



Tamaulipas  
2022-2028

# DIAGNÓSTICO PROGRAMA **P035**

Conducción de la Política en Materia Turística

**2025**



Secretaría  
de Turismo

## Índice

|   |    |
|---|----|
| 1.1. Antecedentes .....   | 3  |
| 1.2. Identificación, definición y descripción del problema o necesidad. ....                | 4  |
| 1.2.1. Definición del problema o necesidad.....   | 4  |
| 1.2.2. Estado actual del problema o necesidad.....  | 5  |
| 1.2.3 Evolución del problema o necesidad.....   | 14 |
| 1.2.4 Experiencias de atención.....   | 16 |
| 1.2.5 Árbol del problema.....   | 18 |
| 1.3. Objetivos .....  | 20 |
| 1.3.1 Árbol de objetivos.....   | 21 |
| 1.3.2 Determinación de los objetivos del programa.....                                      | 23 |
| 1.3.3 Aportación del programa a objetivos de planeación superior.....                       | 26 |
| 1.4 Cobertura.....  | 27 |
| 1.4.1 Identificación y caracterización de la población o área de enfoque potencial. ....    | 28 |
| 1.4.2 Identificación y caracterización de la población o área de enfoque objetivo.....      | 28 |
| 1.4.3 Cuantificación de la población o área de enfoque objetivo.....                        | 29 |
| 1.4.4 Frecuencia de actualización de la población potencial y objetivo. ....                | 30 |
| 1.5 Análisis de alternativas.....   | 30 |
| 1.6 Diseño del programa propuesto o con cambios sustanciales.....                           | 34 |
| 1.6.1 Modalidad del programa. ....  | 34 |
| 1.6.2 Diseño del programa. ....   | 34 |
| 1.6.2.1 Previsiones para la integración y sistematización del padrón de beneficiarios. .... | 35 |
| 1.6.2.2 Matriz de Indicadores para Resultados. ....   | 36 |
| 1.7 Análisis de similitudes o complementariedades.....                                      | 39 |
| 1.8 Presupuesto .....   | 39 |
| Referencias .....   | 44 |

## 1.1 Antecedentes

El Turismo en Tamaulipas es un sector en crecimiento que no ha llegado a desarrollar todo su potencial por diversos factores entre ellos la **falta de recursos para el desarrollo de infraestructura, para programas de capacitación y profesionalización, para el desarrollo de productos turísticos, para el desarrollo de un sistema de información de la actividad turística** y el desaprovechamiento del capital natural y cultural tamaulipeco.

### Importancia del Turismo para el Estado

#### Contribución al PIB estatal:

- La contribución del sector turístico en el PIB estatal en 2019 fue de 6.4% (**32 mil 792 mdp**); *el doble del sector agropecuario que fue del 3%*.
- Para el año 2022, la contribución del sector en el PIB NACIONAL (según FORBES) será de 7.1%.

#### Contribución en la generación de empleos.

La Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI determinó dentro del apartado de Indicadores estratégicos en el Sector Terciario: Restaurantes y servicios de alojamiento, a **120,270** empleados en el **cuarto trimestre de 2024**, representando el **7.38%** de la población ocupada.

**Tabla 1.**

*Empleos generados en actividades económicas de los sectores primario, secundario y terciario.*

| Actividad Económica                            | Empleos        |
|--|----------------|
| Agricultura                                    | 75,363         |
| Industria Manufacturera                        | 329,608        |
| Construcción                                   | 120,721        |
| <b>Restaurantes y Servicios de Alojamiento</b> | <b>120,270</b> |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Indicadores estratégicos 4to Trim 2024.

### Participación en el total de Unidades Económicas (Empresas).

Del total de Unidades Económicas (comercios establecidos formalmente) en Tamaulipas (147,944 DENUE diciembre 2024), el sector turístico participa con el **13.81%**, es decir, **20,434** establecimientos de Servicios de Esparcimiento, Culturales y Deportivos, Transporte Turístico y Servicios de Alojamiento Temporal y de Preparación de alimentos y bebidas, lo anterior de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional

El programa presupuestario P035 “Conducción de la Política en Materia Turística” se implementó en 2018 con el objetivo de transparentar el ejercicio del recurso destinado a desarrollar programas de capacitación y certificación, desarrollo de producto turístico, y la gestión de infraestructura turística, con la finalidad de incrementar la llegada de turistas y visitantes, generando mayor derrama económica que beneficie de forma directa a las personas que laboran en el sector y de manera indirecta a todos quienes participan en la cadena de valor. La acción gubernamental de desarrollar acciones para los

instrumentos de la política pública turística, atiende de manera efectiva la necesidad de incrementar la competitividad del estado.

## 1.2 Identificación, definición y descripción del problema o necesidad

La actividad turística es muy dinámica y está en constante evolución. Para que un destino turístico continúe en la mente de turistas y visitantes (el concepto de imagen “Top of Mind”), se debe de trabajar en desarrollar estrategias de posicionamiento de marca a través de la promoción turística, pero eso no es lo único que en lo que se debe trabajar. Para poder tener una promoción efectiva necesitamos contar con destinos atractivos que requieren por lo menos:

- Infraestructura básica
- Servicios de calidad (a través de la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos)
- Productos turísticos y experiencias

La evolución que ha sufrido el turismo a lo largo de los años, ha transformado las expectativas de los viajeros. Ya no es suficiente el contemplar la cascada maravillosa, ahora la gente quiere experimentar nadar tras la cortina de agua. El viajero también ha evolucionado y busca destinos que puedan satisfacer vivir una experiencia. Ya no es suficiente ver la artesanía en un aparador, ahora el turista quiere conocer y ver cómo se fabrica.

Por otro lado, la falta de infraestructura turística básica, de servicios de hospedaje, restaurantes, atracciones, de una imagen urbana bien conservada, de una conectividad aérea y terrestre adecuada que mejore el acceso hacia los destinos turísticos, de un ordenamiento territorial que impulse a la inversión privada y recursos humanos capacitados para brindar atención y servicio de calidad, lleva a Tamaulipas a presentar un rezago en materia turística, disminuyendo su competitividad a nivel nacional, considerándose un estado emergente y en desarrollo, con una amplia brecha con los grandes destinos turísticos del país como Cancún, Huatulco, Puerto Vallarta, Los Cabos, por mencionar algunos.

La competitividad en el sector turístico va de la mano del desempeño productivo de la actividad, la cual sólo es posible mejorar mediante la inversión de los recursos turísticos de manera ordenada y eficiente, para generar mayor valor agregado, riqueza y bienestar.

### 1.2.1 Definición del problema o necesidad

El programa presupuestario P035 va encaminado a ejecutar las acciones de gobierno para generar políticas públicas en materia de profesionalización del capital humano, el desarrollo de productos turísticos, la organización de viajes de Turismo Social y la generación de estadísticas, que tienen como finalidad crear las condiciones necesarias para incrementar la oferta de productos y servicios que se traduzca en una mayor visita de turistas y visitantes y que conlleve a mejorar la derrama económica.

Podemos decir que el pp P035 es la fábrica de acciones para que el pp F140 las promueva.

Tomando en cuenta el razonamiento anterior, tenemos que el problema es: **“Los municipios con potencial turístico, presentan un bajo nivel de crecimiento en la oferta de productos y servicios turísticos”.**

### 1.2.2 Estado actual del problema o necesidad

Podemos determinar 3 grandes temas que son de competencia directa de la Secretaría de Turismo y los cuales presentan problemas de desarrollo que han limitado la atracción de turistas nacionales y extranjeros a Tamaulipas, estos son:

1. Operación Turística (Desarrollo de Productos Turísticos)
2. Capacitación y Certificación Turística
3. Infraestructura Turística (en su gestión y seguimiento)

La atención de estos 3 temas dentro de las acciones de política pública en materia turística, contribuyen a mejorar la atención de turistas y visitantes a través de una mayor infraestructura, servicios de calidad y experiencias únicas.

Pero antes de explicar de qué forma los temas anteriores influyen en explicar la problemática y el desarrollo del programa presupuestario, es importante detallar la afectación que se vivió desde el segundo trimestre de 2020 en la actividad turística y la recuperación en 2021 para llegar a los números actuales de 2023.

### A cuatro años de la contingencia por el covid-19 y la caída de la actividad turística (2020), se sigue recuperando el sector.

Durante el período vacacional de semana santa y pascua 2020, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Tamaulipas en coordinación con las Direcciones de Turismo de los Municipios, la Secretaría de Seguridad Pública, la Coordinación de Protección Civil estatal y la de los municipios, y la Secretaría de Salud a través de COEPRIS, con el apoyo de la Marina Armada de México realizó un monitoreo de los destinos, sitios turísticos y espacios públicos del Estado (los cuales fueron cerrados por las autoridades municipales desde finales del mes de marzo), como parte de las medidas de contención para evitar la propagación del virus COVID-19.

Este trabajo coordinado resultó exitoso ya que se logró que durante este periodo vacacional, no hubiera movilidad de la población y de turistas y visitantes regionales y nacionales. A través de la vigilancia y comunicación efectiva en redes sociales sobre la **campaña #QuédateEnCasa**, y a la solidaridad de los tamaulipecos y de quienes normalmente visitan nuestro estado en estas vacaciones tan importantes para Tamaulipas, se consiguió que los sitios turísticos lucieran vacíos cumpliendo así con el objetivo de contención. Se monitorearon las 6 playas, los espacios públicos y sitios turísticos en los 29 municipios con mayor vocación turística.

A partir del 18 de agosto de 2020 se comienza a monitorear la afluencia en La Pesca al pasar el municipio de Soto La Marina a Fase II con la apertura gradual de la playa.

De manera gradual abrieron las playas de Bagdad, Barra del Tordo y Miramar, así con el parque ecológico Los Troncos en Ciudad Victoria, la Reserva de la Biosfera El Cielo en Gómez Farías y las playitas de Reynosa.

## Impacto por COVID-19:

- **Ocupación Hotelera en Abril 2020: 10.53%** (**caída del 81.87%** con respecto a la ocupación de Abril 2019, 47 puntos porcentuales menos que en Abril de 2019).
- Desde Marzo de 2020 hasta DICIEMBRE de 2020 se perdieron **dos millones 528 mil cuartos noches** con respecto a la ocupación 2019.
- **Conectividad Aérea en Abril 2020: Caída de 95.34%** con respecto a abril 2019 (como consecuencia en 2020 se tuvieron **820 mil 943 pasajeros menos que en el acumulado enero-diciembre 2019**).
- Desde el 16 de marzo y hasta el 18 de agosto de 2020 se trabajó de manera coordinada con los municipios para monitorear de forma diaria que los sitios turísticos NO TUVIERAN AFLUENCIA, con la finalidad de contener la propagación del virus sobre todo en los períodos de Semana Santa y Verano.
- **Derrama Económica:** Pérdida aproximada en la derrama económica de más de \$4 mil millones de pesos durante el 2020 en turismo.
- **Empleo:** se perdieron más de 20 mil empleos en el sector turístico (en las actividades de Preparación y Servicio de Alimentos y Bebidas, Servicios de Hospedaje Temporal y Servicios Recreativos y de Esparcimiento).

**Tabla 2**

*Empleo a nivel Estatal (Sector Terciario) 2020.*

| TAMAULIPAS        | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    | 2020    | Diferencia vs año anterior | Porcentaje vs año anterior |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------------------|----------------------------|
| Primer Trimestre  | 101,876 | 113,125 | 115,514 | 101,697 | 116,437 | 131,662 | 15,225                     | <b>13.07%</b>              |
| Segundo Trimestre | 101,475 | 117,873 | 114,713 | 115,872 | 124,816 | No Hubo |                            |                            |
| Tercer Trimestre  |         | 121,751 | 109,629 | 103,232 | 130,258 | 110,249 | -20,009                    | <b>-15.36%</b>             |
| Cuarto Trimestre  |         | 119,498 | 120,076 | 106,700 | 133,557 | 117,735 | -15,822                    | <b>-11.85%</b>             |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Indicadores estratégicos.

Sector Terciario: Restaurantes y servicios de alojamiento

NOTA: Para el segundo trimestre no hubo Encuesta física (solo telefónica pero no sirve para el comparativo).

Todavía en el **primer trimestre del 2021**, la encuesta del ENOE indicó una **pérdida de 20,059 empleos (-15.24%)** con respecto al primer trimestre de 2020 en donde no se veían todavía los efectos de la pandemia. La afectación por el COVID se calcula en una caída aproximada de 4 mil millones de pesos en la derrama económica que genera el turismo para Tamaulipas.

## Recuperación gradual en 2021 y 2022 Semana Santa 2021

Después de una semana santa en 2020 en donde se trabajó para evitar que se congregaran personas en los sitios turísticos y las playas del estado para evitar la propagación del virus, en 2021 se abrieron de manera gradual y con aforos controlados.

La caída de los pasajeros en los aeropuertos y el cierre de hoteles y restaurantes durante 2 meses, provocó una pérdida de más de 20 mil empleos en el tercer trimestre de 2020.

**Figura 1** Playa Miramar, Cd. Madero Semana Santa 2019.



**Figura 2** Playa Miramar, Cd. Madero Semana Santa 2020



Para lograr una semana santa ordenada y que cumpliera con los protocolos biosanitarios, en 2021 se trabajó en desarrollar una estrategia para estar comunicando a turistas y visitantes lo necesario para que su estancia y experiencia en playas y sitios turísticos fuera segura y tranquila.

El trabajo de coordinación entre las autoridades municipales, estatales y federales permitió la reapertura gradual de las playas. Se establecieron 4 tipos de filtros desde las carreteras hasta la entrada a sección de las playas previamente mapeadas y seccionadas:

1. Filtro de Información
2. Filtro Preventivo de Acceso
3. Filtro de Acceso Principal
4. Filtro de Sección de Playa

**Tabla 3**

*Aforos máximos para las Playas durante la Semana Santa del 2021*

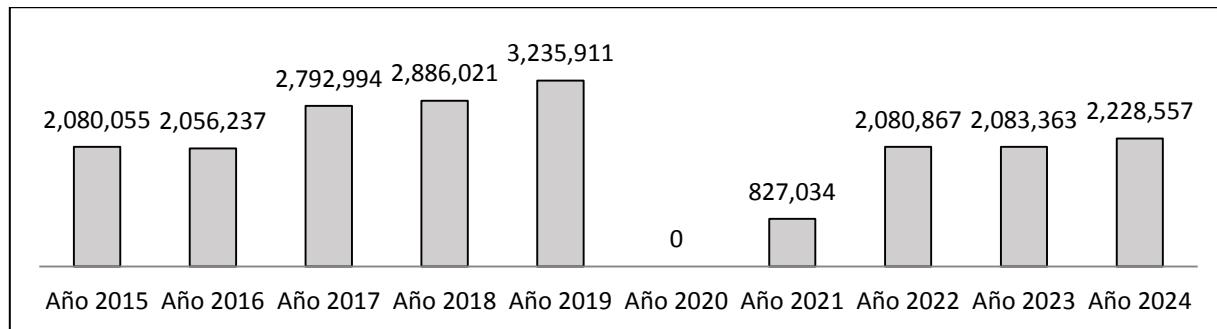
| PLAYA           | AFORO TOTAL | AFORO POR TRAMO  |
|-----------------|-------------|--|
| Miramar         | 20,000      | 2,500 (8 Tramos)                                       |
| Tesoro          | 4,000       | 4,000 (Tramo único)                                    |
| Barra del tordo | 1,200       | 600 (2 Tramos)<br>200 (Tramo 1)                        |
| La pesca        | 2,900       | 1,200 (Tramo2)<br>1,500 (Tramo 3)                      |
| Bagdad          | 10,000      | 1,000 (Tramo 1) 1,125 (Tramo 2)<br>7,875 (Tramo 3 y 4) |

A través de la aplicación COMPRA TAM (disponible para IOS y Android de manera gratuita) se estuvo informando a los usuarios para que previeran su reservación en donde ya se habían insertado los nuevos AFOROS para la Semana Santa. La comunicación fue FUNDAMENTAL para lograr el éxito.

### Números de recuperación 2021-2024

**Gráfica 1**

*Comparativo Semana Santa y Pascua (17 días) 2015-2024*



Fuente: Sistema Estatal para la Afluencia Turística

**Tabla 4**

*Empleo a nivel Estatal (Sector Terciario) 2021, 2022, 2023 y 2024.*

| TAMAULIPAS        | 2019    | 2020    | 2021    | 2022    | 2023    | 2024           | Diferencia vs año anterior | Porcentaje vs año anterior |
|-------------------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|----------------------------|----------------------------|
| Primer Trimestre  | 111,721 | 131,662 | 111,603 | 115,488 | 123,374 | 127,064        | +3,690                     | +2.99%                     |
| Segundo Trimestre | 119,302 | NO HUBO | 125,415 | 118,335 | 123,900 | 125,250        | +1,350                     | +1.09%                     |
| Tercer Trimestre  | 123,948 | 110,249 | 126,350 | 117,501 | 119,952 | 128,014        | +8,062                     | +6.72%                     |
| Cuarto Trimestre  | 127,253 | 117,735 | 127,758 | 122,190 | 130,249 | <b>120,270</b> | -9,979                     | -7.66%                     |

Fuente: INEGI. Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENO). Indicadores estratégicos.  
Sector Terciario: Restaurantes y servicios de alojamiento

El 4to Trimestre de 2024 presentó una decremento de **-7.66%** con respecto al mismo trimestre de 2023.

Los 3 primeros trimestres del 2024 presentaron crecimiento con respecto al número de empleos en los empleos relacionados con turismo (Restaurantes y servicios de alojamiento).

Esta caída se debe a la cautela en las inversiones de otras industrias que repercuten en el sector turístico, por el inicio de la nueva administración federal en Octubre de 2024.

Esta encuesta representa al personal ocupado (formal e informal) en las actividades antes señaladas.

Esto solo es un reflejo del incremento en el número de turistas y visitantes en los distintos sitios y destino turísticos de Tamaulipas.

### Empleo formal

- El número de Trabajadores registrados en el IMSS en grupos de actividades relacionadas con turismo (Preparación y servicio de alimentos y bebidas; Servicios de alojamiento temporal; Servicios recreativos y de esparcimiento) registra en el acumulado de enero 2020 a enero 2023, una **pérdida** de **3,011** empleos a nivel estatal siendo la actividad de Preparación y Servicio de Alimentos y Bebidas la más afectada con una **pérdida** solo en el mes de abril de 2020 de **1,309** empleos y acumulada de **-1786** empleos (recuperando 1,821 empleos de Abril a Noviembre de 2021, pero **perdiendo** nuevamente **337** empleos en diciembre de 2021, **6** en enero 2022, **199** en febrero, recuperando 106 en marzo, **perdiendo 8** empleos en abril y recuperando **738** en mayo, 232 en junio, 34 en julio, 276 en Agosto, 88 en septiembre, 36 en octubre, 194 en noviembre, **perdiendo 447** en diciembre y recuperando 198 en enero perdiendo **14** en febrero y recuperando 49 en marzo, 75 en abril, 214 en mayo, 91 en junio, 52 de julio y perdiendo **87** en agosto de 2023).
- En el mes de Enero 2021 se recuperaron **888** empleos con respecto al mes de Diciembre de 2020, en Abril se recuperaron 513 empleos (debido a que las playas y otros espacios turísticos abrieron), en Mayo se recuperaron 110 empleos, en junio fueron 579 empleos, en julio 404, en agosto 13 empleos, en septiembre 254, en octubre 242 y en noviembre 73, pero se **perdieron 337** en diciembre de 2021, cortando la racha de ocho meses consecutivos de recuperación de empleos formales en el sector turístico. En enero de 2022 se **perdieron 194** y en febrero de 2022 se **perdieron 239** empleos, en marzo de 2022 se recuperaron 499 empleos, **perdiendo 25** en abril y recuperando 924 empleos en mayo, 338 en junio, **perdiendo 6** en julio y recuperando 71 en agosto, 94 en septiembre, 70 en octubre, 302 en noviembre de 2022, **perdiendo 435** en diciembre y recuperando 50 en enero, 88 en febrero, 147 en marzo , 176 en abril, 322 en mayo, 135 en junio, 66 en julio y perdiendo **246** en agosto de 2023.

**Figura 3** Empleo Formal Diciembre 2020-Diciembre 2022.

| EMPLEO FORMAL ENERO 2022-AGOSTO 2023   |             |               |            |               |            |            |            |             |           |           |            |             |            |            |            |            |            |            |           |             |              |
|--|-------------|---------------|------------|---------------|------------|------------|------------|-------------|-----------|-----------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-----------|-------------|--------------|
| Región / grupo de actividad  | ene-22      | feb-22        | mar-22     | abr-22        | may-22     | jun-22     | jul-22     | ago-22      | sep-22    | oct-22    | nov-22     | dic-22      | ene-23     | feb-23     | mar-23     | abr-23     | may-23     | jun-23     | Jul-23    | ago-23      | Suma         |
| Total Tamaulipas   | <b>-194</b> | <b>-239</b>   | <b>499</b> | <b>-25</b>    | <b>924</b> | <b>338</b> | <b>-6</b>  | <b>71</b>   | <b>94</b> | <b>70</b> | <b>302</b> | <b>-435</b> | <b>50</b>  | <b>88</b>  | <b>147</b> | <b>176</b> | <b>322</b> | <b>135</b> | <b>66</b> | <b>-246</b> | <b>2,137</b> |
| PREPARACION Y SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS  | <b>-6</b>   | <b>-199</b>   | <b>106</b> | <b>-8</b>     | <b>738</b> | <b>232</b> | <b>34</b>  | <b>276</b>  | <b>88</b> | <b>36</b> | <b>194</b> | <b>-447</b> | <b>198</b> | <b>-14</b> | <b>49</b>  | <b>75</b>  | <b>214</b> | <b>91</b>  | <b>52</b> | <b>-87</b>  | <b>1,622</b> |
| SERVICIOS DE ALOJAMIENTO TEMPORAL  | <b>-23</b>  | <b>-39</b>    | <b>61</b>  | <b>-9</b>     | <b>4</b>   | <b>29</b>  | <b>-18</b> | <b>-8</b>   | <b>13</b> | <b>4</b>  | <b>50</b>  | <b>-46</b>  | <b>-72</b> | <b>58</b>  | <b>19</b>  | <b>52</b>  | <b>36</b>  | <b>53</b>  | <b>10</b> | <b>-64</b>  | <b>110</b>   |
| SERVICIOS RECREATIVOS Y DE ESPARCIMIENTO   | <b>-165</b> | <b>-1</b>     | <b>332</b> | <b>-8</b>     | <b>182</b> | <b>77</b>  | <b>-22</b> | <b>-197</b> | <b>-7</b> | <b>30</b> | <b>58</b>  | <b>58</b>   | <b>-76</b> | <b>44</b>  | <b>79</b>  | <b>49</b>  | <b>72</b>  | <b>-9</b>  | <b>4</b>  | <b>-95</b>  | <b>405</b>   |
| Región   |             | DIC-20        |            | AGO-23        |            |            |            |             |           |           |            |             |            |            |            |            |            |            |           |             |              |
| Total Tamaulipas   |             | <b>24,549</b> |            | <b>28,294</b> |            |            |            |             |           |           |            |             |            |            |            |            |            |            |           |             |              |
| En el acumulado de Enero de 2021 a Agosto de 2023 se presenta una recuperación de <b>15.25%</b> de los <b>EMPLEOS FORMALES</b> con respecto a los que se tenían en <b>Diciembre de 2020</b> pero todavía <b>2,323</b> empleos ( <b>-7.58%</b> ) por debajo de los que se tenían en <b>Enero 2020</b> (previo a la pandemia). |             |               |            |               |            |            |            |             |           |           |            |             |            |            |            |            |            |            |           |             |              |

## Pasajeros en Aeropuertos a Diciembre de 2024

**Tabla 5**

*Pasajeros en los 5 aeropuertos de Tamaulipas Comparativo 2023 vs 2024*

|                        | Acumulado dic<br>2023 | Acumulado<br>dic 2024 | Incremento/<br>decremento |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------|
| <b>Tampico</b>         | 563,204               | 560,533               | +13.64%                   |
| <b>Reynosa</b>         | 540,122               | 530,939               | +4.26%                    |
| <b>Matamoros</b>       | 60,559                | 65,178                | +19.85%                   |
| <b>Nuevo Laredo</b>    | 197,673               | 152,965               | +84.11%                   |
| <b>Ciudad Victoria</b> | 29,294                | 17,969                | +93.18%                   |
| <b>TOTALES</b>         | <b>1,390,852</b>      | <b>1,327,484</b>      | <b>+17.20%</b>            |

Fuente: Elaboración propia con información de GAFSACOMM y Grupo OMA

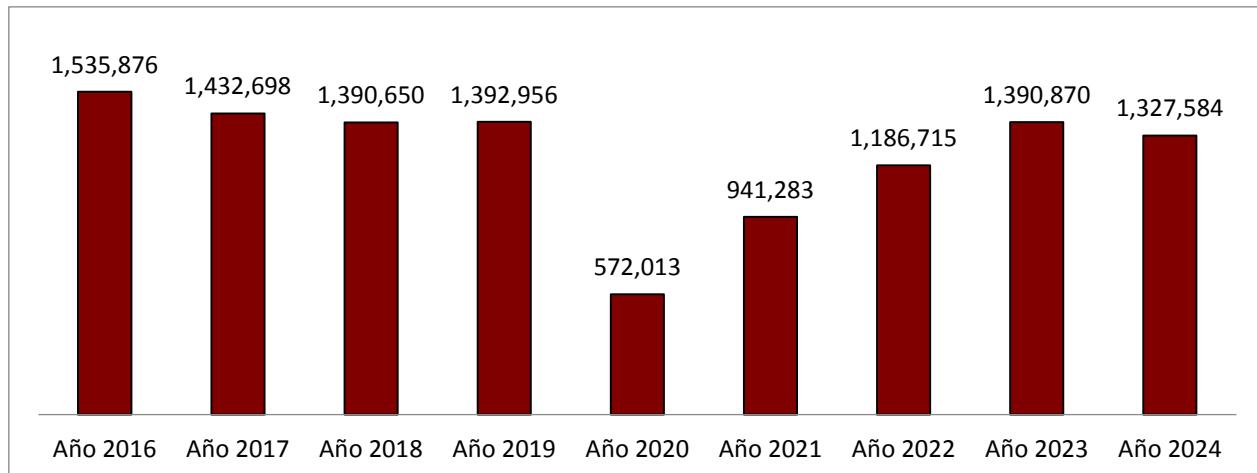
El acumulado a diciembre de 2024 cerró **-4.55%** por debajo del acumulado a diciembre de 2023 (**63,268 pasajeros menos** que en 2023)

El aeropuerto de Nuevo Laredo es el que presenta la mayor caída en el número de pasajeros para el acumulado y la razón de la caída es que el vuelo de Vivaerobus llega al AIFA y la gente prefiere volar desde el aeropuerto de Monterrey al aeropuerto Benito Juárez en la Ciudad de México. El aeropuerto de Ciudad Victoria presentó una fuerte caída en el 2024 debido a la salida de Aeroméxico. Ahora la aerolínea Mexicana vuela al AIFA.

Aunque este resultado de caída con respecto al 2023 representa menos del 5%, se contrasta con la **pérdida de 820,943 pasajeros que hubo en 2020**.

## Gráfica 2

*Serie Histórica 2016-2024 Acumulado de Pasajeros en los 5 aeropuertos de Tamaulipas*



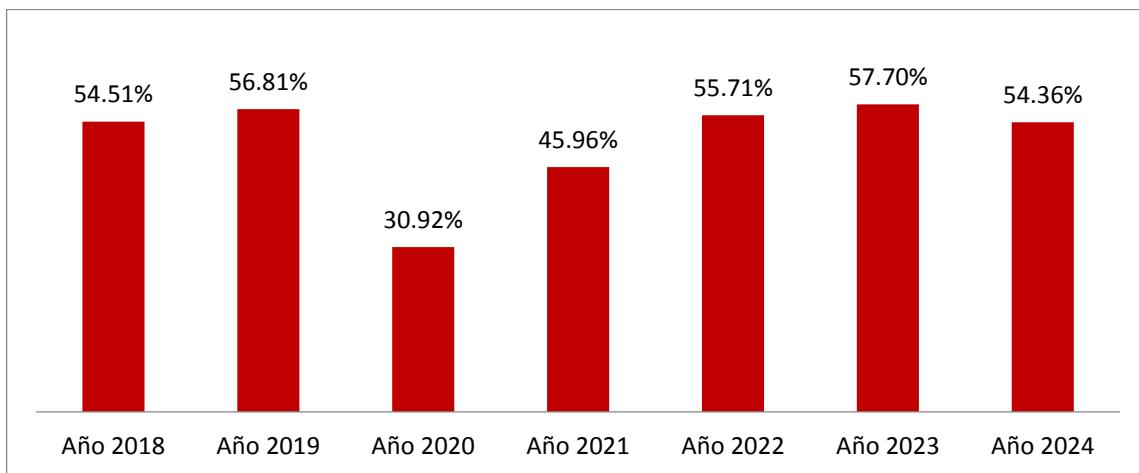
Histórico Pasajeros en aeropuertos de Tamaulipas 2016 al cierre de Diciembre de 2024

Fuente: Elaboración propia con información de GAFSACOMM, Grupo OMA y Aeropuertos y Servicios Auxiliares

## Ocupación Hotelera:

### Gráfica 3

*Ocupación Hotelera Promedio Estatal 2018-2024*



Fuente: Asociaciones de Hoteles de las 5 regiones del Estado.

Pérdida de **5.78%** en 2024 con respecto a 2023

## Indicadores de la actividad turística al cierre de 2024

En 2024 los indicadores turísticos muestran ya una gran recuperación después de la afectación ocasionada por la pandemia.

A continuación se presentan los indicadores de la actividad turística al cierre del 2024.

**Tabla 6**

*Visitantes Totales Comparativo 2023 vs 2024, Acumulado Enero-Diciembre. Incluye Turistas en cuartos de hotel y visitantes en sitios turísticos*

|            | 2023       | 2024       | Diferencia | Porcentaje |
|------------|------------|------------|------------|------------|
| VISITANTES | 13,753,533 | 14,194,541 | +440,987   | +3.21%     |

Fuente: Sistema Estatal para la Afluencia Turística y Turistas en cuartos de hotel

La afluencia turística es la más alta de los últimos 12 años (en la misma forma de contabilización de períodos vacacionales y fines de semana largos).

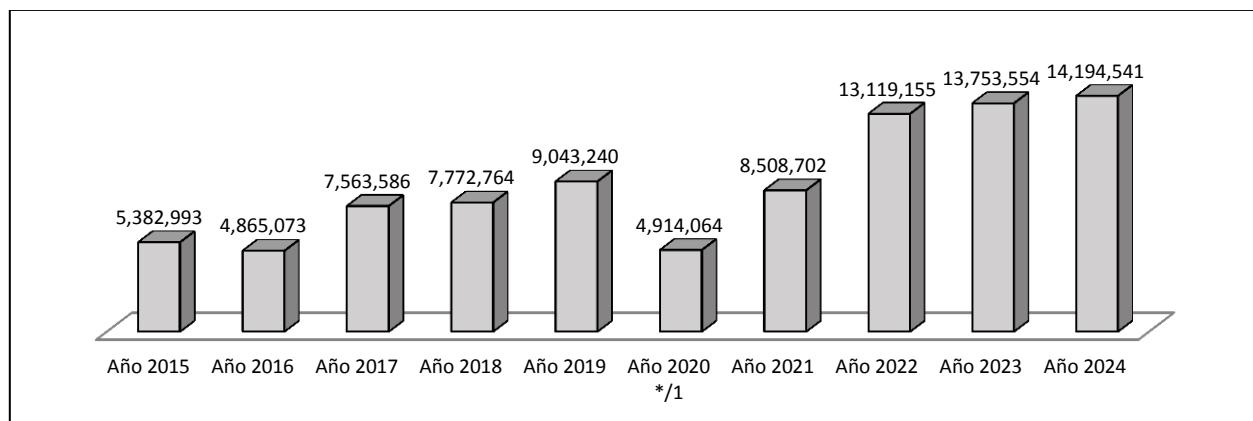
Es por lo anterior que el turismo ocupa un lugar destacado en la agenda política del Estado de Tamaulipas. El Plan de Desarrollo Estatal en su eje de Desarrollo Económico Sostenible menciona el desarrollo y promoción de la oferta turística del estado como “*un detonador de la economía y un motor para la reconstrucción del tejido social*”.

La derrama económica aproximada en el 2024 se estima en el orden de los 12 mil 917 millones 032 mil pesos.

## Afluencia Estatal Cierre 2024

**Gráfica 4**

*Afluencia Turística Estatal 2015-2024*



Fuente: Sistema Estatal para la Afluencia Turística y Turistas en cuartos de hotel. \*/1 Caída por COVID-19

Como se mencionó en el apartado anterior, el confinamiento ocasionado por la pandemia y la inmovilidad que generó por varios meses en 2020 una caída en la actividad turística, afectó directamente su desarrollo.

Aunque se pueden ver síntomas de mejoría en el sector después de la estrepitosa caída de 2020, es necesario reforzar las acciones que quedaron pendientes como el desarrollo de infraestructura básica, sobre todo en destinos de naturaleza, desarrollar operadores turísticos y experiencias, y un programa de capacitación y profesionalización robusto que permita elevar la calidad en la atención a los prestadores de servicios turísticos.

### **Capacitación y Certificación**

Aunque se aprovechó la coyuntura del COVID-19 y la tecnología para lograr impartir cursos de actualización durante el parón por el confinamiento, quedaron pendientes, por falta de presupuesto, programas para la profesionalización de las empresas del sector (Distintivo Tam Turismo) en donde la meta era atender a 260 empresas con una asesoría integral y una certificación turística estatal, que hubiera sido la primer certificación que un estado otorga a sus empresas del sector, a nivel nacional.

Actualmente se están retomando las propuestas de capacitación y de certificación estatal.

### **Operación Turística**

#### **Falta de operadores turísticos y Guías.**

La falta de visión del potencial turístico que tiene Tamaulipas y del pobre apoyo de los 3 órdenes de gobierno, muchos operadores turísticos tuvieron que emigrar a otros estados. En el caso de los guías turísticos certificados por SECTUR y que operan en algunas de las ciudades más importantes del Estado, requieren de capacitación y de cursos de actualización en las Normas Mexicanas Oficiales NOM-08-TUR-2002 y NOM-09-TUR-2002. Pero para realizar estos cursos de actualización se requiere también contar con un presupuesto. Es por ello que es sumamente importante trabajar en desarrollar las condiciones necesarias para incentivar la creación de empresas que operen en los destinos más importantes del Estado. Para la identificación de las empresas existentes y de todos los Prestadores de Servicios Turísticos es importante contar con un Registro Estatal de Turismo y continuar coadyuvando a la SECTUR para la inscripción de las empresas turísticas en el Registro Nacional de Turismo (RNT). Estas acciones requieren de un presupuesto para su atención.

#### **Falta de productos turísticos y su diversificación en las distintas regiones del estado.**

Como se ha mencionado, Tamaulipas cuenta con una gran diversidad natural que le permite contar con numerosas actividades de recreación. Sin embargo y pese a toda esta riqueza natural (playas, ríos, lagunas, montañas, reservas naturales, etc.), no existen productos turísticos adecuados para lograr ofrecer experiencias diferenciadas a los visitantes. Existen atractivos naturales, históricos y culturales, pero en la mayoría de los casos, no hay quien los opere. Tenemos la cascada maravillosa, pero no el transporte que te lleve a conocerla. Tenemos la ruina de aquella histórica hacienda, pero no quien te venda la comida o te ofrezca el hospedaje cerca de ese lugar. La infraestructura turística se concentra solo en algunos destinos del estado. Se requiere mayor infraestructura de servicios para lograr que los visitantes lleguen a otros lugares del estado (ejemplo de Llera que tiene atractivos naturales muy

importantes para desarrollar turismo de naturaleza, pero carece de infraestructura hotelera). Asimismo y con el objetivo de competir con otros estados para la atracción de visitantes, es necesario buscar una diversificación del producto turístico que lo diferencie y que proponga experiencias nuevas y únicas.

Para resolver el asunto de falta de productos turísticos integrados y sustentables, es necesario trabajar con operadores turísticos, municipios, comunidades anfitrionas en las que se encuentran los atractivos a visitar y realizar diagnósticos que permitan tener los elementos para tomar decisiones sobre donde es necesario invertir en infraestructura turística básica, que permita un crecimiento ordenado y logre atraer inversiones privadas.

Ahora bien, la visión del actual Gobierno de Tamaulipas está dirigida a buscar aprovechar el capital natural y cultural, impulsar al turismo social y desarrollar de manera equilibrada a los destinos del estado. Estos temas están alineados de manera directa al Programa Sectorial de Turismo 2020-2024.

### **1.2.3 Evolución del problema o necesidad**

“El turismo es una actividad económica sumamente dinámica, capaz de mantener un ritmo de crecimiento favorable a pesar de que se puedan presentar condiciones adversas en el entorno nacional o internacional. La actividad turística tiene una ventaja propia del sector terciario, ya que genera un impacto económico más acelerado en comparación con otras ramas productivas. La naturaleza transversal del turismo lo coloca como un importante motor de progreso. Por una parte, en México agrupa a más de 50 actividades económicas, genera oportunidades principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, y es capaz de crear encadenamientos productivos de mayor valor agregado para el país. Por otro lado, es un catalizador del desarrollo, representa un poderoso instrumento para elevar el bienestar de las comunidades receptoras, genera un sentido de pertenencia y contribuye a la preservación de la riqueza natural y cultural”. (*Diagnóstico PROSECTUR 2013-2018*)

Tamaulipas no ha sido la excepción en la baja recepción turística que tuvo el país. Durante los períodos de 2009 al 2015, el estado se vio sumergido en niveles muy bajos de afluencia turística y desarrollo del sector, enfrentando una falta de presencia del estado dentro del mercado turístico nacional e internacional. Pese al crecimiento que el Turismo comenzó a mostrar a partir de 2017, la pandemia vino a frenarlo y no solamente lo fue la percepción en la seguridad lo que ha provocado un freno en las inversiones de los empresarios y emprendedores para la instalación de hoteles, restaurantes y servicios turísticos en general, impactado el desarrollo del crecimiento del sector turístico en los destinos vacacionales del estado. Esto ha limitado la creación de empleos y el aprovechamiento de los beneficios del turismo a favor de la población que se dedica a esta actividad y, más aún, ha afectado la generación de polos de desarrollo y bienestar para las comunidades receptoras de turismo, por lo cuál se han encaminado los esfuerzos en esta administración estatal.

**Tabla 7**

*Crecimiento de la afluencia turística 2011-2023*

| Año         | Afluencia Visitantes | % Crecimiento con respecto al año anterior |
|-------------|----------------------|--|
| <b>2011</b> | 2,205,635            |  |
| <b>2012</b> | 3,898,616            | +76.76%                                    |
| <b>2013</b> | 4,404,780            | +12.98%                                    |
| <b>2014</b> | 4,795,333            | +8.87%                                     |
| <b>2015</b> | 5,382,993            | +12.25%                                    |
| <b>2016</b> | 4,865,073            | -9.62%                                     |
| <b>2017</b> | 7,563,586            | +55.47%                                    |
| <b>2018</b> | 7,772,764            | +2.77%                                     |
| <b>2019</b> | 9,043,240            | +16.35%                                    |
| <b>2020</b> | 4,914,064            | -45.66%                                    |
| <b>2021</b> | 8,508,702            | +73.15%                                    |
| <b>2022</b> | 13,119,155           | +54.19%                                    |
| <b>2023</b> | 13,753,533           | +4.84%                                     |
| <b>2024</b> | 14,194,541           | +3.21%                                     |

Fuente: Información histórica y Sistema Estatal para la Afluencia Turística.

Durante la primera mitad de la década del 2010, por los momentos de inseguridad que vivió el estado y las notas negativas en medios de comunicación, se creó una mala imagen de Tamaulipas, provocando en la mente de las personas una percepción de inseguridad constante y recurrente. Esta percepción provocó que los visitantes que regularmente viajaban al estado de otros estados cercanos, decidieran cambiar su preferencia de destino vacacional. Es así como turistas de Nuevo León, San Luis Potosí, Veracruz y Ciudad de México, eligieran viajar a otros destinos. Esa imagen negativa también propició que los profesionales del sector turístico como agencias de viajes y tour operadores nacionales, no ofrecieran los atractivos de Tamaulipas. Ahora bien, las estrategias de seguridad implementadas en los últimos años, generaron un ambiente de mayor confianza para viajar por las carreteras de Tamaulipas, por lo que se recupera el turismo carretero. Lamentablemente la pandemia detuvo ese crecimiento constante en el número de visitantes.

Además de la falta de promoción del destino que provoca una falta de exposición para la atracción de turistas y visitantes, el carecer de infraestructura básica, de prestadores de servicios con deficiente capacitación, de productos turísticos y experiencia y de operadores y empresas turísticas, disminuye el flujo de turistas y visitantes.

Este tipo de dinámica no solo es propia de Tamaulipas sino en general de varios destinos del país. Es por ello que no es extraño entender que dentro de los retos del sector está el de elevar la competitividad, como uno de los más relevantes. Para revertir esta situación, se requiere generar acciones en los instrumentos de la política pública turística, con objetivos claros y efectivos que resuelvan los retos de la industria. En resumen, por la falta de infraestructura básica, la carencia de productos turísticos sobre todo en las zonas rurales y de importancia natural, el desarrollo desequilibrado de la actividad a lo largo del estado, la falta de operadores y por consiguiente falta de operación turística, Tamaulipas ha perdido competitividad turística por lo que es fundamental su atención y desarrollar estrategias para la creación de políticas públicas que coadyuven a incrementar la oferte y mejoren el posicionamiento del estado en el mapa turístico de México.

#### 1.2.4 Experiencias de atención

A través de los esfuerzos que se han implementado en México para mejorar la seguridad en el país y las estrategias puntuales que ha implementado la Secretaría de Turismo Federal en los últimos 4 años para catapultar a México como uno de los principales destinos turísticos del mundo, se ha logrado que este sector económico se mantenga estable, una vez que se ha recuperado del golpe que dejó el COVID-19.

El diseño del programa Sectorial de Turismo 2020-2024 (PROSECTUR) como instrumento base de la planeación del Ejecutivo Federal en materia turística, integra 4 objetivos prioritarios a los que se están alineando los objetivos, estrategias y acciones del Plan Estatal de Desarrollo de Tamaulipas 2023-2028 para el desarrollo del sector:

- Objetivo 1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.
- Objetivo 2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.
- Objetivo 3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.
- Objetivo 4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

Todos estos objetivos han generado estrategias puntuales que contribuyen a mejorar el turismo en el país, y con las que estamos alineando las estrategias estatales. Aquí mencionamos algunas de ellas:

**Del Objetivo 1: Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.**

- “*Sonrisas por México*” Promueve la inclusión de la población al turismo.
- “*Disfruta México*” Acceso a viajes recreativos y de descanso sin comprometer la economía familiar de la población.

**Del Objetivo 2: Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.**

- Abolir la concentración de la infraestructura y los servicios en pocos destinos
- Fomentar el desarrollo equilibrado de regiones poco atendidas, donde paradójicamente se encuentra la mayor riqueza cultural y natural.
- Promover el impulso a infraestructura que eleve la potencialidad regional,
- Incrementar la integración de las cadenas de valor del sector
- Promover una mejor capacitación de los prestadores de servicios turísticos y ponga en marcha nuevas formas de comercialización de la oferta turística.
- El **Nuevo Modelo de Regionalización Turística** impulsará el fortalecimiento de los destinos para que la actividad distribuya más beneficios en todas las comunidades.

### Del Objetivo 3: Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.

- “**Operación Toca Puertas**” orienta los esfuerzos del sector a nichos de alta derrama.
- “**Reencuentro con mis Raíces**” para incrementar el flujo de turistas y la captación de divisas e inversiones de Estados Unidos y Canadá, sumándose a la diversificación de mercados.
- La plataforma digital **visitmexico**, ventana más importante de México ante el mundo, colocando al sector en la vanguardia de los mecanismos de promoción y comercialización.
- Difusión de la imagen de México en el exterior, con el apoyo del Servicio Exterior Mexicano y la instauración del Consejo de Diplomacia Turística

### Del Objetivo 4: Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

- Instrumentar un modelo de desarrollo sostenible en los destinos del país, en coordinación con las dependencias y entidades de la administración pública federal, los gobiernos estatales, municipales y sobre todo con la sociedad, para contribuir al respeto de los derechos humanos, el equilibrio ecológico y la protección del ambiente, con base en los compromisos internacionales suscritos por México, como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- “**México Renace Sostenible**”. El turismo en México contribuirá al cumplimiento de los ODS mediante el fomento de infraestructura que responda a criterios de sostenibilidad.

México es hoy más competitivo en materia turística y eso lo confirma con las 22 posiciones que de 2013 a 2019 ha escalado en el índice del Reporte de Competitividad Viajes y Turismo que emite el Foro Económico Mundial, al pasar de la posición 44 a la 22.

México registró una llegada de 45 millones de turistas internacionales durante 2019, 8.9% superior a la cifra alcanzada durante 2018 (41.3 millones de turistas internacionales) y 86.7% superior en la llegada de turistas con respecto a 2013, pasando de 24.1 millones a 45 millones de turistas. Este resultado permitió que México continuara en la séptima posición del ranking mundial de la OMT, consolidando su posición de los 10 destinos con mayor número de turistas internacionales.

**Figura 4. Principales destinos turísticos en el mundo**

| Principales destinos turísticos en el mundo           |                        |  |               |               |                |      |             |
|---|------------------------|--|---------------|---------------|----------------|------|-------------|
| Por Ingreso de Divisas (miles de millones de dólares) |                        | Por llegada de Turistas (millones de turistas) |               |               |                |      |             |
| Clasificación   | País                   | Año  | Clasificación | País          |                |      |             |
| 2018  | 2019                   |  | 2018          | 2019          |                |      |             |
| 1   | Estados Unidos         | 214.5  | 193.3         | 1             | Francia        | 89.4 | 90.2        |
| 2   | España                 | 73.8   | 79.7          | 2             | España         | 82.8 | 83.5        |
| 3   | Francia                | 67.4   | 63.5          | 3             | Estados Unidos | 79.7 | 79.4        |
| 4   | Tailandia              | 63.0   | 59.8          | 4             | China          | 62.9 | 65.7        |
| 6   | Reino Unido            | 51.9   | 52.7          | 5             | Italia         | 61.6 | 64.5        |
| 5   | Italia                 | 49.3   | 49.6          | 6             | Turquía        | 45.8 | 51.2        |
| 9   | Japón                  | 41.1   | 46.1          | 7             | <b>México</b>  | 41.3 | <b>45.0</b> |
| 7   | Australia              | 45.0   | 45.7          | 10            | Tailandia      | 38.2 | 39.8        |
| 8   | Alemania               | 43.0   | 41.8          | 8             | Alemania       | 38.9 | 39.6        |
| 10  | Macao (China)          | 40.2   | 40.1          | 9             | Reino Unido    | 38.7 | 39.4        |
| 11  | China                  | 40.4   | 35.8          | 12            | Austria        | 30.8 | 31.9        |
| 18  | Emiratos Arabes Unidos | 21.4   | 30.7          | 11            | Japón          | 31.2 | 31.9        |
| 13  | India                  | 28.6   | 30.7          | 13            | Grecia         | 30.1 | 31.3        |
| 15  | Turquía                | 25.2   | 29.8          | 15            | Malasia        | 25.8 | 26.1        |
| 12  | Hong Kong (China)      | 36.7   | 28.9          | 17            | Portugal       | 22.8 | 24.6        |
| 14  | Canadá                 | 21.9   | 28.0          | 16            | Rusia          | 24.6 | 24.6        |
| 17  | <b>México</b>          | 22.5   | <b>24.6</b>   | 14            | Hong Kong      | 29.3 | 23.8        |
| 16  | Austria                | 23.0   | 22.9          | 19            | Canadá         | 21.1 | 22.1        |
|   |                        | Total mundial                                  | 1,466         | Total mundial | 1,466          |      |             |

Fuente: DATATUR con datos de la OMT

**Tabla 8. Ranking mundial. Gasto medio per cápita.**

| Año   | Gasto medio Per cápita<br>(dólares) | Ranking Mundial<br>(Posición) |
|-------|-------------------------------------|-------------------------------|
| 2018  | 545.3                               | 40                            |
| 2019  | 545.8                               | 37                            |
| 2020  | 452.8                               | 36                            |
| 2021* | 620.4                               | 29                            |

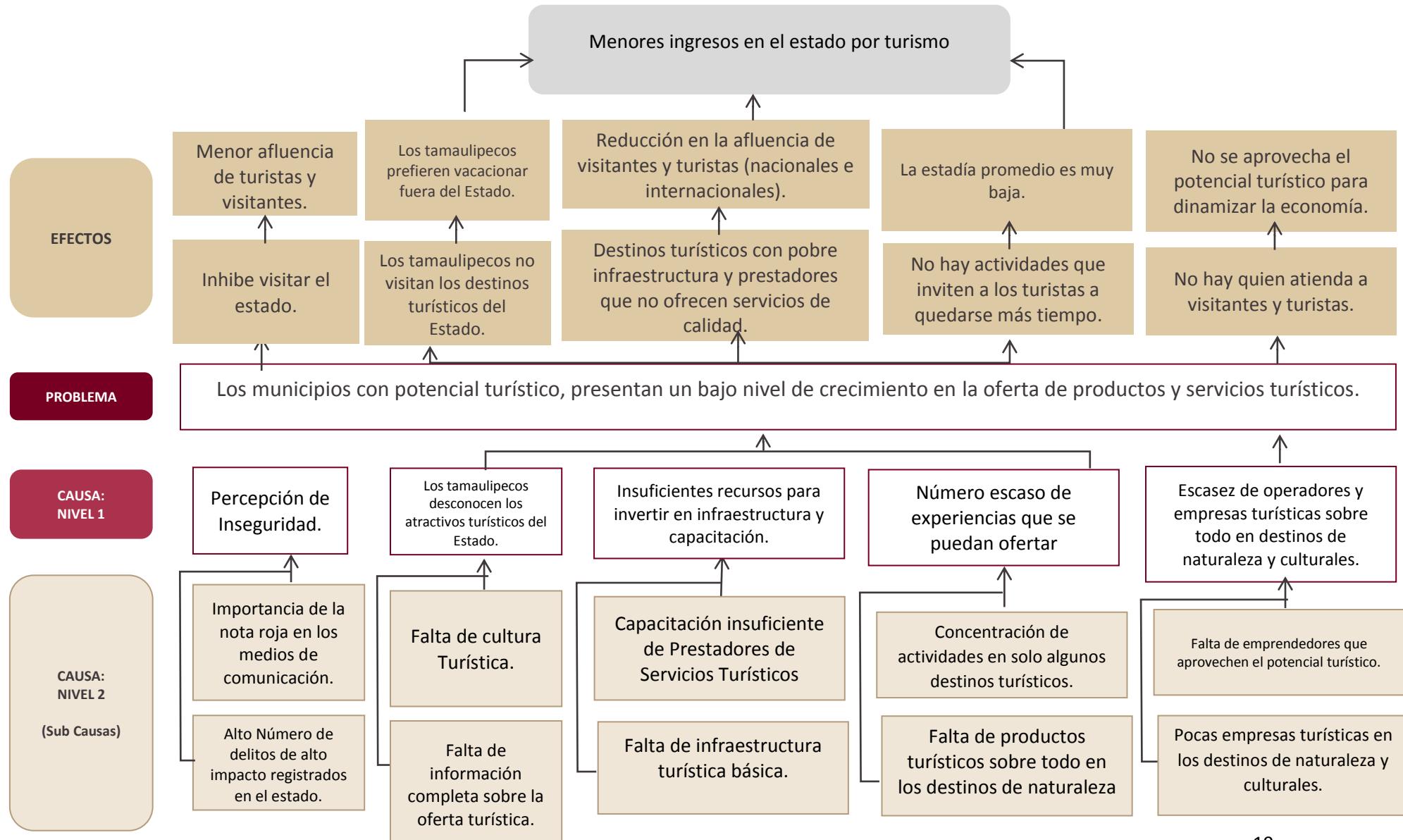
\*Posición coyuntural a partir de estimaciones con datos preliminares de la OMT

Fuente: INEGI, Encuesta de Viajeros Internacionales

### 1.2.5 Árbol del problema

Se presenta el árbol del problema.

## Dependencia o Entidad: *Secretaría de Turismo*



### 1.3 Objetivos

El Turismo es un segmento de la economía muy noble pero que se ha ido especializando y haciendo más complejo y competitivo. Para México representa una de las principales fuentes de divisas, generó el 8.25 por ciento del PIB (2019) y según la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo en el cuarto trimestre de 2022 más de 4.6 millones de empleos (7.9% de la población ocupada) generados solamente en la actividad de Restaurantes y Servicios de Alojamiento del sector terciario, es decir que parte de la economía de muchos puntos del país, depende de que el flujo de turistas crezca o al menos se mantenga estable. Son esas las razones por las cuales es importante desarrollar estrategias que generen competitividad en el sector. De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), la competitividad turística se define como la capacidad que tiene un destino turístico de aprovechar sus ventajas de manera eficiente, que las empresas turísticas tengan beneficios en el nivel de los salarios, sus activos fijos se revalorizan constantemente, las nuevas inversiones fluyen con facilidad, y los empresarios y autoridades ven el futuro con optimismo y la calidad de vida de la población local (su bienestar físico y social) es alta. Por lo tanto, la OMT considera la competitividad como la eficacia de los destinos para atraer y satisfacer a los visitantes y, cada vez en mayor medida, cobran relevancia las políticas adoptadas por los países para que sus economías turísticas sean más competitivas.

El objetivo principal del programa de **CONDUCCIÓN DE LA POLÍTICA EN MATERIA TURÍSTICA** es incrementar la llegada de visitantes nacionales y extranjeros a Tamaulipas para que sea considerado como un destino turístico atractivo para el mercado nacional y una alternativa confiable para cierto nicho del mercado internacional, a través del desarrollo de un programa robusto de capacitación y profesionalización, así como desarrollar productos y servicios que sean más atractivos y con mayor potencial comercial, desarrollando proyectos de infraestructura que vayan encaminados a: mejorar la infraestructura urbana existente, desarrollar nuevos proyectos de infraestructura turística, apoyar en la mejora de la movilidad en las ciudades, apoyar en la creación de zonas urbanas públicas para la recreación, incentivar la inversión privada dentro del sector turístico, apoyar en el desarrollo de planes y programas municipales de ordenamiento territorial para el impulso del turismo, implementar medidas higiénicas dentro de los proyectos establecidos e integrando a todo ello elementos de sustentabilidad para cumplir con las ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) de la ONU dentro de sus objetivos 9 y 11. Además de lo anterior, el programa P035 contempla la generación de empleos y el impulso al comercio local, cumpliendo directamente con el objetivo 8 y 12 de Desarrollo Sostenible.

**Figura 5. Alineación con los ODS**



A continuación se mencionan algunas acciones necesarias para lograr los resultados esperados:

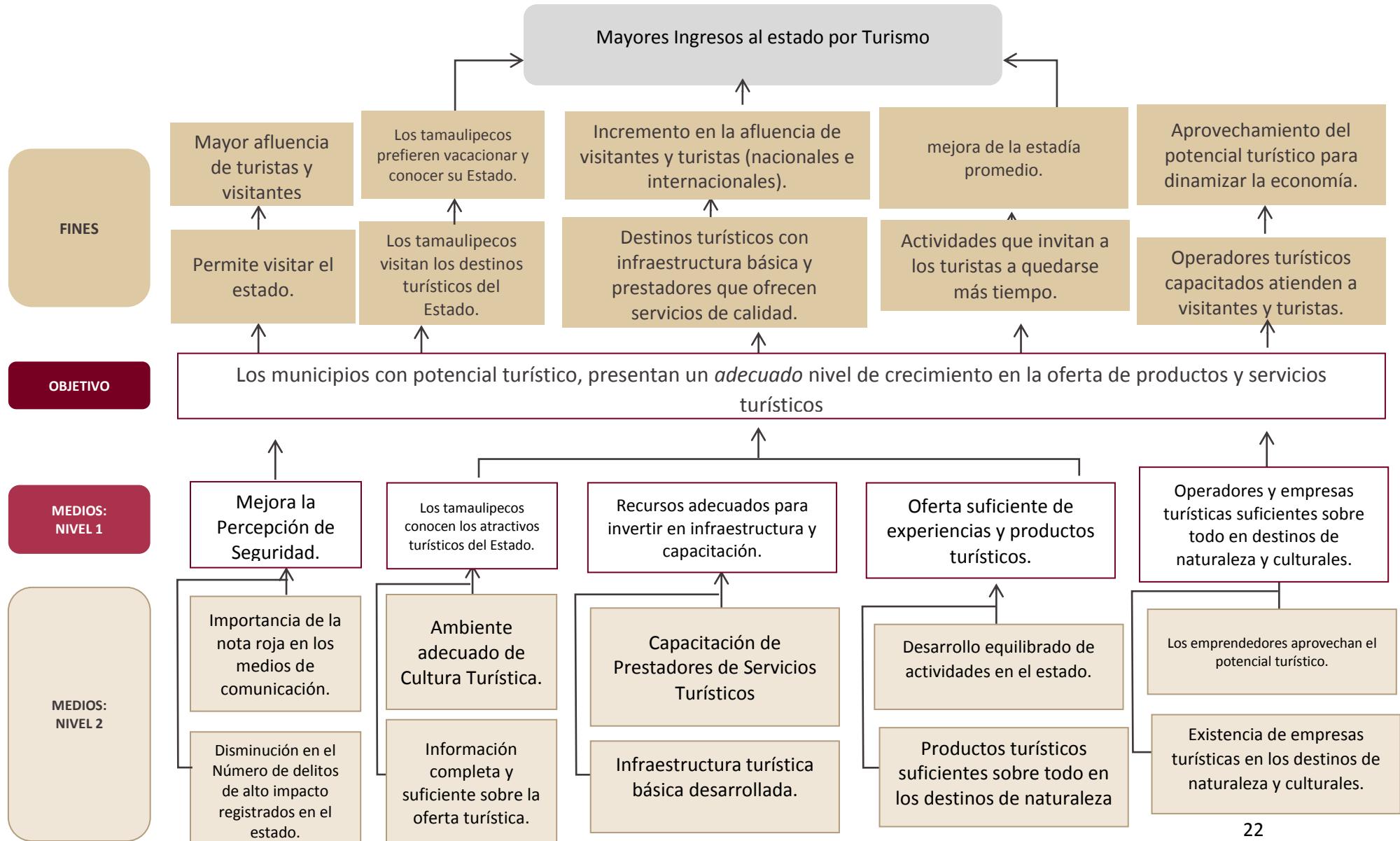
- Aprovechar el potencial del capital natural y que mejore la calidad de vida de los pobladores de las comunidades receptoras en los escenarios de naturaleza.
- Fomentar un desarrollo sostenible de la actividad turística.
- Aumentar la calidad de los servicios turísticos en las diferentes actividades que compete a la industria como son hoteles, restaurantes, agencias de viajes, operadores, etc, a través de estrategias de profesionalización.
- Procurar trabajar en desarrollar de manera equilibrada a los destinos del estado, desde la planeación de la infraestructura turística, así como de los programas de capacitación, profesionalización y la promoción.
- Incentivar la creación de nuevas empresas mediante talleres y capacitación que impulsen el emprendedurismo dentro del estado, generando crecimiento económico en las ciudades, poblaciones y sobre todo en las comunidades donde se encuentran los destinos turísticos.
- Aprovechar la infraestructura existente para atraer congresos, convenciones, reuniones, ferias y exposiciones regulando la estacionalidad del turismo en dichos destinos al mantener un flujo de visitantes durante todo el año.
- Impulsar al Turismo Social desde la visión del derecho universal que tenemos todos para viajar, sobre todo, buscando que la población más vulnerable económicamente tenga la oportunidad de viajar.

Se estima que el resultado de estas acciones derive en el aumento del número de visitantes y en el porcentaje de ocupación hotelera. Se medirán estos resultados a través del Sistema de Información de la Actividad Turística para tener información comparativa de la industria turística de Tamaulipas con respecto a otros estados, de los resultados de las acciones emanadas de los objetivos, estrategias y líneas de acción establecidas en el Plan Estatal de Desarrollo 2023-2028.

### 1.3.1 Árbol de Objetivos

Se desarrolló el árbol de objetivos, en el que se incluyeron los objetivos determinados a partir de la identificación del problema, sus causas y en parte con la alineación que se realizó con el PROSECTUR 2020-2024.

## Dependencia o Entidad: *Secretaría de Turismo*



### 1.3.2 Determinación de los objetivos del programa

Tamaulipas tiene gran competencia de otros estados mejor posicionados a nivel nacional, por lo que se necesita trabajar en incrementar el flujo de turistas a los principales destinos del estado buscando romper con la estacionalidad que, como se ha dicho anteriormente, se concentra solo en los períodos vacacionales de semana santa y verano, principalmente.

Teniendo como base el árbol del problema, se pueden observar objetivos específicos en los cuales trabajar para lograr mejorar la forma y estructura en que se desarrolla el turismo en Tamaulipas. Es por ello que en este momento de la elaboración del presente documento, se observan los siguientes puntos a trabajar que se han identificado en el Plan Estatal de Desarrollo 2023-2028:

- Mejorar la promoción turística con un enfoque social.
- Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos y la instalación de empresas de servicios turísticos (sobre todo en comunidades receptoras de turismo de naturaleza).
- Aprovechamiento del capital natural y la infraestructura.
- Desarrollo sustentable de los destinos.
- Fomento al Turismo de Reuniones y de Salud

### Objetivos y metas del programa

Actualmente, Tamaulipas es reconocido regionalmente por el turismo de sol y playa (por sus 400 km de costa y los destinos más consolidados de Playa Miramar, Playa La Pesca, y Playa Bagdad), pero a nivel nacional el estado compite en este segmento con destinos que cuentan con una mayor infraestructura e inversión privada como son Cancún, Los Cabos, Puerto Vallarta, Acapulco, entre otros. Es por ello que es necesario diversificar la oferta promoviendo y dando a conocer otros segmentos como son Caza y Pesca Deportiva, Pueblos Mágicos, Turismo de Naturaleza, la industria de reuniones y el Turismo de Salud y aprovechar la riqueza cultural. De esta forma se podrá atraer turistas y visitantes a distintos puntos del estado, lo que en el mediano plazo beneficiaría en aumento de inversión y generación de empleos.

#### Objetivo General

Incrementar el número de visitantes nacionales e internacionales a Tamaulipas mediante el desarrollo de competencias en los prestadores de servicios turísticos, el desarrollo de experiencias turística que inviten a visitantes a extender su estadía en el estado y realizar la gestión necesaria para desarrollar infraestructura turística promoción efectiva con enfoque social, aprovechando el capital natural y la infraestructura, promoviendo una cultura de profesionalización para impulsar la creación de empresas turísticas, que eleve la competitividad a través de un desarrollo sustentable y equilibrado de los destinos turísticos del estado y que permita que las personas que laboran en el sector turístico, sus familias y los habitantes de comunidades que cuentan con capital natural y cultural con potencial turístico, se beneficien del incremento de la afluencia de turistas y visitantes.

#### Objetivos específicos

**Objetivo 1. Mejorar la promoción turística con enfoque social** (Imagen publicitaria assertiva en medios de comunicación dentro y fuera del estado).

Crear una imagen que refleje la calidez y la calidad de los destinos turísticos tamaulipecos y su gente. Para lograrlo, es necesario ir de la mano con la información estadística que puedan brindar las

dependencias involucradas en los operativos de seguridad, haciendo una sinergia de acciones que logren cambiar la percepción negativa que se tiene del estado. Además, es necesario crear campañas que promuevan al turismo social con la premisa de que **los tamaulipecos** (sobre todo los que están en vulnerabilidad económica) **tienen el derecho de viajar**. Las campañas deben enfocarse en dar conocer los diferentes destinos turísticos de Tamaulipas, su capital natural, histórico y cultural, así como las diferentes experiencias que se pueden vivir en el estado, buscando el posicionamiento a nivel nacional e internacional.

**Objetivo 2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos y la instalación de empresas de servicios turísticos** (sobre todo en comunidades receptoras de turismo de naturaleza).

Es importante dotar de infraestructura (sobre todo básica) y programas de profesionalización para incentivar el desarrollo de empresas y emprendedores del ramo turístico para mejorar la oferta en los destinos y generar inversiones que lleven a impulsar la economía y el empleo en el estado de una manera equilibrada.

Nuestras acciones deben estar encaminadas a crear las oportunidades y condiciones para que se motive la generación de empresas que brinden un servicio de calidad, un producto turístico innovador y ofrezcan el medio para visitar el destino como son: tour operadores, guías, hoteles, restaurantes, productores locales, etc.

Para ello, también se trabajará en coordinación con la Secretaría de Desarrollo Económico con el fin de promover de manera conjunta esquemas de financiamiento adecuados para el sector turístico, buscando concentrar esfuerzos en los destinos menos para un desarrollo equilibrado.

**Objetivo 3. Aprovechamiento del capital natural y la infraestructura** (Aprovechar los recursos naturales y edificados con que cuenta Tamaulipas)

Tamaulipas cuenta con un gran capital natural que no se ha aprovechado para convertir al estado en ícono de Turismo de Naturaleza. Es por ello que es importante desarrollar **infraestructura y servicios turísticos adecuados en regiones que cuentan con atractivos naturales y culturales que coadyuvan a detonar la economía local**.

Asimismo, existe una gran competencia entre los destinos turísticos de México para la atracción y organización de eventos que sean marco de promoción a nivel nacional e inclusive en algunos casos, a nivel internacional. Tamaulipas ofrece la infraestructura adecuada para la realización de todo tipo de eventos, desde congresos, reuniones, convenciones y para distintos segmentos del turismo.

**Objetivo 4. Desarrollo sustentable de los destinos** (Desarrollar de manera sustentable los destinos, productos y servicios turísticos de forma innovadora).

Desarrollar acciones para aprovechar el potencial turístico del estado ampliando los beneficios sociales y económicos de las comunidades receptoras a través de la creación de productos y servicios que contengan en su base la conservación del patrimonio natural, cultural y edificado así como el desarrollo sostenible de la comunidad o municipio donde se encuentren.

Es por eso que se deben dirigir acciones que permitan una mayor distribución de los beneficios del turismo, y que permitan al turista disfrutar Tamaulipas al tiempo que se motive el crecimiento sostenible de los destinos.

Para lograrlo, se establecerán mecanismos idóneos para crear productos y servicios que puedan ser ofertados de manera conjunta en el mercado nacional trabajando de la mano con expertos, inversionistas, emprendedores, comunidades y gobiernos municipales con el fin de dejar las bases de un **aprovechamiento sostenible de los destinos turísticos de Tamaulipas**.

**Objetivo 5. Fomento al Turismo de Reuniones y de Salud** (Incrementar la competitividad y el desarrollo del sector turístico de Tamaulipas)

Como ya se ha explicado, el Turismo de Reuniones coadyuva a regular la estacionalidad de la demanda y genera una derrama económica importante. Es por esta razón que se requiere promover las ventajas de la infraestructura existente para la realización de congreso, convenciones, ferias y exposiciones. **La contribución del turismo de reuniones es más constante y genera empleos más estables.**

Por otro lado, el Turismo de Salud presenta ventajas competitivas en Tamaulipas, tanto geográficas (370 km de frontera y 17 cruces fronterizos) como en precio y calidad de los servicios médicos. **El incremento en la llegada de pacientes internacionales a Matamoros, Reynosa, Nuevo Progreso y Nuevo Laredo benefician a toda la cadena que trabaja en la industria de la salud** (médicos, enfermeras, farmacias, hospitales, etc.).

Desarrollar de manera armónica cada uno de los elementos que comprende la actividad turística con el fin de posicionar a Tamaulipas dentro del ámbito nacional como un destino de calidad, confiable, atractivo y sustentable. La competitividad en el sector turístico va de la mano del desempeño productivo, las sinergias que esta actividad es capaz de crear, representan oportunidades únicas para el desarrollo regional, social y económico del estado.

Es necesario crear una estructura bien establecida que pueda consolidar las cadenas productivas alrededor de los proyectos turísticos que se generen, estableciendo un plan de trabajo que dirija la actividad turística de Tamaulipas hacia la consolidación del destino dentro del mercado nacional y que una vez llegado este punto, pueda mantenerse y crecer con el tiempo.

### 1.3.3 Aportación del programa a los objetivos de Planeación Superior

A continuación se establecen los objetivos y estrategias en la alineación superior, desde el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024, el Programa Sectorial de Turismo 2020-2024 y el Plan Estatal de Desarrollo 2023-2028.

#### Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024

**OBJETIVO 3.9** Posicionar a México como un destino turístico competitivo, de vanguardia, sostenible e incluyente.

**ESTRATEGIA 3.9.1** Desarrollar un modelo turístico con enfoque de derechos, accesibilidad, sostenibilidad e inclusión orientado a reducir las brechas de desigualdad entre comunidades y regiones.

**ESTRATEGIA 3.9.2** Fortalecer la competitividad de los productos turísticos y la integración de las cadenas de valor del sector.

**ESTRATEGIA 3.9.3** Impulsar acciones innovadoras de planeación integral, promoción, comercialización y diversificación de mercados y oferta turística.

**ESTRATEGIA 3.9.4** Implementar políticas de sostenibilidad y resiliencia de los recursos turísticos, enfocadas a su protección, conservación y ampliación.

#### Objetivos prioritarios del Programa Sectorial de Turismo 2020-2024

1. Garantizar un enfoque social y de respeto de los derechos humanos en la actividad turística del país.
2. Impulsar el desarrollo equilibrado de los destinos turísticos de México.
3. Fortalecer la diversificación de mercados turísticos en los ámbitos nacional e internacional.
4. Fomentar el turismo sostenible en el territorio nacional.

El turismo ocupa un lugar destacado en la agenda política del Estado de Tamaulipas. El **Plan de Desarrollo Estatal 2023-2028** establece los siguientes objetivos:

1. Impulsar el aprovechamiento del capital natural y la infraestructura turística y carretera del estado, para incrementar el número de excursionistas tamaulipecos con vulnerabilidad económica.
2. Incrementar el aprovechamiento de los destinos naturales y de la infraestructura turística en todas las regiones del estado, para atraer más turistas y generar fuentes de empleo en el sector.
3. Promover el desarrollo sostenible de destinos turísticos en cada región del estado, para incrementar la generación de empleos y la afluencia de visitantes nacionales e internacionales.

#### Objetivos estratégicos de la dependencia

En esta administración se trabajará en desarrollar el PROGRAMA SECTORIAL DE TURISMO para darle una mayor dirección y poder coordinar de manera efectiva los logros para el futuro del Turismo de Tamaulipas, además de lograr la actualización de la Ley de Turismo y la elaboración de su reglamento.

## 1.4 Cobertura

El turismo es un gran catalizador de la economía local, tanto por la generación de empleos como por el desarrollo de inversiones comerciales y de negocios en los destinos turísticos. El potencial del sector turístico para crear empleos es inmenso. A nivel mundial, se calcula que 1 de cada 10 puestos de trabajo están relacionados con la industria de viajes y turismo, no solo directamente sino también en sectores relacionados como la agricultura, el procesamiento de alimentos, la construcción, el transporte y las artesanías. Además, el turismo fomenta la inclusión social y crea incentivos para conservar los recursos naturales y culturales.

La Secretaría de Turismo de Tamaulipas toma en cuenta 6 segmentos turísticos distribuidos en 30 municipios. Dentro de la dependencia se han identificado en la siguiente tabla los municipios con los destinos más representativos, siendo estos no necesariamente los únicos, sino son los que actualmente cuenta con cierta oferta.

**Tabla 9. Municipios y sus segmentos turísticos.**

| SEGMENTO                | CANTIDAD | DESTINOS Y/O MUNICIPIOS   |
|-------------------------|----------|---|
| SOL Y PLAYA             | 6        | Playa Miramar, Ciudad Madero<br>Playa Tesoro, Altamira<br>Playa Barra del Tordo, Aldama<br>Playa La Pesca, Soto la Marina<br>Playa Carbonera, San Fernando<br>Playa Bagdad, Matamoros                                 |
| NATURALEZA              | 12       | Ocampo, Jaumave, Gómez Farías, Llera, El<br>Mante, Victoria, Güemez, Aldama, Miquihuana,<br>Palmillas, Bustamante, González   |
| PUEBLOS MÁGICOS         | 2        | Tula<br>Mier  |
| SALUD                   | 4        | Matamoros, Reynosa, Rio Bravo (Nuevo<br>Progreso), Nuevo Laredo   |
| NEGOCIOS Y CONVENCIONES | 5        | Ciudad Victoria, Tampico, Reynosa, Nuevo<br>Laredo, Matamoros   |
| CAZA Y PESCA DEPORTIVA  | 12       | Victoria, Padilla, Mante, Xicoténcatl,<br>Tampico, Ciudad Madero, Altamira, Mier,<br>Matamoros, Nuevo Laredo, Reynosa, Miguel<br>Alemán, Camargo, Guerrero, Aldama, Soto La<br>Marina, San Fernando, Jiménez, Abasolo |
| <b>6 SEGMENTOS</b>      |          | <b>30 MUNICIPIOS</b>  |

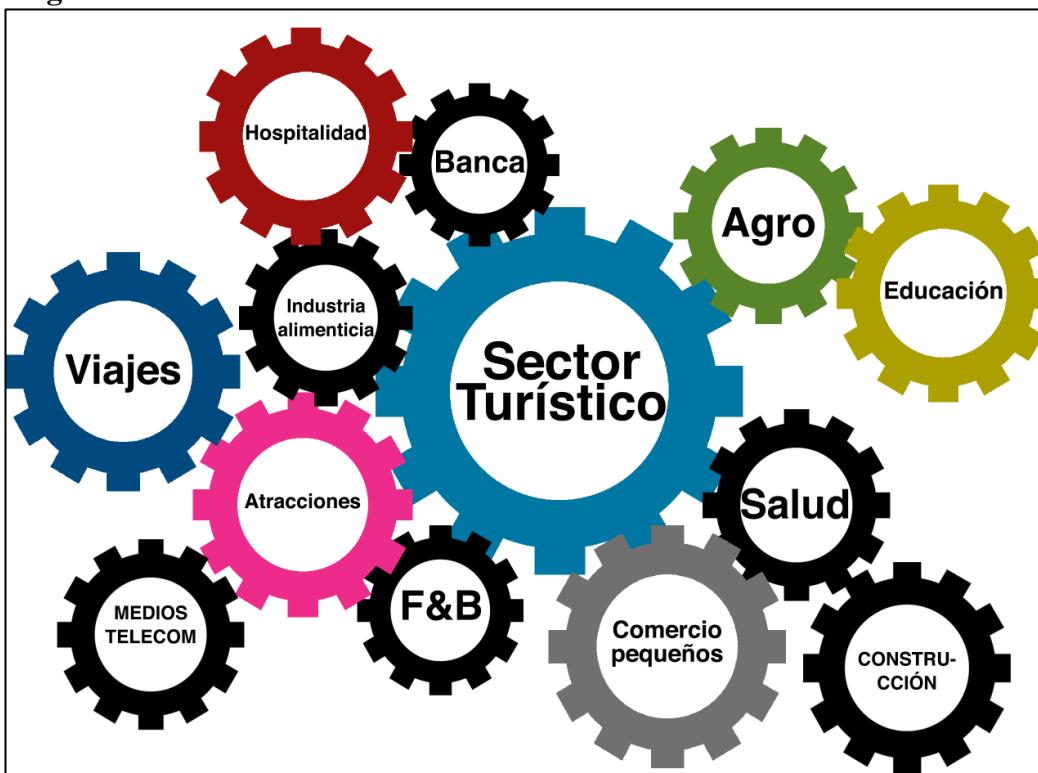
\* Tabla generada por la Secretaría de Turismo de Tamaulipas para efectos del presente documento.

#### 1.4.1 Identificación y caracterización de la población o área de enfoque potencial

El turismo es una actividad muy noble y que refiere el traslado de personas de un lugar a otro para realizar diversas actividades y el beneficio es el gasto que realizan en esta acción (gasolina, comida, hospedaje, pago a guías, tours, contratación de servicios, compra de artesanías, etc.) de manera directa. Sin embargo, la población potencial que se pudiera calcular tiene que ver con todas las personas que trabajan en aquellas actividades que de manera directa impactan en la cadena de valor del turismo.

Es por ello que cuantificar la población potencial resultaría muy complicado por la interacción que tiene el turismo con otras ramas de la economía como lo muestra el gráfico siguiente.

**Figura 5. El Turismo en el centro de diversos sectores.**



El área de enfoque sería el territorio de Tamaulipas

#### 1.4.2 Identificación y caracterización de la población o área de enfoque objetivo.

Se ha determinado que la población objetivo del programa sean aquellas personas que viven de manera directa del turismo en Tamaulipas, así como sus familias.

Estos se refieren a los empleados que reciben un ingreso por estar laborando en un establecimiento que se considera dentro del sector servicios en las actividades económicas antes señaladas. Para establecer el número de personas ocupadas en actividades de turismo, se utilizó el resultado del Cuarto Trimestre del 2022 de la Encuesta de Ocupación y Empleo (ENOE) del INEGI. Asimismo, a través del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) se identificó el número de empresas que ofrecen servicios turísticos.

|   |   |
|---|---|
| <b>Definición de la población o área de enfoque objetivo</b>              | (Personas Ocupadas en el Sector Terciario, Restaurantes y Servicios de Alojamiento determinadas por el ENOE y Propietarios de Establecimientos de Servicios Turísticos en el DENUE) |
| <b>Cuantificación de la población o área de enfoque objetivo</b>          | 474,876 personas (Ver 1.4.3)  |
| <b>Estimación de la población a atender en el primer año de operación</b> | El beneficio de la población objetivo depende del incremento de turistas y visitantes en los comparativos de afluencia de los periodos vacacionales.                                |

#### 1.4.3 Cuantificación de la población o área de enfoque objetivo.

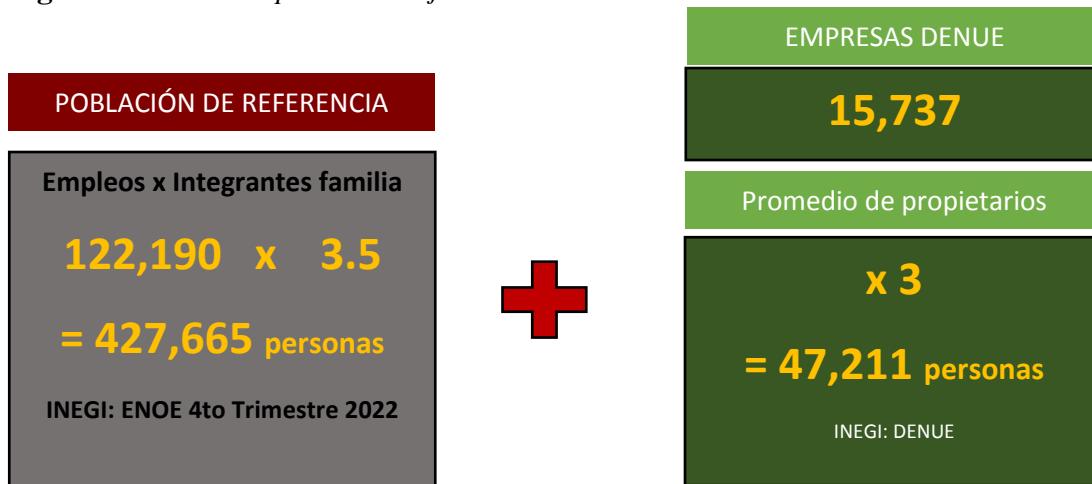
Para hacer un cálculo aproximado del número de personas que se benefician en el estado por la llegada de turistas y visitantes regionales se calcula de la siguiente forma:

Empleos en el Sector Terciario en las actividades de Restaurantes y Servicios de Alojamiento determinadas por la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo del INEGI, 4to Trimestre de 2022. Ese número de empleos se multiplica por 3.5 personas que integran la familia y ese resultado es el número de personas que directamente viven del turismo en cualquiera de sus expresiones.

A esto se le suma el número total de empresas identificadas en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE / INEGI) en los servicios de:

- Servicios de Alojamiento Temporal
- Servicios de Preparación de Alimentos y Bebidas
- Parques acuáticos y balnearios
- Museos, sitios históricos, zoológicos.

**Figura 6. Cálculo de población objetivo**



El total de la población potencial que se beneficiaría del programa P035 Conducción de la Política en Materia Turística es de 474,876 personas

#### **1.4.4 Frecuencia de actualización de la población potencial y objetivo.**

Actualmente la Secretaría se encuentra integrando a su plan de trabajo el lanzamiento del Sistema de Información de la Actividad Turística que podrá realizar análisis a partir de los indicadores estadísticos sobre el movimiento del sector en Tamaulipas. Se estima que este Sistema de Información pueda estar en funcionamiento a finales del 2023, por lo que la frecuencia de actualización de la población potencial y objetivo se programará de manera anual a partir del momento en que este nuevo órgano de la Secretaría de Turismo pueda generar análisis más precisos sobre la población beneficiada por la actividad turística, utilizando las fuentes oficiales de información como Empleos de Sector Turístico, Pasajeros en Aeropuertos de Tamaulipas, y número de turistas que visitan el estado.

### **1.5 Análisis de alternativas**

Haciendo referencia al documento elaborado por la OCDE “Estudio de Política Turística de México del 2016”<sup>1</sup>, donde menciona como principales desafíos en materia política turística la necesidad de adaptar el modelo de desarrollo turístico para hacerlo más incluyente, para fortalecer su gobernanza, incrementar apoyos a las micro y pequeñas empresas y vincular nuevos mercados y destinos. Los desafíos para Tamaulipas son muy similares y sus soluciones van vinculadas al mismo fin que plantea el documento de la OCDE: mejorar el desempeño turístico, la competitividad y la innovación.

#### **Hacia un destino más integrado, diversificado y equilibrado.**

Como se ha mencionado anteriormente, Tamaulipas cuenta con varios segmentos turísticos distribuidos por todo el estado, pero es el segmento de sol y playa el que actualmente es más conocido por los visitantes. Hay pocas iniciativas en materia de política turística que vayan vinculadas al desarrollo de los segmentos restantes y la implementación de segmentos nuevos. Para lograr este cambio, será necesario una revisión de las leyes en materia turística para poder implementar lineamientos que vayan dirigidos a mejorar los servicios y la calidad de los destinos para que puedan competir en el marco nacional, siguiendo las directrices de la nueva administración estatal sobre **el aprovechamiento del capital natural, el impulso al turismo social (derecho universal de viajar) y el desarrollo sustentable y equilibrado de los destinos de Tamaulipas.**

Dentro del segmento de naturaleza, se observa la necesidad de crear políticas que vayan dirigidas a la certificación de guías y sostenibilidad para el cuidado del medio ambiente y la integración de las comunidades receptoras, estableciendo los lineamientos que establecerán la guía para desarrollar el turismo en estas zonas, desde la infraestructura básica hasta la operación de los espacios.

Debido a la riqueza gastronómica tamaulipecana y lo poco desarrollado que se encuentra este elemento como producto turístico, será pertinente desarrollar políticas públicas para impulsar el patrimonio gastronómico, que vayan encaminadas a desarrollar, proteger y difundir el acervo cultural de la cocina tradicional existente en los municipios. Así como la integración de las cadenas productivas dentro de

<sup>1</sup>[https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW\\_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS\\_ESP.pdf](https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf) Publicado originalmente por la OCDE en inglés con el título Tourism Policy Review of Mexico © 2017 OECD 2017 Secretaría de Turismo de México para la edición en Español.

los circuitos turísticos desde el campo hasta la mesa, actuando de la mano con otras dependencias como las Secretarías de Desarrollo Rural y de Desarrollo Económico.

### **Desempeño del turismo en la economía en Tamaulipas**

Más del 50% del turismo en el estado se encuentra concentrado en la zona Sur, en su mayoría siendo carretero y, en un porcentaje menor, llegando por vía aérea. Un gran porcentaje de estos visitantes llega a casa de familiares y amigos durante sus vacaciones. Viendo este contexto, uno de los retos que se tienen para el turismo en el estado es el desarrollo de inversiones que en primer lugar motiven el crecimiento de otros destinos para que el desarrollo sea equilibrado y en segundo lugar, que impulsen la llegada de turistas nacionales e internacionales que busquen hospedarse en hoteles y generen una mayor derrama económica.

### **Mercados y consumidores**

El mercado turístico de Tamaulipas se encuentra actualmente movido por el turismo carretero procedente de los estados de Nuevo León, San Luis Potosí, Coahuila y Ciudad de México, que en su mayoría realizan un turismo individual motivado por el deseo de visitar a sus familiares y disfrutar del segmento de sol y playa. Durante el periodo del 2007 al 2010, el turismo de naturaleza o ecoturismo tuvo un gran crecimiento en Tamaulipas. En Gómez Farías, puerta de entrada a la Reserva de la Biosfera El Cielo, se construyeron varios hoteles y cabañas, por el incremento de visitantes y esa oportunidad generó inversiones privadas importantes.

Lamentablemente la coyuntura de inseguridad que se vivió entre los años 2010 y 2014 limitó la visita a los espacios naturales. Ahora la coyuntura reciente de COVID-19 y el encierro que se vivió durante varios meses, propició que la gente buscara lugares al aire libre, lo que permitió nuevamente un incremento en el número de visitantes a las áreas naturales.

Tamaulipas cuenta con un importante patrimonio natural y cultural que lo sitúa como un destino que ofrece una amplia gama de productos, pero actualmente existe una gran concentración de la oferta en la zona sur, siendo el destino donde se concentra más del 50% del turismo que llega al estado y el cual centraliza buena parte de los servicios turísticos. Este tipo de turismo aprovecha el segmento de sol y playa y la riqueza de la gastronomía.

Tendiendo como panorama lo anterior, en la secretaría se observa la necesidad de desarrollar el potencial que tienen los otros segmentos turísticos como: naturaleza y pueblos mágicos, diversificando la oferta y buscando equilibrar el desarrollo de manera sustentable.

Asimismo, se plantea **desarrollar al turismo social** por lo que se tendrán más viajes regionales para que los tamaulipecos conozcan su estado.

### MATRIZ DE ALTERNATIVAS

| Criterios de Valoración                      | Integración y actualización de datos estadísticos del sector turístico del Estado (por personal de la Secretaría) | Contratación de Empresa que desarrolle las estadísticas de turismo |
|--|---|--|
| Menor Costo de Implementación                | <b>5</b>  | <b>1</b>   |
| Menor tiempo para la obtención de resultados | <b>4</b>  | <b>3</b>   |
| Mayor capacidad institucional                | <b>5</b>  | <b>2</b>   |
| Mayor impacto institucional                  | <b>4</b>  | <b>4</b>   |
| Mejores resultados esperados                 | <b>5</b>  | <b>3</b>   |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>23</b>   | <b>13</b>  |

| Criterios de Valoración                      | Contratación de Agencia de Viajes que organice viajes de Turismo Social | Organización de viajes de turismo social en el estado de Tamaulipas (por personal de la Secretaría) |
|--|---|---|
| Menor Costo de Implementación                | <b>1</b>  | <b>5</b>  |
| Menor tiempo para la obtención de resultados | <b>5</b>  | <b>4</b>  |
| Mayor capacidad institucional                | <b>2</b>  | <b>5</b>  |
| Mayor impacto institucional                  | <b>2</b>  | <b>5</b>  |
| Mejores resultados esperados                 | <b>5</b>  | <b>3</b>  |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>15</b>   | <b>22</b>   |

| Criterios de Valoración                      | Capacitación de Prestadores de Servicios Turísticos, guías de turistas y funcionarios municipales de turismo. | Capacitación a distancia mediante plataformas especiales |
|--|---|--|
| Menor Costo de Implementación                | <b>4</b>  | <b>3</b>   |
| Menor tiempo para la obtención de resultados | <b>5</b>  | <b>4</b>   |
| Mayor capacidad institucional                | <b>5</b>  | <b>4</b>   |
| Mayor impacto institucional                  | <b>5</b>  | <b>3</b>   |
| Mejores resultados esperados                 | <b>5</b>  | <b>3</b>   |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>24</b>   | <b>17</b>  |

| Criterios de Valoración                      | Elaboración de rutas, circuitos y productos turísticos en el estado de Tamaulipas (por personal de la Secretaría) | Contratación de una empresa que establezca las rutas y elabore un plan de comercialización |
|--|---|--|
| Menor Costo de Implementación                | <b>4</b>  | <b>1</b>   |
| Menor tiempo para la obtención de resultados | <b>3</b>  | <b>4</b>   |
| Mayor capacidad institucional                | <b>4</b>  | <b>3</b>   |
| Mayor impacto institucional                  | <b>4</b>  | <b>3</b>   |
| Mejores resultados esperados                 | <b>4</b>  | <b>3</b>   |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>19</b>   | <b>14</b>  |

## 1.6 Diseño del programa nuevo o modificado

### 1.6.1 Modalidad del Programa

Según lo estipulado en la Clasificación Programática emitida por el Consejo Nacional de Armonización Contable (CONAC) con fundamento en los artículos 6, 7, 9, 41 y 46 fracción II, inciso b, de la Ley General de Contabilidad Gubernamental, así como las unidades responsables y las características de operación, el Programa de Conducción de la Política Pública en Materia Turística se encuentra dentro de los Programas Presupuestarios denominados Planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas P que tiene como características generales las actividades destinadas al desarrollo de programas y formulación públicas y sus estrategias, así como para diseñar la implantación y operación de los programas y dar seguimiento a su cumplimiento.

El programa P035 desarrolla y gestiona las políticas públicas que apoyan el desarrollo de la actividad turística en el estado para la atracción de visitantes y el desarrollo de productos. A continuación se describen los diferentes servicios otorgados por el programa.

|                             |  |                                   |   |
|-----------------------------|--|-----------------------------------|---|
| <b>Ramo/Sector:</b> Turismo |  |                                   |   |
| <b>Modalidad:</b>           | Planeación, seguimiento y evaluación de políticas públicas | <b>Denominación del programa:</b> | <b>P035</b><br>Conducción de la Política en Materia Turística |

### 1.6.2 Diseño del Programa.

A través del programa P035 se contratan programas de capacitación, profesionalización y certificación. También se realiza la inversión para el desarrollo de productos turísticos, la generación de estadísticas del sector y la promoción para la creación de empresas dentro del sector, particularmente en destinos rurales y de naturaleza, con el objetivo de equilibrar el desarrollo de la actividad turística en el estado. A continuación se describe la operatividad del programa.

### Unidades Administrativas Responsables (UR) del programa

| Clave UR | Nombre del área (UR)                                    | Funciones de cada UR respecto al programa propuesto o con cambios sustanciales   |
|----------|---|--|
| 3172000  | Subsecretaría de Infraestructura y Productos Turísticos | Desarrollar y contratar programas de capacitación, profesionalización y certificación; desarrollar productos turísticos y promover la creación de empresas turísticas; gestionar el desarrollo de infraestructura  |
| 3170100  | Dirección Administrativa                                | Gestión y seguimiento con la Secretaría de Finanzas para la ejecución del recurso para la capacitación, el desarrollo de rutas, circuitos y/o productos turísticos, la generación de encuestas y estadísticas y la gestión de infraestructura turística. |

#### 1.6.2.1 Previsiones para la integración y sistematización del padrón de beneficiarios.

Este apartado **no aplica** para el Programa “**P035 Conducción de la Política en Materia Turística**”. Se determina una población objetivo calculada mediante el número de personas que se benefician de manera directa de las actividades del sector turismo (las personas ocupadas en los establecimientos que ofrecen servicios en el ámbito turístico, es decir, que brindan un servicio de manera directa a turistas y visitantes).

Se pueden inferir que el beneficio del recurso que se invierte, se mide en términos del crecimiento de turistas y visitantes, ya que en la medida en que crezca el número de turistas nacionales e internacionales, así como de visitantes regionales, crece la derrama económica y en consecuencia el bienestar de las personas (y sus familias) que laboran en las empresas dentro de la cadena de valor del turismo.

### 1.6.2.2 Matriz de indicadores de resultados

| MIR 2024. P035 CONDUCCIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA |  |  |  |   |  |
|--|--|--|--|---|--|
| NIVEL  | RESUMEN NARRATIVO  | NOMBRE DEL INDICADOR   | FORMULA DEL INDICADOR  | MEDIOS DE VERIFICACIÓN  | SUPUESTOS  |
| Fin  | Contribuir al incremento de la derrama económica en el sector turístico del Estado, mediante el crecimiento y mejora de la oferta de productos y servicios turísticos. | Tasa de variación de la derrama económica turística estimada en el estado de Tamaulipas.       | ((Derrama económica turística estimada en el año actual/Derrama económica turística estimada el estado en el año anterior)-1)*100  | Reporte de Derrama Económica a partir de la Afluencia Turística Anual con información del Sistema Estatal para la Afluencia Turística y turistas en cuartos de hotel.   | Existe estabilidad económica, social, de salud, política y de seguridad en el estado de Tamaulipas.  |
| Propósito  | Los municipios con potencial turístico, incrementan la oferta de productos y servicios turísticos.   | Tasa de variación en la afluencia en los municipios con mayor oferta de productos y servicios. | ((Total de visitantes en los municipios con mayor oferta de productos turísticos del año actual/total de visitantes en los municipios con mayor oferta de productos turística del año anterior)-1)*100   | Reporte de Afluencia Turística del Sistema de Estatal para la Afluencia Turística de la Secretaría de Turismo elaborado por el Sistema de Información de la Actividad Turística con el análisis de los municipios con nueva oferta de productos y servicios turísticos. | Existe la estabilidad económica, social, de salud, política y de seguridad en el estado de Tamaulipas. Se cuenta con la disponibilidad presupuestal para ejercer acciones para desarrollar productos turísticos en los destinos de naturaleza y para su promoción.                           |
| Componente 1                                       | Personas en el sector turístico empleadas.   | Tasa de variación de personas empleadas en el sector turístico.                                | ((Total de personas empleadas en el sector turístico en el estado en el trimestre actual /Total de personas empleadas en el sector turístico en el estado en el mismo trimestre del año anterior)-1)*100 | Reporte trimestral de la Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENO) del INEGI del Sector Terciario.  | Existe la estabilidad económica, social, de salud, política y de seguridad en el estado de Tamaulipas. Se cuenta con la disponibilidad presupuestal para organizar viajes para personas con vulnerabilidad económica, generar estadísticas del sector y gestionar infraestructura turística. |
| Componente 2                                       | Personas y empresas certificadas y/o actualizadas.   | Porcentaje de cumplimiento de personas y empresas certificadas y/o actualizadas.               | (Total de personas y empresas certificadas y/o actualizadas del año actual /Total de personas y empresas certificadas y/o actualizadas del año anterior)*100   | Certificaciones entregadas Credenciales entregadas.   | Las empresas turísticas, y los guías turísticos tienen interés en certificarse y/o actualizarse. Se cuenta con la disponibilidad presupuestal para la certificación de empresas y personas.  |

|             |   |   |  |  |  |
|-------------|---|---|--|--|--|
| Actividad 1 | C1.A1. Integración y actualización de datos estadísticos del sector turístico del Estado.                                 | Porcentaje de avance de las acciones del Sistema de Información de la Actividad Turística.                          | (Total de actividades concluidas del Sistema de Información de la Actividad Turística/Total de actividades planificadas del Sistema de Información de la Actividad Turística)*100  | Reporte Mensual de Indicadores Turísticos.   | Las unidades económicas del sector y la población en general, se interesan en participar y cooperan con la entrega de información. Se generan estadísticas del sector turístico.   |
| Actividad 2 | C1. A2 Organización de viajes de turismo social en el estado de Tamaulipas.   | Porcentaje de cumplimiento en viajes de Turismo Social organizados.   | ((Total de viajes de Turismo Social realizados/ Total de viajes de Turismo Social programados)*100   | Reporte trimestral de viajes organizados.  | Existen las condiciones necesarias para que la gente viaje por Tamaulipas. Existe suficiencia presupuestal para realizar viajes para las personas con vulnerabilidad económica.  |
| Actividad 1 | C2. A1. Capacitación de Prestadores de Servicios Turísticos, guías de turistas y funcionarios municipales de turismo.     | Tasa de Variación de Prestadores de Servicios Turísticos, Guías de Turistas y funcionarios municipales capacitados. | ((Total de prestadores de servicios turísticos, guías de turistas y funcionarios municipales capacitados en el año)/ Total de prestadores de servicios turísticos, guías de turistas y funcionarios municipales capacitados en el año anterior)-1)*100 | Listas de asistencia a los cursos de capacitación; diplomas generados y entregados; memorias de las capacitaciones del año anterior y evidencia fotográfica de los cursos. | Los empresarios del Sector Turístico y los guías de Turistas del Estado atienden los programas de capacitación. Se cuenta con la disponibilidad presupuestal para el desarrollo del programa de capacitación y profesionalización y para la contratación de los cursos de capacitación.. |
| Actividad 2 | C2. A2. Desarrollo de acciones para la elaboración de rutas, circuitos y productos turísticos en el estado de Tamaulipas. | Porcentaje de cumplimiento de circuitos y productos turísticos desarrollados en el estado de Tamaulipas.            | (Total de circuitos, rutas y/o productos integrados a la oferta/ Total de circuitos, rutas y/o productos de oferta turística diseñados)*100  | Plan de promoción de circuitos de oferta turística elaborado por la Dirección de Desarrollo e Infraestructura Turística de manera semestral                                | Existe la suficiencia presupuestaria para realizar las acciones para desarrollar rutas, circuitos y/o productos turísticos.  |

## Estimación de metas en el año de operación del programa para los indicadores definidos en la MIR

| Nivel          | Nombre del indicador  | Meta estimada |
|----------------|---|---------------|
| Fin            | Tasa de variación de la derrama económica turística estimada en el estado de Tamaulipas.                            | +3%           |
| Propósito      | Tasa de variación en la afluencia en los municipios con mayor oferta de productos y servicios.                      | +3%           |
| Componente 1   | Tasa de variación de personas empleadas en el sector turístico.   | +3%           |
| Componente 2   | Porcentaje de cumplimiento de personas y empresas certificadas y/o actualizadas.                                    | +90%          |
| Actividad 1 C1 | Porcentaje de avance de las acciones del Sistema de Información de la Actividad Turística.                          | 100%          |
| Actividad 2 C1 | Porcentaje de cumplimiento en viajes de Turismo Social organizados.   | 70%           |
| Actividad 1 C2 | Tasa de Variación de Prestadores de Servicios Turísticos, Guías de Turistas y funcionarios municipales capacitados. | +10%          |
| Actividad 2 C2 | Porcentaje de cumplimiento de circuitos y productos turísticos desarrollados en el estado de Tamaulipas.            | 70%           |

## 1.7 Análisis de similitudes y complementariedades

Antes del 2018, los gobiernos estatales podían empatar recursos con el convenio de Coordinación para el otorgamiento de un subsidio que, en el marco del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos, celebraban la Secretaría de Turismo y el Estado de Tamaulipas, para concurrir en recursos y desarrollar infraestructura turística y capacitación. Sin embargo, a partir del 2019 ya no existe este subsidio, por lo que se tiene que trabajar con el recurso estatal. Ahora bien, en el estado no se tiene un programa similar o que pueda complementar la labor para la gestión de las políticas públicas en materia turística por lo que este punto no aplica para este diagnóstico.

## 1.8 Presupuesto.

### Programa P035 Conducción de la Política Turística 2024

Se muestra la estructura programática obtenida del SAP para el ejercicio 2024.

| PARTIDA                              | COMPROMETIDO         |
|--------------------------------------|----------------------|
| <b>** FONDO/CEGE/AF/PROG/PARTIDA</b> | <b>36,245,434.10</b> |
| * 11301 SUELDO SINDICALIZADO         | 1,173,272.00         |
| * 11302 SUELDO CONFIANZA             | 888,301.26           |
| * 12203 SUELDO P EXTRAORD            | 604,622.10           |
| * 12210 SUELDOS PERS CONTRAT         | 30,400.00            |
| * 13201 PRIMA VAC BUROCRATA          | 110,819.92           |
| * 13204 AGUINALDO BUROCRATA          | 526,031.14           |
| * 13207 BONO VACACIONAL              | 46,176.00            |
| * 13403 SERVICIOS AL PERSONAL        | 16,843,874.00        |
| * 14101 APORT ISSSTE BUROCRA         | 53,914.02            |
| * 14104 SER MED HOSPITAL GEN         | 228,151.13           |
| * 14302 AP P SEG RETIRO PE B         | 23,203.74            |
| * 14305 APORT PENS BUROCRATA         | 579,887.47           |
| * 15101 FONDO AHORRO RETIRO          | 18,317.25            |
| * 15401 QUINQUENIO                   | 270,550.00           |
| * 15403 CANASTA BASICA               | 695,162.00           |
| * 15407 BONO ANIVERSARIO             | 44,988.00            |
| * 15408 BONO TRANSPORTE              | 171,000.00           |
| * 15410 BONO DE UTILES ESCOLARES     | 23,802.00            |
| * 15411 BONO DEL DIA DEL NIÑO        | 8,716.00             |
| * 15412 BONO DEL DIA DE LA MADRE     | 25,900.00            |
| * 15413 BONO DEL DIA DEL PADRE       | 12,945.00            |
| * 15501 CAPACITACION Y BECAS         | 362,740.00           |
| * 15908 ISR CRGO DEL TRAB BU         | 3,960,793.38         |
| * 17104 ESTIMULO AL PERSONAL         | 106,377.11           |

|         |                          |              |
|---------|--------------------------|--------------|
| * 17105 | BONO ACADEMICO           | 44,250.00    |
| * 17106 | PREMIO ANTIGÜEDAD        | 40,000.00    |
| * 21101 | PAP Y UTILES ESCRIT      | 27,144.71    |
| * 21102 | MAT Y ART DE APOYO       | 188.73       |
| * 21103 | EQUIPO MENOR             | 889.00       |
| * 21502 | ARTICULOS PROMOCIONALES  | 169,858.11   |
| * 21601 | MAT DE LIMPIEZA          | 10,091.01    |
| * 22101 | ALIMENTACION DE PERSONAS | 9,529.49     |
| * 24601 | MATERIAL ELECTRICO       | 209.91       |
| * 24901 | OTR MAT CONSTRUCCION     | 387.22       |
| * 25601 | FIBRAS SINTETICAS        | 243.49       |
| * 26101 | COMBUSTIBLES             | 3,705,097.40 |
| * 26102 | LUBRICANTES Y ADITIVOS   | 55,086.11    |
| * 29201 | REFACCIONES DE EDIF      | 999.98       |
| * 29601 | REF EQ TRANSPORTE        | 1,126,134.13 |
| * 29602 | LLANTAS                  | 297,611.41   |
| * 31101 | ENERGIA ELECTRICA        | 17,526.00    |
| * 31401 | SERVICIO TELEFONICO      | 6,587.92     |
| * 31601 | TELECOMUNICACIONES       | 47,426.24    |
| * 31701 | CONDUCCION SEÑALES       | 66,816.00    |
| * 31802 | SERV.MENSAJ.Y PAQUET     | 2,521.15     |
| * 32301 | ARRENDA EQ. FOTOCOPI     | 327,263.38   |
| * 32501 | ARRENDA VEHICULOS        | 967,550.36   |
| * 33901 | SERV PROFESIONALES       | 163,560.00   |
| * 35201 | MTO Y CONS EQ OFICIN     | 999.90       |
| * 35501 | MTO Y REP VEHICULOS      | 406,455.53   |
| * 37501 | VIATICOS NACIONALES      | 197,731.05   |
| * 37902 | HOSPEDAJE                | 21,000.00    |
| * 38102 | ATENCION A VISITANTES    | 116,638.84   |
| * 38201 | GTOS ORDEN SOCIAL        | 282,260.48   |
| * 38502 | TRANSPORTACION           | 63,128.91    |
| * 38503 | HOSPEDAJE                | 89,231.37    |
| * 38504 | ALIMENTACION             | 98,897.23    |
| * 39201 | OTROS IMP Y DERECHOS     | 32,633.00    |
| * 39202 | REINTEGRO DE IMPUESTOS   | 3,074.00     |
| * 39807 | IMPUESTOS NOMINA 3%      | 753,923.12   |
| * 44101 | SUBSIDIO Y APOYO         | 3,795.00     |
| * 44104 | AY SOC PERS P/ALIMEN     | 39,175.00    |
| * 44105 | AY SOC PERS P/HOSPED     | 24,480.00    |

|                           |                                      |             |
|---------------------------|--------------------------------------|-------------|
| * 44106                   | AY SOC PERS P/TRANSP                 | 271,990.80  |
| * NO_PRESUP               | NO PRESUPUESTAL                      | 28,900.60-  |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 18,843.66-  |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 10,056.94-  |
| * REINTEGROS_ADMIN        | REINTEGROS ADMINISTR                 | 18,843.66   |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 18,843.66   |
| * RET_APORT_CAET_BURO     | APORTAC.CAET-BUROCRATAS              | 66,500.00   |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 66,500.00   |
| * RET_ASEGUR_HIDALGO_BURO | ASEG HIDALGO BUROCR                  | 25,204.50   |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 25,204.50   |
| * RET_AYUDPOST_BURO       | AYUDA POSTUMA BUROCRATA              | 3,210.00    |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 138.00-     |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 3,348.00    |
| * RET_BUDDHA7_BURO        | RET BUDDHA7 BUROCRATA                | 6,884.82    |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 6,884.82    |
| * RET_CENTRO_REC_BURO     | CTRO RECREATIVO BUR                  | 435.00      |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 105.00-     |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 540.00      |
| * RET_CREDIAPOYO_BUR      | RET_CREDIAPOYO_BUR                   | 6,103.44-   |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 6,103.44-   |
| * RET_DIRECTOD            | RET_DIRECTODO_ESTA                   | 6,300.00    |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 6,300.00    |
| * RET_ELECTRO_BURO        | ELECTRODOM.BUROCRATA                 | 3,500.00-   |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 3,500.00-   |
| * RET_FAMSAMEX            | FAMSA MEXICO S.A. DE C.V.            | 4,196.64-   |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 4,196.64-   |
| * RET_HOSPT_GRAL_BURO     | HOSP.GRAL BUROCRATAS                 | 30,054.08   |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 12,555.88-  |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 42,609.96   |
| * RET_ISPT_BUR            | ISPT NOM.BUROCRATA                   | 433,322.89- |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 292,373.76- |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 69,684.52-  |
| 3170002                   | SECRETARIA PARTICULAR                | 18,822.47-  |
| 3170100                   | SECRETARÍA TÉCNICA                   | 23,235.43-  |
| 3171004                   | DIRECCIÓN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS | 29,206.71-  |
| * RET_ISR                 | I.S.R.                               | 117,350.22- |
| 3170000                   | SECRETARIA DE TURISMO                | 117,350.22- |
| * RET_ISR_RESICO          | RET_ISR_RESICO                       | 92.41-      |
| 3170001                   | DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA             | 92.41-      |

|                                  |                           |            |
|----------------------------------|---------------------------|------------|
| * RET_ISSSTE_BURO                | 3% I.S.S.S.T.E. BUROCRATA | 12,522.72  |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 6,270.00-  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 18,792.72  |
| * RET_MUEB_VILLARREAL_BURO       | MUE.VILLARREAL BUROC      | 16,262.00  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 16,262.00  |
| * RET_NOMINA_APOYO_SA_C          | NOMINA APOYO SA C         | 8,344.00   |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 8,344.00   |
| * RET_PENS_PREST_BURO            | PENS.6% Y PREST BURO      | 119,141.48 |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 46,054.96- |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 165,196.44 |
| * RET_PRESTESPEC_BURO            | PREST ESPECIAL BUROC      | 127,017.44 |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 3,305.54-  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 130,322.98 |
| * RET_PREST_CP_BURO              | PREST CTO PLAZO BURO      | 50,137.38  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 50,137.38  |
| * RET_PREST_LIQ_BUR              | RET PREST LIQUID BUR      | 21,814.74  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 21,814.74  |
| * RET_PUBLISEG_BURO              | PUBLISEG SA BUROCR        | 2,714.80   |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 2,714.80   |
| * RET_SEGRET_BURO                | SEG DE RETIRO BUROCR      | 4,205.38   |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 1,590.02-  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 5,795.40   |
| * RET_SUTSPET_BURO               | S.U.T.S.P.E.T. BUROCRATA  | 9,336.41   |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 430.57-    |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 9,766.98   |
| * RET_UNICREDIX_BUROC            | RET_UNICREDIX_BUROC       | 595.95     |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 595.95     |
| * RET_VIGUA_SERV_PATRIM_BU       | RET_VIGUA_SERV_PATRIM_BUR | 7,046.44   |
| 3170000 SECRETARIA DE TURISMO    |                           | 1,582.60-  |
| 3170001 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA |                           | 8,629.04   |

### Fuente u origen de los recursos

Para el 2023 la fuente de los recursos se estima en lo siguiente:

| <b>Fuente de Recursos</b> | <b>Porcentaje respecto al presupuesto estimado</b> |
|---------------------------|--|
| Fondos federales          | 0  |
| Programas federales       | 0  |
| Convenios                 | 0  |
| Recurso estatal           | 100  |
| Ingresos propios          | 0  |
| Otros (especificar)       | 0  |
| <b>Total</b>              | <b>100%</b>  |

## Referencias

- INEGI. *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). Indicadores estratégicos. Sector Terciario: Restaurantes y servicios de alojamiento, Trimestres I, II, III y IV 2015-2022).*
- *Sistema Estatal para la Afluencia Turística, Gobierno de Tamaulipas.*
- *Empleo Formal Diciembre 2020-Diciembre 2022 IMSS.*
- *Aeropuertos y Servicios Auxiliares.* <https://www.gob.mx/asa>
- *Grupo Aeroportuario Centro-Norte (OMA)*  
<https://www.oma.aero/es/pasajeros/tampico/index.php>
- *Programa Sectorial 2020-2024* <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/mensaje-del-secretario-programa-sectorial-de-turismo-2020-2024>
- *Reporte de Competitividad Viajes y Turismo* <https://es.weforum.org/reports/>
- *Plan Nacional de Desarrollo* <https://www.gob.mx/cenace/acciones-y-programas/plan-nacional-de-desarrollo-2019-2024-195029>
- *DENUE* <https://www.inegi.org.mx/app/mapa/denue/default.aspx>
- [https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW\\_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS\\_ESP.pdf](https://www.oecd.org/industry/tourism/MEXICO%20TOURISM%20POLICY%20REVIEW_EXEC%20SUMM%20ASSESSMENT%20AND%20RECOMMENDATIONS_ESP.pdf) Publicado originalmente por la OCDE en inglés con el título *Tourism Policy Review of Mexico © 2017 OECD 2017 Secretaría de Turismo de México para la edición en Español.*