas se presenta la valoración de las alternativas de acuerdo a los criterios preestablecidos para su viabilidad:

MATRIZ DE SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS					
CRITERIOS DE VALORACIÓN	ALTERNATIVA 1: Aprovechamiento de medios digitales	ALTERNATIVA 2: Diversificación de la oferta turística	ALTERNATIVA 3: Difusión del producto turístico	ALTERNATIVA 4: Vinculación institucional	ALTERNATIVA 5: Fortalecimiento del CAPTA
Aceptación por parte de los involucrados	2	3	3	2	2
Menor costo	2	2	1	3	2
Probabilidad de asignación de recurso	2	2	1	3	3
Menor tiempo para obtener resultados	2	1	1	3	2
Accesibilidad	3	2	2	3	3
Viabilidad social	2	3	3	2	2
Pertinencia ante el contexto	3	3	3	3	3
Impacto ambiental	3	3	3	2	3
TOTAL	19	19	17	21	20

Escala de valores Sí=3, Regular=2, No=1



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
NOMBRE DE LA DEPENDENCIA O INSTITUTO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
“PROMOCIÓN TURÍSTICA”**



Debido a la valoración de las alternativas que se hizo, se llegó a la conclusión de que queda descartado del Proyecto Presupuestario así como de la Matriz de Indicadores para Resultados (MIR), la Alternativa 3. Difusión del producto turístico, en consecuencia, de que la probabilidad de asignación de recurso no es posible por los altos costos que requiere para su realización.

7. MATRIZ INDICADORES PARA RESULTADOS.

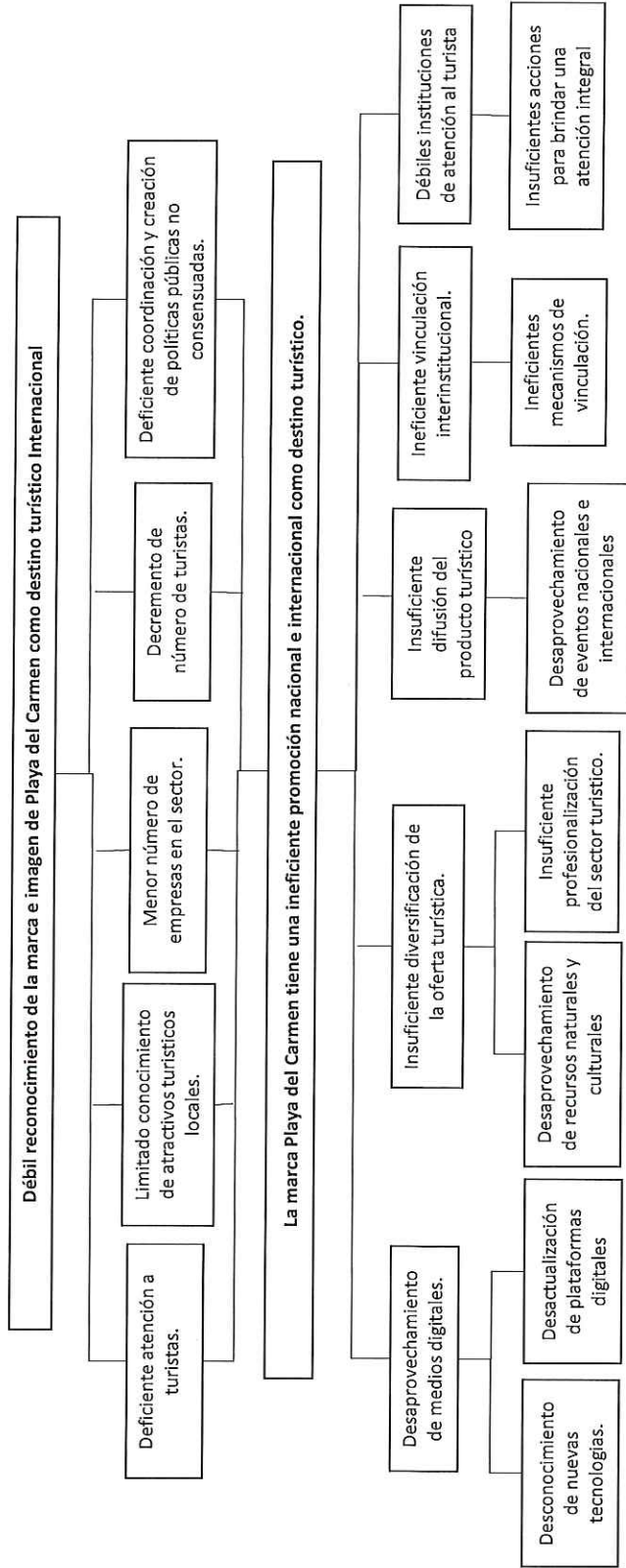
En el Anexo 3 *Descriptivo de Programa Presupuestario*, se desarrolla la Matriz de Indicadores que la Secretaría de Turismo propone para contrarrestar la problemática planteada acerca de la promoción turística del destino, y así cumplir con sus objetivos de acuerdo a las facultades otorgadas por el Reglamento Orgánico de la Administración Pública del Municipio de Solidaridad, Quintana Roo.



**H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024**



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
PROMOCIÓN TURÍSTICA
ANEXO 1: ESQUEMA DE ÁRBOL DE PROBLEMAS



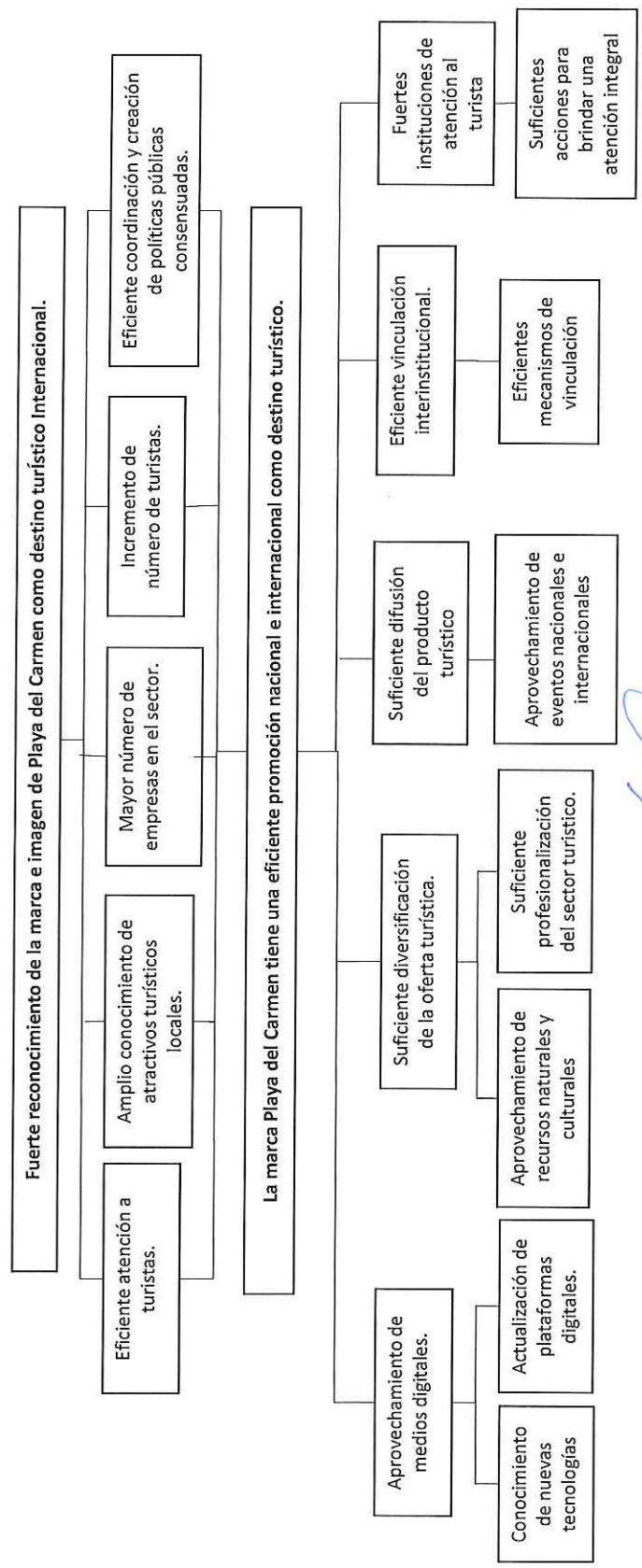
Autorizó
Lic. Samaria Angulo Sala
Secretaria de Turismo



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
INTEGRACIÓN DE PROGRAMA PRESUPUESTAL 2022
PROMOCIÓN TURÍSTICA
ANEXO 2: ESQUEMA DE ÁRBOL DE OBJETIVOS



Autorizó
Lic. Samaria Angulo Sala
Secretaría de Turismo



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
SECRETARÍA DE TURISMO
PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
2021 - 2024



HONORABLE AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
DESCRIPTIVO DE PROGRAMA PRESUPUESTARIO
EJERCICIO FISCAL 2022

Clave PP: **PP21** UR: **2701** Nombre UR: **SECRETARÍA DE TURISMO**
Denominación del PP: **PROMOCIÓN TURÍSTICA**
Período de ejecución: **1/1/2022** a **31/12/2022** Grupo funcional o finalidad: **3** Función: **3.7** Sub Func.: **3.7.1**
Tipo de Gasto: **1** Fuente de financiamiento, clave: **1101** Especificar: **Recursos fiscales**

Alineación Estratégica											
Alineación al Plan Municipal de Desarrollo (PMD):	Alineación al Plan Estatal de Desarrollo (PED):										
Eje de Gobierno PMD: 4. Competitividad Turística y Desarrollo Económico Sostenible	Eje de Gobierno PED: 1. Desarrollo y diversificación económica con oportunidades para todos										
Programa PMD: 4.I Turismo Competitivo y de Calidad	Programa de Desarrollo PED: 5. Diversificación y desarrollo del turismo										
Objetivo: Fomentar el desarrollo del sector turístico para que Solidaridad se mantenga como un destino líder en materia de turismo sustentable a nivel mundial.	Objetivos de Desarrollo Sostenible Impactados:										
Estrategia: Trabajar de la mano con el sector turístico en el municipio para mantener y realizar el atractivo turístico del municipio, y continuar atrayendo inversiones nuevas compatibles con la vocación turística del municipio.	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Número</th> <th>Nombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>8</td> <td>Trabajo decente y crecimiento económico</td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table>	Número	Nombre	8	Trabajo decente y crecimiento económico						
Número	Nombre										
8	Trabajo decente y crecimiento económico										
Prioridad: Alta	Población objetivo: Destino turístico Playa del Carmen										
Alcance o Cobertura: Municipio de Solidaridad											

MATRIZ DE INDICADORES PARA RESULTADOS

Matriz de Indicadores:	Resumen Narrativo	Línea de Acción PMD	Indicador						Medios de Verificación	Supuestos
			Nombre	Línea base	Meta anual	Frec. Medic.	Unidad Medida	Fórmula		
FIN	Contribuir al reconocimiento de la marca e imagen de Playa del Carmen como destino turístico internacional mediante la eficiente promoción nacional e internacional de la misma.	N/A	Tasa de variación de la llegada de turistas a la entidad	6.3	10	Anual	Porcentaje	$((\text{Afluencia de turistas al Estado en el año actual} / \text{Afluencia de turistas al Estado en el año anterior}) - 1) * 100$	"Indicadores Turísticos" de la Secretaría de Turismo del Estado de Quintana Roo (SEDETUR). Anual. Disponible en la página oficial de SEDETUR en Estadísticas: https://qroo.gob.mx/seedetur/indicadoresturísticos	Los turistas tienen condiciones favorables en su economía y su salud para vacacionar en el destino de Solidaridad.
PROPÓSITO	Playa del Carmen tiene una eficiente promoción nacional e internacional como destino turístico	N/A	Porcentaje de actividades realizadas para la promoción del destino	0	100	Anual	Porcentaje	$((\text{Actividades realizadas para la promoción del destino} / \text{actividades para la promoción del destino programadas}) * 100)$	Informes Trimestrales de Actividades elaborados y resguardados por la Secretaría de Turismo en archivo digital "Reportes Trimestrales"	Existe una coordinación entre los actores involucrados
COMPONENTE 1	Actividades para el aprovechamiento de medios digitales realizadas	4.1.9	Porcentaje de contenidos creados para redes sociales y plataformas digitales	0	90	Trimestral	Porcentaje	$((\text{Número de contenidos para medios digitales creados} / \text{contenidos para medios digitales programados}) * 100)$	Contenidos creados archivados por mes en carpeta "Creación Contenido 2022", elaborado y resguardado por la Dirección de Mercadotecnia Turística y Promoción	Los organizadores de los eventos y los proveedores turísticos proporcionan la información necesaria.
ACTIVIDAD 1.1	Creación de nuevos canales de comunicación	4.1.9	Porcentaje de canales de comunicación creados	0	100	Trimestral	Porcentaje	$((\text{Número de canales de comunicación creados} / \text{canales de comunicación programados}) * 100)$	Dominios o cuentas registradas en las diversas plataformas de las redes sociales (instagram y twitter) administradas por la Dirección de Mercadotecnia Turística y Promoción	Óptimo funcionamiento del servidor y las plataformas digitales
ACTIVIDAD 1.2	Actualización de medios digitales existentes	4.1.9	Porcentaje de actualizaciones en medios digitales realizadas	0	85	Trimestral	Porcentaje	$((\text{Número de actualizaciones en medios digitales realizadas} / \text{actualizaciones en medios digitales programados}) * 100)$	Capturas de pantalla archivadas por mes en carpeta "Actualización de redes 2022", elaborado y resguardado por la Dirección de Mercadotecnia Turística y Promoción	Óptimo funcionamiento del servidor y las plataformas digitales
COMPONENTE 2	Diversificación de la oferta turística realizada	4.1.10	Porcentaje de actividades realizadas para la diversificación turística	100	100	Trimestral	Porcentaje	$((\text{Número de actividades realizadas para la diversificación turística} / \text{actividades de diversificación turística programadas}) * 100)$	Informes Trimestrales de Actividades elaborados y resguardados por la Secretaría de Turismo en archivo digital "Reportes Trimestrales"	Iniciativa de los diversos actores para el trabajo coordinado





HONORABLE AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
 DESCRIPTIVO DE PROGRAMA PRESUPUESTARIO
 EJERCICIO FISCAL 2022

ACTIVIDAD 2.1	Realización de eventos para la diversificación de atractivos turísticos	4.1.10	Porcentaje de eventos realizados para la diversificación	66	100	Trimestral	Porcentaje	(Eventos realizados para la diversificación / total de eventos para la diversificación programados)*100	Expedientes archivados por nombre de evento de manera digital en la carpeta "Eventos", elaborado y resguardado por la Dirección de Operaciones y Capacitación Turística	Existen las condiciones para realizar eventos masivos
ACTIVIDAD 2.2	Profesionalización del Sector Turístico	4.1.10	Porcentaje de cursos de capacitación turística realizados	45	75	Trimestral	Porcentaje	((Números de cursos de capacitación turística realizados / total de cursos de capacitación turística programados)*100)	Expedientes archivados por nombre de curso de manera digital en la carpeta "Cursos de Capacitación", elaborado y resguardado por la Dirección de Operaciones y Capacitación Turística	Los institutos de capacitación tienen la disponibilidad de apoyar impartiendo cursos de capacitación
COMPONENTE 3	Vinculación interinstitucional realizado	4.1.13	Porcentaje de actividades realizadas para la vinculación interinstitucional	0	100	Trimestral	Porcentaje	((Número de actividades realizadas para la vinculación interinstitucional / actividades de vinculación interinstitucional programadas)*100)	Informes Trimestrales de Actividades elaborados y resguardados por la Secretaría de Turismo en archivo digital "Reportes Trimestrales"	Los diversos actores del sector turístico tienen la disposición de trabajar en conjunto
ACTIVIDAD 3.1	Generación de proyectos para el fortalecimiento de la política turística	4.1.13	Porcentaje de proyectos de fortalecimiento generados	0	80	Trimestral	Porcentaje	(Proyectos de fortalecimiento generados/ total de proyectos de fortalecimiento programados)*100	Informes Trimestrales de Actividades elaborados y resguardados por la Secretaría de Turismo en archivo digital "Reportes Trimestrales"	Los diversos actores del sector turístico asumen el compromiso de generar proyectos en coordinación
COMPONENTE 4	Fortalecimiento del Centro de Atención y Protección al Turista (CAPTA) realizado	4.1.15	Porcentaje de solicitudes de turistas atendidos	70.17	100	Trimestral	Porcentaje	((Número de solicitudes de turistas atendidos / solicitudes de turistas recibidas)*100)	Bitácora de registro de atenciones elaboradas y resguardadas por el Centro de Atención y Protección a Turistas (CAPTA)	Los turistas tienen la confianza de acercarse a solicitar apoyo
ACTIVIDAD 4.1	Implementación de acciones para la atención integral a turistas	4.1.15	Porcentaje de acciones de atención integral implementadas	0	80	Trimestral	Porcentaje	(Acciones de atención integral implementadas/ total de acciones de atención integral programadas)*100	Informes Trimestrales de Actividades elaborados y resguardados por la Secretaría de Turismo en archivo digital "Reportes Trimestrales"	Las instancias de atención al turista comparten información y participan en los procedimientos implementados

Autorizó
 Lic. Samaria Angulo Sala
 Secretaria de Turismo



H. AYUNTAMIENTO DE SOLIDARIDAD
 SECRETARÍA DE TURISMO
 PLAYA DEL CARMEN, QUINTANA ROO
 2021 - 2024