2013

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

TAMPICO - MADERO
TAMAULIPAS

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

FONATUR
MÉXICO UN GRAN DESTINO

México
Consejo de Promoción Turística

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA de TAMAULIPAS

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD
DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

TAMPICO - MADERO

TAMAULIPAS

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA de TAMAULIPAS

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

DIRECTORIO

SECRETARÍA DE TURISMO FEDERAL

MTRA. CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo

C. P. Carlos Manuel Joaquín González
Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico

Lic. José Salvador Sánchez Estrada
Subsecretario de Planeación

Lic. Francisco Maass Peña
Subsecretario de Calidad y Regulación

Mtro. Octavio Mena Alarcón
Oficial Mayor

FONDO NACIONAL DE FOMENTO AL TURISMO

LIC. HÉCTOR MARTÍN GÓMEZ BARRAZA
Director General

CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE MÉXICO

LIC. RODOLFO LÓPEZ NEGRETE COPPEL
Director General

DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS

ING. EGIDIO TORRE CANTÚ
Gobernador Constitucional del Estado de Tamaulipas

C.P. Mónica González García
Secretaria de Desarrollo Económico y Turismo del Estado de Tamaulipas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

ENRIQUE ETIENNE PÉREZ DEL RÍO
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

Dr. Rogelio Cogco Calderón
Director General del Proyecto

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

PRESENTACIÓN

La prioridad del Presidente Enrique Peña Nieto ha sido emprender reformas transformadoras en los diferentes ámbitos de la vida nacional para que México sea un país en paz, incluyente, con educación de calidad, próspero y con responsabilidad global.

La Política Nacional Turística tiene como objeto convertir al turismo en motor de desarrollo. Por ello trabajamos en torno a cuatro grandes directrices: ordenamiento y transformación sectorial; innovación y competitividad; fomento y promoción; y sustentabilidad y beneficio social para promover un mayor flujo de turistas y fomentar la atracción de inversiones que generen empleos y procuren el desarrollo regional y comunitario.

Para ello, el Presidente de la República instruyó trabajar en la construcción de Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Prioritarios. Las 44 Agendas desarrolladas tienen por objeto establecer un plan de acción que impulse la innovación de la oferta turística y aumente la competitividad del sector en cada una de las localidades.

Para su elaboración, la Secretaría de Turismo desarrolló una metodología uniforme y convocó a los Gobiernos de las Entidades Federativas, para, con la colaboración de 33 Instituciones de Educación Superior y la participación de cerca de 600 académicos e investigadores, autoridades municipales y los actores involucrados en el sector, desarrollar un instrumento evaluador de situaciones y generador de respuestas concretas a los lineamientos y estrategias contenidos en la Política Nacional Turística y planteados en el Plan Nacional de Desarrollo.

Las Agendas de Competitividad, nos permitirán:

- Determinar la situación actual del sector turístico en los destinos seleccionados.
- Diseñar una agenda con propuestas basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes que respondan a la problemática particular de cada destino.
- Generar un Tablero de Control de Competitividad para Destinos Turísticos (TCCDT) que permita evaluar avances y contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.
- Contar con una cartera de proyectos viables para ser financiados mediante los Convenios de Subsidios o apoyados con esquemas financieros alternos.

En la Secretaría de Turismo del Gobierno de la República estamos comprometidos con el desarrollo y transformación de México, por lo que continuaremos trabajando para lograrlo. La entrega de estas Agendas de Competitividad así lo demuestra. Constituyen una oportunidad para abrir nuevos horizontes en el devenir del desarrollo turístico nacional y elevar la competitividad del sector. Representan un nuevo esquema de vinculación con la sociedad en la que participaron los diferentes agentes y actores que conforman el sector. En este sentido, las Agendas inauguran múltiples sendas propicias para el desarrollo económico sustentable y sostenible del país.

CLAUDIA RUIZ MASSIEU
Secretaria de Turismo
México, D.F., febrero de 2014

SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

INTRODUCCIÓN

La competitividad se define, según el Diccionario Oxford de Economía, como "la capacidad para competir en los mercados de bienes o servicios". A lo largo de los últimos 20 años se ha agudizado la discusión sobre la sana pertinencia o la obsesión peligrosa[1] de su uso, para fines de analizar el comportamiento y evolución de los entramados productivos que rigen el destino de países y actividades económicas.

No obstante los debates académicos, el uso del término forma parte del lenguaje cotidiano utilizado por investigadores, funcionarios, académicos y demás interesados en impulsar políticas públicas que sirvan para mejorar las condiciones de la población de los diferentes países, estados y sectores.

La actividad turística no es la excepción; por ese motivo a lo largo de los últimos años, se ha generado importante bibliografía que da cuenta de los intentos por que ésta actividad alcance niveles de excelencia, que le permita posicionarse en los primeros lugares de los catálogos de competitividad, ya sea entre naciones, estados, municipios, localidades o destinos, e incluso a nivel empresas.

LAS AGENDAS DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO

- El Presidente de la República anunció en Nayarit el 13 de febrero de 2013, las directrices de la nueva Política Nacional Turística.
- Como parte de las acciones definidas en el PND, se encuentra la construcción de las "Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos (ACDT)" del país, con el propósito de diagnosticar su situación y de emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los demás actores del propio destino.
- Para el desarrollo de los trabajos se ha elaborado una metodología uniforme para construir las ACDT. Un elemento estratégico ha sido el liderazgo de SECTUR y el involucramiento de los Gobiernos Estatales y autoridades locales, así como de la participación de 33 Instituciones de Educación Superior, y de más de 600 académicos e investigadores, para asegurar la calidad de las investigaciones.
- Los destinos seleccionados incorporan los principales receptores de turistas internacionales y nacionales, los CIP´s de FONATUR y las Ciudades Patrimonio. Esta selección agrupa a los siguientes destinos:

1 P. Krugman, "Competitiveness: A Dangerous Obsession", Foreign Affairs, vol. 73, núm. 2, 1994, pp. 28-44

DESTINOS TURÍSTICOS

1. Acapulco
2. Aguascalientes
3. Ciudad Juárez
4. Campeche
5. Cancún
6. Chalma
7. Ciudad de México
8. Cozumel
9. Cuernavaca
10. Durango
11. Ensenada
12. Guadalajara
13. Guanajuato
14. Hermosillo
15. Huatulco
16. Ixtapa - Zihuatanejo
17. Ixtapan de la Sal
18. León
19. Los Cabos
20. Manzanillo
21. Mazatlán
22. Mérida
23. Morelia
24. Monterrey
25. Riviera Nayarit
26. Oaxaca
27. Pachuca
28. Puebla
29. Puerto Vallarta
30. Querétaro
31. Riviera Maya
32. San Juan de Los Lagos
33. San Luis Potosí
34. San Miguel de Allende
35. Tampico - Madero
36. Tijuana
37. Tlacotalpan
38. Tlaxcala
39. Torreón
40. Tuxtla Gutiérrez
41. Veracruz - Boca del Río
42. Villahermosa
43. Xalapa
44. Zacatecas

El propósito de focalizar los esfuerzos analíticos y de políticas públicas, en polígonos de actuación específicos, ha sido el poder identificar soluciones prácticas e impactos visibles entre los diferentes actores, que son protagonistas de la denominada industria de la hospitalidad.

Con el fín de conocer los alcances y recomendaciones derivadas de las investigaciones realizadas, se ha desarrollado para cada Agenda un resumen ejecutivo, que tiene como finalidad presentar de manera sintética, los principales resultados de los trabajos, partiendo del diagnóstico de cada destino y de las agendas construidas, considerando las principales propuestas y los proyectos de inversión identificados, con los que se busca mejorar significativamente la competitividad de las localidades y regiones que considera.

La elaboración de 44 Agendas de Competitividad, permitió confirmar la hipótesis planteada al inicio de los trabajos, que identificaba el problema de los principales destinos turísticos del país, como oferentes de productos turísticos que enfrentan severas reticencias para generar un valor agregado creciente, es decir, se observó en la mayoría de los casos, un estancamiento en la producción de riqueza, que favorezca y mejore sustantivamente el bienestar de la población local y las condiciones de rentabilidad de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

En ese sentido, más que avanzar en profundizar en un índice de competitividad que permitiera cuantificar con precisión las brechas existentes entre los destinos y los estados, no obstante que los interesados en el tema encontrarán material para elaborar ejercicios de este tipo, nos dimos a la tarea de identificar en cada destino seleccionado, las claves que permitan revertir las problemáticas y obstáculos encontrados, para liberar la capacidad creativa y la innovación que asegure capitalizar las ventajas comparativas; o dicho de otra manera, para aprovechar con bases sustentables, la extraordinaria dotación de recursos naturales, culturales y vivenciales disponibles a lo largo y ancho del territorio nacional.

En este tenor, se optó por orientar el esfuerzo de investigación aplicada, hacia la solución de estas restricciones que afectan frontalmente el desarrollo de los municipios, de los estados y de las regiones del país. Con esta línea de investigación, se encaminaron los trabajos y recomendaciones, a recuperar el concepto de competitividad.

¿QUÉ ENSEÑANZAS NOS DEJAN LAS ACDT?

- Se logró un esquema de trabajo novedoso, que generó la coordinación efectiva entre los tres niveles de gobierno, lo que detona enseñanzas y lecciones de gran utilidad para actuar localmente e impactar en el ámbito nacional.

- La academia y en especial la Instituciones Locales de Educación Superior, están ávidas de interactuar con los responsables de las políticas públicas y tiene un creciente interés por proponer soluciones a los problemas que aqueja su entorno inmediato.

- Se diseñó una metodología que sirvió como marco conceptual de los trabajos de los investigadores y estudiosos participantes, misma que partió de la premisa de trascender el diagnóstico y propuso para cada problemática identificada iniciativas o proyectos de solución.

- Cada destino cuenta con un portafolio de proyectos de inversión, que más allá del número total obtenido, garantiza que el análisis técnico que se les practicó se apega a una evaluación alineada con los objetivos y alcances del proyecto.

¿QUÉ HALLAZGOS OFRECEN LAS AGENDAS?

- Un inventario rico en contenido de políticas, programas y acciones que se practican en los destinos turísticos de la República Mexicana, así como su valoración y recomendaciones de mejora dependiendo la latitud donde se aplique. Por lo que el lector de los trabajos completos y en los resúmenes ejecutivos, podrá encontrar un acervo abundante e interesante sobre la problemática y recomendaciones por destino seleccionado.

- Se plasma la evidencia de que, casos exitosos en una demarcación, no necesariamente tienen viabilidad para su instrumentación en otras latitudes, al mismo tiempo qué estrategias locales son pertinentes para una instrumentación de corte nacional.

- Se demuestra cómo las políticas de fomento para el sector tienen su aterrizaje en la localidad, y si esto no se contempla al momento de su diseño, están condenadas al fracaso, lo que obliga a colocar la problemática municipal en el centro de la competitividad de las ciudades, destinos o puertos turísticos.

- Un destino sin planeación urbana, es un destino sin futuro próspero, la evidencia de los trabajos de muchos destinos en la materia, amerita un reconocimiento de los casos exitosos, así como las áreas de oportunidad para mejorar la actuación de las autoridades.

- La necesidad de impulsar destinos turísticos integralmente seguros que garanticen la integridad física y patrimonial de los paseantes es indispensable, como más de una ACDT da cuenta, por lo cual se percibió la necesidad de seguir trabajando en esquemas que regresen la confianza del turista, y en los que la experiencia de su visita será plenamente satisfactoria.

- Uno de los grandes temas pendientes radica en la calidad y mejora regulatoria que se tiene en los destinos, existiendo la evidencia de ser factores que han contraído la inversión en diferentes productos turísticos; se encontró desde falta de alineación entre las leyes relacionadas, así como mecanismos de sobre regulación que requieren el concurso decidido de todos los involucrados.

- Las propuestas que se tienen para aprovechar las tecnologías de la información y comunicación, revelan la gran brecha digital que todavía se tiene en esquemas de información turística, así como en las estrategias de promoción local.

- Los investigadores y académicos locales en general, no han encontrado los mecanismos precisos para generar proyectos e iniciativas aplicadas, que redunden en beneficios específicos para este sector.

- Los temas ambientales son tratados con diferentes niveles de detalle, aportándose reflexiones, soluciones, evidencia de afectaciones y casos de éxito en materia de conservación y aprovechamiento sustentable de los recursos. Igualmente, se plantean alternativas que enfoques como la economía verde pueden traer aparejados.

- Los temas de promoción son intrínsecos de la actividad turística y evidenciaron, en algunos casos, que la canalización de recursos públicos en lo local, rebasa significativamente a los recursos que se canalizan al producto turístico en sí, resaltando la necesidad de demostrar claramente los beneficios netos de algunas de estas prácticas.

- Por su parte se observaron carencias en materia de evaluación y seguimiento de las estrategias y acciones turísticas, así como los impactos que estas iniciativas tienen en temas, como el de la competitividad, entre otros.

- En materia de esquemas de comercialización, se observó que la mayor parte de los destinos y productos turísticos, se empaquetan o integran para su venta desde una perspectiva tradicional, donde los esquemas de precios son los que privan por encima de alternativas basadas en la innovación y generación de nuevas alternativas. Muchas de las respuestas que ofrecen las agendas, apuntan en el sentido de impulsar un modelo de comercialización basado en la generación de valor agregado, es decir mayor riqueza para las localidades y el país.

En suma podemos decir que el ejercicio de las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos, ofrece múltiples respuestas a quienes se acerquen a conocer las problemáticas locales, pero más importante aún, son las iniciativas para corregir y actuar en la solución de los problemas que aquejan a nuestros destinos, desde los más generales, hasta los más puntuales y detallados.

Con este propósito se presentan estos ejercicios, con la confianza de que millones de personas que trabajan diariamente en y por el turismo, encuentren rutas para cristalizar el sueño de un mejor turismo que beneficie a todos.

ÍNDICE Pág.

Parte 1 DIAGNÓSTICO DEL DESTINO
PRÓLOGO 1
RESUMEN EJECUTIVO 3
OBJETIVO DEL ESTUDIO 14

Capítulo I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL 15
I Perfil socioeconómico 15
a) Localización 15
b) Población 16
c) Recursos naturales 18
d) Infraestructura 19
e) Actividades económicas 21
II Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos. 24
a) Oferta disponible para Turismo de sol y playa 24
b) Oferta disponible para turismo urbano 25
c) Oferta disponible para turismo de reuniones 27
d) Oferta disponible para turismo de aventura 27
e) Oferta disponible para otros tipos de turismo 32
III Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje. 34
a) Oferta de cuartos, categoría, ubicación 34
b) Oferta de hospedaje en la zona de influencia 36
c) Identificación de problemáticas de la oferta de hospedaje 37
IV Especificación de la oferta complementaria. 40
a) Oferta gastronómica 40
b) Agencias de viajes receptivas 42
c) Oficinas de información 43
d) Guías turísticos 44
e) Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.) 44
f) Servicios de transporte turístico 45
g) Artesanías 45
h) Espectáculos nocturnos 46
i) Reporte de entrevistas a profundidad 47
V El Factor Humano. 51
a) Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas 51
b) Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo. 52
c) Identificación de problemáticas del factor humano 56
VI. Marco institucional, normativo y asociativo. 57
a) Leyes que inciden en el desarrollo del destino 57
b) Identificación de problemáticas del marco institucional, normativo y asociativo 58

VII. Accesibilidad y movilidad. 74
a) Acceso terrestre *74*
b) Acceso aéreo *75*
c) Acceso marítimo *78*
d) Movilidad dentro del destino *78*
e) Identificación de problemáticas de la accesibilidad y movilidad *79*
VIII. Infraestructura básica 82
a) Sistemas de Transporte *82*
b) Comunicaciones *91*
c) Energía Eléctrica 93
d) Agua y Alcantarillado 94
e) Vivienda 96
f) Identificación de problemáticas de la infraestructura turística *97*
IX. Protección del territorio y del paisaje natural y urbano 99
a) Calidad de vida *99*
b) Protección y ordenación del paisaje *101*
c) Instrumentos de ordenación territorial y del paisaje *101*
d) Acciones de gestión territorial *103*
e) Identificación de problemáticas para la protección del territorio y del paisaje natural y urbano *104*
X. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística. 106
a) Identificación de áreas potenciales *106*
b) Identificación de problemáticas de las áreas sensibles de protección ambiental y paisajista *108*
XI. Mercados actuales y potenciales *109*
a) Mercados actuales *109*
1. Volumen 109
2. Características sociodemográficas 111
3. Hábitos de comportamiento 116
4. Grado de satisfacción 117
b) Mercados potenciales *118*
1. Volumen 118
c) Identificación de problemáticas de los mercados actuales y potenciales *120*
XII. Promoción y Comunicación. 121
a) Acciones de promoción *121*
b) Acciones de comunicación *126*
c) Identificación de problemáticas de la promoción y comunicación *128*
XIII. Comercialización. 129
a) Comercialización directa *129*
b) Comercialización indirecta *131*
c) Identificación de problemáticas de la comercialización *132*
XIV. Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino 132

a) Análisis del uso de las TICs para promocionar el destino 132
b) Identificación de problemas de las TICs 144
Capítulo II FODA General 145
a) Fortalezas 145
b) Debilidades 148
c) Oportunidades 152
d) Amenazas 156
Capítulo III Los Nueve Factores de Competitividad 160
1. FODA de Oferta turística 160
a) Fortalezas 162
b) Debilidades 163
c) Oportunidades 163
d) Amenazas 164
e) Matriz FODA 165
2. FODA de Democratización de la productividad turística 166
a) Fortalezas 166
b) Debilidades 167
c) Oportunidades 167
d) Amenazas 168
e) Matriz FODA 169
3. FODA de Sustentabilidad turística 170
a) Fortalezas 170
b) Debilidades 172
c) Oportunidades 172
d) Amenazas 173
e) Matriz FODA 174
4. FODA de Formación y certificación 176
a) Fortalezas 176
b) Debilidades 176
c) Oportunidades 176
d) Amenazas 177
e) Matriz FODA 177
5. FODA de Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y servicios) 178
a) Fortalezas 178
b) Debilidades 179
c) Oportunidades 180
d) Amenazas 181
e) Matriz FODA 183
6. FODA de Seguridad Patrimonial y Física 185
a) Fortalezas 185
b) Debilidades 186
c) Oportunidades 187
d) Amenazas 187
e) Matriz FODA 188
7. FODA de Promoción y Comercialización 189
a) Fortalezas 189

b) Debilidades 190
c) Oportunidades 191
d) Amenazas 192
e) Matriz FODA 193
8. FODA de Gestión del Destino 194
a) Fortalezas 194
b) Debilidades 195
c) Oportunidades 196
d) Amenazas 196
e) Matriz FODA 198
9. FODA de TICs e Información al turista 200
a) Fortalezas 200
b) Debilidades 200
c) Oportunidades 201
d) Amenazas 201
e) Matriz FODA 202

Parte 2 AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO 204

I Alineación de la política turística 204
En los tres niveles de gobierno 204
a) Ejes de la Política Nacional Turística - Plan Nacional de Desarrollo 204
b) Lineamientos y Directrices Estratégicas - Plan Estatal de Desarrollo 205
c) Lineamientos Sectoriales - Plan Municipal de Desarrollo 207

II. Instrumentos de política turística 209
Inventario existente y propuestas
a) Marco Jurídico 209
b) De concertación y coordinación institucional 210
c) De financiamiento 212

III Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción 213

IV Matriz de compromisos 217

V. Matriz de proyectos 222

VI Recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial 230
a) Recomendaciones para la planeación 230
b) Recomendaciones para la movilidad 231
c) Recomendaciones para el ordenamiento territorial 231

Bibliografía

PRÓLOGO

El presente documento tiene como objetivo principal, la elaboración de la Agenda de Competitividad Turística de los Destinos Tampico-Ciudad Madero, asimismo la elaboración de un diagnóstico de la situación actual del destino a fin de proponer un programa de acciones para aprovechar el potencial turístico la región sur del Estado de Tamaulipas en el noreste de México, con el propósito de generar mejoras sustanciales en el destino. Con este propósito, se hace un análisis de las diferentes variables que desempeñan un papel importante en el ámbito turístico a fin de identificar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA) para cada variable y rubro que componen la referida Agenda. Esta información podrá ser usada para promover el desarrollo turístico local y permitirá conocer el comportamiento de los diferentes actores que intervienen el sector turístico de la zona de Tampico-Ciudad Madero.

Con base en la información recabada, a través del uso de técnicas apropiadas como la investigación documental; observación directa; entrevista en profundidad y el desarrollo de grupos focales, es que se diseña la presente Agenda de Competitividad Turística conformada por una serie de indicadores y expresiones sistematizadas de tal manera que permita dimensionar clara y objetivamente los elementos sustanciales que explican el estado de la situación del sector.

El análisis a las variables de estudio, ha identificado los retos que enfrentan los distintos actores para el sector turístico del destino Tampico-Ciudad Madero, que serán necesario considerar si se quiere elevar el nivel de competitividad de este destino a nivel mundial.

Estos retos son el resultado de la actual situación imperante en el sector turístico de la región y de los procedimientos actuales y, por otra parte, de los cambios tecnológicos y sociales que afectan el entorno. Lo anterior permitirá contar con información suficiente, oportuna y confiable de tal forma que permita a los diseñadores de políticas públicas así como a los distintos actores involucrados y comprometidos en el desarrollo de sector turístico, el contar con herramientas pertinentes y oportunas para la toma de decisiones.

RESUMEN EJECUTIVO

La Agenda de Competitividad Turística del destino Tampico-Ciudad Madero, recoge una serie de indicadores agrupados en nueve factores, cuyos contenidos reflejan el resultado tanto de una exploración documental, como del análisis de contenido de aquellos actores clave en el desarrollo del sector en el sur del estado de Tamaulipas, en ese sentido se exponen a manera de resumen ejecutivo aquellos elementos sustantivos que le dan cuerpo y vida al desarrollo de las actividades turísticas en la zona.

Derivado de lo anterior, en el eje de la oferta turística se identificó la disponibilidad y la situación actual de los diversos atractivos que existen en el destino Tampico-Ciudad Madero. Para lo cual se consideró el Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico publicado por el Ayuntamiento de Ciudad Madero, información del portal Tampico-Miramar, la página de internet de la sección amarilla y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas publicado por el INEGI.

A partir de la información obtenida, se pudo determinar que el destino cuenta con una oferta de atractivos para desarrollar turismo cultural, deportivo, de diversión, de naturaleza y de salud. Sin embargo, su fortaleza principal estriba en el turismo de sol y playa, ya que cuenta con Playa de Miramar como una de sus principales atractivos, así como el turismo de reuniones y negocios, rubros en los que existe una oferta importante y un reconocimiento tácito a nivel regional.

En otro orden de ideas, se debe hacer mención que los atractivos para realizar otro tipo de turismo son limitados en cuanto a la diversidad y la

infraestructura con la que cuenta. En el caso de museos, únicamente se cuenta con el museo de la Cultura Huasteca donde se exhiben piezas arqueológicas y etnográficas. También se cuenta con una zona arqueológica denominada Pirámide de Las Flores. En donde se observa una mayor oferta, es en los monumentos que se ubican en ambas ciudades. Sin embargo, para los que visitan el destino por motivos culturales, por un lado no resulta suficiente la oferta de atractivos, ya que ésta podría ser visitada en menos de un día. Además, cabe resaltar que por un lado la localización de los atractivos se encuentra dispersa en el destino, y por otro, no se cuenta con una oferta de productos o servicios turísticos de apoyo alrededor de estos lugares.

También existen eventos temporales como torneos deportivos tales como pesca, tenis, golf, nauticopas, futbol, entre otros, sin embargo el nivel de competencia es bajo y por tanto el impacto mediático queda sin efecto para fomentar el turismo.

Durante la semana santa, el principal atractivo turístico es la Playa de Miramar, durante este periodo se observa la mayor afluencia de turistas en el destino, y es precisamente cuando se reproducen una gran cantidad de eventos artísticos, culturales y de diversión. El segundo atractivo es la Laguna del Carpintero, el tercero se dividió entre el Centro Histórico de Tampico y la Edificio de la Aduana de Tampico.

El destino también cuenta con atractivos naturales como ríos, lagunas, canales, playa, diversidad de flora y fauna. Sin embargo, con excepción de la playa

y la laguna del Carpintero, el resto de los atractivos naturales cuenta con escasa infraestructura turística.

Se tiene una adecuada disponibilidad de establecimientos de comida e infraestructura hotelera, aunque en el caso de la gastronomía resulta limitada, dado que es necesario fomentar una mayor presencia de establecimientos que ofrezcan platillos típicos de cada uno de los estados.

Por otro lado, el destino Tampico-Ciudad Madero se ha caracterizado por representar un centro de abasto regional, tanto de servicios como de productos. El caso de los servicios de salud ha sido otro de los principales motivos de visita al destino, dado que cuenta con una amplia diversidad de especialidades e instituciones médicas.

Finalmente, los resultados obtenidos en las entrevistas y con la evidencia encontrada en los registros administrativos y electrónicos, se pudo identificar que el destino es eminentemente carretero. Esto representa un reto para las instituciones gubernamentales en materia de seguridad pública, dado que es necesario impulsar estrategias que permitan modificar la percepción de inseguridad que predomina en las carreteras que conectan con los diferentes lugares de procedencia del turista que visita la zona.

En el ámbito social, en el destino se tiene buena calidad de vida ya que tanto el índice de rezago social como el de marginación son muy bajos. Sin embargo de manera particular una proporción significativa de la población experimenta bajo nivel educativo, precariedad laboral con respecto a la seguridad social, bajos ingresos y alto hacinamiento, según datos publicados por el Consejo Nacional de Evaluación

de la Política de Desarrollo Social en México así como del Consejo Nacional de Población.

La información se complementó con datos de fuentes como el Censo Económico 2004 y 2009 y del Censo de Población y Vivienda 2010. El objetivo de identificar la situación laboral y de los negocios en el sector turístico, ubicados en el destino Tampico-Ciudad Madero, de esta manera se puede identificar la situación de precariedad que experimenta un segmento de la población.

El panorama laboral del destino, expone que existe una proporción de la población que trabaja en actividades turísticas que perciben salarios muy bajos, lo que pone de manifiesto la vulnerabilidad a la cual se encuentran expuestos los trabajadores. Además se observó que con la crisis internacional de 2008-2009 y la percepción de inseguridad en el destino, provocó que el sector turístico se contrajera, situación que ocasionó que la tasa de desempleo se incrementará drásticamente, incluso superando la media estatal y nacional. El municipio con mayor tasa de desempleo en 2010 fue Ciudad Madero.

Cabe resaltar, que el sector turístico tiene una baja participación en el Producto Interno Bruto, por lo que en la dinámica de crecimiento del destino Tampico-Ciudad Madero este sector contribuye poco.

En el sector turístico se desarrollan actividades productivas que demandan diferentes insumos, tal es el caso de los establecimiento de comidas y bebidas. En estas circunstancias se pueden promover la articulación entre los diferentes proveedores que intervienen directa e indirectamente en el proceso productivo de

esta actividad turística. De esta forma, se pueden optimizar los costos de producción y maximizar las ganancias, y con ello impulsa la competitividad del destino.

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero, se ha caracterizado por ir incrementando su oferta turística hacia nuevas especialidades y áreas, en este sentido es necesario que dicha inercia se vaya complementando con procesos de certificación tanto en materia de fomento a la formación de capital humano altamente calificado y certificado como de establecimientos con distintivos propios del sector, es decir, para que la cadena de valor se incremente, son necesarios procesos de certificación como una medida que garantice la calidad tanto del servicio como de los establecimientos del sector.

Por otra parte, es importante que los distintos giros que se vinculan con el sector turístico desarrollen permanentemente criterios de evaluación que les permita estar en una mejora continua, es decir, a través de la evaluación se puede contar con información para la toma de decisiones, en este sentido, la evaluación de la calidad y la satisfacción son dos áreas que pueden fortalecerse en el corto plazo.

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero confirma su fortaleza en la zona noreste del país como un destino carretero que atiende a turistas fundamentalmente de Monterrey, Nuevo León, Norte de Veracruz y oriente de San Luis Potosí, así como de otras localidades del mismo estado de Tamaulipas, lo anterior en lo que se refiere al destino de sol y playa. Asimismo en materia de turismo de negocios, mantiene un segmento desarrollado que se ha fortalecido en fechas recientes a través de incrementar su oferta con la inauguración hace unos años del Centro de Congresos y Convenciones de Tampico.

Además de lo anterior, cuenta con una oferta hotelera importante, diversificada y distribuida en varios puntos del destino y cuyas tarifas lo hacen altamente competitivo ya que oferta el servicio para todos los niveles de ingreso.

Respecto a la calidad del transporte local, existe una oferta importante con varias opciones a fin de que el visitante pueda desplazare a los diversos puntos estratégicos del destino. Sin embargo en necesario fortalecer ampliamente este segmento a través de más capacitación y especialización para quienes se encuentran ofertando los servicios, así como poder establecer mecanismos de supervisión y vigilancia en materia de capacitación, evaluación de las rutas así como del estado físico de las unidades que ofrecen el servicio.

Por otra parte, dado las crisis externas como la interna, esta última asociada al incremento en los índices de inseguridad en la zona, han incidido en la contracción del sector, por lo que es de vital importancia que el gobierno tanto federal como estatal, diseñen y mantengan estrategias conjuntas a fin de brindar mayor seguridad a los turistas que eligen viajar fundamentalmente por la vía terrestre. Lo anterior debido a los efectos y sucesos que desde 2008 se han venido presentado, que han generado fuertes impactos en el flujo de visitantes a la zona.

En otro orden de ideas, si se pretende mantener el nivel de recepción de turismo carretero, para evitar que éste reduzca su nivel de importancia, es necesario además de atender los requerimientos en materia de seguridad, es de vital importancia el proporcionar el mantenimiento adecuado a todas las vías de comunicación. En el caso de las carreteras que son de otras entidades federativas y que son importantes para los viajeros como son el estado de Veracruz y San Luis Potosí, es necesario establecer compromisos intergubernamentales entre las

entidades federativas involucradas y el gobierno federal a fin de establecer acuerdos para el mantenimiento óptimo de la misma red.

En otra tesitura, en la zona existe un aeropuerto que satisface adecuadamente la demanda de turistas que ingresan al destino, sin embargo es necesario gestionar con los actores involucrados mayor conectividad con otros destinos principalmente hacia la zona occidente del país.

En materia de imagen urbana, el destino debe establecer acciones a fin de evita la fuerte contaminación visual que hay principalmente en las zonas centro, tanto de Tampico como de Ciudad Madero, dicha situación puede ser atendida a través de un reglamento de anuncios e imagen urbana.

El destino Tampico-Ciudad Madero cuenta con los recursos turísticos (naturales y culturales) para diversificar su oferta turística y satisfacer diversos segmentos, creando e impulsando nuevos productos turísticos dentro de la zona que permiten captar mayor número y diferentes tipos de turistas.

Durante el período 2010-2013 se ha dado un gran impulso a la marca Tampico-Miramar, fortaleciendo la identidad del destino; las acciones de promoción y comercialización muestran buenos resultados. El trabajo coordinado y la participación económica de las direcciones de turismo municipales de Tampico y Ciudad Madero y el Gobierno del Estado, han permitido colocar la marca e impulsar el desarrollo del destino turístico.

Existe un Centro de Convenciones y Exposiciones en el Espacio Cultural Metropolitano. Éste cuenta con estándares de calidad internacional en donde se pueden realizar convenciones, eventos culturales, recreativos y exposiciones de

cualquier tipo, ya que sus salones para reuniones pueden llegar a albergar hasta ocho mil quinientas personas.

El destino ostenta la certificación en el segmento de turismo de reuniones a través del programa CMS (Certified Meeting Specialist) 2012, donde se calificó a 241 personas entre estudiantes, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, artesanos, transportistas, trabajadores de gobierno en turismo y proveedores de la ciudad, previo al inicio del Meeting Place Tampico-Miramar.

Según el estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico realizado en semana santa 2013 por el Ayuntamiento de Ciudad Madero, la Playa Miramar, representa en el Estado el 69.49% del total de afluencia turística de sol y playa y el 73% de la derrama económica generada en este segmento, consolidando así su liderazgo como destino turístico de playa en el noreste de México.

Por otro lado, la intervención del Fondo Nacional de Fomento al Turismo en la zona, ha sido escasa, y analizándola a 20 años de la firma del primer acuerdo de intención, entre empresarios y organismos gubernamentales, a la fecha no se han logrado los objetivos previstos.

Respecto a los programas y diagnósticos en materia turística municipal, las administraciones públicas de Tampico y Ciudad Madero han enfocado sus esfuerzos y recursos en el desarrollo económico y recuperación de la confianza en el destino Tampico-Miramar.

En materia de aplicación de sistemas de indicadores de sustentabilidad para el turismo, ésta es casi nula en la zona, ya que se considera de baja contaminación según Índices como el de la Calidad del Aire; y su implementación facilitaría los procesos de previsión y planeación estratégica.

El Certificado de Playas Limpias es uno de los programas más exitosos (comparado con algunos otros como distintivo H y M en su capacidad de impacto positiva en aumentar el atractivo del destino) y constituye un valor agregado de la marca Tampico-Miramar al cautivar a otros segmentos de turismo.

Sobre el proyecto de Balnearios Naturales Limpios de Agua Dulce, el destino no cuenta con cuerpos de agua capaces de ser explotados para su uso recreativo; aunque en el pasado se ha utilizado parte del sistema lagunario (en concreto la Laguna del Chairel), ya no se considera un proyecto viable en material ambiental.

Green Globe**,** es una importante certificación en materia de sustentabilidad turística. Esta certificación podría reportar importantes beneficios para el sector privado y social, para el desarrollo turístico del destino; quizá por costos de asociación, no se encuentran establecimientos adscritos en la zona y representaría una ventaja competitiva al permitir el acceso a otros sectores de turismo.

En esencia el destino es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes instalaciones y atractivos. Por ello, un primer objetivo para un destino turístico, es sumar esfuerzos entre los tres niveles de gobierno y el sector privado de las empresas turísticas, para asociarse de cierta forma en la promoción y comercialización de sus productos, en busca de un posicionamiento como destino turístico. Para eso se requiere de una visión estratégica igualmente compartida de la gestión entre las autoridades competentes locales (Rodríguez, 2011). En ese orden de ideas se encontró en la gestión del destino que los agentes de desarrollo local, identificados son, las autoridades de los municipios de Tampico y Ciudad Madero, así como los empresarios hoteleros, ambos agentes en los últimos dos

años han trabajado de manera coordinada, producto de la sinergia entre ellos y la promoción de la marca Tampico-Miramar.

La principal fortaleza que tiene el destino Tampico-Miramar es la playa, por su extensión de aproximadamente 10 kilómetros de longitud localizada en el Golfo de México. Otra de las fortalezas es el suficiente personal capacitado de la zona, con la existencia de varias Universidades de e Institutos de Educación Superior, con estudios y especialización en turismo y gastronomía. Entre las oportunidades se tiene una playa para desarrollar el turismo de sol y playa, ya se cuenta con infraestructura para el turismo de reuniones al contar un centro de convenciones para más de 8000 congresistas. En las debilidades identificadas es que el destino es más dirigido al destino de negocios, por lo tanto la hotelería está orientado hacia este mercado, por eso el mayor número de cuartos está concentrado en Tampico, y sólo el 10% se encuentra en la playa. Por otro lado, no se cuenta con hoteles de 5 estrellas, así como con hoteles de gran turismo, es decir, faltan atractivos de diversión familiar, no se cuenta con parques para el entretenimiento, y la carencia de infraestructura de servicios turísticos. Una debilidad encontrada es la falta de un plan acorde de crecimiento como los grandes destinos turísticos. Una amenaza importante atender es la falta de control de los terrenos federales así como la certeza jurídica en los mismos,

Con respecto al medio ambiente, se tiene entre la comunidad una baja cultura ecológica, a pesar de que hay recipientes, la gente no deposita la basura en los contenedores, eso es una gran debilidad, hace falta fortalecer aún más la cultura ecológica tanto en la playa como en toda la ciudad. En relación a los presupuestos para el turismo los municipios de Tampico y Ciudad Madero, por lo general son

fondos estatales y aunque se gestionan los fondos federales, poco lo que se logra, esos fondos son aportados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) mismos que los tiene etiquetados para destinos turísticos y aún el destino Tampico-Ciudad Madero no es considerado como tal. , por lo tanto no se pueden acceder a los fondos federales. En Tampico desde el año 2007 está la Oficina de Convenciones y Visitantes de Tampico, A.C. quien opera como promotor del turismo en la zona conurbada, financiada con fondos estatales, municipales y del sector privado, específicamente empresarios de la Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas, los cuales tienen como objetivo promocionar los distintos servicios turísticos de la zona, principalmente promover el turismo de convenciones o llamado turismo de reuniones, así como llevar el control y sistemas de planeación de la operación de los servicios de los hoteles del sur de Tamaulipas. Para mejorar la coordinación entre las autoridades municipales y el sector privado se propone un patronato para que sirva al Ayuntamiento y al Gobierno del Estado, un organismo que trabaje en sinergias conjuntas y metas comunes. Otra debilidad encontrada es que las normas municipales deben contener reglamentos que se apliquen de manera específica a las zonas turísticas, esta debilidad, se convierte en amenaza. La percepción sobre el comercio ambulante que se tiene por los empresarios es una debilidad identificada en la zona destino. Para convertirse en un destino turístico son varios factores los que participan, independientes y en combinación, tales como, la falta de inversión en el turismo, en habitaciones de hoteles, restaurantes, y la promoción, que aunque se realiza no es suficiente; por lo que reclama el sector empresarial mayor promoción del destino Tampico-Miramar.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

Contar con un conocimiento del estatus que guarda la competitividad en la localidad para delinear una estrategia o agenda realista, práctica y viable para el destino turístico de Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas, que servirán de base para la toma de decisiones posteriores, así como su incorporación en las Agenda de los Destinos Turísticos, y para la construcción del Índice de Competitividad de los Destinos Turísticos en México.

- **Objetivos específicos**

- Conocer en qué etapa de desarrollo está el destino turístico de Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.
- Conocer las potencialidades, debilidades, amenazas y oportunidades del destino turístico Tampico-Ciudad Madero, a través de un análisis FODA.
- Llevar a cabo una revisión de las condiciones económicas, sociales y ambientales utilizando la información cualitativa y cuantitativa; para destacar las estructuras y tendencias de desarrollo empresarial local, considerando el ámbito regional o estatal.
- Establecer sistemas de manejo de indicadores, para su futuro uso en trabajos de monitoreo y evaluación.
- Comparar a los destinos para generar un Tablero de control de gestión de destinos.

Capítulo I DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

I Perfil socioeconómico

a) Localización

Los municipios de Tampico y Ciudad Madero pertenecen a la zona conurbana del sur del Tamaulipas donde también se incluye al municipio de Altamira. También colinda con los municipios de Pueblo Viejo, Pánuco y Tampico Alto que pertenecen al Norte del estado de Veracruz. En conjunto, esta zona metropolitana tiene una población de 871,661 habitantes según el Censo de Población y Vivienda de 2010; emplea aproximadamente a 164,415 trabajadores con valor de la producción de alrededor de 32,634 millones de pesos para 2008, de acuerdo a información del Censo Económico de 2009.

Los municipios se localizan en promedio a 10 metros sobre el nivel del mar. Cuentan con un clima cálido semi-húmedo llegando a alcanzar en los meses más calurosos, que son entre agosto y septiembre, temperaturas máximas que oscilan entre los 34 y 44°c. La temporada de lluvias se intensifica en los meses de junio a octubre con un total de precipitación anual que alcanza los 1168.7 milímetros (Gobierno de Tamaulipas, 2010). El municipio de Tampico, cuenta con una extensión territorial de 115 km^2, de los cuales corresponden a la zona urbana un total del 52 km^2. De acuerdo a la información geográfica municipal que proporciona el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) el uso del suelo del municipio de Tampico se distribuye de la siguiente manera: Agricultura (8%), Cuerpo de Agua (16%), Zona urbana (45%), Tular (23%) y Manglar (8%). Por su parte, Ciudad Madero cuenta con una extensión territorial de 62.86 km^2, de los cuales corresponden a la zona urbana un total del 52.21 km^2; el uso del suelo del municipio

se distribuye de la siguiente manera: Agricultura (3%), Cuerpo de Agua (11%), Zona urbana (83%) y Selva (3%).

El poblamiento de Tampico y Ciudad Madero es resultado de la favorable localización geográfica con que cuenta, que le permite estar comunicado tanto con el resto del país como con Europa, Norteamérica, Centroamérica y Sudamérica. Esta buena ubicación le permitió desarrollar actividades prósperas que representaron un atractivo económico para la migración interna y el crecimiento de las ciudades (Gobierno de Tamaulipas, 2010).

b) Población

La mancha urbana del municipio de Tampico, para la década de los treintas que estaba constituida por un total de 68,640 habitantes, se ubicaba en lo que hoy se conoce como la Zona Centro, la colonia El Cascajal, Del Pueblo, Melchor Ocampo, Nacional, Campbell, Volantín, Aragón, Matamoros, Rosario, Azteca, Americana, la Barandilla y la Anáhuac. A partir de este periodo, la mancha urbana del municipio creció hacia la parte norte y oeste del municipio a tasas aceleradas, de tal manera que para 1980 la población ya era cuatro veces más grande.

Sin embargo, para los noventas, la tendencia en el crecimiento poblacional se desaceleró, pasó de tener tasas de crecimiento de dos dígitos a una tasa de crecimiento de un dígito. En la última década, se destaca que la tasa de crecimiento se ubicó en su nivel más bajo en los últimos cien años, llegando a representar un valor menor al uno por ciento. En términos absolutos, esta tasa de crecimiento del 0.71 por ciento representó para el municipio de Tampico, en una década, un incremento de 2,112 habitantes.

Cuadro 1. Dinámica poblacional 1900-2010

Periodo	Población			Crecimiento poblacional
	Total	Hombres	Mujeres	
1900	16313	51.92	48.08	Nd
1910	16698	50.84	49.16	2.36
1921	44822	53.28	46.72	168.43
1930	68640	47.70	52.30	53.14
1940	83239	48.33	51.67	21.27
1950	95112	46.62	53.38	14.26
1960	123625	48.20	51.80	29.98
1970	184898	Nd	Nd	49.56
1980	267957	47.82	52.18	44.92
1990	272690	47.83	52.17	1.77
2000	295442	47.74	52.26	8.34
2010	297554	47.83	52.17	0.71

Fuente: Elaboración propia con datos de los censos de población y vivienda

En el caso del municipio de Tampico, del Cuadro anterior, es evidente que los datos de los últimos tres censos de población manifiestan una desaceleración en el crecimiento de la población lo que permite, en el contexto intra-municipal, disminuir la demanda por infraestructura pública y para vivienda (para el caso de nuevos habitantes). Sin embargo, en el análisis inter-municipal, la presión por infraestructura urbana sigue creciendo, ya que la población, en los municipios de Ciudad Madero y Altamira principalmente, ha incrementado de manera significativa su población tanto en valor absoluto y relativo.

En el caso de Ciudad Madero, pasó de tener una población de 182,325 en 2000 a una población de 197,216 en 2010, es decir, creció en 8.17 por ciento en una década. Por su parte, el caso de Altamira creció en 66 por ciento su población durante el periodo de 2000 a 2010, pasando de una población de 127,664 a 212,001 respectivamente. En total, ambas ciudades incrementaron su población en dicho periodo en un total de 99,228 habitantes; es decir, un crecimiento en conjunto del 32 por ciento. Para 2010, el municipio de Ciudad Madero se colocaba en el tercer lugar, por concentrar un total de 197,216 habitantes, cantidad menor a la observada en Tampico y Altamira. Aunque en términos absolutos y relativos ocupó el segundo lugar en el crecimiento poblacional durante la última década, por debajo de Altamira.

c) Recursos naturales

Dada la localización geográfica del destino turístico Tampico-Ciudad Madero, caracterizada por estar ubicada en una zona rodeada de agua dulce y salada, proporciona una oferta turística basada precisamente en atractivos naturales que cuentan con una diversidad de flora y fauna. En este sentido, se pueden enumerar tres tipos de atractivos turísticos correspondientes a la categoría de sitios naturales. El primer tipo se refiere a la presencia de costa la cual se ubican en el municipio de Ciudad Madero. De este atractivo natural se ubican cuatro subtipos de atractivos a los cuales se pueden tener acceso en este municipio: 1) playa; 2) dunas; 3) salinas; y 4) escolleras. El segundo tipo de atractivo natural que se localiza tanto en el municipio de Tampico como en Ciudad Madero es el hidrológico, compuesto por lagunas y ríos. Entre los más importantes son la Laguna del Chairel, Laguna del Carpintero y el río Pánuco. El tercer tipo de atractivo natural es el turismo de

observación de flora y fauna, el cual se puede realizar tanto en la playa, como en el sistema hidrológico del destino turístico.

Tanto la Laguna del Carpintero, ubicada en el municipio de Tampico, como la Playa de Miramar en Ciudad Madero son los dos principales atractivos turísticos, por lo que se puede establecer que el destino Tampico-Ciudad Madero ofrece principalmente a los turistas una oferta enfocada a sitios naturales.

La Laguna del Carpintero, se ubica muy próximo al centro del municipio de Tampico. Cuenta con infraestructura para desarrollar actividades dispersivas, recreativas y deportivas. En este sitio se pueden realizar recorridos en lanchas y en tren, además de contar con un mirador de cocodrilos. Los horarios de atención son de 10:00 a 22:00 horas.

En relación a la Playa Miramar, no tan sólo es el principal atractivo del municipio de Ciudad Madero sino que lo es de todo el sur del estado de Tamaulipas. Cuenta con una extensión de 5 kilómetros donde se puede observar un importante desarrollo hotelero, una variedad de restaurantes y bares. En este atractivo se tiene acceso gratuito a Internet vía WI-FI.

d) Infraestructura

Como se mencionó previamente, el destino Tampico-Ciudad Madero forma parte de una Zona Metropolitana conjuntamente con el municipio de Altamira, por lo que sus comunicaciones están intrínsecamente relacionadas.

La conectividad de Tampico-Ciudad Madero con el resto del país se da a través de las carreteras México 180, México 80 y México 70. A través de la carretera 180, se tiene acceso a la región del Golfo de México hacia el sur y a través de la 80

hacia el norte a Ciudad Victoria, Monterrey y la frontera con Estados Unidos. La carretera 70 proporciona conectividad con la región centro del país, vía San Luis Potosí.

La estructura vial regional, en complemento con la ferroviaria, marítima y aérea con que cuenta el municipio, propicia la vinculación de la Zona Metropolitana con el mercado nacional e internacional (IMEPLAN, 2011).

Considerando que el destino Tampico-Ciudad Madero es un espacio turístico en el que se llega principalmente por la vía terrestre, ya que un alto porcentaje de su turismo llega a través del uso del automóvil o autobús, es de suma importancia el estado físico de las carreteras así como la seguridad en las mismas.

El destino también cuenta con el aeropuerto internacional “General Francisco Javier Mina”, considerado como uno de los más importantes del noreste del país, ya que movilizó 565,869 pasajeros y 1,055 toneladas de carga (51% tuvieron como origen o destino la Ciudad de México, seguida por las ciudades de Monterrey con un 19% y Toluca con un 17%). En cuanto a los vuelos nacionales, la distribución del origen o destino fue a México 44% y Monterrey 22%. En los vuelos internacionales se registró una baja en la participación del 5%.

Además de la infraestructura física disponible, existen servicios de apoyo al turista:

- Seguridad pública.
- Sanidad en general (que brinda confianza en la calidad de agua y alimentos que consume el turista).
- Teléfono, telégrafo y correo. Ubicado en el centro histórico en edificios de arquitectura francesa.

- Hospitales, farmacias y servicio médico, que le garantizan atención al turista en cualquier emergencia.
- Bancos y casas de cambio de monedas.
- Trasportación local, taxis y autobuses.
- Estaciones de combustible y taller mecánico especializados.
- Pólizas de seguros de vida, daños y accidentes.

Otros servicios de apoyo que también son considerados para el viajero:

- Automóviles en renta de las franquicias más reconocidas, cuyos servicios se pueden contratar por diversas vías.
- Información turística (mapas, folletos y directorios).
- Tiendas (fotografías, ropa, artesanías, artículos de recreo, entre otros).
- Puestos de periódicos y revistas.
- Lavanderías y tintorerías.
- Tiendas especializadas en la venta o renta de equipo deportivo.

La disponibilidad de infraestructura física y servicios complementarios posicionan al destino turístico Tampico-Ciudad Madero como una zona en la que se puede garantizar a los turistas una estancia en condiciones óptimas.

e) Actividades económicas

Para identificar las principales actividades económicas que se desarrollan en el destino Tampico-Ciudad Madero, y al mismo tiempo conocer la relevancia del turismo respecto al total de la actividad económica, se empleará una medida

aproximada del Producto Interno Bruto. Para construir el Producto Interno Bruto del destino turístico Tampico-Ciudad Madero, se recurrió a los datos de los Censos Económicos de 2004 y 2009. La medida empleada y que ha sido ampliamente utilizada para medir el PIB a nivel regional y local es el Valor Agregado Censal Bruto. Con el objeto de analizarlo en términos reales, se construyó en términos de la participación de cada sector en relación al total de los sectores para cada año. De esta manera se analiza la evolución de las actividades productivas en relación a su importancia en el total de las actividades productivas que se desarrollan en el destino. Los resultados se aprecian en el siguiente cuadro.

Cuadro 2. Participación porcentual de los sectores productivos en el PIB del destino Tampico-Ciudad Madero

Actividades productivas	**2004**		**2009**		**2004-2009**	
	Ciudad Madero	Tampico	Ciudad Madero	Tampico	Ciudad Madero	Tampico
11 Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza (sólo pesca, acuicultura y servicios relacionados con las actividades agropecuarias y forestales)	0.0	1.6	-0.8	1.0	-2749.8	-37.9
21 Minería	0.0	-0.2	0.0	3.2	0.0	-2157.2
22 Generación, transmisión y distribución de energía eléctrica, suministro de agua y de gas por ductos al consumidor final	0.0	18.5	0.0	31.3	0.0	69.0
23 Construcción	5.7	3.2	-19.9	5.4	-452.2	71.7
31-33 Industrias manufactureras	62.9	7.9	276.1	3.5	339.0	-56.5
43 Comercio al por mayor	5.0	7.2	-33.7	5.6	-770.8	-23.2

46 Comercio al por menor	11.2	24.9	-24.0	15.2	-315.1	-39.2
48-49 Transportes, correos y almacenamiento	0.9	5.6	-36.0	4.9	-4156.7	-12.5
51 Información en medios masivos	0.4	4.8	-0.7	8.8	-252.9	82.7
52 Servicios financieros y de seguros	0.3	1.1	-1.7	0.4	-733.8	-62.4
53 Servicios inmobiliarios y de alquiler de bienes muebles e intangibles	0.4	1.3	-1.0	1.5	-366.9	15.4
54 Servicios profesionales, científicos y técnicos	0.8	5.3	-3.4	6.1	-516.1	13.4
55 Corporativos	0.0	4.2	0.0	0.4	0.0	-89.9
56 Servicios de apoyo a los negocios y manejo de desechos y servicios de remediación	5.4	2.7	-33.9	2.4	-723.7	-10.7
61 Servicios educativos	1.5	3.7	-5.4	3.2	-464.9	-12.9
62 Servicios de salud y de asistencia social	0.6	1.1	-2.1	1.2	-438.4	13.9
71 Servicios de esparcimiento culturales y deportivos, y otros servicios recreativos	0.1	0.6	-0.3	0.8	-469.4	36.4
72 Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas	3.2	4.0	-9.7	3.6	-400.6	-10.5
81 Otros servicios excepto actividades gubernamentales	1.6	2.3	-3.5	1.6	-317.2	-31.0

Fuente: Elaboración propia con datos de los Censos Económicos de 2004 y 2009.

De los resultados que aparecen en el cuadro previo, se aprecia puntualmente la vocación productiva de los municipios. En lo referente al municipio de Ciudad Madero, se nota la especialización en el sector manufacturero, específicamente en la industria petrolera. En el caso de Tampico, tiene una fuerte presencia en el comercio al menudeo y en mayor medida en actividades relacionadas a los diversos servicios que aparecen en el mismo cuadro.

En lo correspondiente a la relevancia del sector turístico, en el caso del municipio de Ciudad Madero se observa que durante 2004 el PIB del sector turístico fue positivo aunque con una participación muy baja. Para 2009, la situación se modificó drásticamente, incluso fue negativa, lo que significa que el sector produjo menos que los insumos que se emplearon. Una de las razones que justifica este resultado es debido a la crisis que se vivió en este periodo, la cual no tuvo efectos tan adversos en el municipio de Tampico, aunque sí se observa una ligera disminución en el sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas. Un resultado consistente con los obtenidos anteriormente, es que el sector turístico es más grande en el municipio de Tampico que en el municipio de Ciudad Madero.

II. Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

a) Oferta disponible para Turismo de sol y playa

El destino Tampico-Ciudad Madero es considerado fundamentalmente como un destino de playa. La playa de Miramar no tan sólo es el principal atractivo del municipio de Ciudad Madero sino que lo es de todo el sur del Estado de Tamaulipas. Cuenta con una extensión de 5 kilómetros donde se puede observar un importante desarrollo hotelero, una variedad de restaurantes y bares. En este atractivo se tiene acceso gratuito a Internet vía WI-FI.

En la Playa de Miramar también se localizan el malecón y el monumento a los Marinos Caídos. El malecón se ubica en la parte sur de la playa, se construyó desde 1895 y tiene una extensión de 1,400 metros. Durante el recorrido, en el malecón se puede observar la entrada de buques, barcos camaroneros, el

espectáculo de las toninas y particularmente la fusión entre el Rio Pánuco y el Golfo de México. Contiguo al malecón se encuentra el monumento a los Marinos Caídos, el cual se construyó para conmemorar los ocho barcos mexicanos hundidos en la II Guerra Mundial.

El Faro de La Barra contiguo a la Playa de Miramar se inauguró en 1883, se localiza en la desembocadura del Río Pánuco en el municipio de Ciudad Madero. Se utiliza para iluminar a las embarcaciones que navegan en la playa de Miramar. Muy próximo a la Playa de Miramar se encuentra el monumento a la Virgen del Carmen, se ubica en la zona conocida como La Barra en el municipio de Ciudad Madero. Fue construido en 1967 y es considerada como la reina de los mares y patrona de los pescadores y marinos.

b) Oferta disponible para turismo de reuniones

El destino ostenta la certificación en el segmento de turismo de reuniones a través del programa CMS (Certified Meeting Specialist) 2012, donde se calificó a 241 personas entre estudiantes, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, artesanos, gente de transporte público, trabajadores de gobierno en turismo, proveedores de la ciudad, previo al inicio del Meeting Place Tampico Miramar. La infraestructura con la que se cuenta para el turista de reuniones y convenciones es de primer nivel. Además de funcionales espacios en hoteles de 3 a 5 estrellas en ciudad y en playa, el destino cuenta con un Centro de Convenciones y Exposiciones EXPOTAMPICO, con las siguientes características:

- 9 000 metros cuadrados de área de exposición sin columnas, divisible en 3 salones.

- 2 582 metros cuadrados para convenciones y eventos sociales divisibles en 13 salones.
- Estacionamiento techado para 530 automóviles y 2 000 en exterior.
- 3 rampas y 18 andenes de acceso de carga.

El Centro de Convenciones se complementa con el Espacio Cultural Metropolitano, que cuenta con una capacidad para más de 1 100 personas y:

- Un teatro con dos niveles
- Una galería de exposiciones temporales
- El museo de la Cultura Huasteca
- Biblioteca
- Restaurante.
- El teatro Metropolitano

También existe una oferta turística complementaria para este tipo de turismo:

1) Centros comerciales.- En el destino hay nueve centros comerciales, solamente uno de ellos se ubica en el municipio de Ciudad Madero, se conoce como el centro comercial Multiplaza. En el caso de Tampico se tiene la Plaza Covadonga, Plaza Cristal, Plaza Herradura, Plaza Dorada, Plaza Tres Arcos, Las Novedades, Liverpool y Sears. En estas plazas, principalmente, se encuentran tiendas departamentales y lugares para tomar café.
2) Salas de cines: existen en el municipio de Tampico cuatro cines: Cinepolis, Xtreme, Cinemex y HENRY Cinemas.

3) Atracciones infantiles: se cuenta con lugares para diversión de niños y grandes: en el caso de los niños se cuenta con Venture Land, Peter Piper Pizza, Hollywood Park, donde los dos primeros son lugares para divertirse de manera virtual, ya que se tiene acceso a sistemas de juegos electrónicos, mientras que en el segundo se encuentran juegos mecánicos.
4) Casino.-También hay diversión para los adultos, ya que se puede asistir al casino Juega, Juega ubicado en el municipio de Ciudad Madero.

c) Oferta disponible para turismo de aventura

Recientemente, en el destino Tampico-Ciudad Madero se ha desarrollado infraestructura para este tipo de turismo. En la Laguna del Carpintero se instaló la tirolesa y puentes colgantes, los cuales fueron diseñados particularmente para la población infantil y joven. Otro centro de entretenimiento se ubica en las instalaciones de la Universidad Autónoma de Tamaulipas campus Tampico-Ciudad Madero, en la Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales, cuyo nombre es el Centro de Aventura y Animación Turística. En él se pueden desarrollar actividades como Rappel, Canopy y subirse a la tirolesa. El centro de aventura se encuentra abierto al público en general. Ambos atractivos requieren cubrir una cuota fija de recuperación.

d) Oferta disponible para otros tipos de turismo

En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero existe una limitada oferta de atractivos para desarrollar el turismo cultural. Primeramente se cuenta con el Museo de la Cultura Huasteca, el cual se encuentra ubicado al interior del Espacio Cultural

Metropolitano en el municipio de Tampico y depende directamente del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En este museo se exponen diversas piezas arqueológicas y etnográficas referentes a la cultura huasteca.

Otro atractivo cultural es la Pirámide Las Flores. Este asentamiento de Las Flores se ubica al noroeste del centro del municipio de Tampico. Según el INAH, se fundó sobre el promontorio de 30 metros de altura que bordea la ensenada de la laguna de El Chairel. Gran parte de este asentamiento desapareció debido al desarrollo urbano que se presentó en el municipio como producto del desarrollo petrolero de la zona. El montículo rescatado es de planta circular, con forma de cono truncado, de aproximadamente 6 metros de altura y 36 metros de base. Su construcción se realizó con tierra y apisonados de cal y arena.

En lo referente a los monumentos que se ubican en el destino Tampico-Ciudad Madero, se identificaron un total de 46 monumentos, de los cuales 31 se localizan en el municipio de Tampico y 15 en el municipio de Ciudad Madero. En el siguiente cuadro se presentan cada uno de estos monumentos, así como la fecha de construcción, su ubicación y el municipio al que pertenece.

Cuadro 3. Monumentos en el destino Tampico-Ciudad Madero

	Nombre	Fecha de construcción	Localización	Municipio
1	Busto a Francisco Prieto Nieto	14 de Noviembre de 1969	Calle Hidalgo Esq. Con Francita Col. Minerva	Tampico
2	Obelisco a los Héroes Navales	21 de Abril de 1914	Calle Poza Rica Esq. Con Agua Dulce, Manchital y Faja de Oro Col. Petrolera	Tampico
3	Monumento a la Madre		Calle Río Pánuco y Río Tamesí entre Río Frío y Río Bravo Sierra Morena	Tampico
4	Monumento al Futbolista	14 de Octubre de 1994	Calle Estadio y Ejército Nacional Col. Const. Habitacional Ignacio Romero	Tampico

5	Monumento a los Niños Héroes	1982	Calle Josefa Ortiz de Domínguez entre Ocampo y 5 de Febrero Col. Tolteca	Tampico
6	Monumento a La Raza	12 de Octubre de 1992	Calle Ayuntamiento entre Balderas y Av. Central Col. Azteca	Tampico
7	Monumento a Ignacio Zaragoza		Calle Torreón entre Av. Morelos y primera privada Col. Matamoros	Tampico
8	Monumento a la Bandera	1973	Calle Alameda entre F. U. Gómez y Tula Col. Tamaulipas	Tampico
9	Monumento a Lázaro Cárdenas	1975-1977	Calle Alameda entre Laredo y Bustamante Col. Tamaulipas	Tampico
10	Monumento a Miguel Hidalgo y Costilla	1981-1983	Av. Hidalgo entre Esc. Médico Militar Altamira Col. Melchor Ocampo	Tampico
11	Monumento a José Ma. Morelos y Pavón	29 de Diciembre de 1975	Av. Hidalgo entre A. Obregón y Dr. Alfredo Gochicoa Melchor Ocampo	Tampico
12	Monumento a Herman Harris Fleishman	Septiembre 1962	Av. Hidalgo entre Plutarco E. Calles y Lauro Aguirre Campbell	Tampico
13	Monumento a los Repobladores	1981-1983	Av. Hidalgo con Av. Cuauhtémoc Aragón	Tampico
14	Monumento a los Héroes de la Independencia	1910	Calle Álvaro Obregón y Tamaulipas entre Dr. Matienzo y Sor Juana Inés de la Cruz, Zona Centro	Tampico
15	Monumento a Pedro J. Méndez	1975	Calle Álvaro Obregón y Tamaulipas Zona Centro	Tampico
16	Busto a Francisco I. Madero	Noviembre de 1985	Calle Constitución entre Salvador Díaz Mirón y Emilio Carranza Col. Cascajal	Tampico
17	Héroe de Nacozari		Calle Héroes de Nacozari entre Benito Juárez y Aduana Zona Centro	Tampico
18	Busto a Benito Juárez	1952	Calle Colón # 104 entre Díaz Mirón y Emilio Carranza Zona Centro	Tampico
19	Monumento a los Repobladores	1923	Calle Héroe del Cañonero entre Aduana y Benito Juárez Zona Centro	Tampico
20	Monumento al Aduanal		Calle Héroe del Cañonero y Aduana Esq. 409 Zona Centro	Tampico
21	Monumento a la Revolución	Mayo de 1983	Calle Álvaro Obregón entre Gral. San Martín y diagonal Santa Cecilia Zona Centro	Tampico
22	Monumento a Isauro Alfaro Otero	1953	Isauro Alfaro Esq. Con Tamaulipas Zona Centro	Tampico
23	Monumento a Genaro Salinas	1999	Calle Genaro Salinas y 20 de Noviembre Zona Centro	Tampico

24	Monumento a Samuel M. Lozano		Calle 20 de Noviembre y Genaro Salinas Zona Centro	Tampico
25	Monumento a Benito Juárez	Diciembre de 1994	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
26	Busto al Dr. Ernesto Corripio Ahumada	Abril de 1996	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
27	Obelisco "Invasión a Veracruz"	21 de Abril de 1914	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
28	Monumento "Peces Entrelazados"	Junio de 1989	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
29	Monumento a la Industria	Mayo de 1989	Boulevard Perimetral entre Gochicoa y Guadalupe Col. Del Pueblo	Tampico
30	Monumento a Cristóbal Colón	12 de Octubre de 1992	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
31	Monumento a Fray Andrés de Olmos	12 de Abril de 1992	Boulevard Adolfo López Mateos Col. Tamaulipas	Tampico
32	Delfines	14 de Julio de 1998	Av. Tamaulipas y Blvd. Costero Col. Playa Paraíso	Cd. Madero
33	Fuente Sirena	1998	Blvd. Costero y Av. Obregón Col. Playa Miramar	Cd. Madero
34	Marinos Caídos	1954	Blvd. Costero y Benito Juárez Escolleras, Playa Miramar	Cd. Madero
35	Monumento a la Madre	1962	Calle 5 de Febrero entre E. Carranza y Zaragoza Col. La Barra	Cd. Madero
36	Virgen del Carmen		Doña Cecilia #103 Col. La Barra	Cd. Madero
37	Busto a Lázaro Cárdenas	1999	Av. Tamaulipas	Cd. Madero
38	Monumento a Don Benito Juárez		Av. 1º de Mayo esq. Sor Juana I. de la Cruz Col. Ricardo Flores Magón	Cd. Madero
39	Busto de Vicente Guerrero	1966	Av. Madero entre Guatemala y Honduras	Cd. Madero
40	Busto de Felipe Carrillo Puerto	1973	Calle Morelia esq. Con Bolivia Col. Felipe Carrillo	Cd. Madero
41	Monumento al Ángel Moroni	1999	Av. Ejército Mexicano # 74 Col. Loma del Gallo	Cd. Madero
42	Monumento Isauro Alfaro Otero		Av. Obregón entre Carranza y 1º de Mayo Zona Centro	Cd. Madero
43	Monumento Francisco I. Madero	1967	Av. Obregón entre Av. Sarabia y E. Carranza Zona Centro	Cd. Madero
44	Busto a Don Benito Juárez	1959	Av. Obregón esq. Con Av. Sarabia Zona Centro	Cd. Madero

45	Monumento a los Trabajadores	1964	Calle Aguascalientes entre 1º de Mayo y D. Mirón Col. Tinaco	Cd. Madero
46	Busto a Hidalgo	1967	Calle Aquiles Serdán entre 16 de Septiembre y Reforma Col. Árbol Grande	Cd. Madero

Además de estos atractivos culturales que se mencionaron, existen otros atractivos que son manifestaciones culturales y artísticas temporales. Entre las que se pueden identificar las siguientes:

- Carnaval. En el mes de febrero se realiza en el municipio de Tampico el vistoso y alegre carnaval.
- Fiestas de abril. Este evento se desarrolla en los terrenos contiguos al Espacio Cultural Metropolitano y a la Laguna del Carpintero. Esta fiesta es reconocida por la exposición de diversos espectáculos y la presentación de artistas de reconocido prestigio. Además cuenta con múltiples juegos mecánicos.
- Semana Santa en Miramar. Durante el periodo de Semana Santa es cuando mayor afluencia de turismo reciben los municipios de Tampico y Ciudad Madero, siendo el principal atractivo la playa de Miramar. Por esta razón se realizan eventos deportivos, artísticos y culturales en ella.
- Festival Internacional Tamaulipas. Es un evento que tiene como objetivo el mostrar y fomentar la cultura y el arte de cada uno de los municipios del estado de Tamaulipas y del resto del país. También se invita a un país para que exponga su diversidad cultural y artística.

Por otro lado, en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero existe una oferta significativa de servicios médicos, lo cual constituye un factor que impulsa el turismo

de salud. Entre los hospitales que principalmente se ubican en este destino están: Hospital Ángeles, Beneficencia Española, Cemain, Sanatorio Alijadores, Médica Universidad, Médica Salve, Clínica Santa Fe, IMSS, Cruz Roja Norte y Cruz Roja Madero.

e) Identificación de problemáticas de los recursos turísticos

Para identificar las problemáticas de los recursos turísticos en el destino Tampico-Ciudad Madero, se utilizó información estadística y se presentan algunas expresiones de actores expertos en el tema, las cuales se obtuvieron a partir de entrevistas.

Con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas actualizado a 2012 se observa que existen un total de 2,729 negocios dedicados al turismo. La mayoría de ellos se dedican a proporcionar servicios de alimentos y bebidas y principalmente se localizan en el municipio de Tampico. En el caso de los museos, se observa que únicamente existen tres en el municipio de Tampico y en Ciudad Madero no existe alguno. Sin embargo, en el presente año se cerraron dos museos en el municipio de Tampico, por lo que únicamente cuenta con el museo de la Cultura Huasteca. Por lo que es necesario impulsar esta oferta turística. También se observa que existe una baja presencia de negocios promotores de espectáculos artísticos, culturales, deportivos y similares.

Por lo anterior, es necesario incrementar la oferta turística en los municipios, particularmente en el municipio de Ciudad Madero, al respecto el informante E9DGO mencionó la necesidad de:

> Más inversionistas para abrir, en el caso de Madero, más lugares de esparcimiento, centros nocturnos, así como también hoteles en el centro de Ciudad Madero, ya que no los hay […] mejorar todavía más el alumbrado público […] darle seguimiento a los proyectos que ya están en camino (E9DGO/PC).

En este mismo sentido el actor E8ETC mencionó: “Se necesitan parques acuáticos, sí se necesitan los deportes acuáticos también […] hay que invertir en las plantas de agua de tratamiento para toda esta zona […] hacer un auditorio, un auditorio donde podemos traer todos los fines de semana música, artes, bailes” (E8ETC/PC).

Evidentemente, una mayor oferta turística hace más atractivo al destino y por lo tanto, se generan condiciones para que este destino pueda competir con otros destinos con características similares.

Sin embargo, no únicamente es necesario incrementar la oferta turística, sino que también resulta primordial mejorar las condiciones de esa oferta de atractivos que existen, tal como lo expresa el informante E7EHA:

> Necesitamos darle vida al edificio histórico de la Aduana, necesitamos, este, que haya más actividades, que haya más inversión en su restauración y que tenga otros atractivos […], no solamente el ir a ver el edificio, quizá un museo […] me encantaría que hubiera algún proyecto de, de desarrollo en la margen del Río Pánuco […] en Ciudad Madero ojalá se logre el proyecto del acuario (E7EHA/PC).

Además de la falta de atractivos turísticos en la zona también influyen otros factores que determinan el bajo flujo de turistas, tal como el déficit en promoción. También las condiciones de competitividad para bares, cantinas, restaurantes y similares se ve afectada, dado que afronta pagos excesivos en el trámite de licencia de alcohol, en comparación con el estado de Veracruz. Información proporcionada por el informante E1SIG, una licencia en el destino cuesta entre 22,000 y 23,500 pesos, mientras que en Veracruz tan solo cuesta 7,500 pesos, por lo que las condiciones de competitividad para el destino se vulnera al no poder ofrecer productos turísticos a precios atractivos para el turista.

Por otro lado, el informante E2SMP manifiesta que el destino es meramente carretero, por lo cual es importante tomar en cuenta las condiciones de seguridad ya que es determinante en el flujo de turistas que se da en el destino. Ante la presencia de inseguridad que se experimenta en las carreteras que conectan al destino, ha tomado mayor fuerza el turismo de negocio, según información del informante TE3VPSM. En consecuencia, para mantener el flujo de turistas vía carretera hacia el destino es importante atender el problema inseguridad.

III Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje.

a) Oferta de cuartos, categoría, ubicación

En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se cuenta con una sustancial infraestructura hotelera con servicios y atención de calidad, esto debido a que una parte significativa pertenece a firmas nacionales y extranjeras de reconocido prestigio. A continuación se muestra en el siguiente cuadro los principales hoteles del destino turístico Tampico-Ciudad Madero clasificados por el número de estrellas.

Cuadro 4. Principales hoteles por categoría y habitaciones ubicados en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero

Hotel	Municipio	Habitaciones
Hoteles de Cinco Estrellas		
Camino Real	Tampico	97
Posada de Tampico	Tampico	209
Total de habitaciones		306
Hoteles de cuatro estrellas		
Club Maeva Miramar	Ciudad Madero	204
Arenas del Mar	Ciudad Madero	62
Best Western	Tampico	64
Gran Hotel Sevilla	Tampico	39
City Express	Tampico	124
Confort Inn	Tampico	88
Doña Juan Cecilia	Ciudad Madero	104
Fiesta Inn	Tampico	124
Gran Royal	Tampico	104
Hampton Inn	Tampico	149
Holiday Inn Express	Tampico	93
Impala	Tampico	82
Inglaterra	Tampico	109
Mansión Real	Tampico	45
Marsella	Tampico	46
Mediterráneo	Ciudad Madero	55
Miramar Inn	Ciudad Madero	95
Montecarlo	Tampico	88
Río Vista Inn	Tampico	80
San Antonio	Tampico	180
Total de habitaciones		1935
Hoteles de tres estrellas		
Lorencillo Miramar	Ciudad Madero	60
Leonardo López Mata	Tampico	59
Provincia Express	Tampico	49
Real del Mar	Ciudad Madero	54
Tres Soles	Tampico	35
Suites Ejecutivas	Ciudad Madero	23
Total de habitaciones		280

Fuente: Elaboración propia con datos del portal de Tampico-Miramar

De acuerdo a lista anterior de hoteles, en total se cuenta con 2,521 habitaciones de las cuales 1,864 se ubican en el municipio de Tampico y 657 en el municipio de Ciudad Madero. Cabe hacer mención que con el Estudio de Afluencia

Turística que realizó el Ayuntamiento del municipio de Ciudad Madero durante la Semana Santa de los periodos de 2011, 2012 y 2013, se pudieron identificar que, con excepción del año de 2011, en promedio cerca del 50 por ciento de los turistas decidió hospedarse en hoteles del destino, mientras que aproximadamente el 40 por ciento en casa de familiares y el ocho por ciento acampan en la playa. Por lo anterior, la mitad de los turistas que visitan el destino durante la Semana Santa decide quedarse en hoteles. Por otro lado, en los últimos años ha crecido la demanda del turismo de negocios, lo que resulta favorable para mantener la dinámica económica de los hoteleros y de negocios que asocia a este tipo de turismo. Sin embargo, es necesario promover una mayor oferta de atractivos, servicios turísticos y productos turísticos complementarios para mantener y en el mejor de los casos incrementar la ocupación hotelera.

b) Oferta de hospedaje en la zona de influencia

Empleando el Sistema Estatal y Municipal de Bases de Datos que publica el INEGI en el rubro de Infraestructura y Afluencia Turística en 2010, se obtuvo información que permite conocer la oferta hotelera de la zona de influencia del destino Tampico-Ciudad Madero.

En dirección al norte del destino se ubican tres ciudades que pertenecen al área de influencia. Estas ciudades son Altamira, Aldama y González. En el caso de Altamira, se identificaron un total de 14 establecimientos de hospedaje ofertando un total de 440 cuartos. En Aldama, también se encontraron un total de 14 establecimientos de hospedaje, aunque se observa una menor cantidad de cuartos, siendo un total de 235. Esto significa que se cuenta con la misma cantidad de

establecimientos que Altamira, pero son más pequeños. En el municipio de González, existen 17 establecimientos con una oferta de 297 cuartos. En total, en esta zona de influencia existe un total de 45 establecimientos hoteleros y un total de 972 cuartos. Esto significa que existe una oferta significativa al norte del destino Tampico-Ciudad Madero.

Por otro lado, en la parte sur del destino se identifican, en la zona de influencia, a tres municipios que son: Pánuco, Pueblo Viejo y Tampico Alto. En esta zona existen un total de 10 establecimientos de hospedaje, ofertando un total de 235 cuartos. El municipio de Pánuco es el que tiene una mayor oferta de hospedaje, con un total de 118 cuartos, mientras que Tampico Alto oferta 87 y Pueblo Viejo 30.

En total, conjuntando la oferta de hospedaje de la zona norte y sur del destino, existe un total de 55 establecimientos de hospedaje con un total de 1 207 cuartos. Esta oferta de hospedaje complementa la oferta de hospedaje del destino Tampico-Ciudad Madero; por lo tanto, se puede establecer que en la actualidad existe suficiente oferta hotelera para atender el flujo de turistas.

c) Identificación de problemáticas de la oferta de hospedaje

El destino Tampico-Ciudad Madero se ha caracterizado por ser una zona con gran representación turística a nivel estatal, y que aporta cerca del 70 por ciento a la derrama económica en el sector. La región también se identifica por ser fundamentalmente un destino carretero que atiende principalmente al mercado de Monterrey, oriente de San Luis Potosí y la Ciudad de México. En este sentido, el crecimiento se ha visto reflejado en el incremento de la infraestructura turística, pues durante el periodo comprendido de 1999 al 2007 el número de establecimientos

hoteleros prácticamente se duplicó, pasando del 54 por ciento a 99 por ciento; sin embargo, esto se dio fundamentalmente en establecimientos hoteleros de tres estrellas, que pasaron de representar el 31 por ciento a cerca del 56 por ciento de la oferta hotelera, cifra que no corresponde a las experimentadas por los principales destinos turísticos del país en los que la oferta turística hotelera está concentrada en el nivel de cinco estrellas (IMEPLAN, 2007-2012).

En la actualidad, en el destino se cuenta con 2,521habitaciones, de éstas 1,864 se encuentran en Tampico y 657 en Ciudad Madero.[1] Entre las categorías: 5 estrellas se cuenta con 306 habitaciones con precios por noche que van desde los $1,100 a $1,800; 4 estrellas con 193 habitaciones con precios que van desde $700 a $1,000; 3 estrellas con 280 habitaciones que van de $500 a $650; 2 estrellas de $300 a $450 por noche; además de moteles y hostales con precios entre $100 y $300. Por lo anterior se puede afirmar que el destino Tampico-Ciudad Madero, cuenta con una oferta hotelera y tarifas muy diversificadas, ya que hay para todo tipo de ingreso.

En otro orden de ideas, en los años 2008, 2010 y principios del 2011 la cuestión de inseguridad que se presentaba en la región ocasionó una disminución del turismo, actualmente este factor ha empezado a disminuir, como lo mencionan actores representantes del sector entrevistados recientemente:

> Desde el 2009 empieza a sentirse la complicación […], 2010, 2011 yo creo que fue uno de los años más difíciles, porque fue donde pegó más la inseguridad; 2012 nos recuperamos; sin embargo fue un

[1]Consultado en línea en: www.tampicomiramar.

> poquito mejor que el 2011, mejor, te hablo un 2% un 3% no es mucho la diferencia, y bueno ahora el 2013 creo que ya, ya digo va diferente, definitivamente. A partir del presente año bueno pues […] la zona se ha recuperado bastante, creo que la hotelería lleva una recuperación, desde mi punto de vista, arriba del 15 por ciento en este año (VP/HOT/TAMP).

Otra expresión similar del informante E1SIG:

> Venimos de un bache […] creo que en estos tres años difíciles que lleva el gobierno estatal ciertamente ha habido un repunte en comparación a como, pues a como veníamos en el 2010, ya en el 2011 hablando específicamente de porcentajes de ocupación como ha ido repuntando, en 2012 otro poquito por la creación de la marca Tampico-Miramar. En el 2013 ya estamos hablando […] no de los mismos porcentajes de ocupación que teníamos en un año típico como le llamamos en un 2008, […], pero si una mejoría no, […]. 68 por ciento de ocupación con el que cerró la plaza en el verano (E1SIG/SE).

Por otro lado, existe la percepción entre los actores entrevistados, en particular con el informante E8RTC, quien establece la necesidad de impulsar no solamente el turismo carretero, sino también el turismo que toma avión, pero para lograrlo, manifiesta que es necesario mejorar la infraestructura turística en los hoteles, lo anterior lo expone de la siguiente manera: “necesitamos mayor infraestructura hotelera […] el turista que toma un avión está buscando esa infraestructura mayor, mayor la infraestructura hotelera en el sentido de que; hoteles

todo incluido, muy amplio, muy grandes". Pero además para impulsar el mayor flujo de turistas y mejorar la ocupación hotelera, menciona que se requiere mejorar la imagen del destino en cuanto a la limpieza, iluminación, fachadas y la seguridad pública.

IV Especificación de la oferta complementaria.

a) Oferta gastronómica

Para identificar el número de establecimientos dedicados a la elaboración de alimentos, se analizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI). La información proporcionada fue actualizada en 2012. Además, para puntualizar el tipo de gastronomía local, se utilizó la información obtenida de la página de internet de la marca Tampico-Miramar,[2] la cual es proporcionada por los municipios de Tampico, Ciudad Madero y el Gobierno del Estado de Tamaulipas.

De acuerdo al catálogo de actividades productivas del INEGI, los restaurantes y preparación de alimentos se codifican de la siguiente manera:

7221	Restaurantes con servicio completo
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado
7223	Servicios de preparación de alimentos por encargo
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares

En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se tienen un total de 2,306 establecimientos de este giro, de los cuales 751 se ubican en Ciudad Madero y

[2] http://tampicomiramar.com.mx/

1,555 en Tampico. Los que mayor presencia tienen en ambos municipios son los restaurantes de autoservicio, comidas para llevar y otros restaurantes, en total se tienen en el municipio de Ciudad Madero 665 y en el municipio de Tampico 1,308. El segundo con mayor presencia son los centros nocturnos, bares, cantinas y similares con un total de 177 negocios, de los cuales 46 se ubican en el municipio de Ciudad Madero y 131 en Tampico. En tercer lugar se encuentran los restaurantes con servicio completo, con un total de 146: 39 en Ciudad Madero y 107 en Tampico.

En relación al estado, un poco más del 20 por ciento de los negocios de preparación de alimentos y bebidas se ubican en el destino Tampico-Ciudad Madero. El resultado que resalta aún más es que aproximadamente una cuarta parte de los restaurantes de servicio completo se ubican en este destino.

Bajo este contexto es plausible establecer que existe una oferta de restaurantes y bares significativa en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Sin embargo, resulta relevante mostrar la oferta gastronómica que se tiene en este destino. Por lo que a continuación se muestran los principales restaurantes identificados por tipo de cocina:

1. Marisco. El Porvenir, Arena del Mar, Rey Mar, Loredos, Catalino´s, Los Curricanes, Buzzhan, El Muelle.
2. Cocina Internacional. Jardín Corona, Super Cream 360, El Portón, TGI Friday´s, Applebee´s, Loredo, Ihop.
3. Carnes. El Granero, El Papalote, Bufalitas, Arrachera Express, El Asador, Sancho Panza, Mr. Parrilla, La Arrachera, La Villa de Don Eduardo.

4. Mexicana. El Callejón de los Milagros, Doña Tota Gorditas, El Gran Pipian y El Lindero, Juana Cata.
5. México-Española. La Troya
6. Japonesa. Sai Café y Kurai Expresso.
7. China. Oriental Grill, Howah, La Gran Muralla China, El Mandarín, Oriental Panda y Zao Woo.
8. Italiana. La Dolce Vita, Conni Pizzas, Basílico, Porta Romana, Il Liogo, Rovereto´s y La Tarantella.
9. Rápida. Subway, Cheff Chicken, Pollo Loco, Domino´s Pizza, KFC, Deli Baguet, Mc Donalds, Burger King, Church´s Chicken, Peter Pipper Pizza, Pizza Hut, Caesar Pizza, Little Caesars y Papa John´s.
10. Cafeterías. Vips, Sanborns, El Elite, Italian Coffe, Dega´s Café, El Itacate, Starbucks, Aerocafe y Café Mun-dos.
11. Repostería. Pepis, La Minerva, El Globito, Super Cream, Dairy Queen, Baskin Robbins y Helados La Sultana.

En este sentido se puede establecer que en el destino Tampico-Ciudad Madero se cuenta con una oferta gastronómica diversa aunque no suficiente.

b) Agencias de viajes receptivas

Según datos del portal de Internet Tampico-Miramar, actualmente existen en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero un total de ocho agencias de viajes, las cuales son:

1. Agencia de Viajes Gámez.

2. Edcano Travel.
3. Interviajes.
4. MG Travelandtours
5. My Trip México.
6. Viajes Asturiano.
7. Viajes Morales
8. Somnus Tampico.

c) Oficinas de información

En ambos municipios se cuenta con oficinas especializadas en turismo. En Ciudad Madero, con el propósito de brindar un mejor servicio, se instaló en la administración municipal 2011-2013 la oficina de Turismo de Ciudad Madero, inmueble situado en la Avenida Monterrey, la cual tuvo un costo de 1’217,645 pesos y cuenta con atención turística y salas de juntas de primer nivel. Las direcciones municipales de turismo son las dependencias que controlan todo el turismo. Entre sus principales actividades se encuentran:

- La promoción de la marca Tampico-Miramar en otras ciudades y países.
- La atención e información a los visitantes turistas.
- La organización de eventos deportivos y convenciones nacionales.
- El fomento a la inversión.

En este último punto, hay que reconocer que las oficinas de turismo no tienen esa facultad para fomentar la inversión. Esta responsabilidad le corresponde a la oficina de desarrollo económico (Gob. Estado/Ayto. Cd. Madero, 2011).

d) Guías turísticos y empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)

En el portal de Internet Tampico-Miramar se menciona que en el destino se encuentran tres operadores turísticos, que son:

1. Inter Xplora-destinos de naturaleza.
2. Transpaís Turístico
3. Gulf Diving.

Con la presencia, tanto de las agencias de viajes como de los operadores turísticos, se impulsa el destino promoviéndose un mayor flujo de turistas.

e) Servicios de transporte turístico

A continuación se detalla la oferta de transporte local que existe en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino.[3] Con estas rutas de servicio de transporte público se tiene una cobertura total de los atractivos turísticos con los que cuenta el destino. Por otro lado, también se cuenta con transporte de taxi. Entre las principales bases que existen en el destino según el portal de Internet de la marca Tampico-Miramar [4] y el portal de la Sección Amarilla se encuentran:

1. Ecotaxis Cobra
2. Taxis Paraíso
3. Transportación Turística de Tampico
4. Taxis CAT

[3] http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas
[4] http://tampicomiramar.com.mx/

5. Inter Taxi
6. Radio Taxis aeropuerto
7. Operadora de radiotaxis Quaco
8. Servicios de Ecotaxis Madero

f) Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping)

En el destino Tampico-Ciudad Madero existen nueve centros comerciales, solamente uno de ellos se ubica en el municipio de Ciudad Madero, se conoce como el centro comercial Multi-plaza. En el caso de Tampico se tiene la plaza Covadonga, Plaza Cristal, Plaza Herradura, Plaza Dorada, Plaza Tres Arcos, Las Novedades, Liverpool y Sears. En estas plazas principalmente se encuentra tiendas departamentales y lugares para tomar café.

g) Artesanías

En lo referente a las artesanías, tanto en el mercado municipal de Ciudad Madero como en el mercado de Tampico hay presencia de diversos locales que se dedican a la comercialización de artesanías. La elaboración de la artesanía que se comercializa en el destino se realiza principalmente empleando materiales que provienen del mar, tales como conchas, caracoles, arena, entre otros, según datos del portal de internet www.travelbymexico.com. Los principales productos que elaboran son joyeros, collares, porta-retratos, pulseras y bolsas.

h) Espectáculos nocturnos

A continuación se mencionan dos lugares donde se desarrollan diferentes actividades recreativas:

1. Espacio Cultural Metropolitano “El Metro”. Se ubica entre la Laguna del Carpintero y el Centro Histórico de Tampico, en el municipio de Tampico. Este espacio fue diseñado para promover el arte, la cultura y eventos artísticos. Cuenta con dos teatros, una galería de exposiciones temporales, bibliotecas, el museo de la Cultura Huasteca, un restaurante y estacionamiento techado.
2. La Casa de la Cultura de Tampico. Ubicada en el municipio de Tampico, funciona desde al año 1990 como un centro cultural donde se desarrollan obras y expresiones artísticas. En el primer piso se cuenta con un salón con capacidad para 500 personas, una sala de exposiciones pictóricas y fotográficas. En la planta baja, se encuentra una sala de proyección, talleres de danza, música y artes plásticas. En el segundo piso, se ubica el archivo histórico del Tampico, hemeroteca, mapoteca, fonoteca y otras colecciones privadas.

Además de estos espacios que se mencionaron, existen otros en donde se desarrollan manifestaciones culturales y artísticas temporales. Entre las actividades temporales que se pueden identificar son las siguientes:

1. Carnaval. En el mes de febrero se realiza en el municipio de Tampico el vistoso y alegre carnaval.

2. Fiestas de abril. Este evento se desarrolla en los terrenos contiguos al Espacio Cultural Metropolitano y a la Laguna del Carpintero. Esta fiesta es reconocida por la exposición de diversos espectáculos y la presentación de artistas de reconocido prestigio. Además cuenta con múltiples juegos mecánicos.
3. Festival Internacional Tamaulipas. Es un evento que tiene como objetivo el mostrar y fomentar la cultura y el arte de cada uno de los municipios del estado de Tamaulipas y del resto del país. También se invita a un país para que exponga su diversidad cultural y artística.

i) Otros

En el destino existen espacios para la proyección de filmes cinematográficos más recientes. En el municipio de Tampico son cuatro cines: Cinepolis, Xtreme, Cinemex y HENRY Cinemas. También se cuenta con lugares para diversión de niños y grandes: en el caso de los niños se cuenta con Venture Land, Peter Piper Pizza, Hollywood Park, donde los dos primeros son lugares para divertirse de manera virtual, ya que se tiene acceso a sistemas de juegos electrónicos, mientras que en el segundo se encuentran juegos mecánicos. También hay diversión para los adultos, ya que se puede asistir al casino Juega, Juega ubicado en el municipio de Ciudad Madero.

Por otro lado, en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero existe una oferta significativa de servicios médicos, lo cual constituye un factor que impulsa el turismo de salud. Entre los hospitales que principalmente se ubican en este destino están: Hospital Ángeles, Beneficencia Española, Cemain, Sanatorio Alijadores,

Médica Universidad, Médica Salve, Clínica Santa Fe, IMSS, Cruz Roja Norte y Cruz Roja Madero.

Otras de las actividades que se desarrollan en el destino Tampico-Ciudad Madero y que promueven el turismo son las representaciones consulares, en el destino se encuentra establecidas las representaciones del Consulado Alemán, Consulado de España, Consulado de Finlandia, Consulado de Holanda y Consulado de Italia.

j) Reporte de entrevistas a profundidad e identificación de problemáticas de la oferta complementaria

De las entrevistas realizadas a actores involucrados y conocedores del sector turístico en el destino Tampico-Ciudad Madero, se identificaron algunas expresiones concernientes a mejorar no tan solo la oferta turística complementario, sino que también otros aspectos relevantes que los turistas consideran en el momento de decidir qué lugar visitar. El principal aspecto señalado por los entrevistados, refiere que en el municipio de Ciudad Madero se carece de infraestructura turística adecuada y eminentemente esto conduce a la carencia de servicios y productos turísticos en el municipio, lo anterior se expone de la siguiente manera: “Aquí de la zona centro de Madero, pues no tenemos, este, prácticamente nada de infraestructura turística, no tenemos un cine, no tenemos giros de esparcimiento familiar, no hay, este, vida nocturna”(E4RGN/CCPD). Por lo que otro informante comenta que es necesario “más inversionistas para abrir, en el caso de Madero más lugares de esparcimiento, centros nocturnos, así como también hoteles en el centro de Ciudad Madero, ya que no los hay […] mejorar todavía más

el alumbrado público […] darle seguimiento a los proyectos que ya están en camino" (E9DGO/PC). En relación a los servicios públicos, existe un consenso en cuanto a que se tienen que mejorar para llegar a consolidar el destino turístico. Además, nuevamente se retoma el hecho de la seguridad, se plantea que resulta estratégico mejorar las condiciones de seguridad en las carreteras para de esta manera exista un mayor flujo de turistas en el destino:

> Pues yo empezaría, hago hincapié en que los servicios públicos se mejoraran al 500 por ciento porque eso nos daría pie a estas inversiones, este, obvio seguridad en carreteras, etcétera […] las inversiones que yo sugeriría, sería el desarrollo de productos turísticos como el acuario, sería un producto turístico que por el trafico carretero con el que contamos con Nuevo León; debemos de cuidarlo, debemos de meterle ganas en carreteras, en seguridad, en iluminación, etcétera (E6LVC/PC).

Por otro lado, los actores manifiestan que son complejos los trámites oficiales principalmente aquellos asociados a la inversión en nuevos establecimientos, lo cual limita el desarrollo de una mayor oferta de atractivos, así como la disponibilidad de una oferta de productos y servicios complementarios:

> Si yo vengo, a querer hacer un restaurante o un lugar de alimentos y bebidas pues tengo que cumplir como en cualquier estado con mi licencia de alcoholes; hacer el trámite, solicitar el permiso o sea, la carta de anuencia en el municipio y de ahí pasarme a solicitar la licencia de alcoholes en el estado, pero para solicitar la carta de anuencia en un municipio me piden que presente un proyecto y fotografías del lugar internas, externas, áreas de

> sanitarios y cuanta cosa. ¡Momento! yo quiero el permiso para ver si lo voy a poder hacer […] entonces yo ahí como que encuentro ahí un nudo (E13EFS/SE).

En lo que respecta a la institución de vialidad representada particularmente por la dependencia de tránsito, existen expresiones que afirman:

> Que el mal desempeño de los tránsitos de la zona sur es terrible y pareciera que no, pero eso nos provoca una afectación grave, al grado que muchas familias deciden no venir al destino debido a esta conocidísima reputación que tenemos de tener un maltrato de los agentes de tránsito en la zona sur […] estar tan limitados en servicios como baños públicos hay gente muy comprometida que con muchas ganas sale a ser su esfuerzo pero faltan muchos apoyos se requiere limpieza de la arena […] tenemos que mejorar la vialidad de la zona aquí me refiero simplemente al mantenimiento de las vialidades existentes, o sea que no tenga hoyos que se pueda circular bien, la señalización turística las calles que los semáforos que estén funcionado bien que haya orden y limpieza (E2SMP/SP).

La presencia de agencias de viaje mayoristas es vital en el país, en especial por la promoción en el destino, al respecto, no existen este tipo de agencias en Tampico-Madero. Lo que existen son agencias de viajes, minoristas que desarrollan las actividades del sector.

La pretensión de mejorar la competitividad turística del destino Tampico-Ciudad Madero debe de fundamentarse en las necesidades que expresan los actores que viven directamente la problemática del sector en este destino.

V. El Factor Humano.

a) *Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas*

Una de las fortalezas que debe tener cualquier destino turístico, está directamente vinculado con la integración entre las actividades que se derivan del mismo y los distintos actores sociales que participan del mismo, lo anterior genera sinergias entre la actividad económica y la cultura del lugar.

Lo anterior es derivado de los distintos procesos históricos que cada región tiene ya que de éstos se dan procesos de identidad y formas de conducta colectiva, que repercuten en la dinámica, y entorno de cómo se determinan la generación de valores en torno a una actividad económica ampliamente sensible por ser una de las actividades prototipo del sector servicios, donde el trato cordial, la cultura y el entorno son elementos fundamentales para su desarrollo. En el caso del destino Tampico-Ciudad Madero, es una zona que cuenta con una cultura interesante, además de ser puerta de la huasteca, que es una región de influencia significativa del referido grupo étnico, por otro lado, cuanta con una gastronomía muy particular que la hacer potencialmente competitiva con cualquier destino tanto nacional como internacional. Sin embargo, es necesario que la población en general desarrolle habilidades y sensibilidades respecto a la importancia que tienen el sector turístico y aprenda a actuar en consecuencia, es decir, la importancia de la imagen urbana, la limpieza, el trato cordial entre otro son fundamentales para fortalecer dicho rubro. En entrevista con algunos actores del destino expusieron lo siguiente:

> “Lo que hace falta así es esa parte de meternos a un más en la cultura, en la educación, de llevarnos de la mano,… de llevarlos de la mano hacer más

competitivos […] al menos te sabrá orientar qué comer, o a dónde ir, entonces si le preguntas…-oye cómo llego a tal parte-… te sabrá orientar o al menos te traerá un mapa,…he… la competitividad en nuestra zona, yo creo que requiere de eso" (CL/ENT/RES).

"yo creo que necesitamos que en la zona tener ayuntamientos que crean en el turismo". "deberíamos establecer un plan, y continuarlo no importando que color llevo, quién fue… quién es el nuevo presidente, si no seguir una línea para poder ir avanzando" (VP/ENT/CC).

b) *Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo.*

Para lograr generar condiciones de competencia en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero es necesario -además de contar con atractivos turísticos, infraestructura física, gastronomía y servicios complementarios- que se emplee a trabajadores calificados, preferentemente con estudios profesionales en el ámbito turístico. Para ello se construyeron indicadores referentes a este aspecto. Para su elaboración se utilizó el Censo de Población y Vivienda 2010. Los indicadores se construyeron considerando la población que labora en el sector turístico, tanto en Ciudad Madero como para Tampico. En los siguientes cuadros 13 y 14 se detallan el nivel de estudios con los que cuentan los trabajadores que laboran en el sector turístico. Mientras que en los Cuadros 15 y16, se muestra la profesión de cada uno de los trabajadores que laboran en el sector turístico, esto último con el objeto de identificar qué proporción de la población que labora en este sector tiene formación en turismo.

De los resultados de los Cuadro 13 y 14, se observa que aproximadamente el 59 por ciento de la población que labora en actividades turísticas tiene hasta secundaria terminada, mientras que el 15 por ciento cuenta con carrera profesional. Con este resultado se evidencia que la mayoría de los que laboran en alguna actividad turística no cuenta con un nivel de calificación para poder atender a los turistas que visitan el destino.

Cuadro 13. Nivel de estudio del personal que labora en actividades turísticas en Ciudad Madero, 2010

Grado de estudios	Número de personas	Participación porcentual
Ninguno	89	1.97
Primaria	1,111	24.58
Secundaria	1,433	31.7
Preparatoria o bachillerato	675	14.93
Estudios técnicos o comerciales con primaria	97	2.15
Estudios técnicos o comerciales con secundaria	311	6.88
Estudios técnicos o comerciales con preparatoria	17	0.38
Normal de licenciatura	59	1.31
Licenciatura o profesional	705	15.6
Maestría	22	0.49
Doctorado	1	0.02
Total	4,520	100

Fuente: Elaboración propia en base a información del Censo de Población y Vivienda, 2010.

Cuadro 14. Nivel de estudio del personal que labora en actividades Turísticas en Tampico, 2010

Grado de estudios	Número de personas	Participación porcentual
Ninguno	65	0.69
Preescolar	74	0.79
Primaria	1,824	19.37
Secundaria	3,593	38.15
Preparatoria o bachillerato	1,684	17.88

Estudios técnicos o comerciales con primaria	125	1.33
Estudios técnicos o comerciales con secundaria	185	1.96
Estudios técnicos o comerciales con preparatoria	375	3.98
Normal de licenciatura	47	0.5
Licenciatura o profesional	1,445	15.34
Total	9,417	100

Fuente: Elaboración propia en base a información del Censo de Población y Vivienda, 2010.

Por otro lado, se analizó el tipo de carrera que cursaron aquellos que laboran en el sector turístico, con el objeto de identificar qué proporción cuentan con estudios en carreras de turismo o afines. En primer lugar se analiza el caso del municipio de Ciudad Madero, en el cuadro 15. Las profesiones con las que principalmente las personas laboran en este sector son contabilidad y fiscalización, ciencias de la computación e ingeniería industrial, mecánica y metalurgia. Cabe resaltar que ninguna tiene relación directa con la formación turística. En realidad no existe personal que cuente con calificación turística en el municipio de Ciudad Madero; sin embargo, se observa que el ocho por ciento cuenta con carreras afines, tales como administración y gestión de empresas, negocios y administración e industria de la alimentación.

Cuadro 15. Formación académica del personal que labora en actividades turísticas en el municipio de Ciudad Madero, 2010

Carrera	Personas	Participación porcentual de la población.
Contabilidad y fiscalización	140	11.55
Ciencias de la computación	136	11.22
Ingeniería industrial, mecánica y metalurgia	114	9.41
Carreras técnicas básicas	97	8
Formación docente para educación física, artística o tecnológica	92	7.59
Electricidad y generación de energía	79	6.52
Enfermería y cuidados	61	5.03

Comercio	51	4.21
Filosofía y ética	50	4.13
Secretariado y asistencia administrativa	45	3.71
Administración y gestión de empresas	40	3.3
Medicina	38	3.14
Negocios y administración, programas multidisciplinarios o generales	32	2.64
Industria de la alimentación	29	2.39
Técnicas audiovisuales y producción de medios	25	2.06
Electrónica y tecnología de telecomunicaciones	24	1.98
Ciencias de la educación, programas multidisciplinarios o generales	22	1.82
Lenguas extranjeras	22	1.82
Trabajo y atención social	21	1.73
Comunicación y periodismo	21	1.73
Psicología	20	1.65
Odontología	19	1.57
Música y artes escénicas	17	1.4
Arquitectura y urbanismo	17	1.4
Total	1212	

Fuente: Elaboración propia en base a información del Censo de Población y Vivienda, 2010.

En lo que respecta al municipio de Tampico, el 43 por ciento del personal que labora en actividades turísticas cuenta con carrera de derecho, secretariado y asistencia administrativa y contabilidad y fiscalización. Aunque existe una mayor participación de personal calificado con carreras afines cuya proporción representa el 14 por ciento.

Cuadro 16. Formación académica del personal que labora en actividades turísticas en el municipio de Tampico, 2010

Carrera	Número de personas	Participación porcentual
Derecho	368	16.9
Secretariado y asistencia administrativa	333	15.3
Contabilidad y fiscalización	243	11.16
Administración y gestión de empresas	219	10.06
Ingeniería industrial, mecánica y metalurgia	127	5.83
Carreras técnicas básicas	125	5.74
Ciencias de la computación	85	3.9
Odontología	78	3.58

Diseño	74	3.4
Electricidad y generación de energía	74	3.4
Arquitectura y urbanismo	58	2.66
Psicología	51	2.34
Mercadotecnia y publicidad	48	2.2
Negocios y administración, programas multidisciplinarios o generales	45	2.07
Medicina	42	1.93
Ingeniería química	36	1.65
Trabajo y atención social	24	1.1
Electrónica y tecnología de telecomunicaciones	23	1.06
Técnicas audiovisuales y producción de medios	22	1.01
Didáctica, pedagogía y currículo	20	0.92
Deportes	20	0.92
Formación docente para educación básica, nivel preescolar	18	0.83
Comercio	18	0.83
Ciencias de la educación, programas multidisciplinarios o generales	17	0.78
Música y artes escénicas	9	0.41
Total	2177	

Fuente: Elaboración propia en base a información del Censo de Población y Vivienda, 2010.

c) Identificación de problemáticas del factor humano

El destino como se ha indicado en el presente apartado, cuenta con fortalezas significativas, ya que existen recursos humanos capacitados en el plano profesional, sin embargo uno de los puntos que hay que fortalecer y que ha sido expuesto por diversos actores del sector es el ámbito de la capacitación y la certificación, lo anterior le dará mayor competitividad a la zona. Programas de certificación de competencias, permitirá fortalecer el trabajo especializado y generar con ello mejoras en los procesos de distribución de recursos para quienes se desarrollan en el sector turístico.

Por otro lado, los actores o prestatarios de primer contacto, son pieza clave y fundamental en el desarrollo de la actividad turística ya que de son quienes promueven la cultura de la localidad a través de la cordialidad y el conocimiento de

las actividades que desarrollan, en este sentido, es de vital importancia la capacitación a los distintos colectivos que laboran en este ámbito como son taxistas, transporte público, guías de turistas entre otros.

VI. Marco institucional, normativo y asociativo.

a) Leyes que inciden en el desarrollo del destino

Esta variable se concibe como el conjunto de normas y reglas aplicadas al medio ambiente. En materia Federal existen 28 Leyes que constituyen el Marco Jurídico Básico General del Medio Ambiente con un enfoque al turismo y al desarrollo sustentable, incluyéndose la Ley General de Turismo, la Ley General de Salud y la Ley de Planeación. En este marco destaca la más reciente ley para el Aprovechamiento de Energías Renovables y el Financiamiento de la Transición Energética del 2 de septiembre de 2013. Todas las leyes antes descritas para su mejor implementación poseen un reglamento expedido por el Poder Ejecutivo Federal. Hasta el momento se cuenta con 20 reglamentos. En Tamaulipas el marco jurídico sería: El compuesto por 8 leyes incluyendo la Constitución Política del Estado y el Plan Estatal de Desarrollo.

En el marco jurídico básico para todo el Estado es importante considerar la regulación específica que cada municipio pueda tener. En concreto, para la zona sur del Estado de Tamaulipas que comprenden los municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico, la mayoría de la normatividad se refleja en los reglamentos administrativos. Estos son los instrumentos normativos del gobierno municipal.

En Tampico: No se cuenta con programa para mejorar la calidad del aire. Según el IMCO la calidad del aire es una debilidad en materia de competitividad productiva.

Organización Mundial de la Salud: Calidad del aire normal: 20.00PMIO, Por otro lado en Tampico: 53.03 (IMCO, 2013), no se cuenta con reglamento de desarrollo urbano que contemple las normas básicas y mínimas para el respeto al medioambiente. Estas disposiciones se encuentran diseminadas en el reglamento estatal de construcciones, dificulta su sistematización y por ende su cumplimiento. En Ciudad Madero no se cuenta con reglamento de desarrollo urbano que contemple las normas básicas y mínimas para el respeto al medioambiente. Estas disposiciones se encuentran diseminadas en el reglamento estatal de construcciones, dificultando su sistematización y por ende su cumplimiento

b) *Identificación de problemáticas del marco institucional, normativo y asociativo*

Como se advierte en el punto anterior el destino Tampico Madero parte de un marco institucional legislado por Leyes Federales y Estatales de Turismo, por políticas normativas territoriales y de protección al medio ambiente, así como de planes y programas municipales de los gobiernos locales, los cuales establecen el desarrollo sostenible del destino turístico, sin embargo en la práctica el destino entendido como sistema le falta fortalecer la articulación entre las políticas (jurídicas administrativas) y las organizaciones (estructuras empresariales), así también con los espacios (recursos territoriales, infraestructura turística), y con los factores de la producción (agentes, inversión, entre otros). Una causa de esta problemática identificada es la falta de coordinación entre el entorno político-administrativo, social y empresarial, por un parte requiere modernizar y actualizar tanto la legislación como su marco normativo y en otro sentido, compartir una misma visión estratégica entre todos los

actores para el desarrollo del destino. Un agente clave para la evolución del destino es la participación decidida de organismos turísticos estatales.

Hoy en día son los organismos territoriales los responsables de la promoción, de la creación de nuevos productos turísticos, así mismo de la comercialización, y desarrollo del destino. A nivel regional es un organismo estatal la institución pública que organiza y jerarquiza la toma de decisiones de las actividades turísticas en el estado de Tamaulipas. La dependencia estatal que promueve al sector turístico es la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo, organismo que gestiona con la federación los destinos turísticos, y al mismo tiempo enfoca sus políticas y programas de trabajo al desarrollo del sector industrial, y la creación de empleo. Entonces el sector turismo se atiende con programas y presupuestos compartidos con otros sectores económicos por lo que resulta insuficiente para las necesidades propias del sector.

La ausencia de un organismo estatal con atribuciones y presupuesto, limita los recursos humanos y materiales para la promoción y orientación de la actividad turística en el destino, frenando la planeación participativa de todos los sectores, no permitiendo la conjunción de esfuerzos de las autoridades federales, municipales, y del sector empresarial y social.

Por otro lado con relación a la Coordinación entre las autoridades de los municipios entre Tampico y Ciudad Madero el trabajo realizado para la promoción ha sido importante para el incremento de la afluencia turística en los últimos tres años, además se considera adecuado entre las diferentes dependencias federales

en materia turística, de acuerdo a los señalamientos de funcionario de Ciudad Madero, al respecto señala:

> "Por ejemplo, la SEMANART, SECTUR, a nivel estatal, la PROFEPA, han acordado trabajar en los eventos de Semana Santa y otras festividades. Otro ejemplo importante es la coordinación de los municipios en los últimos dos años. Se invirtió en la promoción de la marca registrada como Tampico-Miramar por parte de los municipios" *(OIA/GOB./MAD).*

De igual forma, el Gerente General del Centro de Convenciones de Tampico, declara:

> "Para nosotros, la relación con los gobiernos estatales, como gobiernos municipales, estoy hablando de Tampico y de Madero, ha sido muy buena a través del Centro de Convenciones que ha sido el enlace directo, debería ser mucho más directo y la gente facilitar esta relación […] cuando salimos a tener presencia en los eventos connacionales siempre vamos de la mano una persona del gobierno estatal, una persona del gobierno municipal y nosotros, como iniciativa privada, pero como representantes del recinto" *(CHA/GGCC/TAM).*

Por otra parte, comenta la Directora del Espacio Cultural Metropolitano de Tampico:

> "Veo que están trabajando muy bien y en conjunto […] leo en los periódicos o escucho, me doy cuenta, a través de los medios de comunicación, de todas estas reuniones que hay, por ejemplo en la rama turística, las autoridades, los prestadores de servicios, las cámaras y yo sí creo que hay una gran comunicación" *(EHA/DECT/TAM).*

Por parte de los empresarios consideran que no existe una verdadera coordinación, entre autoridades y empresarios para el fomento al turismo, al respecto la presidenta de la Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas, señala

> "Somos el tercer destino más caro en tarifas de agua […] ves las incongruencias de nuestros gobernantes, porque tú dices, por un lado quieren apoyarnos, quieren apostarle al turismo, pues sí, quieren apoyarnos quieren apostarle al turismo y bueno pues cambia la tarifa del agua, empiézale por ahí ¿no?, lo único que hicieron fue quitarnos la tarifa industrial y ponernos en tarifa comercial […] por encimita sí nos hacen creer que nos pelan, pero yo no veo estas ganas de trabajar en conjunto […] que sigan, este, facilitándole las cosas a empresas para que vengan y se posicionen aquí" *(SI/HOT/MAD)*.

Según la opinión del gerente de operaciones del Hotel Posada Tampico, al respecto señala:

> "Creo que necesitamos que en la zona se tengan ayuntamientos que crean en el turismo […] deberíamos establecer un plan, y continuarlo, no importando que color llevo, quién fue, quién es el nuevo presidente, sino seguir una línea para poder ir avanzando" *(VPS/HOT/TAM).*

Ante lo anterior, señala el Gerente de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Tampico A.C.:

> "Fíjate que parte de las actividades que realiza esta oficina [oficina de convenciones y visitantes Tampico A.C.] es hacer esa goma que une; ese pegamento que une a esos tres, ahora sí que, colaboradores del destino, o integrantes del destino para poder presentar lo mejor posible, el mismo; esta oficina es una participación

municipal, otra participación estatal y otra de la asociación de hoteles; es así como se conforma esta oficina […] hemos estado trabajando en la promoción y en la capacitación de nuestros habitantes, de nuestra gente" *(FVC/OCVT/TAM)*.

Para el propietario del Hotel Arenas del Mar, localizado en la playa propone, lo siguiente:

"Pues yo creo que debería de existir un patronato para […] que le sirva al ayuntamiento y al gobierno del estado para que existan una, como si fueran tripartitas o que por un lado los empresarios, por otro lado el gobierno del estado, por otro lado el municipio coordinándose para que las cosas se den, (para que se den los servicios correspondientes en espacio de playa). Necesitamos que haya reuniones, y trabajemos, haya juntas y se fomente esa sinergia con el gobierno" *(ETC/HOT/MAD)*.

Al respecto la opinión del presidente del Consejo Empresarial:

"Los municipios quedan muy limitados para poder atender; pero, también hay que decirlo, pues también están muy limitados en recursos, los recursos que tienen apenas les dan para funcionar y sí requiere mucho […] hay que dar esos pasos de orden y de control para mandar la señal de que queremos trabajar, en serio, en la mejora de la imagen y del ordenamiento urbano y yo creo que la sociedad se va a sumar […] este ciclo sí empieza de una manera coordinada del gobierno del estado junto con el gobierno federal y los gobiernos municipales a trabajar en estas cadena de valor […] Lo que pedimos la asociación civil al gobierno es que escuche nuestras inquietudes antes de tomar la decisión porque como los recursos son muy limitados es muy importante que queden asignados en donde pensemos que es más conveniente" *(SMC/HOT/MAD)*.

Entonces se encontró que la gestión turística del destino Tampico Ciudad Madero, se desarrolla a nivel municipal, expresado en los planes de desarrollo municipal de los Ayuntamientos en turnos. El problema identificado es la falta de continuidad en los programas y propuestas de los funcionarios de las nuevas administraciones. Sin embargo, como resultado de estos trabajos, se han identificados las oportunidades existentes más las debilidades, entre estas la falta en el desarrollo de inversión e infraestructura turística. Los planes y programas identificaron las necesidades del sector. Es decir, se hizo algo al respecto. Como dice el Director de Desarrollo Económico de Ciudad Madero:

> "Hay muchos programas y diagnósticos elaborados con la intención de saber cómo estaba la situación. Ya se tienen los mismos y se confirma que es un destino de negocios, que tiene algunas amenazas, pero tiene más fortalezas que aún no han sido explotadas, como la gastronomía […] Pero ha sido también por la falta de interés y presupuesto" *(OIA/GOB/MAD).*

Sin embargo, un problema identificado es que la promoción depende de la continuidad de los gobiernos; entonces, si el gobierno no trae presupuesto o el presidente en turno no le interesa el turismo, ya no se sigue trabajando. O ya se va a acabar la administración y ya no invierten. Como dice el funcionario de Economía y Turismo de Ciudad Madero:

> "Eso es lo malo, que en un momento dado el nivel de desarrollo depende a veces hasta de terceros […] Y por más que hagan los organismos empresariales como las Asociaciones de Hoteles y los comerciantes, al final de cuentas el que manda es el gobierno" *(OIZ./GOB/MAD).*

Por otra parte la investigación encontró que no existe una coordinación institucional, con otros organismos turísticos regionales. Como se mencionó es el Gobierno del Estado quien controla las relaciones con otros organismos relacionados con el turismo sin embargo el destino turístico Tampico-Miramar, no se promueve junto con otras alternativas de turismo de la región. Se encontró que en el periodo 2011-2013, en las administraciones municipales de los gobiernos locales del destino en estudio, no hubo coordinación con otros organismos o dependencias en materia de turismo.

La falta de relaciones con los organismos turísticos de los municipios que colindan con la zona conurbada, incluyendo la Huasteca, representa una debilidad, ya que se fortalecería el destino si se combina los atractivos turísticos de estas zonas con el turismo de sol y playa. La coordinación regional en materia turística con los cinco municipios del sur de Tamaulipas, entre ellos Altamira, Aldama, González, Mante y Xicoténcatl podría atraer al turista permitiéndoles disfrutar por más días de los atractivos naturales de la región.

Por otro lado, la investigación encontró que no está constituido el Consejo Consultivo Turístico Municipal, el cual existe a nivel estatal, pero éste no se formó en los Ayuntamientos del destino Tampico Ciudad Madero (2011-2013). Es importante señalar que en años anteriores este Consejo Municipal Turístico entrego buenos resultados, estando conformado por empresarios hoteleros, el gobierno estatal y las autoridades municipales en conjunto, inclusive como integrantes participaban instituciones educativas y representantes de sectores sociales orientados al turismo. La ausencia de los Consejos Consultivos Turísticos

Municipales, como un mecanismo para la planeación regional y evaluadora de los resultados, representa como efectos el no contar con una visión estratégica compartida y consensada de los principales actores empresariales del sector y las autoridades de los tres niveles.

En ese orden de ideas el nivel de desarrollo turístico se percibe por el sector empresarial como de mediano desarrollo, aunque con un fuerte potencial para su desarrollo, al respecto según el Presidente del Consejo Empresarial de Ciudad Madero, señala lo siguiente:

> "De buen nivel,[refiriéndose al nivel turístico] más siempre, siempre tenemos que reconocer que estamos debajo de otros destinos ya muy reconocidos y consolidados […] estamos en un nivel de competitividad medio, tampoco bajo, medio, pero tampoco estamos arriba o alto" *(RGN/CAM/MAD)*.

Para el Director General de Desarrollo Económico y Turismo su punto de vista al respecto es el siguiente:

> "Todo destino turístico necesita dos ingredientes fundamentales para su éxito que son: atractivos turísticos y accesibilidad de mercados; en el caso de nuestro destino Tampico-Miramar, nosotros tenemos esa dualidad, esa combinación de ser un destino de playa pero con un Centro Histórico, también con una historia, arquitectura y toda esta parte muy bonita que pocos destinos de playa tienen" *(JP/GOB/MAD)*.

Por lo anterior al hablar de desarrollo turístico es hablar de promoción, es hablar de inversión, es hablar, de productos turísticos, al respecto se encontró que son varios factores los que participan, independientes y en combinación, que afectan al desarrollo, tales como, la falta de inversión en el turismo, en cuartos de hoteles, más

restaurantes, promoción, esta última, aunque sí existe, le falta desarrollo. Al respecto señala la Presidenta de la Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas:

> "Yo creo que no estamos siendo competitivos la verdad, esta es mi percepción. Nos falta promoción" *(SI/HOT/MAD)*.

Conforme a las entrevistas se encontró que existe una participación activa del sector empresarial, involucrado en el sector turístico; es decir, está muy comprometido con la mejora de la competitividad del destino. El empresario se involucra para realizar negocios. La Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas tiene una relación intensa con el gobierno, precisamente para promoción, sin embargo aún falta más promoción de la gestión destino. Al respecto señala el Gerente de Operaciones del Hotel Posada de Tampico:

> "Nos falta, definitivamente, organizarnos y estar haciendo unas promociones fuertes; verdaderamente promociones como destino. Mira yo, este obviamente, me comparo con destinos de mismo nivel me refiero a cantidad de habitaciones este, creo que los hoteleros estamos preparados; desde luego no niego que nos hace falta continuar con nuestra preparación. Podemos estar comparados con Mazatlán […] podemos competir con el mismo Puerto Vallarta en cuanto a turismo carretero". *(VMP/HOT/TAM)*.

Con respecto a la normatividad se encontró desarticulación entre las leyes que promueve la inversión turística y las leyes para el ordenamiento territorial y el medio ambiente. La falta de control de los terrenos federales aparte de ser una debilidad es una amenaza, porque lo puede comprar cualquier persona e instalarse cualquier negocio no necesariamente para el turismo. Hay que explotar los terrenos

aledaños las playas y lagunas, aunque una de las trabas es que los terrenos están muy controlados y no ha habido alguna regulación, por lo tanto los terrenos no son aprovechados; sin embargo, se debe de cambiar la regulación para que se conviertan en oportunidades. La lenta regularización de los terrenos es una amenaza porque en un momento dado se puede hacer cualquier construcción no acorde al o que es el sistema.

Pero el contar con una playa limpia, habla de un beneficio a corto plazo. Al respecto comenta el Director General de Desarrollo Económico:

> "Que el Gobierno municipal, particularmente, porque es potestad del gobierno municipal establecer de una manera muy clara, muy precisa y muy tajante, los usos de suelo en los sectores con un mayor potencial de desarrollo económico y turístico […] que el Gobierno Federal nos ayude, a través de FONATUR, con trabajos de reordenamiento particularmente en estos sectores. En ese orden de ideas nos encontramos con diferentes visiones que hay que combinar para no quedar estancados. La tendencia mundial es que el turismo vaya hacia la sustentabilidad. No hay crecimiento si no hay un desarrollo sustentable" *(OIA/GOB/MAD)*.

Por otro lado es a partir del 2005 es la Ley desarrollo sustentable y protección al ambiente del estado Tamaulipas, la que regula el medio ambiente y en el destino es el reglamento para el control y calidad ambiental de Tampico, sin embargo este reglamento no está acorde con la ley estatal, por lo no tanto no procede legalmente. Al respecto comenta el Director de Economía y Turismo en Ciudad Madero:

> "Además de no trabajar como debía de haber sido, nunca se pensó en sustentabilidad. […] Lo único fue que al hacer la certificación hubo que lograr varias

situaciones con evidencia de difusiones ambientales ya que la certificación a final de cuentas es sustentable, entonces esta sustentabilidad se manejó ya que estaba bajo una norma. Para la certificación de la norma se lleva a cabo lo ecológico referente al reglamento para construcción. La normatividad no está en su mejor momento" *(OIA/GOB/MAD).*

Se encuentra que las normas municipales no contienen los reglamentos que su aplicación de manera específica a las zonas turísticas, es una debilidad y se convierte en amenaza, debido a que estos reglamentos están establecidos de manera general. En ese sentido, para los hoteleros los servicios están limitados, y se tiene que mejorar la vialidad de la zona. Al respecto comenta un hotelero de la playa:

"…Aquí me refiero simplemente al mantenimiento de las vialidades existentes, o sea que no tenga hoyos que se pueda circular bien, la señalización turística, las calles que los semáforos que estén funcionado bien que haya orden y limpieza." *(SPM/HOT/MAD).*

Con respecto al medio ambiente y la sociedad, se tiene entre la comunidad una baja cultura ecológica, a pesar de que hay recipientes, la gente no tira la basura en los botes, eso es una gran debilidad. Se habla de normatividad municipal existente pero sin cumplir. Se habla de una normatividad en seguridad al respetar la simbolización de las banderas dentro de la playa. Los que mueren ahogados es por desobedecer las normas, por lo cual le hace falta un poco más de exigencia a la normatividad.

Se preguntó a funcionario municipal su opinión con respecto a la normatividad de las zonas turísticas de la zona, señalando lo siguiente:

> "...No es posible que a una playa que esté certificada, anden caballos o motos donde los turistas pisan […] o existe una normatividad, al referirse a motos circulando en áreas específicas. A quienes tiran basura, también faltaría multar, con ese tipo de normatividad el destino puede mejorar."*(OIA./GOB/MAD)*.

Otro problema recurrente es cuando la autoridad municipal a veces se excede en sus atribuciones, principalmente tránsito de Ciudad Madero. Esto se presenta cuando quienes tratan de disfrutar el destino turístico se ven afectados por estas autoridades al momento de salir de la playa; Quienes con tan solo beber una copa de alcohol los tránsitos amenazan al turismo al multarlos injustamente. Se podría llegar a un mejor acuerdo al tratar al turismo de otra manera por parte de estas autoridades. Al respecto comenta el Presidente del Consejo de Instituciones Empresariales del Sur de Tamaulipas y las Huastecas:

> "Los tránsitos de la zona sur son terribles y pareciera que no, pero eso nos provoca una afectación grave, al grado que muchas familias deciden no venir al destino debido a esta conocidísima reputación que tenemos de tener un maltrato de los agentes de tránsito en la zona sur" *(SMC/HOT/MAD).*

Otro problema de normatividad es el comercio ambulante. Es decir, no se aplica la normatividad municipal. La percepción sobre el comercio ambulante es que han invadido zonas exclusivas lo cual representan problemas para el comercio formal instalado. Hay exceso de vendedores en las zonas del centro, de las áreas turísticas. El ambulantaje se pone fuera de los hoteles, impide la visión de los

turistas al mar. A cualquiera se le da un permiso y se va a vender a la playa y no están regulados. Se encontró que a lado de un hotel hay una cantina con bailongos los fines de semana, por lo que los huéspedes se quejan porque a altas horas de la noche hay escándalos y contaminación auditiva. Además de ser un problema en la playa también lo es la ciudad. Al respecto comenta el Presidente del Consejo Empresarial Comercial y Turístico de Ciudad Madero:

> "En el caso del comercio informal ha sido muy difícil para la autoridad municipal porque es un problema reubicarlos […] se crea una situación tensa, un conflicto entre comercio formal y comercio informal. Hace falta aquí la vialidad; la vialidad en la zona está muy saturada". *(RGN/CAM/MAD)*.

Con respecto a la inversión de la actividad en el destino se encontró que aunque existe una buena voluntad de los actores principales de los municipios de Tampico y Ciudad Madero para la promoción de la marca desino Tampico Miramar, se encontró que solo Tampico la plantea como una actividad turística dentro de su plan de desarrollo municipal, en el caso del municipio de Ciudad Madero no la suscribe en sus planes de desarrollo municipal, aunque en la práctica si sumo esfuerzos de inversión para la promoción del destino.

En ese sentido, el destino carece de un presupuesto gubernamental orientado a la inversión turística, y los gobiernos municipales no le dedican el suficiente presupuesto a la promoción como a la infraestructura Es decir, no se maneja con un fondo suficiente para la promoción turística; por lo tanto son los gobiernos municipales quienes más invierten en promoción. Es importante señalar que la administración estatal actual eliminó el impuesto sobre hotelería que era un

fideicomiso, cuyos fondos se utilizaban para promocionar la cuestión turística; el 2 % sobre hotelería, este fondo desaparece y situación que ocasiono el descontento de los empresarios del ramo, porque este fondo era utilizado para la promoción, lo que su eliminación provoco malestar en el sector hotelero.

Es decir, sin fondos dirigidos al turismo, la oportunidad disminuye para lograr un posicionamiento de la gestión del destino, por lo anterior lo que se propone es establecer mecanismos de fideicomisos que puedan, de forma permanente, realizar la promoción, aunque otra debilidad que muestra esta gestión de destino es que no hay fondos de fomento para la inversión en la actividad turística. Sobre lo anterior revela el ex Director de Turismo, Economía y de Desarrollo Económico de Ciudad Madero, lo siguiente:

> “Realmente no se puede aprovechar los fondos para inversión; sin embargo, a nivel estatal, sí se han considerado estos fideicomisos para infraestructura, es decir, sí hay fideicomisos para infraestructura y los gobiernos municipales lo que hacen es dentro de sus planes de obras públicas se lo meten a infraestructura de la playa, en accesos en pavimentación y obra pública, pero un fondo de fomento pueda ayudar para construir un hotel, no ha habido una sinergia para poder atraerlos a la zona”. *(OIA/GOB/MAD).*

Lo anterior provoca falta de inversión en hotelería, los hoteles se están haciendo viejos y ninguno reinvierte, eso también hace que le destino baje de categoría. Por ejemplo, el hotel Maeva sigue siendo el mismo hotel de hace 14 años, y los visitantes no regresan porque le ofrecen lo mismo.

El nivel federal no aporta recursos; sin embargo, la SEMARNAT apoya, en ocasiones con programas de empleo temporal para la limpieza de la playa. La CONAGUA apoya con análisis para el control del monitoreo de contaminación de la playa. Los fondos asignados al turismo en los municipios de Tampico y Ciudad Madero, por lo general, son fondos estatales y aunque se gestionan los fondos federales es poco lo que se logra. Esos fondos son aportados por la Secretaría de Turismo (SECTUR) los tiene etiquetados para destinos turísticos y aún el destino Tampico-Ciudad Madero no es considerado como un destino turístico; por lo tanto, no se pueden acceder a los fondos federales.

Con respecto a los planes y programas para el desarrollo a largo plazo por parte de los organismos turísticos, se encontró que no se tiene un plan definido que establezca bajo que concepto trabajar la playa, es decir no se cuenta con un plan de crecimiento sostenible como en los grandes destinos turísticos, que planean dónde se ubicarán los campos de golf, los hoteles de gran turismo; esto hace que se tenga un segmento de turismo bajo que no paga una buena tarifa en hotelería, porque falta infraestructura turística, por eso el consumidor con recursos para viajar de turista, prefiere irse a otros destinos más competitivos.

Entre otras de las problemáticas identificadas se encontró que el destino está más dirigido al destino de turismo de negocios; por lo tanto, la hotelería instalada está enfocada hacia los negocios, por eso el grueso del número de cuartos está concentrado en Tampico; solo el 10% en la playa.

La falta de inversión en la infraestructura hotelera, es causa de que no se cuente con suficientes hoteles de 5 estrellas, menos la existencia de hoteles de gran turismo. Además hay pocos atractivos de diversión familiar, es decir falta más parques para el entretenimiento. En el caso de la playa hay insuficiencia en servicios tales como regaderas y sanitarios, a pesar de ser una playa certificada, no se cuenta con suficiente presupuesto para su mantenimiento.

Con respecto a Tampico hay una gran oportunidad en el puerto, en términos de nuevos productos turísticos. Aunque actualmente, el puerto está inoperante por sus elevados costos de operación, que ocasiona que no lleguen grandes embarcaciones; El puerto requiere estarse dragando y estas operaciones son costosas y teniendo un puerto próximamente muy cercano como Madero las competencia será mayor. En ese sentido los comentarios del gerente de la OVC´s en Tampico son

> “Como puerto operativo comercialmente no lo es ya, es un puerto más fluvial, y los puertos fluviales en la actualidad ya están descontinuados. Sin embargo Tampico tiene un gran potencial para que ese frente de rio que tiene pueda ser utilizado turísticamente, con edificios antiguos como la aduana, con bodegas grandes y antiguas, más las grúas, pueden quedar como productos turísticos para poder desarrollarlos” *(FVC/OCVT/TAM).*

Otra problemática es que no se aprovechan los climas. El destino turístico es de siete meses; sin embargo, la gente de octubre a abril ya no visita la playa. Se deben meterse al mar, se puede ir a ver el espectáculo nocturno que ofrece los

cielos estrellados, así como de repente los nortes en la playa. Es decir hacer otro tipo de eventos para que la zona se aproveche todo el año.

En ese sentido, desarrollar más productos turísticos, existen suficientes terrenos para aprovecharlos como productos turísticos, como el invertir en un acuario, paseos en lancha, entre otros. Se tiene la oportunidad de más servicios turísticos por el espacio y por el suficiente capital humano para desarrollarlo.

En resumen hay que mejorar la imagen y del ordenamiento urbano, así mismo trabajar de manera coordinada los tres niveles, y que los gobiernos escuchen las inquietudes de la sociedad empresarial y civil para que los recursos sean asignados correctamente. Finalmente se considera que hay que aprovechar la marca Tampico-Miramar, con mayor promoción y mejorar e incrementar la infraestructura de los servicios turísticos.

VII. Accesibilidad y movilidad.

a) Acceso terrestre

En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico Tampico-Ciudad Madero están el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo. El destino turístico Tampico-Ciudad Madero vía carretera cuenta con una excelente conexión con el resto del país. En el caso de Tampico, se puede ingresar tanto por el norte del Estado de Tamaulipas, por San Luis Potosí y por Veracruz, mientras que para Ciudad Madero, se conecta directamente con el norte del Estado de Tamaulipas.

Se cuenta con una central de autobuses en el municipio de Tampico y varias sucursales de cada una de las líneas que operan en el destino Tampico-Ciudad Madero. Se tiene una excelente conectividad con el resto del país. Existen siete líneas de transporte: Transpaís, ADO, Omnibus de México, ETN, Grupo Senda, Autobuses del Noreste y Autobuses Estrella Blanca.

b) Acceso aéreo

En el municipio de Tampico se ubica el aeropuerto internacional “Francisco Javier Mina”. Actualmente operan en el aeropuerto dos rutas nacionales y una internacional. En el caso nacional se tienen vuelos provenientes de la Ciudad de México y de la Ciudad de Monterrey; internacional se tiene la ruta Tampico-Houston. Las líneas aéreas que operan los vuelos nacionales son Aeromexico Connect, Interjet y Viva Aerobus. Los vuelos internacionales son operados por United Airlines.

Este aeropuerto es el principal puerto de abastecimiento del noreste del país. Cuyo destino basa su dinamismo económico en su industria principalmente petrolera y sus derivados, comercial, servicios y pesca. El Aeropuerto Internacional “Francisco Javier Mina” fue sede, en 1921, del inicio de operaciones de Mexicana de Aviación, la primera aerolínea comercial en México.

El Aeropuerto Internacional es considerado como uno de los más importantes del noreste del país. En 2007 se movilizaron 565,869 pasajeros (de acuerdo con las estadísticas de la SCT, para el año 2007) y 1,055 toneladas de carga, de las cuales 51 por ciento tuvieron como origen o destino la Ciudad de México, seguida por las ciudades de Monterrey con el 19 por ciento y Toluca el 17 por ciento. En cuanto a los vuelos nacionales, la distribución del origen o destino fue a México en 44 por

ciento y Monterrey con un 22 por ciento, mientas que en los vuelos internacionales, se registró una baja en la participación de 5 por ciento.[5]

De acuerdo al portal de internet[6], en 1998 se inicia el proceso de apertura del sistema aeroportuario mexicano a la inversión privada. Se constituyó el Grupo Aeroportuario del Centro-Norte como propietario de los títulos de concesión para administrar, operar y explotar los trece aeropuertos que conforman el Grupo. En el año 2000 el paquete accionario del Socio Estratégico de Grupo Aeroportuario del Centro Norte, fue ganada por la empresa Operadora Mexicana de Aeropuertos (OMA), ahora Servicios de Tecnología Aeroportuaria (SETA), conformado por Aéroports de Paris Management, VINCI y Empresas ICA, esta última a través de su subsidiaria Aeroinvest. Ese mismo año la empresa tomo posesión de 13 aeropuertos a nivel nacional. En el 2005 el grupo ICA se convierte en socio mayoritario de OMA. OMA opera y administra 13 aeropuertos internacionales en nueve estados de la región centro-norte de México:

- Monterrey, segunda ciudad con mayor desarrollo industrial del país;
- Acapulco, Mazatlán y Zihuatanejo, atractivos destinos turísticos;
- Cd. Juárez, Chihuahua, Culiacán, Durango, Reynosa, San Luis Potosí, Tampico, Torreón y Zacatecas, importantes centros regionales y fronterizos.

Los aeropuertos de OMA atienden a más de 11 millones de pasajeros nacionales e Internacionales y ofrecen servicios aeroportuarios que cumplen con

[5] Consultado en línea en IMPEPLAN: http://www.imeplansurdetamaulipas.gob.mx/Pdf_POTMunicipales/POT%20Zona%20Metropolitana.pdf
[6] Consultado en línea en: http://www.oma.aero/es/somos/historia.htm

las normas nacionales e internacionales en materia de seguridad, medio ambiente y calidad; y servicios comerciales.

Actualmente en el aeropuerto de Tampico operan cinco aerolíneas, que hacen conexión en varias ciudades de México, de ahí se pueden operar la salida de pasajeros a cualquier parte del mundo, así como también recibir a un número considerable de viajeros internacionales.

Por otro lado, durante años se estuvieron operando vuelos provenientes de Canadá; sin embargo, por motivos asociados a la inseguridad que prevalece en la zona éstos han quedado suspendidos desde el pasado año 2009, así lo confirmó el Lic. Sergio Maldonado Pumarejo al exponer lo siguiente de acuerdo a la nota aparecida en el diario la Razón el pasado 5 de febrero:

Sergio Maldonado Pumarejo, Presidente del Consejo de Instituciones Empresariales del Sur de Tamaulipas (CIEST), agregó que a pesar de que en años anteriores, durante el invierno llegaban de 40 a 50 Chárter- avión o autobuses-de 2009 a la fecha se han suspendido las visitas de canadienses que buscan refugiarse del frío en playas de la zona. Lo anterior ya que de 2009 a 2013, se suspendieron los vuelos que arribaban al sur de Tamaulipas provenientes de Canadá a consecuencia de la inseguridad que prevalece en la zona.

Conectividad Aérea del Destino Tampico-Madero

AEROLÍNEA	DESTINOS DIRECTOS	
Aeroméxico connect	Monterrey	Ciudad de México
United Airlines	Houston, EU	
Interjet	Ciudad de México	
VivaAerobus	Monterrey	Cancún
Aeromar	Poza Rica	
Fuente: consultado en: http://www.oma.aero/es/aeropuertos /tampico/pasajeros/operadores-de-ruta.htm		

c) Acceso marítimo

El río Pánuco divide al estado de Veracruz y Tamaulipas; sin embargo, representa una vía de transporte principalmente para la población que radica en los municipios de Pueblo Viejo y Tampico Alto. Además tiene la capacidad para recibir grandes embarcaciones como cruceros.

De acuerdo a información obtenida de los Estudios de Afluencia y Perfil del Mercado de Turismo, se pudo identificar que el 73 por ciento de los turistas utilizaron como medio de transporte hacia el destino el automóvil, mientras que el segundo medio es el autobús y *charters*, y finalmente los turistas que utilizan como medio de transporte el avión representaron el cuatro por ciento. En promedio, el 91 por ciento de turistas viaja en familia, el restante lo hace con amigos.

d) Movilidad dentro del destino

A continuación se detalla la oferta de transporte local y foráneo que existe en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino.[7] Con estas rutas de servicio de transporte público se tiene una cobertura total de los atractivos turísticos con los que cuenta el destino. Por otro lado, también se cuenta con transporte de taxi. Entre las principales bases que existen en el destino según el portal de Internet de la marca Tampico-Miramar [8] y el portal de la Sección Amarilla se encuentran:

1. Ecotaxis Cobra
2. Taxis Paraíso

[7] http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas
[8] http://tampicomiramar.com.mx/

3. Transportación Turística de Tampico
4. Taxis CAT
5. Inter Taxi
6. Radio Taxis aeropuerto
7. Operadora de radiotaxis Quaco
8. Servicios de Ecotaxis Madero

En el destino también se cuenta con una oferta importante de arrendadoras de autos de reconocido prestigio en el entorno Internacional, tal son el caso de Thrifty, Álamo Rent a Car, Avis México, Budget Car Rental, Europ Car y RAYTO Auto Rentas. Lo cual permite que los turistas puedan trasladarse por cuenta propia entre los diversos atractivos turísticos del destino.

e) Identificación de problemáticas de la accesibilidad y movilidad

Los medios o modos de transporte, son aquellos que se utilizan de manera individual o colectiva. Implican la posesión de un medio de transporte y el uso de una red específica, constituyendo el elemento clave para la movilidad de la población asentada en el territorio, así como los turistas que visitan el destino. Es decir, los diversos medios de transporte interactúan entre sí, además de su infraestructura en espacios del destino.

En el destino Tampico-Ciudad Madero, se detectaron varios factores que dificultan el óptimo funcionamiento del sistema de transporte, entre los que destacan la ineficiencia en las rutas y tiempos, así como en los costos del servicio, mismos que a la fecha han registrado incrementos, el exceso de vueltas a la izquierda y los

semáforos mal sincronizados generan fuertes congestionamientos, asociado a la mala infraestructura vial y diseño de las rutas , así como la falta de vialidades con las condiciones aptas de trazo, continuidad y estado físico.

Las unidades de transporte se concentran en las principales vialidades primarias y secundarias del municipio, tales como la carretera Tampico-Mante, los bulevares Fidel Velázquez y Adolfo López Mateos, las avenidas Hidalgo, Monterrey, Ayuntamiento, Cuauhtémoc, Emilio Portes Gil y Rosalío Bustamante, así como las calles Álvaro Obregón y Altamira; Avenida Universidad; Avenida Monterrey, por mencionar algunas.

Se puede afirmar que la red de transporte une de manera deficiente las “Actividades Habitacionales” con las “Actividades Económicas”. El comportamiento que presentan las vialidades, se debe principalmente a que concentran la mayor actividad económica, y por lo mismo, se dan las concentraciones de personal ocupado.

La necesidad de trasladarse en la ciudad se satisface mediante la interacción que se da entre las distintas formas de transporte público y privado, y el medio que permite dicha actividad; es decir, la estructura vial, dando como resultado orígenes y destinos de viaje dentro de la ciudad.

En el caso de Ciudad Madero, las principales actividades económicas que se dan en el municipio generan que las actividades se desarrollen fundamentalmente en su zona centro y al interior de los polígonos que conforman las vías primarias de la ciudad, inmediatas al centro. Mientras que las principales concentraciones habitacionales se encuentran en relación inversa, en un radio de ocho kilómetros con respecto al centro.

Por otro lado, es notable el hecho de que la mejor calidad de las conexiones, además de fomentar la actividad económica, beneficia a la tipología de la vivienda de mayor jerarquía, de tal forma que la población de menores recursos, además de encontrarse alejadas de los centros de actividad, cuentan con vías de comunicación de menor calidad.

En el destino Tampico-Ciudad Madero, existe un total de 220 rutas, de las cuales el 10 por ciento da servicio de forma exclusiva al interior del municipio de Ciudad Madero, mientras que el 90 por ciento restante son rutas de carácter metropolitano, éstas conectan a Ciudad Madero con Tampico y concentran el 73 por ciento del total de las rutas.

En este panorama, Ciudad Madero se encuentra dentro de un radio de 15 kilómetros con respecto a los principales centros de actividad de la Zona Metropolitana, lo que en tiempo significa que se encuentra en un radio de 20 minutos, que a pesar de representar un tiempo de recorrido aceptable, éste se dificulta debido a que la estructura vial no es adecuada.

La obsolescencia de los vehículos influye en la calidad del servicio y en las emisiones de contaminantes al medio ambiente. Para determinar la obsolescencia física de una unidad, se considera que después de tres años, un vehículo es 60 veces más contaminante que una unidad nueva. El resultado general arrojó que el 47 por ciento del transporte público se encuentra en condiciones de obsolescencia, por lo cual resulta prioritario substituir los vehículos. Los autobuses tienen un 64 por ciento de sus unidades en estas condiciones, lo que es preocupante, ya que éstos no son los más aptos para prestar el servicio.

VIII. Infraestructura básica.

a) Sistema de transporte.

En el destino Tampico-Ciudad Madero, el sistema de trasporte público que facilita su acceso, se compone tanto por vía aérea como terrestre.

En el primer caso, se cuenta con el Aeropuerto Internacional “General Francisco Javier Mina” de Tampico, el que se considera como el principal puerto de abastecimiento del noreste del país en el estado de Tamaulipas. El destino registra un dinamismo económico importante, derivado de las actividades sectoriales diversas pero en especial por la industria principalmente petrolera (refinación de petróleo y petroquímica secundaria), la actividad comercial es otro de los sectores con un movimiento importante, así como el de servicios y pesca. El Aeropuerto Internacional “Francisco Javier Mina” fue sede, en 1921, del inicio de operaciones de Mexicana de Aviación, la primera aerolínea comercial en México.

Come se mencionó en anteriormente, el Aeropuerto Internacional es considerado como uno de los más importantes del noreste del país. En 2007 se movilizaron 565,869 pasajeros (de acuerdo con las estadísticas de la SCT, 2007) y 1,055 toneladas de carga, de las cuales 51% tuvieron como origen o destino la Ciudad de México, seguida por las ciudades de Monterrey con el 19% y Toluca el 17%. En cuanto a los vuelos nacionales, la distribución del origen o destino fue a México en 44% y Monterrey con un 22%, mientas que en los vuelos internacionales,

se registró una baja en la participación de 5%[9], lo anterior muestra las principales zonas de influencia en materia de destino de los vuelos que se registran.

De acuerdo al portal de internet del Grupo OMA[10], en 1998 se inicia el proceso de apertura del sistema aeroportuario mexicano a la inversión privada. Se constituyó Grupo Aeroportuario del Centro Norte como propietario de los títulos de concesión para administrar, operar y explotar los trece aeropuertos que conforman el Grupo y que tiene su zona de influencia en el país, entre ellos el de Tampico. En el año 2000 el paquete accionario del socio estratégico de Grupo Aeroportuario del Centro Norte, fue ganada por la empresa Operadora Mexicana de Aeropuertos (OMA), ahora Servicios de Tecnología Aeroportuaria (SETA), conformado por Aéroports de Paris Management, VINCI y Empresas ICA, esta última a través de su subsidiaria Aeroinvest. Ese mismo año la empresa tomó posesión de 13 aeropuertos a nivel nacional. En el 2005 el grupo ICA se convierte en socio mayoritario de OMA.

Actualmente, como se mencionó, el Grupo OMA opera y administra 13 aeropuertos internacionales en nueve estados de la región centro-norte de México:

- Monterrey, segunda ciudad con mayor desarrollo industrial del país;
- Acapulco, Mazatlán y Zihuatanejo, atractivos destinos turísticos;
- Cd. Juárez, Chihuahua, Culiacán, Durango, Reynosa, San Luis Potosí, Tampico, Torreón y Zacatecas, importantes centros regionales y fronterizos.

[9] Consultado en línea en IMPEPLAN: http://www.imeplansurdetamaulipas.gob.mx/Pdf_POTMunicipales/POT%20Zona%20Metropolitana.pdf
[10] Consultado en línea en: http://www.oma.aero/es/somos/historia.htm

Los aeropuertos de OMA atienden a más de 11 millones de pasajeros nacionales e Internacionales y ofrecen servicios aeroportuarios que cumplen con las normas nacionales e internacionales en materia de seguridad, medio ambiente, calidad y servicios comerciales.

Actualmente en el aeropuerto de Tampico operan cinco aerolíneas, que hacen conexión en varias ciudades de México, de ahí se pueden operar la salida de pasajeros a cualquier parte del mundo, así como también recibir a un número considerable de viajeros internacionales.

Por otro lado cabe hacer mención que durante años se estuvieron operando vuelos provenientes de Canadá, sin embargo por motivos asociados a factores externos como internos, éstos han quedado suspendidos desde el pasado año 2009, así lo confirmó el Lic. Sergio Maldonado Pumarejo al exponer lo siguiente de acuerdo a la nota aparecida en el diario la Razón el pasado 5 de febrero:

> Sergio Maldonado Pumarejo, Presidente del Consejo de Instituciones Empresariales del Sur de Tamaulipas (CIEST), agregó que a pesar de que en años anteriores, durante el invierno llegaban de 40 a 50 Chárter- avión o autobuses-de 2009 a la fecha se han suspendido las visitas de canadienses que buscan refugiarse del frío en playas de la zona. Lo anterior ya que de 2009 a 2013, se suspendieron los vuelos que arribaban al sur de Tamaulipas provenientes de Canadá a consecuencia de la inseguridad que prevalece en la zona.

Conectividad Aérea del Destino Tampico-Ciudad Madero

AEROLÍNEA	DESTINOS DIRECTOS	
Aeroméxico connect	Monterrey	Ciudad de México
United Airlines	Houston, EU	
Interjet	Ciudad de México	
VivaAerobus	Monterrey	Cancún
Aeromar	Poza Rica	
Fuente: consultado en: http://www.oma.aero/es/aeropuertos /tampico/pasajeros/operadores-de-ruta.htm		

En otro orden de ideas, en cuanto a la calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino, se tiene en consideración como un punto de partida importante que los municipios de Tampico y Ciudad Madero, forman parte de una zona metropolitana aunado con el municipio de Altamira, por lo que sus comunicaciones están estrechamente relacionadas.

La conectividad de Tampico-Ciudad Madero con el resto del país se da a través de las carreteras México 180, México 80 y México 70. Con la carretera 180, se tiene acceso a la región del Golfo de México hacia el sur y con la carretera 80 se tiene conexión hacia el norte a Cd. Victoria, Monterrey y la frontera con Estados Unidos. La carretera 70 proporciona conectividad con la región centro del país, vía San Luis Potosí.

La estructura vial regional, en complemento con la ferroviaria, marítima y aérea con que cuenta el municipio, propicia la vinculación de la Zona Metropolitana con el mercado y los diversos espacios de la geografía nacional e internacional (IMEPLAN, 2011).

Considerando que el destino Tampico-Ciudad Madero es visto como un espacio turístico en el que se llega principalmente por la vía terrestre, debido a que un alto porcentaje de su turismo hace uso del automóvil o autobús para llegar a la zona. Derivado de lo anterior, es de suma importancia el estado físico de las

carreteras así como la seguridad en las mismas, al respecto, después de llevar a cabo una serie de entrevistas con distintos actores representativos del sector turismo en la zona, expresaron que es preocupante la imperiosa necesidad de contar con carreteras seguras y con buen mantenimiento, ya que al preguntarles su opinión al respecto, estas fueron algunas de las respuestas:

"pues fue la imagen de inseguridad que presentábamos" (EOA/MET/TAM)

"yo creo que todos sabemos que el tema seguridad pues es lo básico". (ETC/HOT/MAD)

"el principal problema que tuvimos fue la inseguridad, conocida por todos, verdad,… este eh…, el tener…este… un poco descuidadas las vías de comunicación, las carreteras" DGO/CAM/MAD)

"primero la falta de inversión, la falta de confianza a través de…de tantos sucesos que ya son del conocimiento de todos, y por supuesto eso viene a…a dar…también por consecuencia la falta de empleo" (ABT/RES/TAM).

Con relación a lo anterior, es importante tener mejores condiciones en las carreteras en cuanto a su mantenimiento y sobre todo es de vital importancia la seguridad en las mismas.

Respecto a la calidad en el transporte del destino, se parte de la idea respecto a que los medios o modos de transporte, son aquellos que se utilizan de manera individual o colectiva lo que lleva implícito la posesión de un medio de transporte y el uso de una red específica, constituyendo el elemento clave para la movilidad de la población asentada en el territorio, incluyendo a la población flotante que pueden ser los turistas que visitan el destino por diversos motivos, es decir, los diversos medios de transporte interactúan entre sí, tanto al interior del destino como

en el exterior del mismo, a través del uso de la infraestructura en espacios del mismo.

En el destino Tampico-Ciudad Madero, al interior de su sistema vial, se detectaron varios factores que dificultan el óptimo funcionamiento del sistema de transporte, entre los que destacan la ineficiencia en las rutas y tiempos, así como en los costos del servicio, mismos que a la fecha han registrado incrementos, el exceso de vueltas a la izquierda y los semáforos mal sincronizados generan fuertes congestionamientos, asociado a la mala infraestructura vial y diseño de las rutas, así como la falta de vialidades con las condiciones aptas de trazo, continuidad y estado físico, lo anterior son cuellos de botella que se transforman en una oportunidad para mejorar la vialidad y el desplazamiento vehicular al interior del destino, por lo que es necesario el diseño de acciones que integren de manera armónica rutas adecuadas, imagen urbana y agilidad en el desplazamiento vehicular.

Las unidades de transporte público, se concentran en las principales vialidades primarias y secundarias del municipio, tales como la carretera Tampico-Mante, los bulevares Fidel Velázquez y Adolfo López Mateos, las avenidas Hidalgo, Monterrey, Ayuntamiento, Cuauhtémoc, Emilio Portes Gil y Rosalío Bustamante, así como las calles Álvaro Obregón y Altamira; Avenida Universidad; Avenida Monterrey, por mencionar algunas.

Se puede afirmar que la red de transporte une de manera deficiente las “Actividades Habitacionales” con las “Actividades Económicas”. El comportamiento que presentan las vialidades, se debe principalmente a que concentran la mayor

actividad económica, y por lo que se registran concentraciones de personal ocupado.

La necesidad de trasladarse en la ciudad se satisface mediante la interacción que se da entre las distintas formas de transporte público y privado, y el medio que permite dicha actividad; es decir, la estructura vial, dando como resultado orígenes y destinos de viaje dentro de la ciudad.

En el caso de Ciudad Madero, las principales actividades económicas que se registran en el municipio, generan que éstas se desarrollen fundamentalmente en su zona centro y al interior de los polígonos que conforman las vías primarias de la ciudad, inmediatas al mismo. Mientras que las principales concentraciones habitacionales, se encuentran en relación inversa, en un radio de ocho kilómetros con respecto al centro.

Por otro lado, es notable el hecho de que la mejor calidad de las conexiones, además de fomentar la actividad económica, beneficia a la tipología de la vivienda de mayor jerarquía, de tal forma que la población de menores recursos, además de encontrarse alejadas de los centros de actividad, cuentan con vías de comunicación de menor calidad.

En el destino Tampico-Ciudad Madero, existe un total de 220 rutas, de las cuales el 10% dan servicio de forma exclusiva al interior del municipio de Ciudad Madero, mientras que el 90% restante son rutas de carácter metropolitano, éstas conectan a Ciudad Madero con Tampico y concentran el 73% del total de las rutas.

En este panorama, Ciudad Madero se encuentra dentro de un radio de quince kilómetros con respecto a los principales centros de actividad de la Zona Metropolitana, lo que en tiempo significa que se encuentra en un radio de 20

minutos, que a pesar de representar un tiempo de recorrido aceptable, éste se dificulta debido a que la estructura vial no es eficiente.

La obsolescencia de los vehículos del servicio público, influye en la calidad del mismo, asimismo genera grandes emisiones de contaminantes al medio ambiente. Para determinar la obsolescencia física de una unidad, se considera que después de tres años, un vehículo es 60 veces más contaminante que una unidad nueva. El resultado general arrojó que el 47% del transporte público se encuentra en condiciones de obsolescencia, por lo cual resulta prioritario sustituir los vehículos. Los autobuses, tienen un 64% de sus unidades en estas condiciones, lo que es preocupante, ya que éstos son los más aptos para prestar el servicio de manera eficiente y que den una imagen a la zona que favorezca las actividades turísticas.

Asimismo se detalla la oferta de transporte local y foráneo que existe en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino según datos del portal de internet http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas. Con estas rutas de servicio de trasporte público se tiene una cobertura total de los atractivos turísticos con los que cuenta el destino. Por otro lado, también se cuenta con transporte de taxi. Entre las principales bases que existen en el destino según el portal de internet de la marca Tampico-Miramar (http://tampicomiramar.com.mx/) y el portal de la Sección Amarilla, son:

a) Ecotaxis Cobra.
b) Taxis Paraíso.
c) Transportación Turística de Tampico.
d) Taxis CAT.

e) Inter Taxi

f) Radio Taxis aeropuerto.

g) Operadora de radiotaxis Quaco.

h) Servicios de Ecotaxis Madero

En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se encuentran el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo. A continuación se detallan las opciones que se tienen para visitar el destino de acuerdo al tipo de transporte que utilice el turista.

Transporte aéreo:

En el municipio de Tampico se ubica el Aeropuerto internacional “Francisco Javier Mina”. Actualmente operan en el aeropuerto dos rutas nacionales y una internacional. En el caso nacional se tienen vuelos provenientes de la Ciudad de México y de la Ciudad de Monterrey, internacional se tiene la ruta Tampico-Houston. Las líneas aéreas que operan los vuelos nacionales son Aeromexico Connect, Interjet y VivaAerobus. Los vuelos internacionales son operados por United Airlines.

Transporte de Autobús:

Se cuenta con una central de autobuses en el municipio de Tampico y varias sucursales de cada una de las líneas que operan en el destino Tampico-Ciudad Madero. Se tiene una excelente conectividad con el resto del país. Existen siete líneas de transporte: Transpaís, ADO, Omnibus de México, ETN, Grupo Senda, Autobuses del Noreste y Autobuses Estrella Blanca.

Transporte por automóvil:

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero vía carretera cuenta con una excelente conexión con el resto del país. En el caso de Tampico, se puede ingresar tanto por el norte del Estado de Tamaulipas, por San Luis Potosí y por el Estado de Veracruz, mientras que para Ciudad Madero, se conecta directamente con el norte del Estado de Tamaulipas.

Transporte Marítimo:

El río Pánuco divide al Estado de Veracruz y Tamaulipas; sin embargo, representa una vía de transporte principalmente para la población que radica en los municipios de Pueblo Viejo y Tampico Alto. Además tiene la capacidad para recibir grandes embarcaciones como cruceros.

Según información de los Estudios de Afluencia y Perfil del Mercado de Turismo, se pudo identificar que el 73 por ciento de los turistas utilizaron como medio de transporte hacia el destino el automóvil, mientras que el segundo medio es el autobús y *charters*, y finalmente los turistas que utilizan como medio de transporte el avión sólo representaron cuatro por ciento. En promedio, 91 por ciento de los turistas viaja en familia; el restante lo hace con amigos.

b) Comunicaciones

El destino Tampico-Ciudad Madero, cuenta con una gama importante de vías de comunicación, entre las que destacan, las convencionales, como son la aérea, la terrestre y ahora las comunicaciones que se derivan del uso de las tecnológicas de la informática y las conexiones a la red o comunicación virtual.

La calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino en el destino Tampico-Ciudad Madero como parte importante que conforman la zona metropolitana del sur de Tamaulipas, junto con el municipio de Altamira, cuyas vías de comunicación están intrínsecamente relacionadas.

La conectividad de Tampico-Ciudad Madero con el resto del país se da a través de las carreteras México 180, México 80 y México 70. A través de la carretera 180, se tiene acceso a la región del Golfo de México hacia el sur y a través de la 80 hacia el norte a Cd. Victoria, Monterrey y la frontera con Estados Unidos. La carretera 70 proporciona conectividad con la región centro del país, vía San Luis Potosí.

La estructura vial regional, en complemento con la ferroviaria, marítima y aérea con que cuenta el municipio, propicia la vinculación de la zona metropolitana con el mercado nacional e internacional (IMEPLAN, 2011).

Respecto al transporte aéreo, se ha mencionado, el destino Tampico-Ciudad Madero, cuenta con el aeropuerto internacional “General Francisco Javier Mina”, considerado como uno de los más importantes del noreste del país, ya que movilizó 565,869 pasajeros y 1,055 toneladas de carga (51% tuvieron como origen o destino la Cd. de México, seguida por las ciudades de Monterrey con un 19% y Toluca con un 17%).

En cuanto a los vuelos nacionales, la distribución del origen o destino fue a México 44% y Monterrey 22%. En los vuelos internacionales se registró una baja en la participación del 5%.

c) Energía Eléctrica

De acuerdo al censo de población y vivienda realizado por el INEGI en el año 2010, el estado de Tamaulipas registró un total de 3 268 554 habitantes, de los cuales el 49.4 por ciento son hombres y el restante 50.6 por ciento son mujeres. En los municipios que integran el destino Tampico-Ciudad Madero la población asciende a 297 554 en Tampico y 197 216 en Ciudad Madero.

De acuerdo a datos del Consejo Nacional de Población (CONAPO), para el año 2010 los dos municipios han sido clasificados como de muy baja marginación, derivado de los resultados que tiene las variables a través de las cuales se estima el índice de marginación. Una de éstas es el porcentaje de ocupantes en viviendas sin energía eléctrica, cuyo dato es del 0.91 por ciento para el caso de Ciudad Madero y de 0.23 por ciento para el caso de Tampico. Los datos anteriores muestran que dato de que tratan de entidades municipales urbanas, la cobertura en el servicio de energía eléctrica está cubierta casi en su totalidad, además, cabe hacer mención que el desarrollo económico y estratégico con el que cuenta el municipio vecino de Altamira, la mayoría de las empresas del corredor industrial cuentan con plantas generadoras de energía eléctrica, por otra parte el suministro de energía para las distintas demandas que los sectores económicos realizan está cubierta y garantizada al cien por ciento, por lo que se afirma que en este rubro, existe una fortaleza importante para el desarrollo de la región.

De acuerdo al INEGI (2010), en Tampico existe un total de 126 289 usuarios de energía eléctrica y un total de 1 054 unidades económicas demandando el servicio. El valor del consumo de la energía eléctrica en el municipio asciende a $ 1, 013 767 (miles de pesos) de acuerdo a la misma fuente con datos de 2010). En tanto para

el municipio de Ciudad Madero, el número de usuarios para el año 2010 ascendió a 72 410 y el valor de las ventas de energía eléctrica ascendió a $ 520 989 (miles de pesos) asimismo, las unidades económicas atendidas en la manufactura para el año 2008 fue de 500 unidades.

d) Agua y alcantarillado

En materia de drenaje y alcantarillado, el destino reporta cifras importantes, ya que casi el 100 por ciento de los requerimientos están cubiertos tanto en el municipio de Tampico como en Ciudad Madero. Las cifras que utiliza el CONAPO para el año 2010 reportan lo siguiente: porcentaje de ocupantes de viviendas sin drenaje ni excusado, para el caso de Tampico la cifra asciende a 0.15 por ciento en tanto que para Ciudad Madero, la cifra es del 0.18 por ciento, lo cual ubica una cobertura en este rubro de casi el cien por ciento en el destino; en materia de agua entubada, el porcentaje de ocupantes en viviendas que no cuentan con agua entubada asciende para el caso de Tampico a 0.21 por ciento y 0.29 por ciento para el caso del municipio de Ciudad Madero. Lo anterior muestra una fortaleza en materia de infraestructura que permite el acceso al agua potable a la mayoría de la población, cabe hacer mención que en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero, las anteriores cifras están muy por abajo del promedio estatal ya que éste es del 2.91 por ciento en promedio.

Un punto importante en la materia es el estado del tratamiento de aguas negras en la zona conurbada Tampico-Madero-Altamira:

RUBRO	ALTAMIRA	TAMPICO-MADERO
Aguas negras generadas	415 LPS	1973 LPS
Aguas negras sujetas a tratamiento	22 LPS	0 LPS
Aguas negras sin tratar	393 LPS	1973 LPS

Fuente: ADISA (Asesoría y Desarrollo Integral S.A, de C.V.), 2008.

Como se puede observar en el cuadro, sólo el .92% de las aguas negras son sujetas a tratamiento, esto deriva en un problema gravísimo de contaminación, pues esta agua va a parar a un cuerpo de agua del sistema lagunario; antes se descargaban a la Laguna del Carpintero, pero al ser convertida en paseo turístico fueron cerradas algunas salidas de estas aguas negras que no permiten su oxigenación y paulatina recuperación. Asimismo, se está afectando una parte importante del sistema lagunario como las marismas de Altamira, Tampico y Madero, ya que se descarga una proporción de 700 lps. Esta descarga impacta severamente a estas marismas además de que, por el poco tirante de agua existente y por el fuerte impacto sobre de ellas de la luz solar, una buena parte se vaporiza, ocasionando que la materia orgánica y otros contaminantes se volatilicen, convirtiéndose en polvo; mismo que después los vientos depositan sobre la zona urbana (Díaz, 2008). Sin embargo existe la preocupación por parte de las autoridades locales para alcanzar el saneamiento al cien por ciento las aguas residuales en el país.

e) Vivienda

El total de viviendas que existen el Tampico y Ciudad Madero asciende a 144 004 de las cuales, 86 307 se ubican en Tampico y 57 697 en Ciudad Madero. Cabe mencionar que en el caso de la vivienda, el destino en materia de reserva territorial para viviendas o casas habitación está casi cubierto en su totalidad, por lo que se ha registrado un crecimiento importante en materia de casas habitación en el vecino municipio de Altamira.

En otro orden de ideas, en cuanto al nivel de hacinamiento, en el caso del promedio de ocupantes en viviendas habitadas, en el caso de Tampico es de 3.5 habitantes en tanto que en Ciudad Madero es de 3.4, lo anterior muestra que en este rubro se cuenta con condiciones que garantizan un nivel de vida aceptable.

En materia de infraestructura, como se muestra en la siguiente tabla, se parecía que las principales prioridades asociadas con el equipamiento urbano, se encuentran casi cubiertas en su totalidad, además de equipamiento como el obtener lavadoras, refrigerador y computadora, en este último punto existe un rezago, sin embargo la mayoría de la gente tiene acceso al manejo de una computadora ya que existen espacios para poder hacerlo a precios accesibles.

Vivienda y Urbanización en Tampico y Ciudad Madero, Tampulipas (2010)			
Vivienda y Urbanización	**Tampico**	**Ciudad Madero**	**Tamaulipas**
Total de viviendas particulares habitadas, 2010	86,307	57,697	901,244
Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas, 2010	3.5	3.4	3.6
Viviendas particulares habitadas con piso diferente de tierra, 2010	81,925	54,122	825,269
Viviendas particulares habitadas que disponen de agua de la red pública en el ámbito de la vivienda, 2010	82,236	53,452	812,671
Viviendas particulares habitadas que disponen de drenaje, 2010	82,207	53,902	753,760
Viviendas particulares habitadas que disponen de excusado o sanitario, 2010	82,711	55,274	845,925
Viviendas particulares habitadas que disponen de energía eléctrica, 2010	83,022	55,121	841,641
Viviendas particulares habitadas que disponen de refrigerador, 2010	77,760	51,425	777,605
Viviendas particulares habitadas que disponen de televisión, 2010	81,206	53,752	818,160
Viviendas particulares habitadas que disponen de lavadora, 2010	67,624	45,537	648,401
Viviendas particulares habitadas que disponen de computadora, 2010	35,894	25,617	256,467
Inversión ejercida en programas de vivienda (Miles de pesos), 2010	323,729	195,707	8,971,937
Capacidad instalada de las plantas potabilizadoras en operación (Litros por segundo), 2010	3,000	0	14,829
Parques de juegos infantiles, 2010	Nd	21	212
Tomas domiciliarias de agua entubada, 2010	152,819	0	922,429
Tomas instaladas de energía eléctrica, 2010	126,289	72,410	1,201,645
Fuente:Elaboracion propia con datos del INEGI en línea en: http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=28			

f) Identificación de problemáticas de la infraestructura turística.

La infraestructura turística con que cuenta el destino Tampico-Ciudad Madero, es muy diversa en cuanto a su composición y estado físico, ya que convergen diferentes actores y sectores económicos y sociales.

En el ámbito federal, existen algunas vías de comunicación que son de vital importancia para el desarrollo integral de las operaciones y la dinámica del destino, como el Puente Tampico, que es un puente atirantado de 1543 metros y 18 de

ancho, dividido en cuatro carriles y un camellón central. La carretera de cruce tiene 55 metros de altura sobre el Río Pánuco. Sus dos torres alcanzan 110 metros de altura y posee dos pasos peatonales; uno de cada lado. Comunica a los barcos de los estados de Veracruz y Tamaulipas, a través de los municipios de Tampico, Tamaulipas y Pueblo Viejo en Veracruz. Dicha infraestructura que se convierte en vital para la dinámica del destino, está en óptimas condiciones de operación y mantenimiento.

Por otro lado las carreteras que comunican al destino, bien sea por el estado de Veracruz, San Luís Potosí y por la red carretera del Estado, las dos primeras deben contar con el mantenimiento permanente, las carreteras del estado de Tamaulipas, necesita algunos trabajos mínimos principalmente en la zona de Altamira, al norte de los municipios estudiados lo anterior permitirá un mejor posicionamiento en materia de competitividad para el destino si se considera que éste principalmente es carretero.

En cuanto a la infraestructura municipal, que influye de manera directa sobre la actividad turística, se tiene que incidir en mantenimiento a las vías de comunicación internas a fin de mantener en óptimo estado las condiciones das mismas, por otra parte el equipamiento urbano, luz agua, drenaje, las dos primeras están cubiertas casi en su totalidad, en tanto que las plantas de tratamiento de aguas residuales deben garantizar el tratamiento del cien por ciento en este rubro.

La infraestructura privada, como establecimientos de hospedaje; establecimientos de preparación y servicios de alimentos y bebidas; agencias de viajes entre otros, su infraestructura se evalúa en relación a sus certificaciones, como es el caso de los establecimientos de hospedaje, al igual que los de

preparación de alimentos y bebidas, en tanto los otros giros es por el mantenimiento permanente que reportan. Los principales problemas que presentan en general, tanto la de los distintos órdenes de gobierno como de los agentes privados, está relacionada con el mantenimiento a la ya existente.

IX Protección del territorio y del paisaje natural y urbano.

a) Calidad de vida

Toda región urbana, para su desarrollo y bienestar social de sus habitantes, requiere contar con obras de infraestructura necesarias que permitan mejorar la calidad de vida, siendo estos los servicios básicos entre otros elementos. Derivado de lo anterior, el destino Tampico-Ciudad Madero, que representa el 15.1% de la población estatal, conlleva la obligación y responsabilidad de las autoridades a cargo en poner a la disposición de los habitantes de la zona, los servicios básicos que permitan satisfacer sus necesidades y garantizar sus niveles de vida. En la actualidad y de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL), ambos municipios, son considerados con muy bajo índice de rezago social, consecuencia de un mínimo porcentaje de la población sin acceso a servicios de: educación, salud, agua, drenaje y energía eléctrica, como se ve en el siguiente cuadro.

ÍNDICE DE REZAGO SOCIAL 2010

Municipio	Población total	Indicadores de rezago social (porcentaje)						Índice de rezago social	Grado de rezago social
		Población de 15 años o más analfabeta	Población de 15 años y más con educación básica incompleta	Población sin derechohabiencia a servicios de salud	Viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública	Viviendas que no disponen de drenaje	Viviendas que no disponen de energía eléctrica		
	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010	2010
Ciudad Madero	197,216	1.81	23.83	20.34	3.61	2.75	1.01	-1.57044	Muy bajo
Tampico	297,554	2.03	26.25	23.30	0.96	0.89	0.29	-1.60131	Muy bajo

Nota[1]: para los indicadores de rezago social se consideran únicamente las viviendas particulares habitadas

Nota[2]: el calculo de los indicadores, índice y grado de rezago social se realiza con la base de datos "Principales resultados por localidad (ITER)"

Fuente: estimaciones del CONEVAL con base en el XII Censo de Población y Vivienda 2010.

De manera similar, el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010) califica a ambos municipios, como de muy baja marginación, con una mínima diferencia en el porcentaje de la población que no tienen acceso a los servicios básicos respecto al índice de rezago. Como se muestra en el siguiente cuadro.

ÍNDICE DE MARGINACIÓN 2010

Municipio	Población total	% Población de 15 años o más analfabeta	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	% Ocupantes en viviendas sin agua entubada	% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	Índice de marginación	Grado de marginación
Ciudad Madero	197 216	1.86	0.18	0.91	0.29	25.04	2.28	-1.83956	Muy bajo
Tampico	297 554	2.08	0.15	0.23	0.21	26.75	1.09	-1.87273	Muy bajo

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010.*

Derivado de lo anterior, se puede afirmar que el nivel de vida en el destino es alto ya reporta cifras que de acuerdo a datos oficiales dan cuenta de ello.

Otro de los indicadores que permiten identificar el nivel de vida, es el Producto Interno Bruto, este indicador para el destino de estudio es de los más altos del Estado, por arriba por ejemplo de municipios como Reynosa, Ciudad Victoria y Nuevo Laredo, quienes en promedio reportaron un PIB per Cápita municipal en promedio de $ 86,285.00, anuales.

Producto Interno Bruto Municipal 2005

MUNICIPIOS TAMPICO Y CIUDAD MADERO

Municipio	Población	PIB 2005 en dólares (PPC de 2005)	PIB per cápita 2005 en dólares (PPC de 2005)	PIB 2005 en pesos a precios corrientes	PIB per cápita 2005 en pesos a precios corrientes
Ciudad Madero	193,045	3,360,929,489	17,410	23,782,875,320	123,199
Tampico	303,924	4,450,924,474	14,645	31,495,984,122	103,631

Fuente: PIB en dólares, estimación del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD

PIB en pesos, estimación del INAFED con base en el PNUD e INEGI

El PIB per cápita de Ciudad Madero es el más alto en el estado de Tamaulipas, asciende a $ 123,199.00 anuales, el ingreso se puede asociar a la influencia derivada del sector petroquímico. En tanto en Tampico, reporta el segundo lugar en el estado en materia de PIB per cápita, su ingreso asciende a $ 103,631.00 anuales, lo anterior indica que el nivel de vida del destino es de los mejores registrados en el 2005 en el estado de Tamaulipas.

b) Protección y ordenación del paisaje

Para su cuidado y ordenación hay varias leyes y dependencias del gobierno Nacional, Estatal y Municipal. A nivel nacional una de las dependencias que vela por esta región es la SEMANART, es la secretaría del medio ambiente y recursos naturales, que tiene como propósito fundamental: “fomentar la protección, restauración, y conservación de los ecosistemas y recursos naturales y bienes y servicios ambientales con el fin de propiciar su aprovechamiento y desarrollo sustentable

c) Instrumentos de ordenación territorial y del paisaje

Son los instrumentos que están dentro del plan ordenamiento territorial de Tampico y de Ciudad Madero, (POT) son las herramientas aplicadas, son manejado por Tampico, pero no se maneja por Madero, ni Altamira, la institución que tiene este instrumento es el Imeplan. El problema es que el reglamento si se aplican pero no al cien por ciento, es decir las nuevas zonas hoteleras tienen que cumplir con la ley federal y estatal y municipal a través de un trámite que se llama estudio del mapa ambiental y a través de otro documento que se llama manifestación de impacto

ambiental que está establecido en la ley federal del estado y tienen que hacer ese estudio para ver el área natural y el impacto que va a tener que puede ser negativo puede ser positivo y el impacto positivo es abrir fuentes de trabajo en la zona, el impacto positivo pero entonces ahí el divorcio entre el desarrollo a desarrollar a un costo ambiental.

Por otro lado, se están relacionando los planes municipales con el estatal, y éste con los planes nacionales. Pero a la fecha los planes municipales de Tampico y Ciudad Madero tienen sus propios intereses. Estos planes se deben integrar, es decir planeados como zona conurbada. Por otro lado, estos planes de desarrollo municipal que se realizan cada 3 años con personas de diferente perfil profesional, por lo que no son consistentes, encontrando problemas por la inconsistencia histórica, entonces no se identifican los planes de desarrollo de Madero con el de Tampico o Altamira, pero al revés si está considerado. Puede haber obras existentes que articulan los dos municipios como la avenida monterrey, la avenida oriente de ferrocarril, la comunicación a la playa, estas arterias se construyeron por necesidad entre los dos municipios, pero no hay planes de desarrollo de esas avenidas, que se conviertan en corredores comerciales, corredores de servicio, la conectividad con la playa, falta las articulaciones de los planes desarrollo de los dos municipios.

En los planes de desarrollo urbano no se contempla ninguna protección al paisaje. No está debidamente tratado, el centro histórico, madero débilmente tiene un centro histórico. Tampico lleva el liderazgo con buenos intentos, ligar el centro histórico con el frente de agua del panuco, con la laguna. La laguna no guarda

consistencia como paisaje, por el boulevard Fidel Velázquez, esta sobrexplotado, con juegos mecánicos, la palapa, las instalaciones con ventas de flores, entre otras, las torres de la tirolesa, todo lo anterior esta amontonado, siendo un buen espacio, no luce. Por el otro lado de la laguna, sobresale el edificio del teatro y convenciones, igual no se ve el paisaje. Es por eso que no hay ni siquiera planteada como problemática. Hay preocupación por el potencial de la zona conurbada. Los frentes de aguas, la playa las lagunas, envidiable a nivel mundial.

d) Acciones de gestión territorial

A la fecha no se identifican acciones ni siquiera evaluar las gestiones .Con respecto a la zona urbana el centro histórico se realizaron acciones porque ya estaba, partiendo de que existe un plan rector de gestión territorial para mejorar el ordenamiento territorial y su aplicación elaborado desde varias administraciones pasadas y actualmente utilizadas por la administración reciente. Con respecto a Ciudad madero, hay un plan para la construcción y desarrollo urbano para quien quiera construir y quiera desarrollar en la playa se deberá apegar a ese plan rector. Además se están protegiendo el territorio del paisaje natural y urbano inclusive la construcción de cuantos pisos, tipo de calidad etc. Lo que falta es la real aplicación del reglamento

Como ejemplo el boulevard costero divide lo que es la zona de playa de la zona de orilla de playa y la zona en la que se considera hotelera hacia al interior tienen que ser construcciones de no más de dos niveles y sobre todo que sean un club de playa, se puede hacer un hotel pero que no rebase los 2 pisos, se quiere proteger

al inversionista al desarrollador que haga del otro lado del corredor del boulevard costero, el plan se ha puesto en práctica.

e) Identificación de problemáticas para la protección del territorio y del paisaje natural y urbano

En el destino Tampico Ciudad Madero los departamentos de obras públicas y desarrollo urbano es la responsable de proteger el territorio y del paisaje natural y urbano. El Imeplan es el responsable, de la planeación del drenaje de fluvial en cuencas urbanas, con eso se protege el territorio, de los proyectos de drenaje fluvial de la zona conurbada, y que se completen con otros proyectos.

La otro parte es que la zona conurbada, semi rodeada, por cuerpo de agua, del océano, rio panuco, el estuario del rio panuco, el sistema lagunario de Tampico, el de marismas de Altamira, las lagunas la ilusión de Madero, la laguna de carpintero, es decir los territorios de Tampico y Ciudad Madero no pasa de 120km cuidados son municipios urbanos, cubiertos por la mancha urbana. En Tampico el 30% está cubierto de agua, Madero un poco menos, pero con las expansión y crecimiento de la mancha urbana se fue sobre los márgenes los cuerpos de agua como los que rodean como los canales que habido se los ha comido. Con la planeación de principio de siglo las colonias Altavista, Águila, Campbell, que fueron planeadas con callejones entre cuadras y casas, ya quedan pocos callejones de servicios se fueron comiendo por la mancha urbana, es decir el territorio de Tampico esta constreñido por esa limitada extensión territorial es un problema atender. Es decir las acciones para la protección integral del interior con el proyecto del drenaje fluvial ya llevan casi 30, acciones deben ser con el plan integral que ya va caminando ya con el hidrotunel, el cual resuelve problemas a protección al territorio y al patrimonio.

Aunque el plan de ordenamiento territorial pone en riesgo las inversiones de tiendas departamentales, negocios, con el perfil de Tampico de servicios, son inversiones existentes, pero el problemas es que hay que hacer un análisis de impacto urbano, si hay la suficiente cantidad de vialidades, de desahogo vehicular, pero esta constreñido por la extensión territorial, por la falta de un sistema que resuelva los problemas de vialidad, por las anarquías del rutas de transporte. La evaluación se hizo se llegó que había 3 km de vialidades pero la carga vaciada es demasiada y se congestiona además de la contaminación

Con respecto al paisaje no se ve que está protegido el laguna carpintero, el del panuco la aduana está de por medio, hay bunas intenciones de abrir los acceso de frente de agua, el paisaje se ha quedado a lado por otras problemáticas

Con respecto a las problemática en la playa Miramar es la falta de certeza a quien construya pegado a la orilla pues para que no estorbe a los edificios, es decir la problemática con respecto al territorio es que no se podía invertir, había varios dueños del mismo terreno. Pero si se cuenta con un reglamento de construcción para playa Miramar incluido desde las aguas residuales, de los estacionamientos, las fachadas, la altura de los edificios; otro paisaje aparte de la playa de Ciudad Madero que tengamos como estructura urbana turística están las lagunas, pero no están todavía desarrolladas como atractivos las lagunas. Actualmente se está haciendo el famoso paseo de la barra se empezó por el malecón para cambiarle esa esa fisonomía en cuanto a la vista va a ser un paseo con banquitas es un producto turístico.

El problema es que la comunidad no cumple con las normativas el caso está de las clausuras que se ha habido es muy dado la gente a transgredir la ley o

reglamentos establecidos por los gobiernos entonces y así la identifican la problemática si están viendo que ya llevan otro piso no se construye más que hasta tal nivel sus aguas residuales.

X. Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística,

a) Identificación de áreas potenciales

Todos los frentes de agua desde la escollera norte hasta la puntilla, se mete por a los márgenes de la laguna Cairel, hasta la potabilizadora le da vuelta ,a la colonia Morelos, por el basurero antiguo Tampico, sale a la laguna de la costa se vuelve a meter a la frente de agua de la Morelos, pero como esta, de todo ese desarrollo litoral de rio panuco y sus lagunas de estuario, como la laguna el cairel, la costa hay entrabado como hay límites con Veracruz y Tamaulipas, ese potencial es susceptible factible de rescatar, son áreas que hay que sanear de aguas residuales y servicios, como basura etc., y el paisaje recuperarlo.

Otras áreas potenciales son las lagunas que estaban totalmente contaminadas rellenadas ya sea en colonias nuevas todas azolvadas ya los gobiernos los últimos dos administraciones han estado limpiando las lagunas se les ha estado dando mantenimiento la playa pues y además también se conserva la cuestión ecológica porque ahí se cuida también la tortuga marina. Es un programa que se tiene de la tortuga marina donde intervienen tanto autoridades como organismos no gubernamentales esas asociaciones civiles como la gaviota Miramar marina, está la de ocean conservancy aquellos actúan en la playa por el bien de la ecología sin embargo esas acciones son buenas, también tiene una certificación la playa y la certificación que tiene la playa de una norma ambiental es una norma mx

120 de la calidad y la sustentabilidad de playas limpias, la playa está conservando el medio ambiente, y es una norma que viene compuesta cerca de 90 puntos o 90 parámetros que se cumple en Miramar. Aunque no es toda la playa, ya que Miramar mide 8 kilómetros y la área certificada es de 1,150 metros En esa zona le da un mantenimiento total a la playa, se está trabajando en la ecología en mantenerla limpia, así es como como se protege el medio ambiente y se tienen áreas identificadas potenciales para conservar aquí hay una cuestión ecológica que no se ha dado a la playa hay un concepto que se llama un ordenamiento ecológica también del territorio entonces falta un ordenamiento ecológico.

Por otro lado también están las áreas para conservación están las dunas, el bosque de casuarina cumplen las nuevas construcciones con las nuevas normas ambientales, no hay ningún alambre en el aéreo o un poste en la playa todo es subterráneo, los drenajes tienen que irse a un conector para de ahí mandarse a las plantas de tratamiento entonces esas son de las acciones que se están haciendo para cuidar en la playa y los demás puntos turísticos como han sido siempre focos contaminados los gobiernos. En cuanto a la laguna del carpintero que tiene más de 10 años que la sanearon cuando era una laguna de aguas residuales y ahora es una laguna de agua limpia que inclusive la gente pesca ahí entonces aunque está prohibida la pesca pero ahí hay vida acuática como área de potencial en Tampico, el canal de cortadura pudiera ser otra área

También potencial para desarrollar turísticamente pues está el canal de la cortadura, los frentes de agua con el rio panuco y el puerto, puesto con la construcción de la nueva terminal en Madero, el puerto de Tampico menos va a

operar entonces ahí hay una propuesta para hacer un malecón un paseo por toda la orilla del rio que salga desde el centro ahí donde está la aduana marítima, para que la comunidad y el turismo Esa es un área potencial que se tiene que desarrollar el puerto de Tampico pero tiene que cambiar de vocación a turística.

Otra área es que se abriera el frente del rio panuco el recinto portuario entre la aduana y edificio de marina, con lo que ocupa marina y el API, que sea haga una plaza que desembocará al frente de agua con el rio panuco y se hiciera un malecón con salida a la ave monterrey por el lado oriente y el poniente se hiciera la remodelación de los mercados, que se abriera la zona es para zona turística. La conexión con la plaza de la libertad, y seguir el corredor hasta la laguna del carpintero, quitar el gastronómico, transformar la estación de ferrocarril, crear un tren ligero, modernizar la avenida Nacozari desde la puntilla, hasta entroncar la ave Monterey, crear un sistema de metro bus interior, para conectar con el tren ligero hasta Manuel, al puerto industrial.

b*)* Identificación de problemáticas de las áreas sensibles de protección ambiental y paisajista

Las áreas de las lagunas están perdidas las partes del estuario que no se han acabado, aunque se han cruzado carreteras, maleza, aguas residuales, siguen los humedales de panuco los humedales Altamira se han conservado para un estanque de agua dulce, que se han conservado, el sistema lacunario del Tamesí, la mancha urbana ha impedido el acceso, la otra parte son los litorales y marismas el blanco, la ilusión, el basurero antiguo de Madero, hasta el puerto industrial, las descargas industriales de las plantas petroquímicas no las han podio acabar están los

humedales puros como la laguna del Chairel, de la colonia pescadores, el verdadero ecosistema rico regulador del ambiente.

Otro problema es que las autoridades de diferentes órdenes de gobierno no se coordinan ya que tienen diferentes intereses, al respecto señala el ex Director de Turismo de Madero

> "Cuando yo fui director de turismo yo quería remodelar el malecón y quien estaba en ese tiempo de director del API decía que no que eso no era un cuerpo para cuestiones turísticas que era un cuerpo de unidad marítima y me acuerdo que se le dio ahí una patadita por parte del estado y me acuerdo que se centraron las grúas para tirar piedra y reforzar el talud de roca en el malecón entonces ahí está la congruencia y es una joya para explotar esa zona turística pero la autoridad federal como que realmente así en Tampico va a pasar lo mismo el alcalde a lo mejor trae ahí la intención de hacer un malecón al frente del rio pero la autoridad federal no va a querer ósea yo creo que ahí hay que ponerse de acuerdo esa problemática hay que solucionarla" (OIA/GOB/MAD)

Con respecto al interior en Tampico se debe proteger la laguna del carpintero, en Ciudad Madero recuperar los humedales de las marismas, etc, Falta visión y decisión para hacer las cosas de sanear y rehabilitación del paisaje.

XI. Mercados actuales y potenciales

a) Mercados actuales

1. Volumen

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero, es uno de los destinos que cuenta con mayor capacidad para la recepción de visitantes en el sur del estado de Tamaulipas, además es uno de los destinos carreteros más importantes no solo de la zona

noreste sino del mismo país, en este sentido es de vital importancia conocer el gasto promedio de los turistas que visitan el destino, para así poder tener una aproximación a la importancia de la afluencia de turistas a la zona, para ello se empleó el Estudio de Afluencia Turística que realizó el Ayuntamiento de Ciudad Madero durante la Semana Santa de los periodos de 2011, 2012 y 2013. Asimismo es fundamental conocer el afecto que tuvieron los medios de comunicación a través de los cuales el turista conoció sobre el destino Tampico-Ciudad Madero, así como las ventajas de hacer turismo de diversas tipos en el mismo. En materia de promoción y difusión se tiene que: recomendaciones (de algún conocido o familiar) con el 42 por ciento; la televisión el 30 por ciento; las redes sociales e Internet el 10 por ciento; el restante porcentaje lo hace por medio de espectaculares, prensa, revista y radio. Estos resultados permiten establecer que gran parte de la afluencia turística hacia el destino es producto de la recomendación que otros turistas hacen, por lo que es muy importante promover una buena imagen y servicio a los turistas, con esto impulsar una mayor fluidez de otros turistas hacia el destino.

Por otro lado, según datos del estudio, el total de visitantes en 2011 fue de 541,084, en 2012 de 686,792 y en 2013 de 626,419, lo que significó un aumento de visitantes de alrededor de una cuarta parte de 2011 a 2012, y una caída para el periodo de 2012 a 2013 de 8.8 por ciento. Sin embargo, aunque la tendencia de visitantes disminuyó ligeramente, continúa siendo muy significativa. Durante esta temporada de Semana Santa, que es la temporada de visitantes más importante para el destino, el 40 por ciento de estos turistas tienen un gasto promedio menor de $ 5,000 pesos, mientras que el 37 por ciento destina entre $5,001.00 a 10,000.00, el 12 por ciento entre $10,001.00 a $15,000.00, el restante porcentaje destina más

de $15,001 pesos. Considerando el total de visitantes, esto representa una derrama importante para el destino turístico.

Cabe hacer mención que los datos anteriores solo hacen alusión al turismo de sol y playa que se realiza en el zona sin considerar la temporada de verano, así como el turismo de negocios y de verano, que es otra de las especialidades que tiene ampliamente desarrollado el destino.

2. Características sociodemográficas.

Para el caso de México, los censos y conteos de población han mostrado un crecimiento demográfico muy significativo, pues de 12.6 millones de habitantes en el año de 1895 (González, 2009), para el año 2010 esta cifra superó los 112 millones de personas. El conocimiento de las características sociodemográficas de una población representa un insumo para el diseño e implementación de políticas públicas. La intensidad de los cambios demográficos afecta a variables como el sexo y la edad y éstas, a su vez, modifican la fuerza de dichos cambios (Martínez, 2009).

Sobre el municipio de Tampico

El municipio de Tampico, junto con los de Altamira y Ciudad Madero, forma parte de la Zona Metropolitana del sur de Estado de Tamaulipas. Así también Pueblo Viejo, Pánuco y Tampico Alto del Estado de Veracruz. Esta zona pertenece a la denominada Huasteca la cual contempla el norte de Veracruz, el sur de Tamaulipas, el sureste de San Luis Potosí y el norte de Hidalgo, principalmente. Su poblamiento se dio gracias a su ubicación geográfica ya que le permite estar en contacto con el

país así como con Europa, Norte-Centro y Sudamérica (Gobierno de Tamaulipas, 2010).

Población total

En el siguiente cuadro se muestra la evolución poblacional en números absolutos del país, del estado y del municipio para tres momentos en el tiempo. A primera instancia se observa un incremento en las tres poblaciones en números absolutos; sin embargo, el Cuadro 3.2 proporciona mayor información al respecto pues se detalla el porcentaje en el que incrementó la población en los dos periodos del tiempo haciendo una comparación con los municipios de Altamira y Ciudad Madero, ya que, en conjunto, conforman la zona conurbada del sur del estado de Tamaulipas.

Población total, Nacional, Tamaulipas y Tampico, 1990, 2000, 2010			
Año	1990	2000	2010
Nacional	81,249,645	97,483,412	112,336,538
Tamaulipas	2,249,581	2,753,222	3,268,554

Fuente: INEGI

Tasa de crecimiento poblacional, Nacional, Tamaulipas, Altamira, Cd. Madero y Tampico 1990, 2000, 2010		
Año	1990-2000	2000-2010
Nacional	19.98	15.24
Tamaulipas	22.39	18.72
Altamira	54.58	66.06
Cd. Madero	13.72	8.12
Tampico	**8.34**	**0.71**

Fuente: Elaboración propia en base a los Censos de Población y Vivienda del INEGI

De acuerdo a la tasa de crecimiento poblacional, el país incrementó su población en 20 por ciento durante la década 1990-2000. Para la siguiente década este incremento fue de 15 por ciento, es decir, su crecimiento fue menor con respecto a la década pasada. Tamaulipas presenta esta misma relación, pues del año 1990 al 2000 el incremento poblacional fue de 22.39 por ciento y para el siguiente periodo fue de 18.72 por ciento. En cuanto a la tasa de crecimiento poblacional de los tres municipios es de llamar especial atención que los tres difieren en gran medida de la tasa nacional y estatal. Altamira, por ejemplo, es un caso que resalta por sus elevadas tasas de crecimiento en ambos periodos, pues a diferencia del país y de la entidad, observó un incremento poblacional considerable de más del 50 por ciento en el periodo 1990-2000; no obstante, resulta que para la década posterior, este aumento fue del 66 por ciento. En un periodo que comprende 20 años, el municipio incrementó su población en un 156.71 por ciento. Una de las razones de dicho incremento es atribuido a la accesibilidad de viviendas para personas con medios y bajos ingresos, pues en los municipios de Tampico y Ciudad Madero, al no haber espacios suficientes para viviendas, las disponibles se vieron encarecidas y por ello la gente tuvo la necesidad de instalarse en Altamira. Lo anterior trae como consecuencia una mayor demanda de bienes y servicios, misma que al no ser satisfecha, puede ocasionar problemas relacionados con alguna manifestación de violencia social y/o doméstica.

La dinámica que presenta el municipio de Ciudad Madero muestra que su crecimiento poblacional fue menor. Para el primer periodo, dicho incremento fue solamente de casi 14 por ciento. Para el siguiente periodo, solamente tuvo un incremento poblacional de ocho por ciento. Se puede establecer que esta dinámica

se da principalmente porque el municipio cuenta con limitada disponibilidad territorial a diferencia del municipio de Altamira para el desarrollo urbano. Esto implica que sea más costoso acceder a la vivienda para ciertos estratos de la población como lo son los de ingresos medios y bajos. Es decir, tanto en Ciudad Madero como en Tampico, al no haber espacios suficientes para viviendas, aquellas que se encontraban disponibles se vieron encarecidas y por ello la gente tuvo la necesidad de instalarse en Altamira como una alternativa viable derivado de aspectos asociados a la oferta habitacional.

Sin embargo, el municipio de Tampico, es el otro extremo de lo que sucede en Altamira, como se pudo observar, su tasa de crecimiento poblacional en ambos periodos ha sido muy inferior en comparación con las tasas estatales y nacionales así como los otros dos municipios. Se observa que en el primer periodo (1990-2000) la población aumentó solamente en un 8.34 por ciento cayendo drásticamente en menos del uno por ciento para la década posterior, por lo que se enfrenta a una desaceleración en el crecimiento de la población. Esta desaceleración en la dinámica de la población en Tampico se debe, entre otros factores, a una menor disponibilidad de espacios para la construcción de viviendas lo que influye directamente sobre el costo para la adquisición de terrenos y viviendas o ambos, y también sobre el valor de las rentas de las viviendas.

El origen de mercado foráneo que visita el destino en vacaciones de semana santa son principalmente de los siguientes estados: Nuevo León, D. F. y Estado de México, San Luis Potosí y Veracruz, según estudio realizado por la Dirección General de Desarrollo Económico y Turístico del Ayuntamiento de Ciudad Madero. Una de las variables por las que el turista visita el destino, se asocia a la oferta de

atractivos turísticos de la zona, principalmente el de Playa. De acuerdo al estudio realizado por el Ayuntamiento de Ciudad Madero, destaca los siguientes motivos:

Motivos por los que visitan el destino (2013)	%
Atractivos del Destino	96
Economía	89
Experiencia anterior	79
Vacaciones y diversión	47
Tranquilidad, comodidad, descanso, salud y distracción	33
Por el hotel	34
Por conocer	27

3. Del Ayuntamiento de Ciudad Madero

Cabe señalar, el destino cuenta con una oferta turística orientada a los segmentos familiares en los periodos de semana santa y verano, y de negocios de manera permanente durante todo el año.

En otro orden de ideas, el destino Tampico- Ciudad Madero, se encuentra ubicado en un conjunto metropolitano compuesto por tres municipios, en el caso del municipio de Altamira, se ubica el corredor industrial que hoy alberga a 16 empresas dirigidas al sector petroquímico así como el puesto de Altamira (especializado en movimiento de carga para la exportación), su inercia genera un movimiento importante de desplazamientos de personas que por motivos de negocios llegan al corredor industrial pero su consumo lo realizan en Tampico-Ciudad Madero, esta interconexión, genera una oferta claramente segmentada, entre el turismo de esparcimiento en Ciudad Madero y Tampico y el de negocios en Altamira.

Se identifica al principal mercado emisor que es Nuevo León, en el que se sugiere, desarrollar y fortalecer las estrategias de promoción para continuar captando la mayor cantidad de turistas de esta zona.

Por otro lado el perfil sociodemográfico que tiene el destino es que .

3 Hábitos de comportamiento.

El perfil de mercado marca un turismo familiar y joven, con edad promedio de 40 años en los padres con hijos adolescentes y menores. El destino es familiar y se debe ir incrementando el nivel de gasto promedio. Los estudios de mercado realizados por la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Ciudad Madero, arrojaron que el 92% de los encuestados viaja en familia y 75% gasta hasta $10,000 durante su estancia promedio de 5 días.

Cuando un destino busca la especialización de sus servicios orientados a satisfacer la demanda específica de un segmento, se crean sinergias de esfuerzos compartidos entre el sector público y privado que hacen de la diversificación una estrategia integral más allá del ámbito turístico.

Los prestadores de servicios turísticos necesariamente tienen que capacitarse, ya que necesitan conocer cuáles son las expectativas de cada segmento al que quieren dirigirse y ofrecer un servicio de calidad que haga la visita repetitiva del turista.

Ir hacia la diversificación del turismo implica estar constantemente monitoreando las tendencias del mercado y evaluando el impacto que tiene hacia las comunidades involucradas en una actividad especializada del turismo, por lo que la constante investigación y desarrollo de productos atractivos es un punto clave de éxito.

Tamaulipas, y particularmente el sur del estado, donde se localizan el destino Tampico-Ciudad Madero, es reconocido a tanto a nivel nacional como internacional

como un destino “Sol y playa”, hay reconocer que es el de negocios uno de los que más se tiene desarrollados, las prácticas de turismo de congresos y convenciones es una de sus fortalezas. En otros espacios territoriales del Estado, se desarrollan a su vez el ecoturismo, cinegético y deportivo entre otros.

4. Grado de satisfacción.

De una manera sistemática no existe una práctica permanente ni la implementación de una metodología que evalúe la satisfacción de los visitantes en el destino, ésta se hace de manera estacional en las temporadas de semana santa y verano principalmente, dicho ejercicio es realizado fundamentalmente por el gobierno local. Cabe hacer mención que las evaluaciones de satisfacción se han incorporado cada vez más al campo de la administración pública, ya que su origen se dio en el campo de los negocios. El objetivo de este tipo de evaluaciones es poder conocer la confirmación o desconfirmación de las expectativas que tienen los consumidores y así establecer la lealtad a una marca, empresa o servicio. La técnica de estimación empleada ha sido a través del uso de la estadística multivariable por medio del diseño de modelos de ecuaciones estructurales, cuyos diseños muestrales bietápicos toman evidencia antes y después de del consumo, lo que permite estimar los niveles de satisfacción.

En el destino lo que se lleva a cabo son evaluaciones parciales, ya que solo se toma una muestra de salida y se analiza a través de las frecuencias, por lo que no se estima realmente la satisfacción, dado que no se confirma o desconfirma la expectativa solo se consideran las tendencias de respuesta. Sin embargo se puede afirmar que cada vez es mayor la tendencia de las empresas del destino, como de los mismos gobiernos locales a fin de contar con más información que les permita

conocer el grado de satisfacción de los consumidores de productos dentro del mismo.

b.- Mercados potenciales

1. Volumen

El destino tiene diversas vertientes.

Turismo de negocios. Con el evento denominado “Meeting Place”, la marca Tampico-Miramar logra colocarse en el mapa internacional de congresos y convenciones. En este encuentro, participaron más de 80 meeting planners nacionales e internacionales, se destacaron las bondades de Tamaulipas para la atracción de este segmento del turismo de convenciones. La infraestructura del destino es ideal para el turismo de convenciones, la Expo Tampico puede atender hasta 10 mil personas en un mismo día, además de la certificación de 875 personas tan sólo en el Sur para congresos y convenciones. Hasta el 2012 se habían atendido en este destino 31 eventos y convenciones con una derrama económica de más de 21 millones de pesos. El dinamismo económico de la zona cuyo capital procede de diferentes latitudes, tiene sus efectos positivos al mantener la ocupación hotelera en niveles de rentabilidad más allá de los períodos de descanso, siendo el Turismo de negocios el mercado primordial de las importantes cadenas hoteleras establecidas en el destino.

Turismo de sol y playa.- Según el estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico realizado en semana santa 2013 por el municipio, la Playa Miramar en Ciudad Madero, representa en el Estado el 69.49% del total de afluencia turística de sol y playa y el 73% de la derrama económica generada en este segmento. El Municipio

de Ciudad Madero consolida así su liderazgo como destino turístico de playa en el noreste de México.

Turismo de reuniones.- El destino ostenta la certificación en el segmento de turismo de reuniones a través del programa CMS (Certified Meeting Specialist) 2012, donde se calificó a 241 personas entre estudiantes, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, artesanos, gente de transporte público, trabajadores de gobierno en Turismo, proveedores de la ciudad, previo al inicio del Meeting Place Tampico Miramar. La infraestructura con la que se cuenta para el turista de reuniones y convenciones es de primer nivel. Además de funcionales espacios en hoteles de 3 a 5 estrellas en ciudad y en playa, el destino cuenta con un Centro de Convenciones y Exposiciones EXPOTAMPICO, con las siguientes características:

- 9 000 metros cuadrados de área de exposición sin columnas, divisible en 3 salones.
- 2 582 metros cuadrados para convenciones y eventos sociales divisibles en 13 salones.
- Estacionamiento techado para 530 automóviles y 2000 en exterior.
- 3 rampas y 18 andenes de acceso de carga.

El centro de Convenciones se complementa con el Espacio Cultural Metropolitano, que cuenta con una capacidad para más de 1 100 personas y:

- Un Teatro con dos niveles
- Una galería de Exposiciones Temporales
- El Museo de la Cultura Huasteca

- Biblioteca
- Restaurante.
- El teatro Metropolitano

Población flotante: Que realiza diversas actividades de recreación en el destino independientemente del motivo de su visita. El gobierno municipal de Tampico cuenta con una Agenda Cultural actualizada mensualmente donde da a conocer los distintos eventos que se llevarán a cabo en la zona centro, principalmente en la Plaza de Armas y cafeterías aledañas; dichos eventos son presentaciones musicales (rock, folclor, danzón, bailes folclóricos), exposiciones artísticas, círculos de lectura, presentaciones de libros, etcétera. Esta Agenda está anunciada en la página web del municipio, si se acude a la Casa de la Cultura o a los módulos de turismo se le facilita a quien así lo solicite un folleto con la información anterior.

c.- Identificación de problemáticas de los mercados actuales y potenciales.

La principal problemática que tiene el destino está asociado directamente a la naturaleza propia del sector, ya que éste es sumamente sensible a las condiciones externas e internas, que se registran como son:

- -Las crisis que provienen del exterior;
- -La presencia de nuevos destinos turísticos que se vienen a incorporar a la oferta de destinos;
- -Las oportunidades que a los empresarios del sector les brindan bien sea en el país, otra región o incluso en el exterior. , existen amenazas derivadas de la recomposición de la oferta de los distintos destinos turísticos.
-

Las problemáticas potenciales:

- Cambio en los gustos y preferencias de los visitantes.
- Redirección de la inversión directo tanto nacional como internacional
- Perdida de la competitividad del destino.

XII. Promoción y Comunicación.

a) Acciones de promoción

Con el objetivo de identificar la afluencia turística y la percepción del turista hacia el principal atractivo turístico del municipio de Ciudad Madero, la Playa Miramar, se analizará la información del Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico que publicó el Municipio de Ciudad Madero a través de la Dirección General de Desarrollo Económico y Turístico durante los periodos de 2011, 2012 y 2013.

El estudio se realizó durante la Semana Santa de 2011, 2012 y 2013. Se seleccionaron vehículos con placas de otros estados distintos al de Tamaulipas, tanto como automóviles, camionetas, *vans*, motos, autobuses de ruta y *charters*. Los encuestadores se ubicaron en los tres accesos a la playa: Avenida Torre, Avenida Madero y Paso Doña Cecilia. El horario durante el cual se estuvo encuestando fue entre 8:00 am y 6:00 pm.

El total de visitantes en 2011 fue de 541,084, en 2012 de 686,792 y en 2013 de 626,419, lo que significó un aumento de visitante de alrededor de una cuarta parte de 2011 a 2012, y una caída para el periodo de 2012 a 2013 de 8.8 por ciento. El día con mayor afluencia de turistas ha sido el viernes santo, observándose mayor afluencia en el año de 2013 con un total de arribo de 156,612 turistas durante este día.

De acuerdo al estudio en mención, con datos de 2013, los principales lugares de procedencia de los turistas son Nuevo León con una participación de 46 por ciento, otras Ciudades de Tamaulipas 14 por ciento, Distrito Federal y Estado de México con 10 por ciento, San Luis Potosí con un 10 por ciento, Coahuila cinco por ciento, Veracruz tres por ciento, el restante 12 por ciento de otras partes como Guanajuato, Jalisco, Hidalgo, Querétaro, Texas, Sonora, Chihuahua, Puebla, Tabasco, Guerrero, entre otros.

En lo referente a los transporte *charters* se observó que hay un incremento significativo de 2012 a 2013 del alrededor del 13 por ciento. Los lugares de origen de este transporte Monterrey (46), Saltillo (18), San Luis Potosí (12), Nuevo Laredo (2), Ciudad Victoria (1), Reynosa (1), Ciudad Mante (1), Piedras Negras (1) Aguascalientes (1), Querétaro (1) y Estado de México (1).

Por otro lado, cerca del 79 por ciento de los turistas encuestados en los tres años analizados, expresó que no es la primera vez que visitan el destino turístico, en promedio han visitado previamente el destino turístico seis veces. El análisis de los tres años permite identificar que ha sido menor la frecuencia con la que los turistas visitan el destino turístico. En 2013 el 62 por ciento de los turistas visita una vez al año el destino, mientras que el 24 por ciento lo hace dos veces al año y solamente el 14 por ciento más de dos veces al año. En 2011, el 21 por ciento de los turistas encuestados visitaba el destino más de dos veces al año.

Al analizar los resultados de la encuesta para el año 2013 se observó que el principal motivo que manifestaron los turistas para visitar el destino es la Playa Miramar, el segundo motivo es el de visitar a familiares y el tercero es por la cercanía con su lugar de origen. Mientras que en 2011 difirió el tercer motivo, dado que los

turistas manifestaron que visitan el destino por la cuestión económica. Un dato importante que resalta es que los atractivos turísticos del destino Tampico-Ciudad Madero no es uno de los principales motivos por los cuales visitan este destino. La evidencia encontrada también expone que es mínima la incidencia de motivos de visita al destino por razones de gastronomía, simplemente lo hacen por conocer el destino.

El 99 por ciento de los turistas encuestados respondieron que regresarían al destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Entre las razones por las cuales regresarían se encuentran: porque les gustó, por la familia, por la cercanía, por la playa y por lo bonito del lugar. Por otro lado, los que manifestaron que no les gustó del destino fue porque lo consideraron muy sucio e inseguro.

Analizando las respuestas de los turistas en cuanto a las sugerencias y comentarios, se encontró una alta incidencia en relación a que falta limpieza en la playa, las palapas son muy caras, más y mejores baños públicos, mejorar la vigilancia tanto en el día como en la noche, mejorar los señalamientos y que existe una presencia exagerada de vendedores ambulantes.

En el destino Tampico-Madero durante el período 2010-2013 se ha dado un gran impulso a la Marca Tampico-Miramar. El trabajo coordinado de las direcciones de turismo municipales de Tampico, Ciudad Madero y el Gobierno del Estado, ha permitido colocar la marca e impulsar el desarrollo del destino turístico.

Para el arranque del proyecto, se contó con una inversión de 2 millones pesos para la promoción turística de la marca Tampico-Miramar, con la participación de los dos Ayuntamientos y del Gobierno del Estado. Entre las campañas de promoción se cuenta con 40 espectaculares en diferentes estados de la República Mexicana,

Nuevo León, Veracruz, Coahuila, DF, Estado de México e incluso en el extranjero, en Houston, Texas, a través de spots en televisión y revistas con la imagen de la actriz Cecilia Suárez.

Basados en los estudios de mercadotecnia que se llevan a cabo en Semana Santa, los resultados reflejaron que el mercado de Monterrey, Nuevo León se está recuperando para este año 2013 después de venir de una contracción importante desde el año 2008; actualmente se promociona el destino turístico en Veracruz, San Luis Potosí y el Distrito Federal. Estudios reflejan un aumento en la afluencia turística siendo en el año 2011 de 541,084 turistas y para el 2013 se recibieron a 626,419 turistas. En el año 2011 el 80% de los turistas eran personas que ya conocían el destino y el 20% lo visitaban por primera vez, mientras que para el 2013, incrementó en un 3% los turistas que visitan por primera vez el destino. Para el 2013 aumento un 9% los turistas que se hospedaban en un hotel, disminuyo un 10% aquellos que se hospedaban con familiares y aumento un 1% la actividad de acampar en la playa.

Otro hecho notable que reflejan estos estudios es que en el 2011 el principal medio de publicidad a través del cual los turistas recibieron información del destino fue por recomendación con un 43%, este medio bajo a un 26% en el 2013, por el contrario la televisión tuvo un aumento de un 9%, y se observó un incremento también en otros medios de publicidad como el internet, la prensa, espectaculares, revistas y radio.

Se efectuarán viajes de promoción para visitar a los mayoristas, que se encargan de la organización de los charters, que en comparación al año anterior se incrementaron.

La ley de Turismo del estado de Tamaulipas, (Última reforma aplicada el 9 de noviembre de 2010) establece en el capítulo V, que la Secretaría de Turismo en coordinación con los prestadores de servicios turísticos, desarrollará programas para la promoción y difusión de los atractivos turísticos.

También promoverá la celebración de convenios con los medios masivos de comunicación regionales para instrumentar y apoyar las campañas de publicidad de los atractivos turísticos locales, así como de las actividades, eventos y espectáculos de carácter turístico

En el destino Tampico-Ciudad Madero durante el período 2010-2013 se ha dado un gran impulso a la marca Tampico-Miramar. El trabajo coordinado de las direcciones de turismo municipales de Tampico y Ciudad Madero ha permitido colocar la marca e impulsar el desarrollo del destino turístico.

A fin de posicionar el segmento de turismo de reuniones y vacacional, el Ayuntamiento de Ciudad Madero y diversos actores del Municipio de Tampico, trabajan en el plan anual de mercadotecnia y promoción de la marca Tampico-Miramar, así como en el lanzamiento de una campaña de concientización turística. Se planeó lanzarla antes de la temporada vacacional de Semana Santa 2011, con

el objeto de concientizar a los prestadores de servicios y a la ciudadanía sobre la importancia del turismo en nuestra zona y de dar un buen recibimiento a los turistas.

Se contó con una inversión de 2 millones pesos para la promoción de la marca Tampico-Miramar con la participación de los dos ayuntamientos y el gobierno del estado, por lo que se realizó la pauta en medios de comunicación, para lo cual se le dio continuidad con el impulso de la campaña *"Estamos encantados de recibirte"* con la imagen de la actriz Cecilia Suárez.

Cabe señalar que desde 1999, en el estado de Tamaulipas se inició el cobro del impuesto del 2% sobre el hospedaje, dicha recaudación sirvió para fondear de recursos al Gobierno del Estado para la promoción turística de los distintos destinos del Estado. Dicho impuesto se dejó de cobrar a partir de enero de 2012.

b) Acciones de comunicación

El destino tiene diversas vertientes.

Turismo de negocios. Con el evento denominado "Meeting Place", la marca Tampico-Miramar logra colocarse en el mapa internacional de congresos y convenciones. En este encuentro, participaron más de 80 meeting planners nacionales e internacionales, se destacaron las bondades de Tamaulipas para la atracción de este segmento del turismo de convenciones. La infraestructura del destino es ideal para el turismo de convenciones, la Expo Tampico puede atender hasta 10 mil personas en un mismo día, además de la certificación de 875 personas tan sólo en el Sur para congresos y convenciones. Hasta el 2012 se habían atendido en este destino 31 eventos y convenciones con una derrama económica de más de 21 millones de pesos. El dinamismo económico de la zona cuyo capital procede de

diferentes latitudes, tiene sus efectos positivos al mantener la ocupación hotelera en niveles de rentabilidad más allá de los períodos de descanso, siendo el Turismo de negocios el mercado primordial de las importantes cadenas hoteleras establecidas en el destino.

Turismo de sol y playa.- Según el estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico realizado en semana santa 2013 por el municipio, la Playa Miramar en Ciudad Madero, representa en el Estado el 69.49% del total de afluencia turística de sol y playa y el 73% de la derrama económica generada en este segmento. El Municipio de Ciudad Madero consolida así su liderazgo como destino turístico de playa en el noreste de México.

Turismo de reuniones.- El destino ostenta la certificación en el segmento de turismo de reuniones a través del programa CMS (Certified Meeting Specialist) 2012, donde se calificó a 241 personas entre estudiantes, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, artesanos, gente de transporte público, trabajadores de gobierno en Turismo, proveedores de la ciudad, previo al inicio del Meeting Place Tampico Miramar. La infraestructura con la que se cuenta para el turista de reuniones y convenciones es de primer nivel. Además de funcionales espacios en hoteles de 3 a 5 estrellas en ciudad y en playa, el destino cuenta con un Centro de Convenciones y Exposiciones EXPOTAMPICO, con las siguientes características:

- 9 000 metros cuadrados de área de exposición sin columnas, divisible en 3 salones.
- 2 582 metros cuadrados para convenciones y eventos sociales divisibles en 13 salones.

- Estacionamiento techado para 530 automóviles y 2000 en exterior.
- 3 rampas y 18 andenes de acceso de carga.

El centro de Convenciones se complementa con el Espacio Cultural Metropolitano, que cuenta con una capacidad para más de 1 100 personas y:

- Un Teatro con dos niveles
- Una galería de Exposiciones Temporales
- El Museo de la Cultura Huasteca
- Biblioteca
- Restaurante.
- El teatro Metropolitano

Población flotante: Que realiza diversas actividades de recreación en el destino independientemente del motivo de su visita. El gobierno municipal de Tampico cuenta con una Agenda Cultural actualizada mensualmente donde da a conocer los distintos eventos que se llevarán a cabo en la zona centro, principalmente en la Plaza de Armas y cafeterías aledañas; dichos eventos son presentaciones musicales (rock, folclor, danzón, bailes folclóricos), exposiciones artísticas, círculos de lectura, presentaciones de libros, etcétera. Esta Agenda está anunciada en la página web del municipio, si se acude a la Casa de la Cultura o a los módulos de turismo se le facilita a quien así lo solicite un folleto con la información anterior.

c) Identificación de problemáticas de la promoción y comunicación

De las principales problemáticas que se centran tanto en la promoción como en la comunicación son fundamentalmente de tipo económico presupuestal, ya que técnicamente la Marca Tampico-Miramar ha generado bueno resultados en cuanto

a promover el sector y posicionarlo en su zona de influencia como es Nuevo León, Veracruz y San Luis Potosí.

XIII. Comercialización.

a) Comercialización directa

El destino cuanta con una oferta turística importante derivado de la demanda que el sector tiene en ciertos rubros de la actividad, en este sentido, la comercialmente la dinámica que genera es algunas actividades es importante, ya que en el rubro de sol y playa, se cuenta con formatos para la comercialización directa, así como algunas actividades asociadas a la demanda de alimentos y bebidas.

Existe otra oferta importante derivada de otros rubros de la actividad turística, como el turismo de negocios o de reunión, al respecto, existe un Centro de Convenciones y Exposiciones inaugurado en septiembre de 2008, en los terrenos del Espacio Cultural Metropolitano, es un espacio con estándares de calidad internacional en donde se pueden realizar convenciones, eventos culturales, recreativos y exposiciones de cualquier tipo, ya que cuenta con salones para reuniones que pueden llegar a albergar hasta ocho mil quinientas personas. Se localiza en el área de la Laguna del Carpintero, en el Espacio Cultural Metropolitano, Blvd. Adolfo López Mateos No. 2400, CP 89050 Col. Obrera; Tampico

Características:

- 9000 m2 de área de exposición y conciertos sin columnas, divididos en 3 salones.
- 2,582 m2, para convenciones divididas en 13 salones.

- 2,876 m2 en pasillos de lobby.
- Terraza con vista a la laguna.
- 3 elevadores para acceso de visitantes.
- 1 elevador de carga.
- Escaleras eléctricas.
- Servicio de telecomunicaciones (teléfono, fax, internet).
- Plataforma hidráulica.
- Planta Eléctrica de emergencia.
- Rampas y accesos para personas con capacidades especiales.
- Estacionamiento techado para 530 automóviles.
- Estacionamiento en área libre para 2000 automóviles.
- 18 andenes de carga.
- 3 rampas de acceso de carga.
- Servicio especializado de Alimentos y Bebidas.
- Cocina con equipo.
- Personal de servicio Profesional

Anteriormente, la oferta de la infraestructura para congresos y convenciones era cubierta fundamentalmente por hoteles que cuentan con salas para dichos eventos, tales como: el Hotel Camino Real; Hotel Posada; Hotel Maeva Miramar entre otros.

Por otra parte, en el municipio de Ciudad Madero, se encuentra el Centro de Convenciones construido y administrado por el Sindicato de Trabajadores

Petroleros de la República Mexicana, actualmente dicho inmueble se encuentra en remodelación.

b) *Comercialización indirecta*

En el destino, para las DMC's la Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) representa una gran herramienta para buscar información, facilitar permisos, entre otros, pero sin involucrarse como unidades de organización exclusiva de apoyo a su evento. Como empresas aliadas se dan apoyo antes, durante y después del evento.

Los DMC's poseen mayor información y experiencia con los prestadores de servicios y recintos. Esto representa un ahorro en costos administrativos, asegurando la calidad de los servicios contratados, proporcionando tranquilidad al organizador, la empresa, el evento y los participantes.

Existen varias empresas dedicadas a la OCV, sin embargo son tres las empresas que colaboran con la OCV principalmente y que cubren los requerimientos de calidad y servicio, estas son:

GRUPO ESCENA.-Es una empresa formada por jóvenes ejecutivos con más de 10 años de experiencia en la producción y coordinación de eventos empresariales, sociales, culturales y artísticos. Para ello el Grupo Escena cuenta con una amplia gama de servicios que son realizados por profesionales en el ramo, por ejemplo, diseño de stand, convenciones, exposiciones, pabellones y toldos, video y producción, banquetes, pantallas gigantes, proyectores y LED, audio profesional, entarimados, iluminación, espectáculos, escenografías, ambientación, promociones, coordinación de eventos, edecanes y modelos, salas lounge.

GRUPO BARCELO.- Empresa dedicada a la organización de eventos que proporciona diversos servicios como la renta de equipo, tarimas, sonido, pantallas, entre otros.

Megaeventos.- Empresa dedicada al diseño, organización y suministro de servicios y productos para la realización exitosa de eventos. Ofrece servicios para la planeación, diseño, organización y desarrollo de eventos como: sonido y pantallas, circuito cerrado, iluminación y efectos especiales, estrados y escenografías, muebles lounge, entre otros servicios (Información proporcionada por el Lic. Francisco Vallejo Castellanos, Gerente General de la Oficina de Convenciones y Visitantes de Tampico).

c) Identificación de problemáticas de la comercialización

Una de los principales problemas que se suscitan en la comercialización, se asocian principalmente a la renta de hospedaje, ya que existe una baja demanda del mismo, asociado a factores externos, fundamentalmente de índole económico.

XIV. Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino.

a) Análisis del uso de las TICs para promocionar el destino

El presente documento tiene como objetivo hacer un diagnóstico las tecnologías de comunicación e información (TIC's) disponibles y utilizadas en el sector turístico de la región de Tampico-Madero como instrumentos de soporte para la modernidad. Para tal efecto, iniciamos describiendo las características inherentes a las TIC que son fuente de ventaja competitiva para los actores del sector turístico, para después analizar seis variables relacionadas con el uso de las TIC en el turismo de Tampico-

Madero: a) Portal de Internet de Destino, b) Información actualizada en el portal de Internet de destino, c) Acceso a Internet en sitios públicos, d) Teléfonos móviles y aplicaciones turísticas para móviles, e) Líneas telefónicas y f) Existencia de puntos de información turísticas.

Cabe destacar, que las TIC han revolucionado la manera en la que nos comunicamos e interactuamos en la sociedad moderna, lo cual también ha afectado al sector turístico. El uso de Internet y de dispositivos de información y comunicación ubicuos permite a los viajeros desarrollar nuevas formas de acceso a la información turística e interacción con los hoteles, aerolíneas, agencias de viajes, entre otros.

Es por esto que el sector turístico debe aprovechar los beneficios que las TIC les ofrecen la posibilidad de: promocionar los lugares de destino a cualquier hora y en cualquier lugar (con acceso a Internet), interactuar con los viajeros y ofrecer una experiencia personalizada y adecuada a las necesidades individuales de los turistas. Lo anterior ayudará a generar una presencia de Tampico-Madero como lugar turístico a nivel mundial.

Portal de Internet del destino

Es importante aprovechar las características de Internet en beneficio de los sitios turísticos. De poco sirve a un sitio turístico tener una presencia ubicua si la información sólo se presenta en un idioma. Hay que aprovechar el alcance global y promocionar los sitios y servicios turísticos en varios idiomas. En el caso de Tampico-Madero, es recomendable presentar la información al menos en español e inglés.

Al buscar información turística de la zona sur del estado de Tamaulipas en Internet, nos encontramos que existen muy pocas páginas web relacionadas con los sitios turísticos del área. Seleccionamos los dos sitios más representativos dedicados al turismo en el sur de Tamaulipas que cuentan con información relevante para el turismo tanto nacional como extranjero: a) La página de Turismo de gobierno del Estado y b) tampicomiramar.com.mx, mismas que a continuación describimos y analizamos.

Playa Miramar: El portal oficial del Gobierno del Estado de Tamaulipas

El portal oficial del Gobierno del Estado de Tamaulipas de la Playa Miramar, principal atractivo turístico del área de Tampico-Cd. Madero está alojado en la siguiente dirección electrónica: http://turismotamaulipas.com/es/sol-y-playa/miramar/. Esta página de información se encuentra disponible en inglés y en español. En los dos idiomas sobresalen seis rubros:

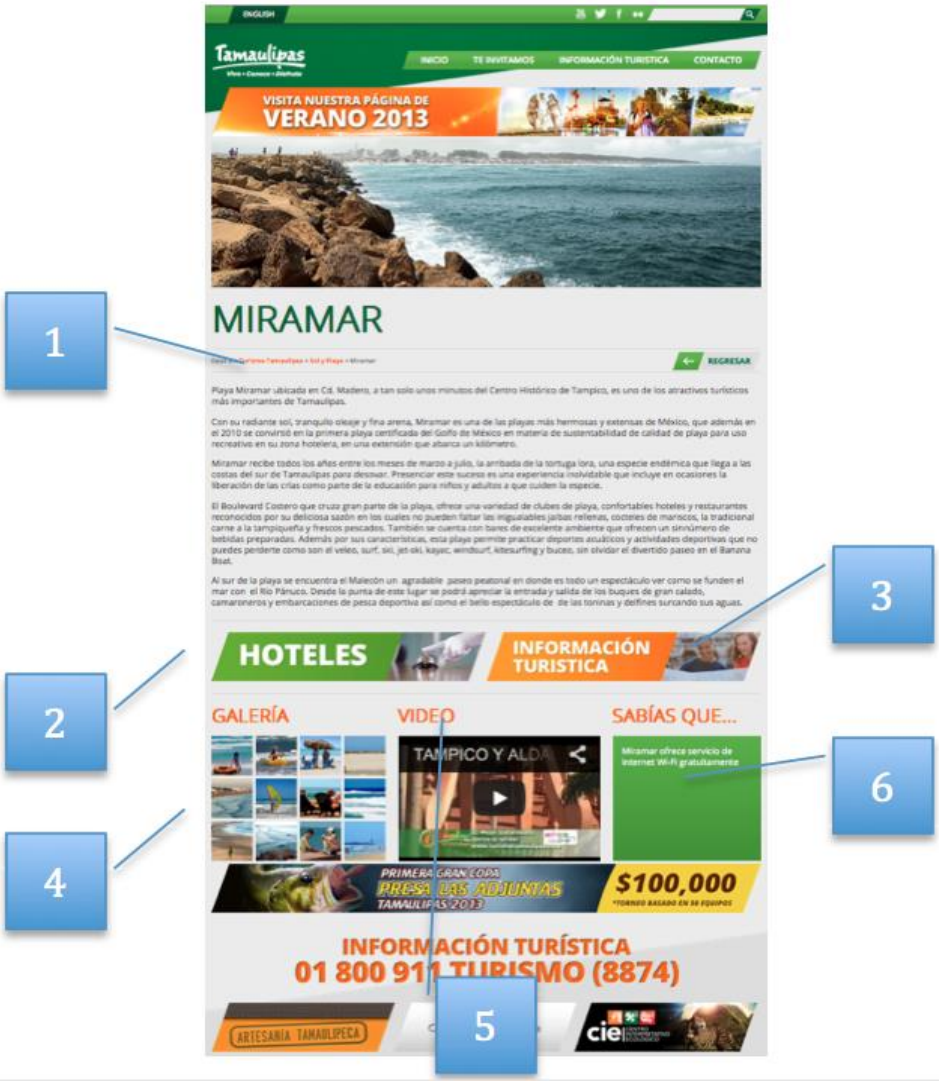
1. Breve descripción de la playa Miramar
2. Hoteles,
3. Información Turística,
4. Galería,
5. Video, y

6. Sabías que…

A continuación se describen los detalles de los rubros arriba mencionados:

1. En la descripción de la playa Miramar, se mencionan algunas de las actividades y atractivos de la zona, así como las características del lugar. Cabe destacar, que la versión en inglés parece ser una traducción realizada con algún software de traducción y presenta errores gramaticales y de contexto.

2. En Hoteles, hay una lista con la información básica de los hoteles de Tampico y Madero así como ligas de acceso a sus páginas web.



3. En el apartado de Información Turística llama la atención que sólo hay un listado de los tipos de transporte disponibles en el estado de Tamaulipas: aeropuertos, líneas de autobuses, renta de coches, y hasta aseguradoras. Aquí cabe considerar la posibilidad de publicar la calendarización de actividades recreativas, deportivas y culturales a efectuarse en la zona, así como promover los distintos negocios que se dedican a las actividades turísticas como la renta y venta de kayaks, equipo de surfeo, motos acuáticas, bicicletas y equipo deportivo por mencionar algunos.

4. En el apartado de Galería, hay un collage de 12 fotos, las cuales al pulsar sobre alguna de ellas son desplegadas un poco más grandes que la versión del collage. Pero al agrandarlas no se aprecian muy bien, ni se puede avanzar a ver la siguiente foto sin antes cerrar la que está abierta.

5. En video, al principio aparecía aun mensaje en el que se indicaba que el video era privado y Youtube no permitía reproducirlo, pero días más tarde el video ya funcionaba. En él se mostraban algunos de los atractivos turísticos de la zona, como por ejemplo, la Playa Miramar, la Aduana Portuaria, la Plaza de Armas, entre otros.

6. En la sección de “sabias que”, sólo se indica que la Playa Miramar cuenta con servicio gratuito de Internet.

Además, el sitio incluye un link a un archivo en formato de Adobe Acrobat (PDF) que contiene un folleto con los atractivos turísticos de la región. Este folleto contiene información relevante para los turistas, pero el formato en el que está presentado limita mucho las posibilidades del usuario.

tampicomiramar.com.mx

El portal TampicoMiramar.com.mx, página turística de los gobiernos Municipales de Tampico y Ciudad Madero, en colaboración con el Gobierno Estatal, que muestra los principales atractivos turísticos del área de Tampico-Cd. Madero, está alojado en la siguiente dirección electrónica: http://tampicomiramar.com.mx/. La página, que se encuentra disponible sólo en español, cuenta con el siguiente menú principal:

1. Inicio,
2. Te recomendamos,
3. ¿Cómo Llegar?,
4. Nuestro Sabor,
5. ¿Dónde Hospedarse?
6. Entretenimiento,
7. Servicios,
8. Noticias,
9. Descargas, y
10. Contactos

A continuación se describen los detalles de las opciones arriba mencionadas:

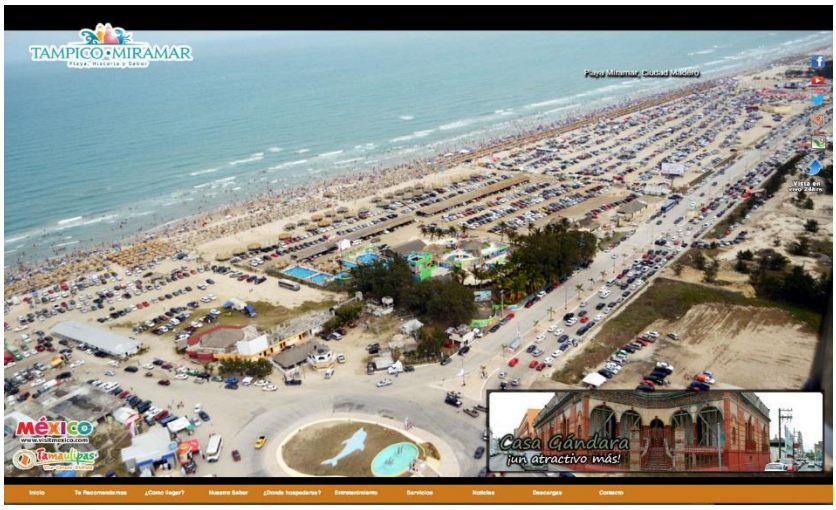
1. En la página de inicio encontramos una serie de cinco fotografías que se van rotando constantemente, acompañadas con un anuncio en la parte inferior derecha con eventos próximos a realizarse en la zona de Tampico-Madero. En la parte inferior se encuentra el menú principal con las opciones antes mencionadas.

2. En el apartado "Te Recomendamos", encontramos un submenú con seis opciones: 1) Atractivos, 2) Museos, 3) Agenda, 4) Pesca Deportiva, 5) Deportes Acuáticos y 6) Eventos Anuales. Al entrar en cada una de las opciones del submenú encontramos información adicional, a excepción de la última opción, en la cual se

despliega un submenú con los eventos anuales: Carnaval, Fiestas de Abril, Semana Santa y Festival Internacional Tamaulipas. Cabe destacar que las opciones Carnaval y Festival Internacional Tamaulipas se encuentran inactivas, y la información de Fiestas de Abril está obsoleta ya que es de hace 3 años.

3. En el apartado "¿Cómo Llegar?", encontramos información de las diferentes formas para llegar a la zona de Tampico-Madero: a) por avión, b) por autobús y c) por automóvil. En las opciones a) y b) se presenta información de las distintas compañías que ofrecen viajes a la zona. En la opción "por carretera", se presentan mapas con rutas para viajar desde diferentes ciudades del país.

4. En el apartado "Nuestro Sabor", se presenta un listado de restaurantes y negocios de comida, organizados por tipo de comidas, presentando la información básica de cada restaurant, como nombre, logotipo, número telefónico y en algunos restaurantes se despliega una ventana emergente con información adicional del mismo.



5. En la opción ¿Dónde Hospedarse?, los turistas pueden encontrar un listado de los principales hoteles de la zona de Tampico-Madero, y al seleccionar y hacer

clic sobre algún hotel, se despliega una ventana emergente con información adicional, como: clasificación del hotel, ubicación, número de habitaciones, así como los servicios que ofrece.

6. En la sección de "Entretenimiento" nos despliega un submenú con tres opciones: a) Centros Comerciales, b) Cinemas y c) Diversión. En cada uno de ellos se presenta un listado con diferentes negocios y establecimientos que caen en cada categoría. En las opciones a) y c), nos muestra sólo el logotipo, una fotografía del negocio, el teléfono y su dirección. En la opción b) nos presenta cuatro opciones, que nos llevan a la página principal del negocio al hacer clic en alguna de ellas.

7. En el apartado de "Servicios", se presenta un listado de servicios en cinco categorías: a) Operadores Turísticos, b) Aerolíneas, c) Agencias de Viaje, d) Arrendadoras de Autos y e) Consulados. Todas las categorías están listadas en la misma página, ofreciendo el nombre y número telefónico de las compañías, y en algunos casos también el link al sitio oficial de la empresa, que cabe mencionar, al hacer clic, reemplaza a la página de TampicoMiramar.com.mx.

8. En la opción "Noticias" podemos encontrar información de eventos próximos a efectuarse en la zona de Tampico-Madero, así como información de eventos pasados.

9. En la sección "Descargas" encontramos dos logotipos de Tampico Miramar en distintos formatos, así como un mapa de la zona de Tampico, Madero y Altamira con imágenes de algunos de los lugares turísticos más representativos del área.

10. Por último, en la opción "Contacto", se despliega la información de los dos puntos de información turística de la zona, además de ofrecer un espacio para que

los turistas y el público en general puedan enviar un mensaje a la página TampicoMiramar.com.mx.

Información actualizada en el portal de Internet del destino

Ofrecer información actualizada en las páginas de los destinos turísticos es una de las estrategias básicas para mantener al corriente a los turistas potenciales de las actividades e información relevante para la planeación de su visita; es la oportunidad de presentar la oferta de actividades a realizarse en la zona turística en términos de entretenimiento, deporte, cultura, educación, y recreación, para ayudar a los turistas potenciales a la calendarización de su estancia. La falta de información actualizada limita la toma de decisiones de los turistas, y puede llegar a confundir a los visitantes del portal de Internet (Enright, M. and Newton, J., 2005).

Con respecto a la información de la página de Turismo oficial del Gobierno del Estado destinada a promocionar los lugares turísticos de la zona de Tampico-Madero, ésta presenta información pasada, y sólo contiene información de referencia acerca de la playa Miramar. Si se quiere conocer información de otros puntos de interés en la zona se tiene que abrir un archivo PDF, en el que se despliega un folleto con información de diversos lugares de interés turístico de la región.

En cuanto a la página de TampicoMiramar.com.mx, ésta tiene información relevante para los turistas nacionales y de habla hispana, y cuenta con algunas actividades próximas a realizarse, pero también presenta algunas secciones con links inactivos e información obsoleta.

En la actualidad, la zona de Tampico-Madero cuenta con acceso a Internet en las principales plazas comerciales de la localidad y en 8 de las 9 bibliotecas públicas

de la zona se ofrece servicio gratuito de uso de computadoras e Internet. Además, se detectaron por lo menos doce cibercafés en la región. Cabe destacar también que el incremento del uso de teléfonos inteligentes da a los usuarios la posibilidad de acceso a Internet en cualquier parte de la ciudad y a cualquier hora, por medio de estos dispositivos. También es importante enfatizar que en el sitio turístico oficial del gobierno del estado, se indica que la zona de la Playa Miramar cuenta con servicio Wi-Fi gratuito.

Teléfonos móviles, aplicaciones turísticas para móviles

Los teléfonos móviles están revolucionando el sector turístico. Los viajeros, ahora tienen múltiples opciones para buscar y reservar servicios turísticos desde la comodidad de sus teléfonos móviles. Existen múltiples aplicaciones que permiten reservar vuelos, hoteles, autos e infinidad de otros servicios. Es una herramienta que está siendo utilizada en los principales destinos turísticos para ofrecer a sus visitantes diversos servicios, desde guías turísticas, reservas de servicios, ubicación de sitios de interés con reseñas, hasta calendarización de actividades en el lugar de destino.

Según reportes del INEGI, el 59.2 % de la población en México utiliza teléfonos móviles (INEGI, 2012) y de acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet, el 26% de internautas han realizado compras desde un teléfono móvil, y el turismo representa el 16 % del comercio electrónico en el país (AMICPI, 2013). Se realizó una búsqueda exhaustiva en los principales buscadores electrónicos, y se encontró que no existen aplicaciones turísticas para móviles dedicadas a la zona de Tampico-Madero. Sin embargo si existe en la página TampicoMiramar.com.mx, un listado de

hoteles, comercios, entretenimiento, cines y servicios dedicados para el turismo en la zona.

Líneas telefónicas

En la actualidad, existe un número gratuito de la Secretaría de Turismo del Estado: 01(800)911-8874, que se encarga de proveer información a los turistas nacionales, sin embargo no existe un número para atender llamadas del extranjero. Al hablar a este número telefónico y pedir información turística de la zona de Tampico-Madero, la señorita que contestó el teléfono pidió que le diera un momento, y se escuchó como preguntaba en voz alta "¿Quieren información turística acerca de Tampico? ¿A quién se lo paso?", a lo cual siguieron cinco segundos de murmullos, hasta que se escuchó una voz que decía, "pásamelo a mí". Me transfirieron la llamada y de forma muy amable, me informaron que la mejor forma de encontrar información era irme al portal de Internet oficial y bajar el folleto informativo, que ahí podía encontrar todo lo que buscaba. Pregunté, si ahí se daba información sólo de la zona de Tampico-Madero y se me informó que no, que se daba información de todo el Estado. Pregunté que si tenían alguna aplicación turística para Tampico-Madero y me informaron que no contaban con aplicación alguna. Al preguntarles si me podían dar los datos de los puntos de información turística de la zona de Tampico me indicaron que no contaban en ese momento con esa información.

Además, del número 01 (800) existen los teléfonos de las oficinas de Turismo del Ayuntamiento de Tampico, y Turismo del Ayuntamiento de Ciudad Madero. Sin embargo, al hablar para pedir información en las oficinas de Tampico nos dijeron que no podían atendernos ya que estaba por salir la administración por el cambio de gobierno local, y al hablar unas semanas después nos dijeron otra vez que no

podían atendernos, porque acababa de entrar la nueva administración y todavía no sabían quienes iban a ser los encargados de las oficinas de turismo. Por el contrario, al hablar a las oficinas de turismo de Ciudad Madero, el personal se mostró atento y capacitado para contestar las preguntas respecto al destino turístico.

Existencias de puntos de información turística

Las oficinas de información constituyen una fuente medular de la promoción de los destinos turísticos. Estas representan una de las primeras opciones cuando los turistas enfrentan algún problema o duda respecto al lugar de visita. Es importante que éstos cuenten con personal capacitado para servicio a clientes y con la información necesaria para contestar todas las preguntas de los visitantes, así como contar con toda la información de los destinos turísticos en cuestión.

Actualmente existen dos puntos de información turística en la zona de Tampico-Madero. Uno se encuentra ubicado en Tampico y tiene un horario de 8:00 am a 3:00 pm de lunes a viernes, el segundo punto de información turística está en Cd. Madero con un horario de 8:00am a 4:00 pm de lunes a viernes y de 10:00am a 2:00 pm en sábados y domingos.

Los cambios tecnológicos afectan a los destinos turísticos a nivel mundial. Por eso, es importante conocer la situación actual del entorno turístico de la región, para poder desarrollar acciones encaminadas a enfrentar los desafíos de estos cambios. Este documento propone un programa de acciones para aprovechar el potencial turístico de la región a partir de un diagnóstico de la situación actual del uso de las TIC en el turismo de la región de Tampico-Madero para enfrentar los cambios tecnológicos.

El análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de las variables de este estudio, permite tomar acciones conducentes a elevar el nivel de competitividad de este destino a nivel mundial. Se recomienda tomar las medidas preventivas, correctivas y de mejora de las diferentes variables para ofrecer un mejor servicio a los visitantes a la región de Tampico-Madero. Esperamos que la eficiente implementación de las medidas preventivas, correctivas y de mejora logren posicionar a la región de Tampico-Madero como una opción de destino de primer nivel tanto para el turismo nacional, como para el turismo internacional.

b) Identificación de problemas de las TICs

Existen varios problemas de las TICs, entre los que se pueden destacar los siguientes: La información no está actualizada por lo que se corre el riesgo que la información se vuelva obsoleta y cree confusión entre los visitantes al sitio web; No se pueden realizar búsqueda; ni consultas; Algunos links están inactivos; Falta información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico; No existen aplicaciones para teléfonos móviles relevantes para el turismo de Tampico-Ciudad Madero; No se están utilizando las posibilidades del uso de los teléfonos inteligentes para el turismo en la zona; Otros destinos turísticos aprovecharan la falta de tecnología de la zona Tampico-Ciudad Madero para captar a los turistas que usan las TIC; El personal que atiende los teléfonos no está capacitado para cumplir su función.

CAPITULO II. FODA General del destino turístico Tampico-Ciudad Madero

A continuación se presenta el análisis concentrado FODA para el destino en cuestión.

a) Fortalezas

- El sector turístico en el último año mostró un desempeño favorable en materia de empleo
- Los establecimientos de preparación de alimentos y bebidas, así como aquellos dedicados al servicio de alojamiento temporal, demandan en conjunto más del 80 por ciento de los insumos del total de demanda lo que abre una oportunidad clara de negocios.
- Existe una amplia y detallada regulación jurídica que constituye el marco legal adecuado para el desarrollo sustentable.
- El destino cuenta con Reglamento para la Preservación del Patrimonio Edificado, además en los municipios de Tampico y Ciudad Madero existen reglamentos en materia de calidad ambiental y ecología, los cuales siguen vigentes en cada una de estas entidades.
- Se cuenta con reservas naturales protegidas
- Playa Miramar es una de las dos playas certificadas en el Golfo de México
- Aproximadamente el 25 por ciento de los que laboran en actividades turísticas cuentan con formación media superior, superior y posgrado.

- Infraestructura aérea suficiente y en buen estado, con oferta de vuelos suficiente: Conectividad principal con tres destinos: Ciudad de México; Ciudad de Monterrey y el aeropuerto internacional de Houston, Texas.
- Existencia de servicios de apoyo especializados para atender a los turistas distribuidos en los diversos puntos del destino así como para desarrollar diversas actividades recreativas como la pesca deportiva.
- Red carretera importante que conecta el destino para los estados de Nuevo León, Veracruz y San Luis Potosí, los que a su vez sirven para conectar los destinos regionales al interior del país, así como a los Estados Unidos.
- Cobertura importante del servicio de transporte e infraestructura en todo el destino.
- Gran variedad de hoteles de diversas categorías y precios competitivos para todo tipo de personas.
- Excelente infraestructura restaurantera.
- Completa la cobertura en materia de servicios básicos.
- Existe una plataforma institucional que garantiza la seguridad tanto física como patrimonial de todos los visitantes al destino.
- Percepción de mejora en materia de seguridad, e incremento en actividades económicas y sociales asociadas al sector turístico.
- Aumento en la cultura de la prevención en todos los sentidos, ya que la ciudadanía ha modificado sus patrones de conducta a fin de prevenir situaciones de riesgo.
- Se cuenta con una campaña que está incrementando la proyección del destino a nivel nacional. Las acciones de promoción y comercialización

muestran buenos resultados; La identidad con la que cuenta el destino a través de la marca Tampico Miramar, se presenta como una herramienta con propuestas que permite optimizar y dotar de mayor eficacia a los recursos de las administraciones municipales en colaboración con los prestadores de servicios.

- La participación de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) y su integración con los Destination Management Companies (DMC's) es determinante en el destino, pues son el complemento perfecto para proporcionar servicios de calidad a los visitantes.
- La zona se encuentra apuntalada como un destino de sol y playa así como de negocios, lo cual le brinda respaldo y una proyección consolidada en la actividad turística.
- El destino cuenta con los recursos turísticos (naturales y culturales) para diversificar su oferta turística y ser capaz de satisfacer a más segmentos de la población creando e impulsando nuevos productos turísticos dentro de la zona que permitan captar mayor número y diferentes tipos de turistas.
- Hay disponibilidad de terreno en varios puntos del desino para desarrollar negocios del ramo turístico.
- Existen buenas relaciones entre los funcionarios de los gobiernos municipales y la Asociación de Hoteles y Moteles de Tampico y Ciudad Madero; Participación activa del sector privado.
- Las dependencias gubernamentales ofrecen información sobre los principales sitios de interés del destino y las áreas de oportunidad para los inversionistas.

- Buena sinergia entre las autoridades municipales de Tampico y Ciudad Madero.
- Las páginas web del destino son modernas, atractivas y con información relevante e imágenes de los diferentes puntos de interés turísticos de la zona.
- Se cuenta con un número gratuito 01 800 para consultas turísticas.
- Existen 8 puntos de acceso gratuito a computadoras e Internet en la zona.
- Cobertura de Internet móvil en toda la región de Tampico-Madero.
- Cuatro números locales para información turística.
- Dos puntos de información turística gratuita en la zona.
- Personal de Cd. Madero capacitado en información turística.

b) Debilidades

- Existe una fuerte concentración de negocios turísticos en el municipio de Tampico, lo que ha provocado un rezago en el municipio de Ciudad Madero.
- Clase trabajadora en malas condiciones laborales, dado que percibe salarios que no le permite cubrir plenamente sus necesidades más esenciales.
- El sector turístico tiene una baja participación en el PIB.
- Actualmente entre los establecimientos dedicados al turismo no existe la conciencia de los beneficios que conlleva el articularse productivamente con los proveedores locales de sus insumos.
- Las plantas potabilizadoras en la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado usan sistemas tradicionales y obsoletos.
- No se cuenta con programa para mejorar la calidad del aire.

- Falta de fideicomisos con participación federal, estatal y municipal para preservación de patrimonio histórico de Ciudad Madero.
- El desconocimiento y falta de promoción de las áreas naturales y turísticas en la región.
- Es necesario diseñar una reglamentación coherente y suficiente que tenga concordancia con las leyes estatales y federales existentes en materia ambiental y de ordenamiento ecológico.
- El empleo de indicadores ambientales requiere de un esfuerzo extra, aunado a la inversión económica y el capital humano necesario para llevar a cabo esta tarea que requiere de la cooperación comprometida de diversos actores e instituciones involucradas en las labores de preservación ambiental.
- Escasa Infraestructura hotelera, únicamente se cuenta con 6 hoteles de playa con categoría 4 estrellas.
- Actualmente la mayoría de los trabajadores que laboran en el sector turístico, tanto en el municipio de Ciudad Madero como en Tampico, cuentan con estudios hasta nivel secundaria.
- Las condiciones del mercado no permiten generar mayores inversiones en el sector a fin de que otra (s) línea (s) aérea(s) se pudieran interesar en ofertar sus servicios a nivel local.
- Los factores climatológicos, así como los asociados a factores externos, juegan un papel importante que limitan el crecimiento del destino.
- Existe poca cultura turística en algunos prestadores de servicios de apoyo turísticos.

- Las carreteras que conectan al destino, actualmente han padecido los embates de factores externos lo cual las ha generado percepciones variados sobre el destino. Asimismo la calidad de las carreteras, aunque éstas no son de cuota, su mantenimiento no es constante, lo cual las torna de baja calidad.
- En materia de conexión aérea, su calidad y suficiencia, dista mucho de ser el reflejo de las tarifas principalmente hacia Monterrey, Nuevo León, las cuales son caras o bien, las líneas de bajo costo que ofrecen el servicio es de mala calidad.
- Una buena parte del parque vehicular se encuentra en mal estado, además falta capacitación para los operadores del servicio de transporte colectivo del destino.
- Gran parte el sector hotelero en la zona Tampico-Ciudad Madero se encuentra ubicado dentro de la ciudad y alejado de playa.
- Desarticulación en la imagen urbana, fuerte contaminación visual tanto en el municipio de Tampico como de Ciudad Madero.
- Existe en el destino una economía muy vulnerable, por lo que cualquier desviación que se genera en el ámbito macroeconómico, impacta de manera negativa en la generación de empleos, lo que ponen en riesgo a grandes grupos poblacionales ocupados en el sector turístico.
- La gran mayoría de las empresas del sector son micro, pequeñas y medianas empresas, lo que las convierte en entidades empresariales vulnerables a los cambios que se registran en los gustos y preferencias de su segmento de mercado.

- No se cuenta con un diagnóstico específicamente enfocado al sector turístico del destino, que permita mayor inversión en promoción, así como la elaboración y ejecución de un plan estratégico a corto, mediano y largo plazo que se traduzca en un incremento de flujo turístico para el destino.
- Las actuales acciones del sector turístico que pretenden favorecer esta industria, sólo se encuentran encaminadas a 2 vertientes: el turismo de sol y playa y el turismo de negocios, ignorando todo el potencial que tiene el destino para ofertar nuevos productos.
- Inexistencia de agencias de viaje mayoristas en la zona. Lo cual supone un déficit en el aprovechamiento del mercado turístico que se podría captar.
- El destino es más dirigido al turismo de negocios; por lo que, la oferta hotelera está concentrada en Tampico.
- No se cuenta con hoteles 5 estrellas, así como tampoco con hoteles de gran turismo.
- Faltan atractivos de diversión familiar, no se cuenta con parques para el entretenimiento e falta infraestructura turística.
- El destino turístico de sol y playa es de siete meses, por lo que se debe tener planes para aprovechar el invierno y no caiga la demanda de servicios en la zona.
- Baja cultura ecológica en la zona, a pesar de que hay recipientes, la gente no deposita la basura en los recipientes establecidos para ello.
- No se cuenta con un plan de crecimiento como en otros destinos turísticos,
- No opera el Consejo Consultivo Turístico; escasa y en ocasiones nula participación de la comunidad en los temas del sector turístico.

- No se cuenta con una coordinación regional turística.
- Falta de normatividad para regular el ambulantaje.
- Los sitios Web turísticos de la región presentan información desorganizada y obsoleta, carecen de búsquedas, consultas, información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico.
- No se usan las ventajas de las redes sociales.
- Falta información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico.
- No se ofrece servicio temporal de Internet a turistas.
- El personal del centro de atención turística tiene poca capacidad para cumplir sus funciones de atención al cliente.

c) Oportunidades

- Promover el desarrollo turístico a través del auto empleo.
- Impulsar el desarrollo de inversiones en el sector turístico para incrementar el empleo
- El destino cuenta con capital humano, disponibilidad geográfica, atractivos turísticos, infraestructura física, entre otras ventajas, que pueden ser explotadas en mayor medida para incrementar la participación del sector turístico en el total de la economía.
- Diseñar programas públicos que incentiven la mayor integración entre las diversas actividades productivas.
- Regular con mayor detalle las energías renovables.
- Restauración y preservación del Centro Histórico de Tampico.

- El manglar Miramar es un lugar con relevancia biológica y con necesidades de rehabilitación y protección ecológica.
- Regular detalladamente en materia de calidad ambiental y preservación ecología, por medio de la creación de reglamentos de protección y conservación de la flora y fauna en cada uno de estos municipios.
- Tener a la mano información de carácter ambiental y confiable para una correcta toma de decisiones permitiría realizar una gestión de temas ambientales de una manera más eficaz y eficiente.
- Existen diversas escuelas que imparten la licenciatura en turismo en el destino Tampico-Ciudad Madero; por lo tanto, se forma un capital humano que puede incorporase a realizar actividades productivas turísticas a través de emplearse o emprender su propio negocio en el giro.
- Abrir conexiones hacia la ciudad de Guadalajara o hacia la zona occidente del país, por lo que se puede ofertar mayores destinos a nivel nacional.
- El alto nivel de especialización asociado a algunas actividades genera una sinergia para atraer inversionistas con mayor especialización asociado a los servicios de apoyo al turista. Existen algunos servicios de apoyo que se pueden desarrollar, asociados a intérpretes con dominio no sólo del idioma inglés, sino que haya un dominio de dialectos de la zona como huasteco y náhuatl.
- Ante un escenario asociado a factores externos al destino, tanto las líneas aéreas como las terrestres pueden desarrollar alternativas a través de vuelos y corridas especiales.

- Es necesario replantear las rutas del transporte colectivo a fin de optimizar los desplazamientos y descongestionar algunas zonas del centro tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero
- Diversificar la oferta hotelera en algunos espacios del destino donde no hay este servicio por ejemplo en la zona centro de Ciudad Madero.
- No existen planes integrales del destino, por lo que existe un área de oportunidad a fin de que los ayuntamientos tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero, trabajen de manera conjunta a fin de integrar una imagen urbana homogénea que le de identidad al destino.
- Implementar mecanismos de evaluación en materia del avance que se tiene en el destino en el ámbito del desarrollo urbano.
- Establecer jerarquías en materia de desarrollo urbano que integren las diversas actividades y sectores del destino.
- Es necesario obra pública a fin de añadirle valor agregado a cada zona o espacio del destino.
- Los distintos actores económicos están dispuesto a invertir, innovar y mejorar en las diferentes áreas de la actividad económica asociadas al sector turístico
- Existe la disposición de los actores gubernamentales quienes diseñan acciones en favor de la ciudadanía en crear una plataforma de atención oportuna y eficaz que garantice la seguridad física y patrimonial tanto de las habitantes del destino como los visitantes al mismo.
- Existe una sinergia con la población de niños y adolescentes, de colaborar de manera entusiasta en el cuidado y conservación del medio ambiente, procurando su seguridad física.

- Aumentar la competitividad del destino al ser considerado en el Plan Nacional de Desarrollo, como uno de los 44 destinos a desarrollar, cuenta con el potencial de figurar no solo en el mercado nacional sino a nivel internacional, si se aplican las acciones apropiadas de promoción y diversificación de oferta turística al destino.
- Es importante que se genere una buena imagen del destino en aspectos como limpieza, seguridad, regulación del comercio, promociones y descuentos, entre otros, ya que esto garantiza que los turistas estén satisfechos de su estadía en este destino, y en futuro lo consideren para volver a visitarlo.
- Aprovechar el Turismo de Negocios, para contrarrestar el efecto de temporalidad y mantener un balance cuando hay escasa actividad turística, mantener el flujo turístico activo durante todo el año.
- Aprovechar la posición que ocupa actualmente como uno de los destinos importantes para negocios en la región noreste de México y su cercanía con Estados Unidos para captar turismo internacional y comenzar a figurar en el panorama/mercado internacional. Incursionar en el mercado internacional, mediante estrategias de promoción y comercialización adecuadas.
- Existe una estrategia turística a nivel nacional. Apoyo progresivo al desarrollo turístico estatal y municipal.
- Identificar nuevas necesidades de los segmentos del turismo.
- Se tienen las dependencias municipales para impulsar el destino turístico.
- Coordinar los esfuerzos de diversas dependencias de los tres niveles de gobierno.

- Utilizar nuevas técnicas de mercadotecnia.
- Implementar puntos de acceso público a Internet en diversos puntos.
- Llevar un control estadístico de los visitantes de la región, servicios que utilizan, puntos de interés, tiempos de visita, etc.
- -Capacitar al personal de los centros de información turística.

e) Amenazas

- Predominio de establecimientos de alimentos y bebidas, y se ha dejado de lado el desarrollo de otros servicios y productos turísticos
- Deficiente la atención que brindan los trabajadores, ya que las condiciones de trabajo son precarias y difícilmente pueden sentirse cómodos desarrollando sus labores diarias
- La poca participación del sector turístico en la estructura productiva del PIB del destino vulnera la capacidad de competir con otros destinos turísticos del país.
- La falta de una integración productiva entre el sector turístico y el resto de los sectores, resta competitividad al destino.
- Decrecimiento económico producido por la falta de implementación jurídica adecuada y coherente con las demandas de protección al ambiente.
- Falta de una adecuada regulación municipal para protección y preservación del patrimonio histórico puede afectar de manera irreversible este tipo de atractivos turísticos en la región.
- Desarrollo de zonas turísticas sin planificación y sin los estudios previos sobre impacto ambiental.

- Deterioro de las zonas susceptibles de explotación turística comercial y sustentable.
- Falta de apoyo económico para la implementación de sistemas de medición, análisis y difusión de datos ambientales por parte del estado.
- Pérdida de competitividad de la playa Miramar como atractivo turístico, ya que surgen nuevos atractivos de playa que pueden cambiar su vocación o uso por parte de la gente (Isla del Padre).
- En un contexto donde la mayoría de los trabajos cuentan con un nivel de estudio de secundaria y que se carece de personal calificado con un perfil turístico, no es posible elevar la competitividad del destino. Esto limita la posibilidad de que pueda competir con otros destinos.
- Pérdida de competitividad de debido a que el destino se hace más caro para sus visitantes, derivado de la interconectividad entre cada tipo de vuelo; Pérdida de competitividad en distintos rubros.
- Ruptura de la cadena productiva en el sector al no existir empresas de apoyo al turista.
- La competitividad se ve seriamente amenazada ya que aunque el destino cuenta con elementos suficientes para consolidarse en la zona noreste del país, dicho objetivo dista de ser verdadero y se ve amenazado, ya que la calidad del servicio y su relación con los precios lo hace un destino caro.
- La suficiencia de vuelos queda cuestionada ya que hay una demanda importante de viajeros de destinos cercanos como el del Valle de Texas, no tiene opción para hacer uso de vuelos suficientes a precios justos.

- En materia de la calidad de los servicios terrestres, es importante considerar que el sector se ve seriamente afectado por las incidencias que han ocurrido en la carretera,
- Pérdida de competitividad por no contar con personal de primer contacto vinculado con las actividades del sector turístico.
- Deterioro de los beneficios que los programas de marketing pudieran traer al destino
- Carencia de una perspectiva de corto mediano y largo plazo que permita orientar de manera ordenada el crecimiento urbano de la población.
- Dado que el sector turístico es una actividad sumamente vulnerable a las condiciones ambientales y de convivencia del contexto, una amenaza latente que se corre es la perdida de la competitividad del destino.
- Ausencia de un plan de marketing adecuado para proyectar al destino en mercados no solo regionales sino nacionales e internacionales, ocasionando que la competencia con otros destinos tome por completo el mercado objetivo.
- Promoción insuficiente del destino a nivel nacional e internacional. Las campañas de publicidad en las cuáles les dan mayor proyección al extranjero de otros destinos que a esta zona.
- El hecho de que el destino Tampico-Ciudad Madero sea atractivo por la playa lo pone en desventaja en relación con aquellos que cuentan con una mayor oferta turística, tal es el caso de Veracruz y la Isla del Padre, los cuales son los competidores más cercanos de este destino.

- Al no haber una oferta turística competitiva (que se encuentre a la altura de otros destinos que ya ofrecen por ejemplo el turismo alternativo, cinegético, deportivo) y ofertar un limitado número de productos turísticos, los turistas empiezan a visitar otros destinos que si cumplan sus deseos o necesidades, decayendo la actividad turística en la zona.
- Las amenazas son los puertos cercanos como el puerto de Tuxpan en Veracruz o la playa Bagdad en Matamoros como destinos de playa y la Huasteca como destino turístico. La gente se va a la Huasteca a ver las sierras o el ecoturismo.
- Los gobiernos municipales no le dedican el suficiente presupuesto a la promoción como la infraestructura.
- No se cuenta con una playa con suficientes servicios tales como regaderas. Entonces, a pesar de ser una playa certificada, no se cuenta con suficiente presupuesto para su mantenimiento.
- Los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones poco sensibilizados con la actividad turística.
- Pérdida de la competitividad debido a la competencia de otros destinos turísticos con mayores atracciones.
- Se corre el riesgo que los turistas decidan no volver a utilizar los servicios de los sitios web turísticos así como los centros de atención turística de la región si no encuentran información relevante.
- Se corre el riesgo de ofrecer una mala imagen del servicio de turismo de la región, ya que hay personal que no está capacitado para atender a los turistas.

Capítulo III Los Nueve Factores de Competitividad
Introducción – Descripción general del análisis FODA

1. FODA de Oferta turística

Variables analizadas

- Número de museos.
- Número de monumentos.
- Número de restaurantes, bares y la gastronomía local.
- Número de agencias de viajes.
- Existencia de zonas arqueológicas.
- Número de hoteles por categoría y número de cuartos.
- Afluencia de transporte local y foráneo del destino.
- Inventario de atractivos turísticos, diversidad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino.
- Impacto de las campañas publicitarias y el gasto promedio de turistas.
- Catálogo de actividades de ocio disponible en el destino turístico.
- Análisis global de la oferta turística en el destino Tampico-Ciudad Madero.

En el eje de la oferta turística se identificó la disponibilidad y la situación actual de los diversos atractivos que existen en el destino Tampico-Ciudad Madero. Para lo cual se consideró el Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico publicado por el municipio de Ciudad Madero, información del portal Tampico-Miramar (http://tampicomiramar.com.mx/), la página de internet de la sección amarilla (www.seccionamarilla.com.mx) y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas publicado por el INEGI.

A partir de la información obtenida se pudo determinar que el destino cuenta con una oferta de atractivos para desarrollar turismo cultural, deportivo, de diversión, de naturaleza y de salud. Sin embargo, cabe hacer mención que los atractivos para realizar cada tipo de turismo son limitados en cuanto a la diversidad y la infraestructura con la cuenta. En el caso de museos, únicamente se cuenta con el museo de la Cultura Huasteca donde se exhiben piezas arqueológicas y etnográficas. También se cuenta con una zona arqueológica denominada Pirámide Las Flores. En donde se observa una mayor oferta es en los monumentos que se ubican en ambas ciudades. Sin embargo, para los que visitan el destino por motivos culturales, por un lado no resulta suficiente la oferta de atractivos, ya que esta podría ser visitada en menos de un día. Además, cabe hacer mención que por un lado la localización de estos atractivos se encuentra dispersa en el destino, y por otro no se cuenta con una oferta de productos o servicios turísticos de apoyo alrededor de estos lugares.

También existen eventos temporales como torneos deportivos tales como pesca, tenis, golf, nauticopas, futbol, entre otros; sin embargo, el nivel de competencia es bajo y por lo tanto el impacto mediático queda sin efecto para fomentar el turismo.

Durante la Semana Santa, el principal atractivo turístico es la Playa de Miramar, durante este periodo se observa la mayor afluencia de turistas en el destino, y es precisamente cuando se reproducen una gran cantidad de eventos artísticos, culturales y de diversión. El segundo atractivo es la Laguna del

Carpintero, el tercero se dividió entre el Centro Histórico de Tampico y la Aduana de Tampico.

El destino también cuenta con atractivos naturales como ríos, lagunas, canales, playa, diversidad de flora y fauna. Sin embargo, con excepción de la playa y la Laguna del Carpintero, el resto de los atractivos naturales cuenta con una escasa infraestructura turística.

Se tiene una adecuada disponibilidad de establecimientos de comida e infraestructura hotelera, aunque en el caso de la gastronomía resulta limitada, dado que es necesario fomentar una mayor presencia de establecimientos que ofrezcan platillos típicos de cada uno de los estados.

Por otro lado, el destino Tampico-Ciudad Madero se ha caracterizado por representar un centro de abasto regional, tanto de servicios como de productos. El caso de los servicios de salud ha sido uno de los principales motivos de visita al destino, dado que cuenta con una amplia diversidad de especialidades e instituciones médicas.

Finalmente, los resultados obtenidos en las entrevistas y con la evidencia encontrada en los registros administrativos y electrónicos, se pudo identificar que el destino es eminentemente carretero. Esto representa un reto para las instituciones gubernamentales en materia de seguridad pública, dado que es necesario impulsar estrategias que permitan modificar la percepción de inseguridad que predomina en las carreteras que conectan con los diferentes lugares de procedencia del turismo.

a) *Fortalezas*

- Presencia de museo arqueológico y etnográfico de la cultura huasteca

- Amplia oferta de monumentos
- Gran cantidad de negocios de comida
- Se cuenta con agencias de viajes y operadores turísticos
- Existe una zona arqueológica
- Disponibilidad de oferta hotelera de diversas categorías
- Existe una total cobertura de transporte público local en el destino
- La playa de Miramar es el principal atractivo turístico

b) Debilidades

- Falta de atractivos culturales
- Monumentos dispersos y escasa oferta complementaria alrededor
- Las condiciones de higiene en los lugares de comida no es adecuada
- Falta de una mayor integración entre agencias de viajes, operadores turísticos y oferentes de productos y servicios turísticos
- Pequeña zona arqueológica y sin oferta turística complementaria.
- La baja ocupación provoca que la tarifa sea más alta en los hoteles
- Contaminación visual en los autobuses de transporte local
- Los atractivos con los que se cuenta, por un lado no son suficientes y por otro son muy rápidos de visitar

c) Oportunidades

- Potencial histórico del destino
- Crear oferta complementaria alrededor de los monumentos

- Ampliar la diversidad gastronómica
- Mejorar la integración entre las agencias y los oferentes turísticos para crear paquetes atractivos al turismo
- Generar una oferta de servicios y productos turísticos complementaria alrededor de la zona arqueológica
- Los hoteles están subutilizados, ya que su ocupación es de 40 por ciento
- Mejorar la imagen y el servicio del transporte público local
- En el destino se cuenta con la posibilidad de ampliar la oferta de atractivos turísticos.

d) Amenazas

- Como destino cultural no es capaz de competir con otros destinos culturales
- En lugares con presencia de monumentos se desarrolla una oferta turística complementaria
- No hay condiciones de competitividad en el destino en cuanto a la gastronomía
- Paquetes turísticos limitados que no son capaces de atraer más turistas al destino
- Existe una zona arqueológica llamada El Tajín con una significativa infraestructura turística
- La baja tasa de ocupación en los hoteles y tarifas altas afectan al destino en la capacidad de competir

- El aspecto físico del transporte local y el mal servicio que se presta genera una perspectiva negativa en el turista
- La capacidad para competir con otros destinos turísticos se ve limitada dada la baja disponibilidad y diversidad de atractivos turísticos

e) Matriz FODA

Fortalezas - Presencia de museo arqueológico y etnográfico de la cultura huasteca - Amplia oferta de monumentos - Gran cantidad de negocios de comida - Se cuenta con agencias de viajes y operadores turísticos - Existe una zona arqueológica - Disponibilidad de oferta hotelera de diversas categorías - Existe una total cobertura de transporte público local en el destino - La playa de Miramar es el principal atractivo turístico	Oportunidades - Potencial histórico del destino - Crear oferta complementaria alrededor de los monumentos - Ampliar la diversidad gastronómica - Mejorar la integración entre las agencias y los oferentes turísticos para crear paquetes atractivos al turismo - Generar una oferta de servicios y productos turísticos complementaria alrededor de la zona arqueológica - Los hoteles están subutilizados, ya que su ocupación es de 40 por ciento - Mejorar la imagen y el servicio del transporte público local - En el destino se cuenta con la posibilidad de ampliar la oferta de atractivos turísticos
Debilidades - Falta de atractivos culturales - Monumentos dispersos y escasa oferta complementaria alrededor - Las condiciones de higiene en los lugares de comida no es adecuada - Falta de una mayor integración entre agencias de viajes, operadores turísticos y oferentes de productos y servicios turísticos - Pequeñas zona arqueológica y sin oferta turística complementaria - La baja ocupación provoca que la tarifa sea más alta en los hoteles - Contaminación visual en los autobuses de transporte local - Los atractivos con los que se cuenta, por un lado no son suficientes y por otro son muy rápidos de visitar	Amenazas - Como destino cultural no es capaz de competir con otros destinos culturales - En lugares con presencia de monumentos se desarrolla una oferta turística complementaria - No hay condiciones de competitividad en el destino en cuanto a la gastronomía - Paquetes turísticos limitados, que no son capaces de atraer más turistas al destino - Existe una zona arqueológica llamada El Tajín con una significativa infraestructura turística - La baja tasa de ocupación en los hoteles y tarifas altas afectan al destino en la capacidad de competir - El aspecto físico del transporte local y el mal servicio que se presta genera una perspectiva negativa en el turista - La capacidad para competir con otros destinos turísticos se ve limitada dada la baja disponibilidad y diversidad de atractivos turísticos

2. FODA de Democratización de la productividad turística

Variables empleadas para el factor

- Tasa de crecimiento del empleo y número de empleos (directos) en el sector turístico
- Salario promedio mensual de cotización y tasa de desocupación
- PIB turístico del destino
- Encadenamiento productivo del sector

En el caso del municipio de Ciudad Madero se observa que durante 2004 el PIB del sector turístico fue positivo aunque con una participación muy baja. Para 2009, la situación se modificó drásticamente, incluso fue negativa, lo que significa que el sector produjo menos que los insumos que se emplearon. Una de las razones que justifica este resultado es debido a la crisis que se vivió en este periodo, la cual no tuvo efectos tan adversos en el municipio de Tampico, aunque sí se observa una ligera disminución en el sector de servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas. Un resultado consistente con los obtenidos anteriormente, es que el sector turístico es más grande en el municipio de Tampico que en el municipio de Ciudad Madero.

a) Fortalezas

- El sector turístico en el último año mostro un desempeño favorable en materia de empleo

- En el tema del desempleo y salario promedio mensual estratificado, no se observan ninguna fortaleza.
- Los atractivos turísticos del destino están subutilizados
- Los establecimientos de preparación de alimentos y bebidas, así como aquellos dedicados al servicio de alojamiento temporal que demandan en conjunto más del 80 por ciento de los insumos del total que demanda el total de actividades turísticas del destino Tampico-Ciudad Madero.

b) Debilidades

- Existe una fuerte concentración de negocios turísticos en el municipio de Tampico, lo que ha provocado un rezago en el municipio de Ciudad Madero.
- Clase trabajadora en malas condiciones laborales, dado que percibe salarios que no le permite cubrir plenamente sus necesidades más esenciales
- El sector turístico tiene una baja participación en el PIB
- Actualmente entre los establecimientos dedicados al turismo no existe la conciencia de los beneficios que conlleva el articularse productivamente con los proveedores locales de sus insumos.
-

c) Oportunidades

- Promover el desarrollo turístico a través del auto empleo.
- Impulsar el desarrollo de inversiones en el sector turístico para incrementar el empleo
- El destino cuenta con capital humano, disponibilidad geográfica, atractivos turísticos, infraestructura física, entre otras ventajas que pueden ser

explotadas en mayor medida para incrementar la participación del sector turístico en el total de la economía.

- Diseñar programas públicos que incentiven la mayor integración entre las diversas actividades productivas

d) Amenazas

- Predominio de establecimientos de alimentos y bebidas, y se ha dejado de lado el desarrollo de otros servicios y productos turísticos
- Deficiente la atención que brindan los trabajadores, ya que las condiciones de trabajo son precarias y difícilmente pueden sentirse cómodos desarrollando sus labores diarias
- La poca participación del sector turístico en la estructura productiva del PIB del destino vulnera la capacidad de competir con otros destinos turísticos del país.
- La falta de una integración productiva entre el sector turístico y el resto de los sectores, resta competitividad al destino.

e) Matriz FODA

Fortalezas - El sector turístico en el último año mostro un desempeño favorable en materia de empleo - En el tema del desempleo y salario promedio mensual estratificado, no se observan ninguna fortaleza. - Los atractivos turísticos del destino están subutilizados - Los establecimientos de preparación de alimentos y bebidas, así como aquellos dedicados al servicio de alojamiento temporal que demandan en conjunto más del 80 por ciento de los insumos del total que demanda el total de actividades turísticas del destino Tampico-Ciudad Madero.	Oportunidades - Promover el desarrollo turístico a través del auto empleo. - Impulsar el desarrollo de inversiones en el sector turístico para incrementar el empleo - El destino cuenta con capital humano, disponibilidad geográfica, atractivos turísticos, infraestructura física, entre otras ventajas que pueden ser explotadas en mayor medida para incrementar la participación del sector turístico en el total de la economía. - Diseñar programas públicos que incentiven la mayor integración entre las diversas actividades productivas
Debilidades - Existe una fuerte concentración de negocios turísticos en el municipio de Tampico, lo que ha provocado un rezago en el municipio de Ciudad Madero. - Clase trabajadora en malas condiciones laborales, dado que percibe salarios que no le permite cubrir plenamente sus necesidades más esenciales - El sector turístico tiene una baja participación en el PIB - Actualmente entre los establecimientos dedicados al turismo no existe la conciencia de los beneficios que conlleva el articularse productivamente con los proveedores locales de sus insumos.	Amenazas - Predominio de establecimientos de alimentos y bebidas, y se ha dejado de lado el desarrollo de otros servicios y productos turísticos - Deficiente la atención que brindan los trabajadores, ya que las condiciones de trabajo son precarias y difícilmente pueden sentirse cómodos desarrollando sus labores diarias - La poca participación del sector turístico en la estructura productiva del PIB del destino vulnera la capacidad de competir con otros destinos turísticos del país. - La falta de una integración productiva entre el sector turístico y el resto de los sectores, resta competitividad al destino.

f) Fichas técnicas del factor

Formatos de Excel

3. FODA de Sustentabilidad turística

Variables analizadas

- Tratamiento de aguas residuales y pluviales
- Normatividad ambiental
- Impacto social-legislativo en México
- Acciones de preservación del patrimonio histórico en Tampico y Ciudad Madero
- Área naturales protegidas
- Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado
- Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico.
- Programa y diagnóstico en materia turística municipal
- Aplicación del sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo
- Certificación programa playas limpias
- Consumo de energía por cuarto

a) Fortalezas

- El proyecto contempla cancelar las descargas de aguas residuales que actualmente se vierten al río Pánuco, la Laguna del Chairel y zona marismas
- Existe una amplia y detallada regulación jurídica que constituye el marco teórico legal adecuado para el desarrollo sustentable.
- El municipio de Tampico tiene su propio Reglamento para la Preservación del Patrimonio Edificado
- Se cuenta con reservas naturales protegidas

LISTADO DE ESPECIES DE FLORA Y FAUNA PRESENTES EN EL ÁREA NATURAL PROTEGIDA "LA VEGA ESCONDIDA" QUE SE ENCUENTRAN EN ESTASTUS DE PROTECCIÓN SEGUN LA NOM-059-SEMARNAT-2001 F A U N A		
Nombre Científico	**Nombre Común**	**Estatus**
Peces		
Carpiodes carpio	Carpa matalote	A
Fundulus grandis lima	Sardinilla del Panuco / Península	A
Ictalurus australis	Bagre del Pánuco	A
Ictiobus bubalus	Boquin	A
Lepisosteus oculatus	Catan pinto	A
Poecilia latipunctata	Topote del Tamesí	A
Anfibios		
Rana berlandieri	Rana leopardo	Pr
Rhinophrynus dorsalis	Sapo de tierra	Pr
Reptiles		
Boa constrictor	Boa / Mazacuata	A
Crocodylus moreletii	Cocodrilo de pantano	Pr
Ctenosaura acanthura	Iguana negra	Pr
Iguana Iguana	Iguana verde	Pr
Kinosternom scorpioides	Galápago	Pr
Laemanctus serratus	Coronel	Pr
Micrurus fulvius	Serpiente coralillo arlequín	
Trachemys scripta	Tortuga de río o gravada	Pr
Aves		
Anas fulvigula	Pato texano	A
Ardea herodias	Garza morena	Pr
Botaurus lentiginosus		
Buteogallus anthracinus	Aguililla negra menor	Pr
Cairina moschata	Pato real o ala blanca	p
Campylorhynchus rufinucha	Matraca nuca rufa del sureste	A
Egretta rufescens	Garceta rojiza	Pr
Sterna antillarum	Avetorro mínimo	Pr
Mycteria americana	Cigüeña americana o dominico	Pr
Pachyramphus major uropygialis	Mosquero cuelliclaro / Cabezón mexicano	Pr
Parabuteo unicinctus	Aguililla rojinegra o de Harris	Pr

- En los municipios de Tampico y Ciudad Madero existen reglamentos en materia de calidad ambiental y ecología, los cuales siguen vigentes en cada una de estas entidades.
- El uso de indicadores ambientales permite dar una explicación a la situación ambiental

- Playa Miramar se constituye como una de las dos playas certificadas en el Golfo de México

b) Debilidades

- Las plantas potabilizadoras en la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado usan sistemas tradicionales y obsoletos
- No se cuenta con programa para mejorar la calidad del aire
- Falta de fideicomisos con participación federal, estatal y municipal para preservación de patrimonio histórico de Ciudad Madero
- El desconocimiento y falta de promoción de las áreas naturales y turísticas en la región.
- Es necesario diseñar una reglamentación coherente y suficiente que tenga concordancia con las leyes estatales y federales existentes en materia ambiental y de ordenamiento ecológico.
- El empleo de indicadores ambientales requiere de un esfuerzo extra, aunado a la inversión económica y el capital humano necesario para llevar a cabo esta tarea que requiere de la cooperación comprometida de diversos actores e instituciones involucradas en las labores de preservación ambiental
- Escasa Infraestructura Hotelera-únicamente se cuenta con 6 hoteles de playa con categoría 4 estrellas
-

c) Oportunidades

- La construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales será, en un futuro, un insumo disponible para el desarrollo industrial del sur del Estado.

- Regular con mayor detalle las energías renovables.
- Restauración y preservación del Centro Histórico de Tampico.
- El manglar Miramar es un lugar con relevancia biológica y con necesidades de rehabilitación y protección ecológica.
- Regular detalladamente en materia de calidad ambiental y preservación ecología, por medio de la creación de reglamentos de protección y conservación de la flora y fauna en cada uno de estos municipios.
- Tener a la mano información de carácter ambiental y confiable para una correcta toma de decisiones permitiría realizar una gestión de temas ambientales de una manera más eficaz y eficiente.
- Ofrece un valor agregado al visitante al ser una playa certificada que le puede permitir posicionarse en el mercado de Turismo de Sol y Playa.

d) Amenazas

- Recibir en los hogares agua no potable, sólo clorificada
- Decrecimiento económico producido por la falta de implementación jurídica adecuada y coherente con las demandas de protección al ambiente.
- Falta de una adecuada regulación municipal para protección y preservación del patrimonio histórico puede afectar de manera irreversible este tipo de atractivos turísticos en la región.
- Desarrollo de zonas turísticas sin planificación y sin los estudios previos sobre impacto ambiental.
- Deterioro de las zonas susceptibles de explotación turística comercial y sustentable.

- Falta de apoyo económico para la implementación de sistemas de medición, análisis y difusión de datos ambientales por parte del estado.
- Pérdida de competitividad de la playa Miramar como atractivo turístico, ya que surgen nuevos atractivos de playa que pueden cambiar su vocación o uso por parte de la gente (Isla del Padre).

e) Matriz FODA

Fortalezas - El proyecto contempla cancelar las descargas de aguas residuales que actualmente se vierten al río Pánuco, la Laguna del Chairel y zona marismas - Existe una amplia y detallada regulación jurídica que constituye el marco teórico legal adecuado para el desarrollo sustentable. - El municipio de Tampico tiene su propio Reglamento para la Preservación del Patrimonio Edificado - Se cuenta con reservas naturales protegidas - En los municipios de Tampico y Ciudad Madero existen reglamentos en materia de calidad ambiental y ecología, los cuales siguen vigentes en cada una de estas entidades. - El uso de indicadores ambientales permite dar una explicación a la situación ambiental - Playa Miramar se constituye como una de las dos playas certificadas en el Golfo de México	Oportunidades - La construcción de plantas de tratamiento de aguas residuales será, en un futuro, un insumo disponible para el desarrollo industrial del sur del Estado. - Regular con mayor detalle las energías renovables. - Restauración y preservación del Centro Histórico de Tampico. - El manglar Miramar es un lugar con relevancia biológica y con necesidades de rehabilitación y protección ecológica. - Regular detalladamente en materia de calidad ambiental y preservación ecología, por medio de la creación de reglamentos de protección y conservación de la flora y fauna en cada uno de estos municipios. - Tener a la mano información de carácter ambiental y confiable para una correcta toma de decisiones permitiría realizar una gestión de temas ambientales de una manera más eficaz y eficiente. - Ofrece un valor agregado al visitante al ser una playa certificada que le puede permitir posicionarse en el mercado de Turismo de Sol y Playa.
Debilidades - Las plantas potabilizadoras en la Comisión de Agua Potable y Alcantarillado usan sistemas tradicionales y obsoletos - No se cuenta con programa para mejorar la calidad del aire - Falta de fideicomisos con participación federal, estatal y municipal para	Amenazas - Recibir en los hogares agua no potable, sólo clorificada - Decrecimiento económico producido por la falta de implementación jurídica adecuada y coherente con las demandas de protección al ambiente. - Falta de una adecuada regulación municipal para protección y

preservación de patrimonio histórico de Ciudad Madero - El desconocimiento y falta de promoción de las áreas naturales y turísticas en la región. - Es necesario diseñar una reglamentación coherente y suficiente que tenga concordancia con las leyes estatales y federales existentes en materia ambiental y de ordenamiento ecológico. - El empleo de indicadores ambientales requiere de un esfuerzo extra, aunado a la inversión económica y el capital humano necesario para llevar a cabo esta tarea que requiere de la cooperación comprometida de diversos actores e instituciones involucradas en las labores de preservación ambiental - Escasa Infraestructura Hotelera-únicamente se cuenta con 6 hoteles de playa con categoría 4 estrellas	preservación del patrimonio histórico puede afectar de manera irreversible este tipo de atractivos turísticos en la región. - Desarrollo de zonas turísticas sin planificación y sin los estudios previos sobre impacto ambiental. - Deterioro de las zonas susceptibles de explotación turística comercial y sustentable. - Falta de apoyo económico para la implementación de sistemas de medición, análisis y difusión de datos ambientales por parte del estado. - Pérdida de competitividad de la playa Miramar como atractivo turístico, ya que surgen nuevos atractivos de playa que pueden cambiar su vocación o uso por parte de la gente (Isla del Padre).

f) Fichas técnicas del factor
Formatos de Excel

4. FODA de Formación y certificación

Variables analizadas

- Grado promedio de escolaridad, Recursos humanos calificados para atender el sector turismo y porcentaje de personal del destino con educación turística

a) Fortalezas

- Aproximadamente el 25 por ciento de los que laboran en actividades turísticas cuentan con formación media superior, superior y posgrado.

b) Debilidades

- Actualmente la mayoría de los trabajadores que laboran en el sector turístico, tanto en el municipio de Ciudad Madero como en Tampico, cuentan con estudios hasta nivel secundaria.

c) Oportunidades

- Existen diversas escuelas que imparten la licenciatura en turismo en el destino Tampico-Ciudad Madero; por lo tanto, se forma un capital humano que puede incorporase a realizar actividades productivas turísticas a través de emplearse o emprender su propio negocio en el giro. También se pueden generar incentivos fiscales para aquellos establecimientos turísticos que contraten personal calificado preferentemente con un perfil turístico.

d) Amenazas

- En un contexto donde la mayoría de los trabajos cuentan con un nivel de estudio de secundaria y que se carece de personal calificado con un perfil turístico, no es posible elevar la competitividad del destino. Esto limita la posibilidad de que pueda competir con otros destinos.

e) Matriz FODA

Fortalezas - Aproximadamente el 25 por ciento de los que laboran en actividades turísticas cuentan con formación media superior, superior y posgrado.	Oportunidades - Existen diversas escuelas que imparten la licenciatura en turismo en el destino Tampico-Ciudad Madero; por lo tanto, se forma un capital humano que puede incorporase a realizar actividades productivas turísticas a través de emplearse o emprender su propio negocio en el giro. También se pueden generar incentivos fiscales para aquellos establecimientos turísticos que contraten personal calificado preferentemente con un perfil turístico.
Debilidades - Actualmente la mayoría de los trabajadores que laboran en el sector turístico, tanto en el municipio de Ciudad Madero como en Tampico, cuentan con estudios hasta nivel secundaria.	Amenazas En un contexto donde la mayoría de los trabajos cuentan con un nivel de estudio de secundaria y que se carece de personal calificado con un perfil turístico, no es posible elevar la competitividad del destino. Esto limita la posibilidad de que pueda competir con otros destinos. -

f) Fichas técnicas del factor

Formatos de Excel

5. FODA de Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y servicios)

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero es considerado principalmente carretero en cuanto a su accesibilidad, sin embargo cuenta con otras modalidades de transporte para su arribo como por aire, ya que cuenta con un aeropuerto internacional en óptimas condiciones, así como por agua, ya que tiene ríos uy mar, sin embargo en este último medio sólo se ha desarrollado para actividades derivadas del comercio exterior, aunque existe en la actualidad planes y proyectos para desarrollar las actividades portuarias a través de marinas con potencial para el desarrollo turístico del destino. En este sentido se presenta a continuación el análisis FODA del factor en cuestión.

d) Fortalezas

-Existe la infraestructura aérea suficiente y en buen estado que garantiza satisfacer la demanda para viajeros cuando el destino se convierte en emisor de turistas, y cuando es receptor, la oferta de vuelos es suficiente.

-La conectividad se da fundamentalmente hacia tres destinos: Ciudad de México; Ciudad de Monterrey y a nivel internacional con la Ciudad de Houston, Texas.

-Existe una gama importante de servicios de apoyo especializados para atender a los turistas distribuidos en los diversos puntos del destino así como para desarrollar diversas actividades recreativas como la pesca deportiva.

-Mantiene una red carretera importante que conecta perfectamente bien el destino para los estados de Nuevo León, Veracruz y San Luis Potosí, los que a su vez sirven para conectar los destinos de regionales al interior del país, así como a los Estados Unidos.

-Existe una cobertura importante del servicio e infraestructura en todo el destino, lo que facilita los desplazamientos al interior de la zona. Asimismo, existe una diversidad de opciones de transporte, de tal forma que hay la posibilidad de rentar un automóvil; servicio de taxi así como servicio de transporte público.

-En la zona existe una gran variedad de hoteles con categorías distintas y precios competitivos para todo tipo de personas; además se cuenta con una excelente infraestructura restaurantera.

-El destino tiene completa la cobertura del destino turístico en materia de servicios básicos.

e) Debilidades

-Las condiciones del mercado no permiten generar mayores inversiones en el sector a fin de que otra (s) línea (s) aérea(s) se pudieran interesar en ofertar sus servicios a nivel local.

-Por otra parte, se debe considerar que los factores climatológicos, así como los asociados a factores externos, juegan un papel importante que limitan el crecimiento del destino.

-Existe poca cultura turística en algunos prestadores de servicios de apoyo turísticos.

-Las carreteras que conectan al destino, actualmente han padecido los embates de factores externos lo cual las ha generado percepciones variados sobre el destino. Asimismo la calidad de las carreteras, aunque éstas no son de cuota, su mantenimiento no es constante, lo cual las torna de baja calidad.

-En materia de conexión aérea, su calidad y suficiencia, dista mucho de ser el reflejo de las tarifas principalmente hacia Monterrey, Nuevo León, las cuales son caras o bien, las líneas de bajo costo que ofrecen el servicio es de mala calidad.

-Una buena parte del parque vehicular se encuentra en mal estado, además, falta capacitación para los operadores del servicio de transporte colectivo del destino.

-Gran parte el sector hotelero en la zona Tampico-Ciudad Madero se encuentra ubicado dentro de la ciudad y alejado de playa.

-Desarticulación en la imagen urbana, fuerte contaminación visual tanto en el municipio de Tampico como de Ciudad Madero

f) Oportunidades

-Ante las conectividades existentes, hay oportunidad de abrir las conexiones hacia la ciudad de Guadalajara o hacia la zona occidente del país, por lo que se puede ofertar mayores destinos a nivel nacional.

-El alto nivel de especialización asociado a algunas actividades genera una sinergia para atraer inversionistas con mayor especialización asociado a los servicios de apoyo al turista. Por lo que existen algunos servicios de apoyo que aún se pueden desarrollar, asociados a intérpretes con dominio no sólo del idioma inglés, sino que haya un dominio de dialectos de la zona como huasteco y náhuatl.

-Ante un escenario asociado a factores externos al destino, tanto las líneas aéreas como las terrestres pueden desarrollar alternativas a través de vuelos y corridas especiales.

-Es necesario replantear las rutas del transporte colectivo a fin de optimizar los desplazamientos y descongestionar algunas zonas del centro tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero

-Diversificar la oferta hotelera en algunos espacios del destino donde no hay este servicio por ejemplo en la zona centro de Ciudad Madero.

-No existen planes integrales del destino, por lo que existe un área de oportunidad a fin de que los ayuntamientos tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero, trabajen de manera conjunta a fin de integrar una imagen urbana homogénea que le de identidad al destino.

-Implementar mecanismos de evaluación en materia del avance que se tiene en el destino en el ámbito del desarrollo urbano.

-Establecer jerarquías en materia de desarrollo urbano que integren las diversas actividades y sectores del destino.

-Es necesario explorar otras opciones en materia de obra pública a fin de añadirle valor agregado a cada zona o espacio del destino.

f) Amenazas

-Pérdida de competitividad de debido a que el destino se hace más caro para sus visitantes, derivado de la interconectividad entre cada tipo de vuelo; Pérdida de competitividad en distintos rubros.

-Ruptura de la cadena productiva en el sector al no existir empresas de apoyo al turista.

-La competitividad se ve seriamente amenazada ya que aunque el destino cuenta con elementos suficientes para consolidarse en la zona noreste del país, dicho objetivo dista de ser verdadero y se ve amenazado, ya que la calidad del servicio y su relación con los precios lo hace un destino caro.

-La suficiencia de vuelos queda cuestionada ya que hay una demanda importante de viajeros de destinos cercanos como el del Valle de Texas, no tiene opción para hacer uso de vuelos suficientes a precios justos.

-En materia de la calidad de los servicios terrestres, es importante considerar que el sector se ve seriamente afectado por las incidencias que han ocurrido en la carretera,

-Pérdida de competitividad por no contar con personal de primer contacto vinculado con las actividades del sector turístico.

-Deterioro de los beneficios que los programas de marketing pudieran traer al destino

-Carencia de una perspectiva de corto mediano y largo plazo que permita orientar de manera ordenada el crecimiento urbano de la población.

g) Matriz FODA

Fortalezas .-infraestructura aérea suficiente y en buen estado que garantiza satisfacer la demanda para viajeros cuando el destino se convierte en emisor de turistas, y cuando es receptor, la oferta de vuelos es suficiente. -La conectividad hacia tres destinos: Ciudad de México; Ciudad de Monterrey y a nivel internacional con la Ciudad de Houston, Texas. -Existe una gama importante de servicios de apoyo especializados para atender a los turistas -Mantiene una red carretera importante que conecta perfectamente bien el destino para los estados de Nuevo León, Veracruz y San Luis Potosí, los que a su vez sirven para conectar los destinos de regionales al interior del país, así como a los Estados Unidos. -Existe una cobertura importante del servicio e infraestructura en todo el destino, lo que facilita los desplazamientos al interior de la zona. Asimismo, existe una diversidad de opciones de transporte, de tal forma que hay la posibilidad de rentar un automóvil; servicio de taxi así como servicio de transporte público. -En la zona existe una gran variedad de hoteles con categorías distintas y precios competitivos para todo tipo de personas; además se cuenta con una excelente infraestructura restaurantera. -El destino tiene completa la cobertura del destino turístico en materia de servicios básicos.	Oportunidades - abrir las conexiones hacia la ciudad de Guadalajara o hacia la zona occidente del país, por lo que se puede ofertar mayores destinos a nivel nacional. -El alto nivel de especialización asociado a algunas actividades genera una sinergia para atraer inversionistas con mayor especialización asociado a los servicios de apoyo al turista. -Ante un escenario asociado a factores externos al destino, tanto las líneas aéreas como las terrestres pueden desarrollar alternativas a través de vuelos y corridas especiales. -Es necesario replantear las rutas del transporte colectivo a fin de optimizar los desplazamientos y descongestionar algunas zonas del centro tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero -Diversificar la oferta hotelera en algunos espacios del destino donde no hay este servicio por ejemplo en la zona centro de Ciudad Madero. -No existen planes integrales del destino, por lo que existe un área de oportunidad a fin de que los ayuntamientos tanto del municipio de Tampico como de Ciudad Madero, trabajen de manera conjunta -Implementar mecanismos de evaluación en materia del avance que se tiene en el destino en el ámbito del desarrollo urbano. -Establecer jerarquías en materia de desarrollo urbano que integren las diversas actividades y sectores del destino.
Debilidades .-Las condiciones del mercado no permiten generar mayores inversiones en el sector a fin de que otra (s) línea (s) aérea(s) se pudieran interesar en ofertar sus servicios a nivel local. -Por otra parte, se debe considerar que los factores climatológicos, así como los asociados a factores externos, juegan un papel importante que limitan el crecimiento del destino. -Existe poca cultura turística en algunos prestadores de servicios de apoyo turísticos. -Las carreteras que conectan al destino, actualmente han padecido los embates de factores externos lo cual las ha generado percepciones variados sobre el destino. Asimismo la calidad de las carreteras, aunque éstas no son de cuota, su mantenimiento no es constante, lo cual las torna de baja calidad. -En materia de conexión aérea, su calidad y suficiencia, dista mucho de ser el reflejo de las	Amenazas Pérdida de competitividad de debido a que el destino se hace más caro para sus visitantes, derivado de la interconectividad entre cada tipo de vuelo; Pérdida de competitividad en distintos rubros. -Ruptura de la cadena productiva en el sector al no existir empresas de apoyo al turista. -La competitividad se ve seriamente amenazada ya que aunque el destino cuenta con elementos suficientes para consolidarse en la zona noreste del país, dicho objetivo dista de ser verdadero y se ve amenazado, ya que la calidad del servicio y su relación con los precios lo hace un destino caro. -La suficiencia de vuelos queda cuestionada ya que hay una demanda importante de viajeros de destinos cercanos como el del Valle de Texas, no tiene opción para hacer uso de vuelos suficientes a precios justos.

tarifas principalmente hacia Monterrey, Nuevo León, las cuales son caras o bien, las líneas de bajo costo que ofrecen el servicio es de mala calidad. -Una buena parte del parque vehicular se encuentra en mal estado, además, falta capacitación para los operadores del servicio de transporte colectivo del destino. -Gran parte el sector hotelero en la zona Tampico-Ciudad Madero se encuentra ubicado dentro de la ciudad y alejado de playa. -Desarticulación en la imagen urbana, fuerte contaminación visual tanto en el municipio de Tampico como de Ciudad Madero	-En materia de la calidad de los servicios terrestres, es importante considerar que el sector se ve seriamente afectado por las incidencias que han ocurrido en la carretera, -Pérdida de competitividad por no contar con personal de primer contacto vinculado con las actividades del sector turístico. -Deterioro de los beneficios que los programas de marketing pudieran traer al destino -Carencia de una perspectiva de corto mediano y largo plazo que permita orientar de manera ordenada el crecimiento urbano de la población.

h) Fichas técnicas del factor

Formatos de Excel

6. FODA de Seguridad Patrimonial y Física

Una de las principales preocupaciones de los distintos actores que participan de la actividad turística en el destino Tampico-Ciudad Madero, reconocen de la imperiosa necesidad de contar en todo momento de los niveles de seguridad patrimonial y física que garanticen la estancia y la convivencia armónica de quienes nos visitan por diversos motivos.

Es por ello que en la construcción de la presente agenda se considere este rubro, ya que en cierta medida está modificando los patrones de conducta tanto para quienes ofrecen servicios en el sector como por quienes demandas.

Derivado de lo anterior, es de vital importancia considerar este ámbito ya que en el convergen una gama de oportunidades de empleo para diversos sectores poblacionales tanto del mismo destino como de la zona.

a) Fortalezas

La ciudadanía cuenta con más cultura de la prevención en todos los sentidos, ya que han modificado sus patrones de conducta a fin de prevenir situaciones de riesgo.

- Durante los últimos dos años, la percepción de los distintos actores es que las condiciones en materia de seguridad han mejorado ya que las actividades económicas y sociales asociadas al sector turístico empiezan a incrementarse.

-En otro orden de ideas, existe interés del sector privado y educativo de inculcar en las familias mecanismos que les permitan obtener una “seguridad física” en materia de reciclaje y cuidado del medio ambiente, lo que permite a la comunidad garantizar una cultura de protección a los recursos naturales. En la mayoría de las escuelas,

centros turísticos, comerciales, se encuentran botes organizadores en donde la población puede diferenciar el desecho que va a depositar.

-Existe una plataforma institucional que garantiza tanto la seguridad tanto física como patrimonial de todos los visitantes al destino.

b) Debilidades

- Una de las principales debilidades que surge en materia de seguridad y su relación que existe entre la fragilidad de que las inversiones o inversionistas dejen de hacerlo, asociado tanto a las crisis externas como internas.

- Existe en el destino una economía muy vulnerable, por lo que cualquier desviación que se genera en el ámbito macroeconómico, impacta de manera negativa en la generación de empleos, lo que ponen en riesgo a grande grupos poblacionales ocupados en el sector turístico.

- la gran mayoría de las empresas del sector son micro, pequeñas y medianas empresas, lo que las convierte en entidades empresariales vulnerables a los cambios que se registran en los gustos y preferencias de su segmento de mercado.

- En cuanto a la utilización de recursos, es notable que los hoteles y grandes compañías no han realizado inversiones que aporten al cuidado ambiental, y una causa probable es el reducido margen de ganancia que éstos pueden tener con la baja turística que se ha presentado en los últimos años.

c) Oportunidades

-Los distintos actores económicos están dispuesto a invertir, innovar y mejorar en las diferentes áreas de la actividad económica asociadas al sector turístico

- Existe la disposición de los actores gubernamentales quienes diseñan acciones en favor de la ciudadanía en crear una plataforma de atención oportuna y eficaz que garantice la seguridad física y patrimonial tanto de las habitantes del destino como los visitantes al mismo.

- Existe una sinergia con la población de niños y adolescentes, de colaborar de manera entusiasta en el cuidado y conservación del medio ambiente, procurando su seguridad física.

d) Amenazas

-En los municipios de Ciudad Madero y Tampico, existe una población que viven en condiciones de vulnerabilidad y pobreza. El gobierno y los investigadores de los distintos problemas sociales reconocen que mientras existan el problema de la seguridad pudiera tener repercusiones. El rezago social y la falta de oportunidades ocupacionales pueden ser entre otros factores la causa del origen que amenaza la seguridad patrimonial.

- dado que el sector turístico es una actividad sumamente vulnerable a las condiciones ambientales y de convivencia del contexto, una amenaza latente que se corre es la perdida de la competitividad del destino.

e) Matriz FODA

Fortalezas La ciudadanía cuenta con más cultura de la prevención en todos los sentidos, ya que han modificado sus patrones de conducta a fin de prevenir situaciones de riesgo. - Durante los últimos dos años, la percepción de los distintos actores es que las condiciones en materia de seguridad han mejorado ya que las actividades económicas y sociales asociadas al sector turístico empiezan a incrementarse. -En otro orden de ideas, existe interés del sector privado y educativo de inculcar en las familias mecanismos que les permitan obtener una "seguridad física" en materia de reciclaje y cuidado del medio ambiente, lo que permite a la comunidad garantizar una cultura de protección a los recursos naturales. En la mayoría de las escuelas, centros turísticos, comerciales, se encuentran botes organizadores en donde la población puede diferenciar el desecho que va a depositar. -Existe una plataforma institucional que garantiza tanto la seguridad tanto física como patrimonial de todos los visitantes al destino.	Oportunidades -Los distintos actores económicos están dispuesto a invertir, innovar y mejorar en las diferentes áreas de la actividad económica asociadas al sector turístico - Existe la disposición de los actores gubernamentales quienes diseñan acciones en favor de la ciudadanía en crear una plataforma de atención oportuna y eficaz que garantice la seguridad física y patrimonial tanto de las habitantes del destino como los visitantes al mismo. - Existe una sinergia con la población de niños y adolescentes, de colaborar de manera entusiasta en el cuidado y conservación del medio ambiente, procurando su seguridad física.
Debilidades - Una de las principales debilidades que surge en materia de seguridad y su relación que existe entre la fragilidad de que las inversiones o inversionistas dejen de hacerlo, asociado tanto a las crisis externas como internas. - Existe en el destino una economía muy vulnerable, por lo que cualquier desviación que se genera en el ámbito macroeconómico, impacta de manera negativa en la generación de empleos, lo que ponen en riesgo a grande grupos poblacionales ocupados en el sector turístico. - la gran mayoría de las empresas del sector son micro, pequeñas y medianas empresas, lo que las convierte en entidades empresariales vulnerables a los cambios que se registran en los gustos y preferencias de su segmento de mercado. - grandes compañías no han realizado inversiones que aporten al cuidado ambiental, y una causa probable es el reducido margen de ganancia que éstos pueden tener con la baja turística que se ha presentado en los últimos años.	Amenazas -En los municipios de Ciudad Madero y Tampico, existe una población que viven en condiciones de vulnerabilidad y pobreza. El gobierno y los investigadores de los distintos problemas sociales reconocen que mientras existan el problema de la seguridad pudiera tener repercusiones. El rezago social y la falta de oportunidades ocupacionales pueden ser entre otros factores la causa del origen que amenaza la seguridad patrimonial. - dado que el sector turístico es una actividad sumamente vulnerable a las condiciones ambientales y de convivencia del contexto, una amenaza latente que se corre es la perdida de la competitividad del destino.

f) Fichas técnicas del factor
Formatos de Excel

7. FODA de Promoción y Comercialización

La promoción y la comercialización son factores clave para el posicionamiento y desarrollo de cualquier actividad económica, el caso del turismo no es la excepción, por el contrario, dada la naturaleza de la actividad, se requiere de planes y programas que lo posiciones como parte de los gusto y preferencias de quienes desarrollan o demandan actividades en el sector turístico, es por lo que esta actividad de convierte en un elemento indispensable para su posicionamiento en el mercado.

En el caso del destino Tampico-Ciudad Madero, registra buenos resultados a partir del desarrollo de la marca Tampico Miramar, ya que con ello han posicionado a la marca de manera importante en el mercado fundamentalmente regional, sin embargo es necesario contar con estrategias que provengas de diagnósticos claros y objetivos a fin de desarrollar planes y programas de promoción y comercialización en el corto, mediano y largo plazo.

a) Fortalezas

-Se cuenta con una campaña que está incrementando la proyección del destino a nivel Nacional. Las acciones de promoción y comercialización muestran buenos resultados.

-La identidad con la que cuenta el destino a través de la marca Tampico Miramar, se presenta como una herramienta con propuestas que permite optimizar y dotar de mayor eficacia a los recursos de las administraciones municipales en colaboración con los prestadores de servicios.

-La participación de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) y su integración con los Destination Management Companies (DMC’s) es determinante en el destino,

pues son el complemento perfecto para proporcionar servicios de calidad a los visitantes.

-La zona se encuentra apuntalada como un destino de Sol y Playa así como de negocios, lo cual le brinda cierto respaldo y una proyección consolidada en la actividad turística.

-El destino cuenta con los recursos turísticos (naturales y culturales) para diversificar su oferta turística y ser capaz de satisfacer a más segmentos de la población creando e impulsando nuevos productos turísticos dentro de la zona que permitan captar mayor número y diferentes tipos de turistas.

b) Debilidades

-No se cuenta con un diagnóstico específicamente enfocado al sector turístico del destino, que permita mayor inversión en promoción, así como la elaboración y ejecución de un plan estratégico a corto, mediano y largo plazo que se traduzca en un incremento de flujo turístico para el destino.

-Las actuales acciones del sector turístico que pretenden favorecer esta industria, sólo se encuentran encaminadas a 2 vertientes: el turismo de sol y playa y el turismo de negocios, ignorando todo el potencial que tiene el destino para ofertar nuevos productos. Ausencia de propuestas o programas que impulsen nuevas formas de turismo en el destino.

-Que la oferta turística del destino (la falta de variedad de productos turísticos ofertados) logre una proyección de la zona que sólo sea a nivel nacional limitando el potencial del destino. No se ha dado la suficiente promoción para dar a conocer el destino.

-Falta de estructuración en el plan de promoción.

-Inexistencia de agencias de viaje mayoristas en la zona. Lo cual supone un déficit en el aprovechamiento del mercado turístico que se podría captar.

c) Oportunidades

-El destino atrae turistas de los estados colindantes, lo cual constituye un segmento de mercado representativo con el que puede comenzar a ofertar nuevos productos turísticos y con la adecuada promoción, puede llegar a captar no solo más turistas de esos estados sino expandirse a nivel nacional e internacional posicionándose entre los primeros lugares.

-Aumentar la competitividad del destino al ser considerado en el Plan Nacional de Desarrollo, como uno de los 44 destinos a desarrollar, cuenta con el potencial de figurar no solo en el mercado nacional sino a nivel internacional, si se aplican las acciones apropiadas de promoción y diversificación de oferta turística al destino.

-Es importante que se genere una buena imagen del destino en aspectos como limpieza, seguridad, regulación del comercio, promociones y descuentos, entre otros, ya que esto garantiza que los turistas estén satisfechos de su estadía en este destino, y en futuro lo consideren para volver a visitarlo.

-Aprovechar esa posición donde los turistas han oído hablar del destino como un destino de Sol y Playa o de Negocios, para proyectarles nuevos productos que les sean atrayentes e innovadores.

-Aprovechar el Turismo de Negocios, para contrarrestar el efecto de temporalidad y mantener un balance cuando hay escasa actividad turística, mantener el flujo turístico activo durante todo el año.

-Aprovechar la posición que ocupa actualmente como uno de los destinos importantes para negocios en la región noreste de México y su cercanía con Estados Unidos para captar turismo internacional y comenzar a figurar en el panorama/mercado internacional. Incursionar en el mercado internacional, mediante estrategias de promoción y comercialización adecuadas.

d) Amenazas

-Ausencia de un plan de marketing adecuado para proyectar el destino en mercados no solo regionales sino nacionales e internacionales, ocasionando que la competencia con otros destinos tome por completo el mercado objetivo.

-Promoción insuficiente del destino a nivel nacional e internacional. Las campañas de publicidad en las cuáles les dan mayor proyección al extranjero de otros destinos que a esta zona.

-El hecho de que el destino Tampico-Ciudad Madero sea atractivo por la playa lo pone en desventaja en relación con aquellos que cuentan con una mayor oferta turística, tal es el caso de Veracruz y la Isla del Padre, los cuales son los competidores más cercanos de este destino.

-No estar a nivel de otros destinos turísticos, en cuanto a nuevos productos ofertados, quedando en una desventaja competitiva en el mercado turístico actual.

-Al no haber una oferta turística competitiva (que se encuentre a la altura de otros destinos que ya ofrecen por ejemplo el turismo alternativo, cinegético, deportivo, etc.) y ofertar un limitado número de productos turísticos, los turistas empiezan a visitar otros destinos que si cumplan sus deseos o necesidades, decayendo la actividad turística en la zona.

e) Matriz FODA

Fortalezas -Se cuenta con una campaña que está incrementando la proyección del destino a nivel Nacional. -La identidad con la que cuenta el destino a través de la marca Tampico Miramar. -La participación de la Oficina de Convenciones y Visitantes (OCV) y su integración con los Destination Management Companies (DMC's) es determinante en el destino. -La zona se encuentra apuntalada como un destino de Sol y Playa así como de negocios. -El destino cuenta con los recursos turísticos (naturales y culturales) para diversificar su oferta turística y ser capaz de satisfacer a más segmentos de la población creando e impulsando nuevos productos turísticos.	Oportunidades El destino atrae turistas de los estados colindantes, lo cual constituye un segmento de mercado representativo con el que puede comenzar a ofertar nuevos productos turísticos. -Aumentar la competitividad del destino al ser considerado en el Plan Nacional de Desarrollo, como uno de los 44 destinos a desarrollar. -Es importante que se genere una buena imagen del destino en aspectos como limpieza, seguridad, regulación del comercio, promociones y descuentos, -Aprovechar esa posición donde los turistas han oído hablar del destino como un destino de Sol y Playa o de Negocios, para proyectarles nuevos productos que les sean atrayentes e innovadores. -Aprovechar el Turismo de Negocios, para contrarrestar el efecto de temporalidad y mantener un balance cuando hay escasa actividad turística, mantener el flujo turístico activo durante todo el año. -Aprovechar la posición que ocupa actualmente como uno de los destinos importantes para negocios en la región noreste de México y su cercanía con Estados Unidos.
Debilidades -No se cuenta con un diagnóstico específicamente enfocado al sector turístico del destino. -Las actuales acciones del sector turístico que pretenden favorecer esta industria, sólo se encuentran encaminadas a 2 vertientes: el turismo de sol y playa y el turismo de negocios -Que la oferta turística del destino (la falta de variedad de productos turísticos ofertados) logre una proyección de la zona que sólo sea a nivel nacional limitando el potencial del destino -Falta de estructuración en el plan de promoción. -Inexistencia de agencias de viaje mayoristas en la zona.	Amenazas -Ausencia de un plan de marketing adecuado para proyectar el destino en mercados no solo regionales sino nacionales e internacionales -Promoción insuficiente del destino a nivel nacional e internacional. -El hecho de que el destino Tampico-Ciudad Madero sea atractivo por la playa lo pone en desventaja en relación con aquellos que cuentan con una mayor oferta turística, tal es el caso de Veracruz y la Isla del Padre, los cuales son los competidores más cercanos de este destino. -No estar a nivel de otros destinos turísticos, en cuanto a nuevos productos ofertados. -Al no haber una oferta turística competitiva (que se encuentre a la altura de otros destinos que ya ofrecen por ejemplo el turismo alternativo, cinegético, deportivo, etc.)

f) Fichas técnicas del factor
Formatos de Excel

8. FODA de Gestión del Destino

La gestión como una actividad que requiere de personal ampliamente calificado en el sector turístico es fundamental para su desarrollo, ya que buena parte de sus actividades se desprende del conocimiento de procesos, normas, procedimientos, entre otros, motivo por el cual, la gestión debe ser realizada por expertos que promuevan mejoras en las condiciones de los distintos actores económicos y sociales que convergen en el destino.

En el caso del destino Tampico-Ciudad Madero, es una zona privilegiada ya que cuenta con una oferta natural asociado a las actividades acuáticas, pero también de negocios y reuniones, por ello es de vital importancia la presencia de actores y sectores ampliamente especializados en la gestión del destino.

a) Fortalezas

-La principal fortaleza que tiene el destino Tampico-Miramar es la playa, por su extensión de aproximadamente 10 kilómetros de longitud, con oleaje fino y su suave arena.

-Otra fortaleza es el personal capacitado, con la existencia de cinco Universidades de Educación Superior con estudios y especialización en turismo y gastronomía.

-Hay disponibilidad de terreno en varios puntos del desino para desarrollar negocios del ramo turístico.

-Las buenas relaciones entre los funcionarios de los gobiernos municipales y la Asociación de Hoteles y Moteles de Tampico y Ciudad Madero; Participación activa del sector privado.

-cuenta el destino con oficinas de Gobierno Estatal y Municipal especializadas en turismo. Además existe el interés de instituciones públicas municipales y estatales de fondear las actividades de promoción turística.

-Las dependencias gubernamentales ofrecen información sobre los principales sitios de interés del destino y las áreas de oportunidad para los inversionistas.

-Buena sinergia entre las autoridades municipales de Tampico y Ciudad Madero.

-Empresarios hoteleros organizados en asociación. Oficinas especializadas en Turismo de Reuniones.

b) Debilidades

-El destino es más dirigido al turismo de negocios; por lo que, la oferta hotelera está concentrada en Tampico.

-No se cuenta con suficientes hoteles 5 estrellas, así como tampoco con hoteles de gran turismo;

-Faltan atractivos de diversión familiar, no se cuenta con parques para el entretenimiento e falta infraestructura turística.

-El destino turístico de sol y playa es de siete meses, por lo que se debe tener planes para aprovechar el invierno y no caiga la demanda de servicios en la zona. Desarrollar otro tipo de eventos para que la zona se aproveche todo el año.

-Hay en la comunidad una baja cultura ecológica, a pesar de que hay recipientes, la gente no tira la basura en los depósitos establecidos para ello.

-No se cuenta con un plan de crecimiento como en otros destinos turísticos,

-No opera el Consejo Consultivo Turístico; nula participación de la comunidad en el temas del sector turístico.

-Personal poco capacitado en el sector.

-No contar con una coordinación regional turística.

- La falta de normatividad para regular el ambulantaje.

c) Oportunidades

-Se tiene como oportunidad de negocio playa para desarrollar el turismo de sol y playa, además el destino cuenta con un centro de convenciones para 8,000 congresistas para desarrollar el turismo de reuniones.

-Existe una estrategia turística a nivel nacional. Apoyo progresivo al desarrollo turístico estatal y municipal.

-Tener acceso a los fondos de SECTUR.

-Identificar nuevas necesidades de los segmentos del turismo.

-Se tienen las dependencias municipales para impulsar el destino turístico.

-Coordinar los esfuerzos de diversas dependencias de los tres niveles de gobierno.

-Crear un patronato que se coordine con el gobierno estatal.

-Aprovechar las investigaciones de las Universidades de Educación Superior.

d) Amenazas

-Las amenazas son los puertos cercanos como el puerto de Tuxpan en Veracruz o la playa Bagdad en Matamoros como destinos de playa y la Huasteca como destino turístico. La gente se va a la Huasteca a ver las sierras o el ecoturismo.

-Los gobiernos municipales no le dedican el suficiente presupuesto a la promoción como la infraestructura.

-No se cuenta con una playa con suficientes servicios tales como regaderas. Entonces, a pesar de ser una playa certificada, no se cuenta con suficiente presupuesto para su mantenimiento.

-Los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones poco sensibilizados con la actividad turística.

-Perdida de la competitividad debido a la competencia de otros destinos turísticos con mayores atracciones.

-Las amenazas son los puertos cercanos como el puerto de Tuxpan en Veracruz o la playa Bagdad en Matamoros como destinos de playa y la Huasteca como destino turístico. La gente se va a la Huasteca a ver las sierras o el ecoturismo.

-Otra de las amenazas es el clima, los turistas no acuden al destino por los huracanes o ciclones. Se cuenta con una temporada de lluvias que deja sucia la playa. La lenta regularización de los terrenos es una amenaza porque en un momento dado se puede hacer cualquier construcción no acorde a la imagen que se pretende proyectar del destino.

-No se cuenta con una playa con suficientes servicios tales como regaderas. Entonces, a pesar de ser una playa certificada, no se cuenta con suficiente presupuesto para su mantenimiento.

-Los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones poco sensibilizados con la actividad turística.

-Perdida de la competitividad debido a la competencia de otros destinos turísticos con mayores atracciones.

e) Matriz FODA

Fortalezas -La principal fortaleza que tiene el destino Tampico-Miramar es la playa. -El personal capacitado, con la existencia de cinco Universidades de Educación Superior con estudios y especialización en turismo y gastronomía. -Hay disponibilidad de terreno en varios puntos del desino para desarrollar negocios del ramo turístico. -Las buenas relaciones entre los funcionarios de los gobiernos municipales y la Asociación de Hoteles y Moteles de Tampico y Ciudad Madero; Participación activa del sector privado. -Cuenta el destino con oficinas de Gobierno Estatal y Municipal especializadas en turismo. -Las dependencias gubernamentales ofrecen información sobre los principales sitios de interés del destino y las áreas de oportunidad para los inversionistas. -Buena sinergia entre las autoridades municipales de Tampico y Ciudad Madero. -Empresarios hoteleros organizados en asociación. Oficinas especializadas en Turismo de Reuniones.	Oportunidades -Se tiene como oportunidad de negocio playa para desarrollar el turismo de sol y playa -Existe una estrategia turística a nivel nacional. Apoyo progresivo al desarrollo turístico estatal y municipal. -Tener acceso a los fondos de SECTUR. -Identificar nuevas necesidades de los segmentos del turismo. -Se tienen las dependencias municipales para impulsar el destino turístico. -Coordinar los esfuerzos de diversas dependencias de los tres niveles de gobierno. -Crear un patronato que se coordine con el gobierno estatal. -Aprovechar las investigaciones de las Universidades de Educación Superior.
Debilidades -El destino es más dirigido al turismo de negocios; por lo que, la oferta hotelera está concentrada en Tampico. -No se cuenta con suficientes hoteles 5 estrellas, así como tampoco con hoteles de gran turismo; -Faltan atractivos de diversión familiar, no se cuenta con parques para el entretenimiento e falta infraestructura turística. -El destino turístico de sol y playa es de siete meses, por lo que se debe tener planes para aprovechar el invierno y no caiga la demanda de servicios en la zona. -Hay en la comunidad una baja cultura ecológica -No se cuenta con un plan de crecimiento como en otros destinos turísticos, -No opera el Consejo Consultivo Turístico; nula participación de la comunidad en el temas del sector turístico. -Personal poco capacitado en el sector. -No contar con una coordinación regional turística. - La falta de normatividad para regular el ambulantaje.	Amenazas -Las amenazas son los puertos cercanos como el puerto de Tuxpan en Veracruz o la playa Bagdad en Matamoros como destinos de playa -No se cuenta con una playa con suficientes servicios tales como regaderas. -Los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones poco sensibilizados con la actividad turística. -Perdida de la competitividad debido a la competencia de otros destinos turísticos con mayores atracciones. -Las amenazas son los puertos cercanos como el puerto de Tuxpan en Veracruz o la playa Bagdad en Matamoros como destinos de playa y la Huasteca como destino turístico. La gente se va a la Huasteca a ver las sierras o el ecoturismo. -Las condiciones del clima, los turistas no acuden al destino por los huracanes o ciclones. -Los gobiernos municipales no le dedican el suficiente presupuesto a la promoción como la infraestructura. -No se cuenta con una playa con suficientes servicios tales como regaderas. Entonces, a pesar de ser una playa certificada, no se cuenta con suficiente presupuesto para su mantenimiento.

	-Los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones poco sensibilizados con la actividad turística. -Perdida de la competitividad debido a la competencia de otros destinos turísticos con mayores atracciones.

f) Fichas técnicas del factor
Formatos de Excel

XIV. FODA de TICs e Información al turista

a) *Fortalezas*

-Páginas web modernas, atractivas y con información relevante e imágenes de los diferentes puntos de interés turísticos de la zona.

-Número gratuito 01 800 para consultas turísticas.

-8 puntos de acceso a computadoras e Internet

-Acceso a Internet gratuito diversos puntos de Tampico-Madero.

-Cobertura de Internet móvil en toda la región de Tampico-Madero.

-Cuatro números locales para información turística.

-Dos puntos de información turística gratuita en la zona.

-Personal de Cd. Madero capacitado en información turística.

b) *Debilidades*

-Los sitios Web turísticos de la región presentan información desorganizada y obsoleta, carecen de búsquedas, consultas, información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico.

-No se usan las ventajas de las redes sociales.

-Falta información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico.

-No se ofrece servicio temporal de Internet a turistas.

-No existen aplicaciones turísticas para Tampico-Madero.

-El personal del centro de atención turística tiene poca capacidad para cumplir sus funciones de atención al cliente

c) *Oportunidades*

-El destino atrae turistas de los estados colindantes, y con la adecuada promoción, puede llegar a captar más turistas de esos estados y expandirse a nivel nacional e internacional.

-Mejorar sitios web turísticos de Tampico Miramar.

-Aprovechar ventajas de redes sociales.

-Utilizar nuevas técnicas de mercadotecnia.

-Implementar puntos de acceso público a Internet en diversos puntos.

-Desarrollar aplicaciones turísticas relevantes.

-Los sitios web de Tampico Miramar corren el riesgo que la información se vuelva obsoleta y cree confusión entre los visitantes al sitio web.

-Se corre el riesgo que los turistas decidan no volver a utilizar los servicios de los sitios web turísticos así como los centros de atención turística de la región si no encuentran información relevante.

-Se corre el riesgo de ofrecer una mala imagen del servicio de turismo de la región, ya que hay personal que no está capacitado para atender a los turistas.

-Se corre el riesgo que la oficina de turismo no cumpla con la función de informar y orientar a los viajeros.

d) *Amenazas*

-Los sitios web de Tampico Miramar corren el riesgo que la información se vuelva obsoleta y cree confusión entre los visitantes al sitio web.

-Se corre el riesgo que los turistas decidan no volver a utilizar los servicios de los sitios web turísticos así como los centros de atención turística de la región si no encuentran información relevante.

-Se corre el riesgo de ofrecer una mala imagen del servicio de turismo de la región, ya que hay personal que no está capacitado para atender a los turistas.

-Se corre el riesgo que la oficina de turismo no cumpla con la función de informar y orientar a los viajeros.

e) Matriz FODA

Fortalezas - Páginas web modernas, atractivas y con información relevante e imágenes de los diferentes puntos de interés turísticos de la zona. - Número gratuito 01 800 para consultas turísticas. - 8 puntos de acceso a computadoras e Internet - Acceso a Internet gratuito diversos puntos de Tampico-Madero. - Cobertura de Internet móvil en toda la región de Tampico-Madero. - Cuatro números locales para información turística. - Dos puntos de información turística gratuita en la zona. - Personal de Cd. Madero capacitado en información turística.	Oportunidades - El destino atrae turistas de los estados colindantes, y con la adecuada promoción, puede llegar a captar más turistas de esos estados y expandirse a nivel nacional e internacional. - Mejorar sitios web turísticos de Tampico Miramar. - Aprovechar ventajas de redes sociales. - Utilizar nuevas técnicas de mercadotecnia. - Implementar puntos de acceso público a Internet en diversos puntos. - Desarrollar aplicaciones turísticas relevantes. - Ofrecer servicio temporal de Internet a turistas - Desarrollar aplicaciones con catálogo de productos y servicios. - Llevar un control estadístico de los visitantes de la región, servicios que utilizan, puntos de interés, tiempos de visita, etc - Capacitar al personal de los centros de información turística.
Debilidades - Los sitios Web turísticos de la región presentan información desorganizada y obsoleta, carecen de búsquedas, consultas, información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico. - No se usan las ventajas de las redes sociales. - Falta información de actividades y servicios disponibles en el centro turístico.	Amenazas - Los sitios web de Tampico Miramar corren el riesgo que la información se vuelva obsoleta y cree confusión entre los visitantes al sitio web. - Se corre el riesgo que los turistas decidan no volver a utilizar los servicios de los sitios web turísticos así como los centros de atención turística de la región si no encuentran información relevante.

- No se ofrece servicio temporal de Internet a turistas. - No existen aplicaciones turísticas para Tampico-Madero. - El personal del centro de atención turística tiene poca capacidad para cumplir sus funciones de atención al cliente	- Se corre el riesgo de ofrecer una mala imagen del servicio de turismo de la región, ya que hay personal que no está capacitado para atender a los turistas. - Se corre el riesgo que la oficina de turismo no cumpla con la función de informar y orientar a los viajeros.

f) Fichas técnicas del factor

Formatos de Excel

Parte 2 AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO

Alineación de la política turística

En los tres niveles de gobierno

a) Ejes de la Política Nacional Turística- Plan Nacional de Desarrollo

El Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, Plantea como objetivo general el llevar a México a su máximo potencial. A través de cinco metas nacionales: I.- México en Paz; II.- México Incluyente; III.- México con Educación de Calidad; IV.- México Próspero y V.- México con Responsabilidad Global.

El Plan Nacional además de las metas nacionales, incluye tres estrategias trasversales, mismas que son ejes articuladores entre las distintas metas, estas estrategias son: i) Democratizar la Productividad; ii) Gobierno Cercano y Moderno y iii) Perspectiva de Género.

En el caso del sector turístico, éste se alinea con la meta IV.- México Próspero, a través del objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Derivado de lo anterior, la descripción que se hace del sector turístico desde el Plan Nacional de Desarrollo, es de la siguiente forma:

El turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países. Una evidencia al respecto es que el 87% de la población en los municipios turísticos en nuestro país tiene un nivel de marginación “muy bajo” de acuerdo con el CONEVAL, mientras que la cifra equivalente en los municipios no turísticos es de 9 por ciento (Gobierno de la República-PND, 2013-2108: 82).

Por otro lado, se debe considerar la importancia de que México se sume al desarrollo del sector turístico a nivel mundial, aunque en los últimos treinta años (1982-2012), los turistas internacionales en México han observado una tasa media de crecimiento anual (TMCA) de 2%. Como resultado, el país ha perdido posiciones en la clasificación de la Organización Mundial de Turismo (OMT), al pasar del séptimo lugar en el 2000, al décimo en 2011 en la recepción de turistas internacionales.

En cuanto al mercado interno, éste explica el 82.3% del consumo turístico del país. El flujo de personas registradas durante 2012 fue de más de 68 millones de turistas en hoteles. Registrándose un incremento del 6.6% más que en el 2011, la oferta de

alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de empleos en el 2010 (Gobierno de la República-PND, 2013-2108).

De la meta IV.- México Próspero, se desprende el objetivo 4.11. Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Del objetivo planteado se derivan cuatro estrategias, la cuales son las siguientes:

Estrategia 4.11.1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico.

Estrategia 4.11.2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico.

Estrategia 4.11.3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos

Estrategia 4.11.4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

De las anteriores cuatro Estrategias se derivan 23 líneas de acción para el sector turístico.

b) Lineamientos y Directrices Estratégicas- Plan Estatal de Desarrollo

El Plan Estatal de Desarrollo 2011-2016 en el estado de Tamaulipas, presenta cuatro metas generales de acción, mismas que a continuación se enumeran:

Metas:
Tamaulipas Seguro
El Tamaulipas Humano
El Tamaulipas Competitivo
El Tamaulipas Sustentable

En el caso del sector turístico en el estado, éste se alinea con la meta de Tamaulipas Competitivo, cuyos objetivos son los siguientes:

- Productividad y competitividad
- Atención de inversiones y generación de empleo
- Infraestructura y financiamiento para el desarrollo
- Economía dinámica

En esta última meta, se plantea como una de las estrategias asociada con el sector turístico el numeral 12 definido como: Aprovechamiento del potencial turístico.

El objetivo es: fortalecer los servicios turísticos con infraestructura que desarrollo las ciudades y zonas con vocación turística por su localización, diversidad y riqueza natural, histórica y cultural.

Estrategias y Líneas de Acción

Infraestructura turística
12.1. Impulsar la gestión de inversiones orientadas al desarrollo de infraestructura en zonas con determinantes de competitividad turística
12.1.1. Promover programas para desarrollar y consolidar inversiones en infraestructura turística, es especial el desarrollo inmobiliario, comercial y de servicios.
12.1.2. Impulsar la gestión de acciones orientadas al desarrollo turístico de cada una de las regiones del estado, y fomentar el desarrollo a través de proyectos de infraestructura.
12.1.3. Gestionar acuerdos con los órdenes de gobierno e iniciativas empresariales para el desarrollo de la infraestructura turística en el entorno de la Laguna del Carpintero, en el canal de la Cortadura y en el centro histórico de la conurbación Tampico-Ciudad Madero-Altamira

Servicios de calidad
12.2. Elevar la calidad y la cobertura de los servicios turísticos con el fortalecimiento de la vocación de los prestadores de servicios.
12.2.1. Promover la certificación de la calidad de atención a los visitantes y estimular del desarrollo de las capacidades empresariales de los prestadores de servicios turísticos.
12.2.2. Fomentar una cultura de atención turística orientada al visitante, que cumpla con los estándares y las normas establecidas en el sector.
12.2.3. Consolidar la cobertura y mejorar la calidad de los servicios turísticos mediante la organización y capacitación de los prestadores de servicios.
12.2.4. Impulsar en coordinación con los prestadores de servicios turísticos, el desarrollo de rutas y circuitos que contribuyan al desarrollo regional.
12.2.5. Desarrollar, en conjunto con empresarios hoteleros, esquemas con oferta de transporte, hospedaje y entretenimiento.
12.2.6. Establecer programas de vinculación con universidades e instituciones académicas para impulsar las visitas a las áreas estatales que cuentan con una rica biodiversidad y con formación geológica.
12.2.7. Ampliar la cobertura de los servicios de información, seguridad y asistencia al turista.
12.2.8. Implementar un sistema de evaluación, seguimiento y control de los indicadores asociados al desarrollo de las actividades turísticas.

Promoción turística.
12.3. Atraer la visita de paseantes a nuestras ciudades y zonas de atracción turística con acciones de promoción de nuestra riqueza natural e infraestructura.
12.3.1. Integrar acciones de promoción de las riquezas naturales que impulse el potencial turístico de sol y playa, de aventura, de observación, de caza y pesca.
12.3.2. Promover el desarrollo integral de los destinos turísticos con la participación de organismos de la sociedad civil en los consejos consultivos turísticos municipales.
12.3.3. impulsar el Centro Interpretativo Ecológico CIE, en la reserva de la biosfera el Cielo para detonar una cultura de turismo de naturaleza sustentable y el desarrollo turístico ecológico, de observación y el senderismo.
12.3.4. Fomentar la organización de eventos populares y culturales para la atracción de turistas extranjeros y nacionales.
12.3.5. Fortalecer el turismo de reuniones con el impulso a la promoción de las oficinas de convenciones y visitante.

c) Lineamientos Sectoriales – Plan Municipal de Desarrollo

Los lineamientos sectoriales que se señalan en el Plan Municipal de Desarrollo con los gobiernos municipales del destino son con: con el gobierno Federal, la Meta IV.- México Próspero y con el Gobierno Estatal con la meta III.- Tamaulipas Competitivo.

Tanto para el municipio de Tampico como para Ciudad Madero, se han considerado los Planes Municipales de Desarrollo de las administraciones 2011-2013 que acaban de concluir, ya que las nuevas administraciones no han presentado su nuevo Plan Municipal de Desarrollo para el presente trienio. En el caso de Tampico, aparecen 10 ejes rectores que son: 1.- Servicios públicos de calidad; 2.- infraestructura, Desarrollo Urbano y Ecología; 3.- Desarrollo Social; 4.- Desarrollo Económico, Turismo y Eventos Especiales; 5.- deporte; 6.-Educación; 7.- Cultura; 8.- Gestión Municipal y Transparencia; 9.- Seguridad Pública y 10.- Tránsito y Vialidad

En el caso de Ciudad Madero, los ejes rectores son los siguientes: I.- Seguridad y Justicia para Todos; II.- Desarrollo y Bienestar Social; III.- Desarrollo Económico y Generación de Oportunidades; IV.- Desarrollo Sustentable, Urbano y Regional y V.- Modernización, Reforma y Administración Municipal de Calidad.

Como se aprecia en el siguiente cuadro, la política federal de desarrollo al sector turístico se encuentra alineado a través de la meta IV.- México Próspero y del Plan Estatal de Desarrollo a través de la meta III.- Tamaulipas Competitivo. De ahí los directrices que los Ayuntamientos han direccionado mediante ejes rectores que conducen sus acciones orientadas al sector turístico, tal como se aprecia en la siguiente tabla.

ALINEACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA

Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018	Plan Estatal de Desarrollo de Tamaulipas, 2011-2106	Plan Municipal de Desarrollo Tampico, Tamaulipas*	Plan Municipal de Desarrollo Ciudad Madero, Tamaulipas*
METAS		**EJES RECTORES**	
I.- México en Paz	I.-Tamaulipas Seguro	9.- Seguridad Pública; 10.- Tránsito y Vialidad	I.- Seguridad y Justicia para Todos
II.- México Incluyente	II.- Tamaulipas Humano	3.- Desarrollo Social	II.- Desarrollo y Bienestar Social
III.- México con Educación de Calidad		5.- deportes; 6.-Educación; 7.- Cultura	
IV.- México Próspero	III.- Tamaulipas Competitivo	4.- Desarrollo Económico, Turismo y Eventos Especiales	III.- Desarrollo Económico y Generación de Oportunidades
V.- México con Responsabilidad Global.	IV.- Tamaulipas Sustentable	1.- Servicios públicos de calidad; 2.- infraestructura, Desarrollo Urbano y Ecología; 8.- Gestión Municipal y Transparencia	IV.- Desarrollo Sustentable, Urbano y Regional; V.- Modernización, Reforma y Administración Municipal de Calidad.

* Corresponde a los Planes Municipales de Desarrollo del trienio 2011-2013

II. Instrumentos de política turística

a) Marco Jurídico

Esta variable se concibe como el conjunto de normas y reglas aplicadas al medio ambiente. En materia Federal existen 28 Leyes que constituyen el Marco Jurídico Básico General del Medio Ambiente con un enfoque al turismo y al desarrollo sustentable, incluyéndose la Ley General de Turismo, la Ley General de Salud y la Ley de Planeación. En este marco destaca la más reciente ley para el Aprovechamiento de Energías Renovables y el Financiamiento de la Transición Energética del 2 de septiembre de 2013. Todas las leyes antes descritas para su mejor implementación poseen un reglamento expedido por el Poder Ejecutivo Federal. Hasta el momento se cuenta con 20 reglamentos.

En Tamaulipas el marco jurídico sería: El compuesto por 8 leyes incluyendo la Constitución Política del Estado y el Plan Estatal de Desarrollo.

En el marco jurídico básico para todo el Estado es importante considerar la regulación específica que cada municipio pueda tener. En concreto, para la zona sur del Estado de Tamaulipas que comprenden los municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico, la mayoría de la normatividad se refleja en los reglamentos administrativos. Estos son los instrumentos normativos del gobierno municipal.

En Tampico: No se cuenta con programa para mejorar la calidad del aire. Según el IMCO la calidad del aire es una debilidad en materia de competitividad productiva. Organización Mundial de la Salud: Calidad del aire normal: 20.00PMIO, Por otro lado en Tampico: 53.03 (IMCO, 2013), no se cuenta con reglamento de desarrollo urbano que contemple las normas básicas y mínimas para el respeto al medioambiente. Estas disposiciones se encuentran diseminadas en el reglamento

estatal de construcciones, dificultando su sistematización y por ende su cumplimiento. En Ciudad Madero no se cuenta con reglamento de desarrollo urbano que contemple las normas básicas y mínimas para el respeto al medioambiente. Estas disposiciones se encuentran diseminadas en el reglamento estatal de construcciones, dificultando su sistematización y por ende su cumplimiento

b) De concertación y coordinación institucional

En esencia el destino es un sistema de relaciones, más que un conjunto de componentes instalaciones y atractivos. Por ello, un primer objetivo para un destino turístico, es sumar esfuerzos entre los tres niveles de gobierno y el sector privado de las empresas turísticas, para asociarse de cierta forma en la promoción y comercialización de sus productos, en busca de un posicionamiento como destino turístico. Para eso se requiere de una visión estratégica igualmente compartida de la gestión entre las autoridades competentes locales

La oficina de convenciones y visitantes AC, es la que vincula la Asociación de hoteles y los gobiernos locales, pero le falta un consejo que este bien regulado para poder hacer propuestas y acciones con el destino.

En ese orden de ideas se encontró en la gestión del destino que los agentes de desarrollo local, identificados son, las autoridades de los municipios de Tampico y de Ciudad Madero, así como los empresarios hoteleros, ambos agentes en los últimos dos años han trabajado de manera coordinada, resultando a través de una buena sinergia entre ellos la promoción de la marca Tampico-Miramar. Aunque si hay coordinación el gobierno con la Asociación de Hoteles, falta concertación y mayor sinergia con el gobierno y la comunidad.

Para mejorar la coordinación entre las autoridades municipales y el sector privado se propone un patronato para que le sirva al Ayuntamiento y al Gobierno del Estado, un organismo que trabaje en sinergias conjuntas y metas comunes. El hecho de que les eliminarán el 2 % de hospedaje, ese fideicomiso era para financiar la publicidad del destino, ha venido a afectar, pues se utilizaba estos recursos para campañas publicitarias fuera del destino, entonces falta más concertación.

Por otro lado, la falta de un Consejo Turístico, por otro lado también el mismo hotelero siente un cierto desconfianza de la autoridad depende también de la visión del hotelero y definitivamente es su visión, pero es la autoridad siempre ha tratado de hacer el empeño para desarrollar esta concentración de promoción y comercialización.

Todo lo que le hagan al destino es para bien, desafortunadamente hay muchos hoteles que en vez de ir a la alta se han ido a la baja, debido a las crisis económicas, debido a las cuestiones de inseguridad el destino ha caído, lo anterior ha traído consigo, un aumento en las posadas, es gente que tiene su casa y que la cambio para rentar cuartos entonces es un hostal de 10 habitaciones y existen hay muchos regados en las cercanías de la playa de la colonia unidad nacional, hoteles que te cobran 200, o 300 pesos la noche, eso ha ido en aumento pero no ha habido una inversión significativa en hotelería, y falta la promoción

Con respecto a la comercialización con la falta del impuesto hotelero, disminuye la promoción al destino, actualmente el gobierno del estado y el municipio hacen la promoción sin embargo como destino turístico no está catalogado, para que te

cataloguen como destino turístico tienes que tener mínimo el 70 % de la actividad económica del municipio dirigida al turismo, y este destino tiene industria, puerto, comercio, entre otras actividades económicas, pero el turismo representa poco dentro del PIB, sin embargo las autoridades no lo dejan, se trabaja con oficinas especializadas y con una dirección de turismo, y la razón es que aunque es un destino de negocios hay un potencial para turismo y fuerte pero hay que elevarlo con promoción y comercialización. Se propone que los mismos hoteles se pongan de acuerdo para vender ya participan en los shows a Monterrey, a McAllen, al DF, a los tianguis turísticos, pero la promoción es de todo el estado de Tamaulipas que tiene playa, montaña, turismo de aventura de todo, sin embargo falta llevar la promoción exclusivamente como destino a Tampico Ciudad Madero,

c) De financiamiento

Los financiamientos cada hotel los busca. El gobierno, del estado tiene un fondo que es el fondo Tamaulipas y ese hace financiamientos para cualquier sector si un hotelero quiere ahí invertir bueno el gobierno tiene un fondo con tasas de interés un poquito más es lo que se llama el fondo Tamaulipas entonces ese fondo lo aprovechan que son créditos de hasta 300 mil pesos y con 300 mil pesos puedes poner un restaurantito a la orilla de la playa o dedicarte a un servicio turístico a pasear en lancha, el otro es el tradicional el de los bancos.

Sin embargo desde el origen es la sensibilidad de los bancos que se tiene en el país, es una banca que no presta y si presta, es caro y si no quieres tanto te manda con los bancos pequeñitos y que la tasa es más cara, entonces es una

problemática no nada más del sector turístico, es una problemática en general que nace de los mismo bancos, con los mismos banqueros. Con respecto al gobierno del estado tiene su fondo, pero debería de haber un fondo turístico para acceder no solo a fondos para promoción, sino para infraestructura para mejorar el hotel pues el FONATUR puede actuar sin un garante cuando menos un gestor para un negocio de servicios.

III. Objetivos, Estrategias y Líneas de Acción

Objetivo 1. Aumentar la oferta de atractivos turísticos en la playa Miramar

Estrategia 1.1. Construcción del circuito turístico de la barra de playa

Líneas de acción:

- **1.1.1.** Construcción de la zona peatonal
- **1.1.2.** Construcción de la Plazoleta
- **1.1.3.** Remodelación al monumento a los marinos caídos
- **1.1.4.** Observatorio de fauna local.

Estrategia 1.2. Mejoramiento de imagen urbano en el boulevard costero de playa Miramar

Líneas de acción:

- **1.2.1.** Mantenimiento de la infraestructura física de la playa de Miramar
- **1.2.2.** Embellecimiento de la playa de Miramar

Estrategia 1.3. Certificación de programa de playas limpias

Líneas de acción:

- **1.3.1.** Curso de sensibilización a la población local

1.3.2. Jornadas permanentes de limpieza en playa Miramar

Estrategia 1.4. Construcción de un centro de espectáculos en la Playa de Miramar

Líneas de acción:

1.4.1. Construir un centro de espectáculos en la Playa de Miramar

Estrategia 1.5. Construcción de acuario en la playa de Miramar

Líneas de acción:

1.5.1. Construcción de acuario en la playa de Miramar

Objetivo 2. Incrementar la oferta cultural en el destino Tampico-Ciudad Madero

Estrategia 2.1. Fomentar la cultura y promoción histórica del destino Tampico-Ciudad Madero

Líneas de acción:

2.1.1. Desarrollar el museo del ferrocarril y tranvía

2.1.2. Crear el museo interactivo orientado al público infantil y familiar

2.1.3. Crear el museo regional del petróleo

2.1.4. Rescate y mantenimiento de los monumentos históricos

2.1.5. Manual de procedimientos y programas de atención al turismo

Objetivo 3. Ampliar y Mejorar la infraestructura física en los atractivos turísticos del destino Tampico-Ciudad Madero

Estrategia. 3.1. Desarrollo turístico de la laguna de Champayán

Líneas de acción:

3.1.1. Construcción de infraestructura recreativa en el margen de la laguna

3.1.2. Construcción de embarcaderos

3.1.3. Construcción de área gastronómica

3.1.4. Construcción del área cultural en la Isleta.

Estrategia 3.2. Remodelación del mercado municipal de Tampico

Líneas de acción:

3.2.1. Mejorar las condiciones estructurales del mercado del municipio de Tampico

Estrategia 3.3. Recuperación de la aduana de Tampico

Líneas de acción:

3.3.1. Remodelación y ampliación de la aduana de Tampico

3.3.2. Enriquecer las exhibiciones que se realizan en la aduana de Tampico

Estrategia 3.4. Desarrollo turístico puerto de Tampico

Líneas de acción:

3.4.1. Modificación de uso de la zona de carga comercial a turismo y de servicios.

3.4.2. Crear infraestructura como restaurantes, cafetería, zona comercial, museos.

Estrategia 3.5. Desarrollar la infraestructura para realizar paseos turísticos

Líneas de acción:

3.5.1. Desarrollar un paseo guiado a partir de un proyecto de restauración y operación de la ruta del antiguo tranvía

3.5.2. Desarrollar paseos turísticos en el sistema lagunario y el río Pánuco.

Estrategia 3.6. Desarrollo de la aplicación turística para sistema operativo IOS y Android

Líneas de acción:

3.6.1. Desarrollar la aplicación Tampico-Miramar para sistema operativo IOS y Android.

Objetivo 4. Promoción y certificación turística del destino Tampico-Ciudad Madero

Estrategia 4.1. Crear consejo regional de desarrollo turístico

Líneas de acción:

4.1.1. Crear consejo regional de desarrollo turístico

4.1.2. Crear reglamento del consejo y el plan de trabajo

Estrategia 4.2. Crear oficina de promoción y certificación turística

Líneas de acción:

4.2.1. Crear el centro de evaluación de competencias

4.2.2. Certificar al personal que elabora en el sector turístico

4.2.3. Capacitación de los operadores del servicio de transporte local.

IV Matriz de compromisos

PROYECTO / OBRA	ACCIONES A REALIZAR	AGENTES INVOLUCRADOS	AVANCES/ OBSERVACIONES
APLICACIÓN TURÍSTICA: TAMPICO-MIRAMAR APP	PROGRAMACIÓN DE LA APLICACIÓN. DESARROLLO DE APLICACIÓN TURÍSTICA. RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN NECESARIA.	OFICINAS DE TURISMO DEL MUNICIPIO, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS, NEGOCIOS LOCALES (COMO ANUNCIANTES).	
CAPACITACIÓN DE LOS OPERADORES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE LOCAL	FIRMAR ACUERDOS ENTRE LOS CONCESIONARIOS Y LOS CENTROS DE CAPACITACIÓN PARA IMPARTIR CURSOS A LOS OPERADORES	EMPRESARIOS Y OPERADORES DEL TRANSPORTE LOCAL, CENTROS DE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO, DIRECCIONES DE: TRANSPORTE Y TURISMO DE LOS MUNICIPIOS	
CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN LA PLAYA MIRAMAR	CONSTRUCCIÓN DE UN CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN PLAYA MIRAMAR	GOBIERNO FEDERAL, GOBIERNO DEL ESTADO, MUNICIPIO DE MADERO E INVERSIÓN PRIVADA	
CERTIFICADO PROGRAMA PLAYAS LIMPIAS	IMPARTICIÓN DE CURSO DE SENSIBILIZACIÓN A LA POBLACIÓN LOCAL, SEGUIDO DE UNA JORNADA DE LIMPIEZA. PROGRAMAR AL MENOS 10 EVENTOS ANUALES	OFICINAS DE TURISMO DEL MUNICIPIO, VINCULACIÓN CON LAS ESCUELAS.	
CIRCUÍTO TURÍSTICO DE LA BARRA DE PLAYA MIRAMAR.	GESTIONES CON LA ADMINISTRACIÓN PORTUARIA DE TAMPICO, A FIN DE LOGRAR ACUERDOS PARA LA PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO CON OTROS ACTORES GUBERNAMENTALES	GOBIERNO MUNICIPAL DE CD. MADERO TAMAULIPAS	SE REQUIERE GESTIONAR DERECHO DE VIA PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CALLE PASO DOÑA CECILIA. SE PROPONE REPLANTEAR EL DISEÑO Y MATERIAL

			DEL MARCO DE IDENTIDAD.
CONSEJO REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO	CREAR EL CONSEJO REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO, SU REGLAMENTO Y SUS PLANES DE TRABAJO	AUTORIDADES FEDERALES, ESTATALES, MUNICIPALES, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO Y SOCIAL	
CONSTRUCCIÓN DE ACUARIO EN EL MUNICIPIO DEL MADERO	REALIZACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y PROMOCIÓN CON INVERSIONISTAS INTERESADOS	INICIATIVA PRIVADA Y SECTOR GUBERNAMENTAL	EN PROCESO AUTORIZACIÓN DE RECURSOS PARA ELABORACIÓN DE PROYECTO EJECUTIVO. INVERSIÓN PÚBLICA-PRIVADA
CREACIÓN DE UNA OFICINA A FIN DE PROMOVER LA CERTIFICACIÓN DE LOS OFICIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO	SOLICITAR AL CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES (CONOCER) EL DIAGNÓSTICO DE INSTALACIONES Y CAPACITACIÓN PARA OPERAR COMO CENTRO EVALUADOR.	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS. (UAT). CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES. (CONOCER). EMPRESARIOS TURÍSTICOS.	
DESARROLLAR PASEOS TURÍSTICOS EN EL SISTEMA LAGUNARIO Y EL RÍO PÁNUCO	SOLICITAR ASESORÍA Y APOYO FINANCIERO, GESTIONAR LOS PERMISOS PERTINENTES	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	

DESARROLLO TURÍSTICO LAGUNA DE CHAMPAYÁN	CONCLUIR EL PROYECTO EJECUTIVO	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, PEMEX, E INICIATIVA PRIVADA	PROYECTO PRESENTADO POR LA DIRECCIÓN DE TURISMO DEL MUNICIPIO. CUENTA CON PROYECTO CONCEPTUAL Y UN AVANCE APROXIMADO DEL 45% DEL PROYECTO EJECUTIVO.
DESARROLLO TURISTICO PUERTO DE TAMPICO	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, API TAMPICO, INICIATIVA PRIVADA	
MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA EN EL BULEVARD COSTERO DE PLAYA MIRAMAR	REALIZACION DE PROYECTOS EJECUTIVO	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, PEMEX, E INICIATIVA PRIVADA	
MUSEO DEL FERROCARRIL Y TRANVÍA	SE ENUNCIÓ EN AL PMD DEL MUNICIPIO DE TAMPICO, DAR CONTINUIDAD A LAS GESTIONES PARA EL PROYECTO EJECUTIVO.	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	
MUSEO INTERACTIVO DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA NIÑOS (MICITTAM)	REALIZACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y BÚSQUEDA DE INVERSIONISTAS PRIVADOS PARA EL DESARROLLO DEL MISMO	INICIATIVA PRIVADA Y SECTOR GUBERNAMENTAL	

PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA A NIVEL LOCAL.	CREAR UN PATRONATO QUE GESTIONE EL PRESUPUESTO, EL CONTROL Y LA OPERACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.	AUTORIDADES MUNICIPALES, PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL SECTOR PÚBLICO, PRIVADO Y SOCIAL	
PROYECTO MUSEO DEL PETRÓLEO	HAY GESTIONES AVANZADAS POR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE EGRESADOS DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL, DARLE SEGUIMIENTO A ESTOS ESFUERZOS.	GOBIERNOS FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL Y ASOCIACIÓN DE EGRESADOS POLITÉCNICOS DE TAMPICO Y LA REGIÓN	
RECORRIDOS EN TRANVÍA	CREACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y PROMOCIÓN CON INVERSIONISTAS INTERESADOS	INICIATIVA PRIVADA Y SECTOR GUBERNAMENTAL	
RECUPERACION DE LA ADUANA DE TAMPICO	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, API TAMPICO, INICIATIVA PRIVADA	CONCESIONADO A API TAMPICO. PENDIENTE DE ACTUALIZAR PATRONATO PARA OPERACIÓN. EN PROCESO DE DESFISCALIZACIÓN POR PARTE DE API.
REMODELACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE TAMPICO.	RESTAURACIÓN DE LA FACHADA Y MEJORAS ESTRUCTURALES DEL MERCADO DE TAMPICO.	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	

RESCATE Y MANTENIMIENTO DE LOS MONUMENTOS DEL DESTINO	CONSERVAR EN BUEN ESTADO LOS MONUMENTOS, AÑADIÉNDOLES PLACAS EXPLICATIVAS DE SU RAZÓN DE SER QUE PERMITAN AL VISITANTE INVOLUCRARSE CON LA HISTORIA Y CULTURA LOCAL.	MUNICIPIOS DE TAMPICO Y CIUDAD MADERO	

V MATRIZ DE PROYECTOS

PORTAFOLIO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN EN EL DESTINO TURÍSTICO TAMPICO-CIUDAD MADERO

PROYECTO / OBRA	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACIÓN	PRODUCTOS	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS O IMPACTO	AGENTES INVOLUCRADOS	INVERSIÓN TOTAL
CIRCUITO TURÍSTICO DE LA BARRA DE PLAYA MIRAMAR.	MARCO E IDENTIDAD, PAVIMENTACIÓN DECORATIVA, INTRODUCCIÓN DE LÍNEAS DE ENERGÍA ELÉCTRICA SUBTERRÁNEA, ESTACIONES DE DESCANSO EN CORREDOR, CONSTRUCCIÓN DE PLAZOLETA DE LA VIRGEN DEL CARMEN, ÁREA DE ESTACIONAMIENTO, ALUMBRADO PÚBLICO Y SEÑALAMIENTO VIAL. LA ZONA DE LAS ESCOLLERAS RESULTA UN ATRACTIVO IMPORTANTE PARA LOS TURISTAS COMO MIRADOR PARA APRECIAR LOS PAISAJES DE LA PLAYA	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	ZONA PEATONAL, PLAZOLETA, REMODELACIÓN AL MONUMENTO A LOS MARINOS CAÍDOS Y OBSERVATORIO DE FAUNA LOCAL	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EXISTE UNA ARRAIGADA TRADICIÓN DE LOS PASEANTES POR HACER CAMINATAS EN LA ZONA	ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y EMBELLECIMIENTO DE LA ZONA	GESTIONES CON LA ADMINISTRACIÓN PORTUARIA DE TAMPICO, A FIN DE LOGRAR ACUERDOS PARA LA PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO CON OTROS ACTORES GUBERNAMENTALES	INCREMENTAR EL NIVEL DE ATRACTIVO DE LA PLAYA MIRAMAR	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL DE CIUDAD MADERO (10%)	**26,000,000**
MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA EN EL BOULEVARD COSTERO DE PLAYA MIRAMAR	DIGNIFICACIÓN DEL BOULEVARD COSTERO AL TENER UNA IMAGEN ESTANDARIZADA PARA LAS FACHADAS DE LOS NEGOCIOS, ALUMBRADO, BANQUETAS, ETC.	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	FACHADAS, COLORES, BANQUETAS, ETC.	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	SOLICITUD DE LA ASOCIACIÓN DE HOTELES DEL SUR DE TAMAULIPAS	ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y EMBELLECIMIENTO DE LA ZONA	REALIZACIÓN DE PROYECTOS EJECUTIVO	DIGNIFICACIÓN DE PLAYA MIRAMAR	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%), PEMEX (10%)	**9,000,000**

CREACIÓN DE UNA OFICINA A FIN DE PROMOVER LA CERTIFICACIÓN DE LOS OFICIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO	EL DESTINO CONTARÍA CON UN CENTRO EVALUADOR DE COMPETENCIAS LABORALES EN EL SECTOR, QUE SE ENCARGARÍA DE PROMOVER DICHAS ACTIVIDADES	LABORATORIOS DE LA LICENCIATURA EN TURISMO, DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS.	CENTRO EVALUADOR DE COMPETENCIAS Y PERSONAL CERTIFICADO EN OFICIOS DEL SECTOR TURÍSTICO.	EMPRESARIOS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS DEL RAMO TURÍSTICO DE LA LOCALIDAD Y LA REGIÓN	SE CUENTA CON LAS INSTALACIONES Y PERSONAL CON EXPERIENCIA EN LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN Y CAPACITACIÓN EN LOS OFICIOS TURÍSTICOS	DÉFICIT EN EL RAMO DE PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO.	SOLICITAR AL CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES (CONOCER) EL DIAGNÓSTICO DE INSTALACIONES Y CAPACITACIÓN PARA OPERAR COMO CENTRO EVALUADOR.	IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO EVALUADOR AUTORIZADO, CONTAR CON PERSONAL CERTIFICADO EN ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%), UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS (APOYO LOGÍSTICO). CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES. (CONOCER). EMPRESARIOS TURÍSTICOS (APOYO LOGÍSTICO).	**1,500,000**
CAPACITACIÓN DE LOS OPERADORES DEL SERVICIO DE TRANSPORTE LOCAL	AL PROMOVER LA CAPACITACIÓN DE LOS PRESTADORES DE SERVICIO DE PRIMER CONTACTO SE INCREMENTARÍA LA CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO EN EL DESTINO, GENERANDO MAYOR AFLUENCIA DE TURISTAS.	ASOCIACIONES Y GREMIOS DE CHOFERES, LÍNEAS DE AUTOBUSES Y BASES DE TAXIS	OPERADORES CAPACITADOS EN ATENCIÓN A PASAJEROS Y CALIDEZ EN EL SERVICIO Y TRATO AMABLE	EMPRESARIOS Y OPERADORES DE TRANSPORTE LOCAL.	ES POSIBLE TOMAR ACUERDOS CON LOS CONCESIONARIOS DEL TRANSPORTE.	CONVENCER A LOS CONCESIONARIOS DEL TRANSPORTE ACERCA DE LOS BENEFICIOS QUE OBTENDRÍAN	FIRMAR ACUERDOS ENTRE LOS CONCESIONARIOS Y LOS CENTROS DE CAPACITACIÓN PARA IMPARTIR CURSOS A LOS OPERADORES	CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DESTINO	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%) EMPRESARIOS Y OPERADORES DEL TRANSPORTE LOCAL (5%), DIRECCIONES DE TRANSPORTE Y TURISMO DE LOS MUNICIPIOS (5%)	**600,000**
CERTIFICADO PROGRAMA PLAYAS LIMPIAS	CREACIÓN, CON EL APOYO DE GOBIERNO MUNICIPAL, DE UN COMITÉ PERMANENTE CIUDADANO PRO CONSERVACIÓN Y LIMPIEZA DE PLAYA (ANTECEDENTE: PROGRAMA BINACIONAL DE LIMPIEZA DE PLAYAS)	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	PROGRAMA DE CONCIENTIZACIÓN DE LIMPIEZA Y PRESERVACIÓN DE LA PLAYA; FOMENTO DE GRUPOS LOCALES DE CONCIENCIA AMBIENTAL	NIÑOS Y JÓVENES EN EDAD ESCOLAR (INVITACIÓN AL SECTOR EDUCATIVO DE NIVEL SECUNDARIA, PREPARATORIA Y PROFESIONAL)	SE CUENTA CON EL PRECEDENTE DE PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS DE LIMPIEZA BINACIONAL DE PLAYAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD LOCAL	GENERAR UN SENTIMIENTO DE PERTENENCIA Y APEGO EN LA COMUNIDAD POR EL ATRACTIVO NATURAL QUE ES LA PLAYA MIRAMAR; PARA APOYAR EN SU LIMPIEZA Y CONSERVACIÓN.	IMPARTICIÓN DE CURSO DE SENSIBILIZACIÓN A LA POBLACIÓN LOCAL, SEGUIDO DE UNA JORNADA DE LIMPIEZA. PROGRAMAR AL MENOS 10 EVENTOS ANUALES	MANTENER EN CONDICIONES ADECUADAS EL ÁREA DE LA PLAYA QUE OSTENTA LA CERTIFICACIÓN DE PLAYA LIMPIA DE ACUERDO A LA NORMA OFICIAL	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%)	**100,000**

								MEXICANA NMX-AA-120-SCFI-2006.		
PROMOCIÓN Y FOMENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA A NIVEL LOCAL.	ESTABLECIMIENTO DE UNA INSTITUCIÓN MIXTA ENTRE EL SECTOR GUBERNAMENTAL, EMPRESARIAL Y SOCIAL PARA EL FOMENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA DEL DESTINO.	EN OFICINAS DE TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DE TAMPICO Y CIUDAD MADERO	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS Y PROGRAMAS DE ATENCIÓN AL TURISTA	PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS. (TAXIS, TRANSPORTE PÚBICO, GUÍAS, CENTRAL CAMIONERA, ETC.)	SE CUENTA CON EL APOYO DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO ECONÓMICO Y TURÍSTICO Y LAS DEPENDENCIAS MUNICIPALES DE TURISMO TANTO DE CIUDAD MADERO COMO DE TAMPICO. ADEMÁS SE CUENTA CON RECURSOS HUMANOS CAPACITADO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS PARA FOMENTAR LA CULTURA TURÍSTICA	MEJORAR LA ATENCIÓN AL TURISTA, FOMENTAR LA CULTURA TURÍSTICA Y ECOLÓGICA EN LA COMUNIDAD.	CREAR UN PATRONATO QUE GESTIONE EL PRESUPUESTO, EL CONTROL Y LA OPERACIÓN DE LA INSTITUCIÓN.	EXPANSIÓN DEL TURISMO, CREANDO UNA NUEVA CULTURA EN LA CIUDADANÍA LOCAL	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%)	**250,000**

MUSEO DEL FERROCARRIL Y TRANVÍA	CUENTA CON GRAN POTENCIAL TURÍSTICO Y CULTURAL COMO TESTIMONIO DE UNA ÉPOCA DE GRAN AUGE Y TRANSFORMACIÓN EN LA REGIÓN.	TERRENOS DEL EDIFICIO ANTIGUO DE LA ADUANA TRAMOS 1 Y 2 DEL MUELLE	MUSEO DEL FERROCARRIL	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EL MUSEO SE PUEDE LOCALIZAR EN LA ZONA CENTRO DEL MUNICIPIO DE TAMPICO YA QUE SE CUENTA CON ESPACIOS DE EDIFICIOS TANTO PÚBLICOS COMO PRIVADOS QUE SE ENCUENTRAN SUBUTILIZADOS. EN CUANTO A LAS EXHIBICIONES, SE CUENTA CON UNA GALERÍA DE FOTOS REFERENTES A LA ÉPOCA DEL ESTOS MEDIOS D TRANSPORTE. TAMBIÉN SE GESTIONARÁ CON FERROCARRILES PIEZAS DE TREN Y DE TRANVÍAS QUE YA NO LE SEAN ÚTILES. ESTE MUSEO SERÁ OPERADO POR LA DEPENDENCIA DE TURISMO DEL MUNICIPIO DE TAMPICO.	FOMENTO AL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA LOCAL.	SE ENUNCIÓ EN AL PMD DEL MUNICIPIO DE TAMPICO, DAR CONTINUIDAD A LAS GESTIONES PARA EL PROYECTO EJECUTIVO.	FOMENTO A LA CULTURA Y PROMOCIÓN DE LA HISTORIA DEL TRANSPORTE EN LA LOCALIDAD.	GOBIERNO FEDERAL (80%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%),	**15,000,000**

PROYECTO MUSEO DEL PETRÓLEO	APROVECHAR LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA PETROLERA COMO FACTOR DE IDENTIDAD LOCAL.	EN LOS TERRENOS ALEDAÑOS AL ESPACIO CULTURAL METROPOLITANO	MUSEO REGIONAL DEL PETRÓLEO	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	SE CUENTA CON ESPACIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS ABANDONADOS TANTO EN CIUDAD MADERO Y TAMPICO. AUNQUE RESULTARÍA MENOS COSTOSO LOCALIZARLO EN EL ESPACIO CULTURAL METROPOLITANO. ES IMPORTANTE SEÑALAR QUE PEMEX HA APOYADO DIFERENTES PROYECTOS MUNICIPALES, POR LO TANTO, EXISTE LA DISPONIBILIDAD PARA PROVEER UNA MEMORIA FOTOGRÁFICA DEL DESARROLLO PETROLERO, ASÍ COMO LA DONACIÓN DE OBJETOS ALUSIVOS A LA ÉPOCA DE MAYOR AUGE DEL PETRÓLEO EN NUESTRA ZONA. EL MUSEO SERÁ OPERADO POR EL MUNICIPIO DE TAMPICO.	FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD LOCAL POR MEDIO DE LA HISTORIA DE LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN.	HAY GESTIONES AVANZADAS POR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE EGRESADOS DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL, DARLE SEGUIMIENTO A ESTOS ESFUERZOS.	FOMENTO A LA CULTURA Y PROMOCIÓN DEL DEVENIR DE LA INDUSTRIA PETROLERA EN LA REGIÓN	GOBIERNO FEDERAL (80%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%),	**20,000,000**

MUSEO INTERACTIVO DE LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA NIÑOS (MICITTAM)	CREAR INFRAESTRUCTURA INFANTIL CARACTERIZADA POR COMBINAR EL JUEGO CON ACTIVIDADES COMUNES Y AL MISMO TIEMPO REALIZANDO EXPERIMENTOS CIENTÍFICOS, LAS ACTIVIDADES QUE REALICEN LOS NIÑOS SE ENFOCARAN EN DESARROLLAR EL INTERÉS POR LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA.	EN LOS TERRENOS ALEDAÑOS AL ESPACIO CULTURAL METROPOLITANO	MUSEO INTERACTIVO ORIENTADO AL PÚBLICO INFANTIL Y FAMILIAR	LOCAL Y REGIONAL	PRIMERAMENTE CABE RESALTAR QUE LA INFRAESTRUCTURA RECREATIVA PARA NIÑOS EN EL DESTINO ES MÍNIMA. EL MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO, ASÍ COMO EL TAMPICO DISPONEN DE ESPACIOS PÚBLICOS PARA REALIZAR EL MUSEO. SE CUENTA COMO REFERENTE “EL PAPALOTE MUSEO DEL NIÑO”. SE PRETENDER DESARROLLAR UN MUSEO DONDE LOS NIÑOS INTERACTÚEN EN LAS DIFERENTES ACTIVIDADES CIENTÍFICAS Y TECNOLÓGICAS. ACTUALMENTE EN EL MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO EXISTE EL TECNOLÓGICO DE CIUDAD MADERO, DONDE SE DESARROLLAN DIFERENTES PROYECTOS CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICOS, POR EJEMPLO, ROBÓTICA, QUÍMICA,	FALTA DE ALTERNATIVAS DE RECREACIÓN EN LA REGIÓN.	REALIZACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y BÚSQUEDA DE INVERSIONISTAS PRIVADOS PARA EL DESARROLLO DEL MISMO	ACCEDER Y CAUTIVAR AL SECTOR DE MERCADO DE FAMILIAS CON NIÑOS PEQUEÑOS Y JÓVENES.	GOBIERNO FEDERAL (80%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%),	**50,000,000**

					ELECTRÓNICA, ELECTRICIDAD, ENTRE OTROS. LOS CUALES PUEDEN EMPLEARSE PARA DESARROLLAR LAS DIFERENTES ACTIVIDADES DEL MUSEO					
RESCATE Y MANTENIMIENTO DE LOS MONUMENTOS DEL DESTINO	MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO POR MEDIO DEL RESCATE DE SUS MONUMENTOS Y AUMENTAR EL GRADO DE INVOLUCRAMIENTO DE LOS TURISTAS CON LOS MISMOS	EN CADA UNO DE LOS 46 MONUMENTOS LOCALIZADOS EN EL DESTINO	PATRONATO DE RESCATE Y CONSERVACIÓN DE LOS MONUMENTOS DEL DESTINO TAMPICO-CIUDAD MADERO	TURISTAS INTERESADOS POR LA HISTORIA Y CULTURA REGIONAL	HAY UN NÚMERO SIGNIFICATIVOS DE MONUMENTOS EN EL DESTINO, RECONOCIDOS POR EL INAH Y EL INSTITUTO NACIONAL DE BELLAS ARTES BAJO EL PROGRAMA DE PRESERVACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL DE TAMPICO. SIN EMBARGO ES NECESARIO REMODELAR UNA GRAN CANTIDAD DE ESTOS MONUMENTOS, DEBIDO AL MAL ESTADO EN QUE SE ENCUENTRAN.	PERCEPCIÓN DEL DESTINO EN MATERIA CULTURAL.	CONSERVAR EN BUEN ESTADO LOS MONUMENTOS, AÑADIÉNDOLES PLACAS EXPLICATIVAS DE SU RAZÓN DE SER QUE PERMITAN AL VISITANTE INVOLUCRARSE CON LA HISTORIA Y CULTURA LOCAL.	MEJORAR LA IMAGEN Y LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE LOS 46 MONUMENTOS CON LOS QUE CUENTA EL DESTINO	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%) INVERSIÓN PRIVADA (10%)	**3,000,000**

DESARROLLAR PASEOS TURÍSTICOS EN EL SISTEMA LAGUNARIO Y EL RÍO PÁNUCO	EN EL DESTINO SE CUENTA CON DIVERSAS LAGUNAS, RÍOS Y PLAYA DE MIRAMAR. SIN EMBARGO, NO EXISTE PASEOS GUIADOS POR NINGUNO DE ESTOS LUGARES. EN LOS RECORRIDOS SE OBSERVARÍA UNA VARIEDAD DE FAUNA Y FLORA CARACTERÍSTICA DE LA ZONA.	SISTEMA LAGUNARIO DEL SUR DE TAMAULIPAS, RIO PÁNUCO.	RED DE MI PYMES TURÍSTICAS EN ACTIVIDADES ACUÁTICAS. EMBARCACIONES Y EQUIPOS CON RUTAS SEGURAS Y GUÍAS DE TURISTAS CERTIFICADOS.	LOCAL Y REGIONAL	CONTAMOS EN LA ZONA CON PERSONAL EXPERIMENTADO EN NAVEGACIÓN Y MANEJO DE EMBARCACIONES SUSCEPTIBLES DE SER USADAS PARA FINES RECREATIVOS	DESAPROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DEL SISTEMA LAGUNARIO COMO ATRACTIVO TURÍSTICO	SOLICITAR ASESORÍA Y APOYO FINANCIERO, GESTIONAR LOS PERMISOS PERTINENTES	CREAR UN RECORRIDO TURÍSTICO SEGURO Y NOVEDOSO PARA AUMENTAR EL NIVEL DE ATRACTIVO DEL DESTINO	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), INICIATIVA PRIVADA (20%)	**30,000,000**
CONSEJO REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO	EXAMINAR Y DETERMINAR LAS PRIORIDADES, OBJETIVOS Y METAS EN MATERIA TURÍSTICA RESULTA VITAL PARA EL DESARROLLO DE LA REGIÓN.	EN OFICINAS DE TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DE TAMPICO Y CIUDAD MADERO	CREACIÓN DE UN ÓRGANO COLEGIADO REGIONAL, INTERINSTITUCIONAL Y PLURAL DE CONSULTA, ASESORÍA Y APOYO TÉCNICO, PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.	LA ZONA CONURBADA, Y LOS MUNICIPIOS COLINDANTES HASTA ALDAMA Y LAS HUASTECAS.	SE TIENE LOS ANTECEDENTES DEL CONSEJO CONSULTIVO TURÍSTICO DE TAMAULIPAS (1997)	FUNGIR COMO INSTRUMENTO DE CONCERTACIÓN DE ACCIONES ENTRE LAS OFICINAS REGIONALES DE TURISMO.	CREAR EL CONSEJO REGIONAL DE DESARROLLO TURÍSTICO, SU REGLAMENTO Y SUS PLANES DE TRABAJO	PARTICIPAR EN EL PROCESO DE DEFINICIÓN DE LAS ZONAS DE DESARROLLO TURÍSTICO PRIORITARIO DE LA REGIÓN	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%)	**250,000**
CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN LA PLAYA MIRAMAR	CREAR UN CENTRO DE ESPECTÁCULOS CON UBICACIÓN EN PLAYA MIRAMAR	PLAYA MIRAMAR EN EL MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO	CENTRO DE ESPECTÁCULOS	POBLACIÓN RESIDENTE DEL DESTINO, ASÍ COMO LAS POBLACIONES RESIDENTES EN LA REGIÓN QUE COMPONE EL RESTO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS, SAN LUIS POTOSÍ Y EL NORTE DE VERACRUZ.	SE CUENTA CON ESPACIOS TERRITORIAL EN LA PLAYA DE MIRAMAR. EXISTE UNA POBLACIÓN DE CASI UN 1,200,000 TANTO RESIDENTE LOCALES COMO DE LAS REGIONES PRÓXIMAS AL DESTINO. FINALMENTE EXISTE INFRAESTRUCTURA HOTELERA	SE IMPULSARÍA EL CRECIMIENTO DEL SECTOR HOTELERO, ASÍ COMO SE CREARÍAN NUEVAS FUENTES DE EMPLEO EN EL DESTINO.	CONSTRUCCIÓN DE UN CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN PLAYA MIRAMAR	AUMENTO DE HASTA 70 POR CIENTO DE LA OCUPACIÓN HOTELERA EN PLAYA MIRAMAR LOS FINES DE SEMANA DURANTE TODO EL AÑO, , ROMPER CON LA ESTACIONALIDAD DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%)	**40,000,000**

					EN LA PLAYA DE MIRAMAR.					
APLICACIÓN TURÍSTICA: TAMPICO-MIRAMAR APP	LA APP TAMPICO-MIRAMAR, PUEDE CONVERTIRSE EN UNA HERRAMIENTA MUY ÚTIL PARA LOS TURISTAS VISITANTES. PUEDE CONTAR CON MAPAS, DESCRIPCIÓN METEOROLÓGICA, BÚSQUEDAS Y CONSULTAS DETALLADAS DE LAS FICHAS DE LOS LUGARES DE INTERÉS, RESTAURANTES, HOTELES, ITINERARIOS SUGERIDOS.	EN LÍNEA, PARA SER DESCARGADO EN TELÉFONOS CON SISTEMAS OPERATIVOS IOS O ANDROID.	APP TURÍSTICA	ENFOCADO AL MERCADO LOCAL, NACIONAL, Y EXTRANJERO.	SE CUENTA CON PERSONAL CAPACITADO PARA EL DESARROLLO DE APLICACIONES TECNOLÓGICAS.	CON ESTA APLICACIÓN SE PRETENDE OFRECER UN SERVICIO GRATUITO DE GUÍA TURÍSTICA CON INFORMACIÓN RELEVANTE PARA LOS TURISTAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES.	PROGRAMACIÓN DE LA APLICACIÓN. DESARROLLO DE APLICACIÓN TURÍSTICA. RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN NECESARIA.	APROVECHAR LAS UTILIDADES DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES PARA OFRECER INFORMACIÓN A LOS TURISTAS, PROMOCIONAR LOS LUGARES DE INTERÉS TURÍSTICO Y OFRECER PUBLICIDAD A LOS NEGOCIOS DE LA REGIÓN.	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (30%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%)	**3,000,000**
REMODELACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE TAMPICO.	MEJORAR LAS CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL MERCADO DEL MUNICIPIO DE TAMPICO	MERCADO MUNICIPAL DE TAMPICO	RESTAURACIÓN DE LA FACHADA Y MEJORAS ESTRUCTURALES DEL MERCADO DE TAMPICO.	EN PRIMERA INSTANCIA A LA COMUNIDAD RECEPTORA, CON UN EFECTO SECUNDARIO POSITIVO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES QUE ARRIBAN A TAMPICO.	SE CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA Y EL ESPACIO GEOGRÁFICO; ADEMÁS, EXISTE UN CONSENSO ENTRE LAS AUTORIDADES Y LOS LOCATARIOS EN RELACIÓN A LA NECESIDAD DE MEJORAR LA	PERCEPCIÓN NEGATIVA DEL MERCADO DE TAMPICO POR PARTE DE LOS VISITANTES.	RESTAURACIÓN DE LA FACHADA Y MEJORAS ESTRUCTURALES DEL MERCADO DE TAMPICO.	CONTAR CON UN MERCADO MUNICIPAL CON UNA IMAGEN AGRADABLE TANTO PARA LOS RESIDENTES COMO PARA LOS VISITANTES AL DESTINO.	GOBIERNO FEDERAL (70%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (30%),	**150,000,000**

					IMAGEN DE ESTE ESPACIO.					
RECUPERACIÓN DE LA ADUANA DE TAMPICO	REMODELAR EL EDIFICIO DE LA ADUANA DE TAMPICO EN UN ESPACIO DONDE SE EXPONGA LA HISTORIA DE LOS MUNICIPIOS CONURBADOS. ADEMÁS DE COLOCAR FIGURAS DE CERA REPRESENTANDO A LOS HÉROES EMBLEMÁTICOS DE LA ZONA Y DEL PAÍS, DEBIDO QUE EVITARON LA RECONQUISTA DE MÉXICO.	PUERTO DE TAMPICO	RESTAURANTES, CAFETERÍAS, ZONA COMERCIAL, MUSEOS	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EL EDIFICIO DE LA ANTIGUA ADUANA YA ES PROPIEDAD DEL MUNICIPIO Y SOLO FALTAN ALGUNOS TRAMITES PARA LA CESIÓN DE DERECHOS DEL LUGAR POR PARTE DE LA API TAMPICO	ACCESO A RECINTO FISCAL, DESINCORPORACIÓN DE LA ZONA FISCAL DE LOS MUELLES 1, 2 Y 3	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	JUNTO CON LA REMODELACIÓN DE LOS MERCADOS, ESTE PROYECTO TRAERÁ NUEVA VIDA AL CENTRO HISTÓRICO DE TAMPICO	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%) INICIATIVA PRIVADA (10%)	**48,000,000**
DESARROLLO TURÍSTICO PUERTO DE TAMPICO	MODIFICACIÓN DE USO DE LA ZONA. DE CARGA COMERCIAL A TURÍSTICO Y DE SERVICIOS.	PUERTO DE TAMPICO	RESTAURANTES, CAFETERÍAS, ZONA COMERCIAL, MUSEOS	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EL PUERTO DE TAMPICO ESTÁ SUBUTILIZADO, ACTUALMENTE LA MAYOR PARTE DE CARGA Y DESCARGA DE BARCOS SE REALIZA EN EL MUNICIPIO DE ALTAMIRA. EXISTE INFRAESTRUCTURA PROPIA DEL PUERTO, LA CUAL PUEDE SER UTILIZADA	ACCESO A RECINTO FISCAL, DESINCORPORACIÓN DE LA ZONA FISCAL DE LOS MUELLES 1, 2 Y 3	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	CONTAR CON UN MALECÓN COMO EL DE PUERTO VALLARTA Y VERACRUZ	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%), INICIATIVA PRIVADA (10%)	**200,000,000**

					PARA EXHIBIRSE. ADEMÁS SE UBICA EN UNA ZONA CON UN GRAN POTENCIAL TURÍSTICO, CON LO QUE INCREMENTARÍA LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO.					
CONSTRUCCIÓN DE ACUARIO EN EL MUNICIPIO DEL MADERO	LA CONSTRUCCIÓN DE UN ACUARIO EN TERRENOS DE PROPIEDAD PRIVADA EN PLAYA MIRAMAR, AÚN NO SE CUENTA CON UN PROYECTO EJECUTIVO. Potencial de consolidarse como uno de los atractivos ancla que pude detonar el desarrollo de la zona de playa.	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	ACUARIO	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	DE ESTA PROPUESTA EXISTEN PROYECTOS DE INVERSIÓN QUE SE HAN PLANTEADO A LAS DOS ÚLTIMAS ADMINISTRACIONES DEL MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO Y GOBIERNO DEL ESTADO, SIN EMBARGO NO SE HA TENIDO EL PRESUPUESTO NECESARIO PARA REALIZARLO. EXISTE EL TERRENO PARA SU CONSTRUCCIÓN QUE SE UBICA EN LA PLAYA DE MIRAMAR. ESTE PROYECTO CONSOLIDARÍA LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO.	DÉFICIT DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE CALIDAD EN LA ZONA	REALIZACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y PROMOCIÓN CON INVERSIONISTAS INTERESADOS	ALTO IMPACTO YA QUE SERÍA UN ATRACTIVO DE SUMA IMPORTANCIA EN LA ZONA DE PLAYA	GOBIERNO FEDERAL (75%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (5%)	**280,000,000**

RECORRIDOS EN TRANVÍA	DESARROLLAR UN PASEO GUIADO A PARTIR DE UN PROYECTO DE RESTAURACIÓN Y OPERACIÓN DE LA RUTA DEL ANTIGUO TRANVÍA	MUNICIPIOS DE TAMPICO Y CIUDAD MADERO	RECORRIDO TEMÁTICO DE LA ZONA CENTRO DE CIUDAD MADERO HASTA LA VIRGEN CARMEN, EN LA COLONIA DE LA BARRA EN EL MISMO MUNICIPIO	LOCAL Y REGIONAL	SE CUENTA CON INFRAESTRUCTURA QUE PODRÍA FUNGIR COMO BASE PARA EL PROYECTO	DIVERSIFICAR LA OFERTA TURÍSTICA DEL DESTINO.	CREACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y PROMOCIÓN CON INVERSIONISTAS INTERESADOS	HACER UNA EVALUACIÓN RESPECTO A LA OPERATIVIDAD DEL PROYECTO	GOBIERNO FEDERAL (60%), GOBIERNO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS (20%), GOBIERNO MUNICIPAL (10%), INICIATIVA PRIVADA (10%)	**60,000,000**
										935,700,000

V. Recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial

a) Recomendaciones para la planeación

Que se coordinen los planes municipales con el estatal, y éste con los planes nacionales. Que los planes municipales de Tampico y Ciudad Madero se deben integrar, es decir planeados como zona conurbada. Por otro lado, estos planes de desarrollo municipal que se realizan cada 3 años con personas profesionistas, especialistas que conformen los planes de desarrollo conurbados.

La falta de continuidad por los cambios de los funcionarios en las nuevas administraciones no permite que los planes y programas de desarrollo municipal que las obras se concluyan. Con respecto al marco legal se tiene una lenta regularización de los terrenos es una amenaza porque en un momento dado se puede hacer cualquier construcción no acorde al o que es el sistema.

Que el Implan formado por una junta de gobierno y una junta ciudadana participen en esa junta, los especialistas, la Universidades, y todos aquellos profesionistas que conocen las problemáticas de la zona.

Otra recomendación es el desarrollo de zonas turísticas con planificación y con los estudios previos sobre impacto ambiental. Así mismo la supervisión y aplicación de las normas y reglamentos que estimulen la participación de la administración local

b) Recomendaciones para la movilidad

El turismo de sol y playa es un turismo carretero, el turismo que viene en avión es el turismo de negocios ahora hay otra cuestión que la movilidad tiene que ver que turismo se está yendo porque en turismo también hay niveles, el gran turismo de sol y playa o el turismo que viene a las tortas y se duerme en la playa también, el gran turismo ha disminuido y ha aumentado el turismo económico el destino es barato definitivamente el destino Tampico y Ciudad Madero es barato

Accesibilidad en carretera falta mayor seguridad en las carreteras eso frena el turismo, son las acciones que para que esa movilidad de seguridad vial aunque ya tenemos carreteras nuevas y el ordenamiento territorial. A los jóvenes estudiantes hay que prepararlos pero no para la administración del hotel, sino prepararlos para la promoción que haga investigación en turismo hacer investigadores en turismo.

Está la Universidad de Tamaulipas debería capacitar a los funcionarios de turismo hacer investigación en turismo, también el sector educativo formar profesionistas para ir a trabajar a la administración del hotel, sino formar profesionistas que le vengan a dar calidad educativa que vean como le das calidad al destino ideas frescas nuevas yo creo que ahí también es parte.

Recomendaciones para el ordenamiento territorial

En el ordenamiento territorial en los municipios que se cumplan las normas y las reglas no haber construcción de más hoteles que incumpla el reglamento el día reglamento claro y que los gobiernos ordene la propiedad de la tierra sobre todo

para la playa hay mucho propietario que ahí lo tiene abandonados para especular si compre el terreno pues eso afecta al destino.

INVENTARIO Y CATÁLOGO DE ATRACTIVOS, SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL DESTINO TAMPICO CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS

En el municipio de Tampico y Ciudad Madero se cuenta con una oferta de atractivos turísticos naturales y manifestaciones culturales. A continuación se mencionan los principales atractivos y una breve reseña de las características de éstos.

INVENTARIO

1. **Playa Miramar.** Es considerada como el principal atractivo de playa del municipio de Ciudad Madero así como de todo el estado de Tamaulipas. Cuenta con una extensión de más de 5 kilómetros donde se puede observar un importante desarrollo hotelero, una variedad de restaurantes y bares. En este atractivo se tiene acceso gratuito a Internet vía WI-FI. Actualmente se ha consolidado como un destino de playa de la zona noreste del país, ya que recibe por vía terrestre una cantidad considerable de paseantes en los periodos de semana santa y verano. Es importante considerar que Playa de Miramar, aporta el 70 por ciento del turismo de playa para Tamaulipas.
2. **Antigua Aduana Marítima.** se localiza en el municipio de Tampico, el centro histórico. El edificio se concluyó en 1900 durante el periodo del presidente José de la Cruz Porfirio Díaz Mori. Actualmente se utiliza como museo y realizar eventos culturales y artísticos. Funciona en periodos vacaciones, días festivos de lunes a domingo de 10:00 am a 5:00 pm. Regularmente se hacen recorridos guiados en el interior del inmueble y poder observar las maniobras propias del puerto.

3. **Faro de la Barra.** Se localiza en el Circuito Turístico de la Barra, se inauguró en 1883, se localiza en la desembocadura del Río Pánuco en el municipio de Ciudad Madero. Se utiliza para iluminar a las embarcaciones que navegan en la playa de Miramar. En sus Crónicas, Don Eduardo Infante dice que en 1877 el presidente Porfirio Díaz mandó construir un faro. El faro (guiar y orientar a los navegantes) fue inaugurado seis años después precisamente por él. Es el faro más alto de México, pues alcanza 42 metros, y tiene 209 escalones, su alcance (resplandor de la luz) es de 40 millas, o sea, 75 kilómetros más o menos, en buen tiempo, los reflejos se pueden ver desde Punta Jerez. Unos dicen que fue construido en Francia, Pero otros aseguran que fue elaborado en Pittsburgh, en los Estados Unidos, esta última versión parece ser la más aceptada. Ya que hay una placa que dice.

   "Siendo Presidente de la República el General Porfirio Díaz y Ministro de Fomento el General Don Vicente Riva Palacio, se construyó este faro bajo la dirección e inspección del ingeniero civil Don Ramón de Ibarrola, en los talleres de Kistones Briged Compañy, de Pittsburgh, Pa. E. U. A, 1879."

   Sin embargo hoy, a La Barra se le conoce como el sector que más monumentos tiene. Aparte del faro (considerado un monumento histórico), está el monumento a los Marinos Caídos en la Segunda Guerra Mundial, a la Madre, y el de la Virgen de los Pescadores. La Barra y la colonia Guerrero le han dado mucha fama a esta región tamaulipeca.

4. **Monumento a la Virgen del Carmen.** Se localiza en el Circuito Turístico de la Barra en el municipio de Ciudad Madero. Fue construido en 1967 y es

considerada como la reina de los mares y patrona de los pescadores y marinos. Es un espacio para desarrollar el turismo religioso ya que cada año en el mes de julio se conmemora la procesión náutica a la virgen del Carmen, en la que se desarrolla un circuito por el río Pánuco, que inicia en el Club de yates en Tampico y concluye en el monumento a la virgen del Carmen en Ciudad Madero.

5. **Catedral Tampico.** En 1872 se concluyó su construcción; se han realizado diversas modificaciones en relación a su construcción original, en parte debido a daños que ha manifestado la estructura. La catedral tiene un estilo neoclásico y postcolonial. Desde 1923 es considerada la sede del obispado de Tamaulipas.
6. **Iglesia de San Juan Bosco.** Se localiza en el municipio de Ciudad Madero construida desde 1944, tiene un estilo barroco. La fiesta del santo patrono se celebra el 31 de enero y es una iglesia que se ha convertido en una visita importante para los paseantes de la zona.
7. **Museo de la Cultura Huasteca.** Se encuentra en el Espacio Cultural Metropolitano en el municipio de Tampico, depende del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En este lugar se exponen piezas arqueológicas y etnográficas de la cultura huasteca.
8. **El Parque Bicentenario Laguna del Carpintero.** Este atractivo turístico se ubica muy próximo al centro histórico del municipio de Tampico. Cuenta con infraestructura para desarrollar actividades al aire libre, recreativas y deportivas. En este sitio se pueden realizar recorridos en lanchas y en tren, además de contar con un mirador de cocodrilos, cuenta con una pista para

hacer caminata o correr de aproximadamente 5 kilómetros. Los horarios de atención son de 10:00 a 22:00 horas.

9. **Parque Bicentenario Ciudad Madero.** Este parque se encuentra en la avenida Rodolfo Torre Cantú en el municipio de Ciudad Madero, muy cercano a la playa Miramar. Tiene una extensión de 7 hectáreas donde se pueden encontrar áreas verdes, ciclopista de 3 kilómetros, lago artificial y juegos infantiles, cuenta con un aviario.
10. **Centro Histórico de Tampico.** ubicado en el centro del municipio de Tampico cuenta con una enorme riqueza histórica, debido a que fue en este lugar donde se consolidó la independencia de México, cuanta con edificios históricos, así como un área comercial importante.
11. **Espacio Cultural Metropolitano "El Metro".** Se ubica entre la Laguna del Carpintero y el Centro Histórico de Tampico, en el municipio de Tampico. Este espacio fue diseñado para promover el arte, la cultura y eventos artísticos. Cuenta con dos teatros, una galería de exposiciones temporales, bibliotecas, el Museo de la Cultura Huasteca, un restaurante y estacionamiento techado.
12. **La Casa de la Cultura de Tampico.** Ubicada en el municipio de Tampico, funciona desde 1990 como un centro cultural donde se desarrollan obras y expresiones artísticas. En el primer piso se cuenta con un salón con capacidad para 500 personas, una sala de exposiciones pictóricas y fotográficas. En la planta baja, se encuentra una sala de proyección, talleres de danza, música y artes plásticas. En el segundo piso, se ubica el archivo

histórico del Tampico, hemeroteca, mapoteca, fonoteca y otras colecciones privadas.

13. **El Centro Cultural Bicentenario.** Se ubica muy próximo al centro del municipio de Ciudad Madero. Se inauguró en noviembre de 2010. Cuenta con diversas salas de exposiciones, biblioteca virtual y una sala histórica donde se exhiben figuras de cera con personajes de la Independencia y la Revolución Mexicana. También se imparten actividades artísticas como danza, piano, violín, guitarra, batería, dibujo y escultura.
14. **Malecón y monumento a los Marinos Caídos.** Ubicado en la zona sur de la Playa Miramar, el malecón se construyó desde 1895 y tiene una extensión de 1,400 metros. Durante el recorrido en el malecón se puede observar la entrada de buques, barcos camaroneros, el espectáculo de las toninas y particularmente la fusión entre el Rio Pánuco y el Golfo de México. Contiguo al malecón se encuentra el monumento a los Marinos Caídos, el cual se construyó para conmemorar los ocho barcos mexicanos hundidos en la II guerra mundial.
15. **Parque Fray Andrés de Olmos.** Se encuentra en la margen de la Laguna del Chairel en el municipio de Tampico. Cuenta con palapas, asadores, un área de juegos infantiles, paseos en lanchas de pedales, además de tener infraestructura que permite que vehículos acuáticos puedan introducirse a la laguna para desarrollar actividades deportivas como la pesca..
16. **Plaza de los Pies Húmedos**. Es una plaza que cuenta con fuentes danzantes con sonido e iluminación, se ubica en la avenida Rodolfo Torre Cantú, en el municipio de Ciudad Madero.

17. **Palacio Penal de Andonegui.** Este lugar fue utilizado desde 1924 a 2005 como una prisión, y se encuentra ubicado en el municipio de Tampico, muy cerca de los límites del municipio de Ciudad Madero. En este lugar se albergan diversas historias sobre criminales famosos. Hoy es un edificio abandonado en el que se pueden hacer visitas ya que está abierto al público en general. Hoy existe el proyecto para desarrollar el museo del petróleo en una parte del edificio.
18. **Plaza o Jardín del Arte.** En este espacio ubicado en la zona centro del municipio de Tampico, se desarrollan diversas actividades artísticas y llevan a cabo talleres sobre la elaboración de artesanías y manualidades. Las reuniones se realizan en el parque público los días sábado.
19. **Casa Gándara.** Esta edificación se construyó en 1884 en el municipio de Tampico, y sirvió como cuartel en el periodo de la revolución cuando el General Pablo González tomó Tampico. Adopta este nombre debido a que esta vivienda fue habitada por última vez por las hermanas Carmen y Mercedes Gándara, populares por las actividades altruistas y el acervo fotográfico que poseían. Hoy es un edificio abierto al público en general.
20. **Zona Arqueológica Pirámide Las Flores.** Este asentamiento de las flores se ubica al noroeste del centro del municipio de Tampico, según el INAH se fundó sobre el promontorio de 30 metros de altura que bordea la ensenada de la laguna de El Chairel. Gran parte de este asentamiento desapareció debido al desarrollo urbano que se presentó en el municipio como producto del desarrollo petrolero de la zona. El montículo rescatado es de planta circular, con forma de cono truncado, de aproximadamente 6 metros de altura

y 36 metros de base. Su construcción se realizó con tierra y apisonados de cal y arena.

Además de estos atractivos que se mencionaron, existen otros atractivos que son manifestaciones culturales y artísticas temporales. Entre las que se pueden identificar las siguientes:

1. **Carnaval de Tampico.** En el mes de febrero-marzo se realiza en el municipio de Tampico el vistoso y alegre carnaval. Además de ser un evento con una fuerte participación de las familias de la localidad.
2. **Fiestas de abril.** Este evento se desarrolla en los terrenos contiguos al Espacio Cultural Metropolitano y a la Laguna del Carpintero. Esta fiesta es reconocida por la exposición de diversos espectáculos y la presentación de artistas de reconocido prestigio en el teatro del pueblo. Además cuenta con múltiples juegos mecánicos y feria ganadera.
3. **Semana Santa en Miramar.** Durante el periodo de Semana Santa es cuando mayor afluencia de turismo reciben los municipios de Tampico y Ciudad Madero, siendo el principal atractivo la playa de Miramar. Por esta razón se realizan eventos deportivos, artísticos y culturales en la zona playa de Miramar.
4. **Festival Internacional Tamaulipas.** Es un evento que tiene como objetivo el mostrar y fomentar la cultura y el arte de cada uno de los municipios del Estado de Tamaulipas y del resto del país. También se invita a un país para que exponga su diversidad cultural y artística.

SERVICIOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL DESTINO

En el destino también existen nueve centros comerciales, solamente uno de ellos se ubica en el municipio de Ciudad Madero, se conoce como el centro comercial Multiplaza. En el caso de Tampico se tiene la plaza Covadonga, Plaza Cristal, Plaza Herradura, Plaza Dorada, Plaza Tres Arcos, Las Novedades, Liverpool y Sears. En estas plazas principalmente se encuentra tiendas departamentales y lugares para tomar café.

Para ver los filmes cinematográficos más recientes, existen en el municipio de Tampico cuatro cines: Cinepolis, Xtreme, Cinemex y HENRY Cinemas. También se cuenta con lugares para diversión de niños y grandes: en el caso de los niños se cuenta con Venture Land, Peter Piper Pizza, Hollywood Park, donde los dos primeros son lugares para divertirse de manera virtual, ya que se tiene acceso a sistemas de juegos electrónicos, mientras que en el segundo se encuentran juegos mecánicos. También hay diversión para los adultos, ya que se puede asistir al casino Juega, Juega ubicado en el municipio de Ciudad Madero.

Por otro lado, en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero existe una oferta significativa de servicios médicos, lo cual constituye un factor que impulsa el turismo de salud. Entre los hospitales que principalmente se ubican en este destino están: Hospital Ángeles, Beneficencia Española, Cemain, Sanatorio Alijadores, Médica Universidad, Médica Salve, Clínica Santa Fe, IMSS, Cruz Roja Norte y Cruz Roja Madero.

Otras de las actividades que se desarrollan en el destino Tampico-Ciudad Madero y que promueven el turismo son las representaciones consulares, en el destino se encuentra establecidas las representaciones del Consulado Alemán,

Consulado de España, Consulado de Finlandia, Consulado de Holanda y Consulado de Italia.

Finalmente, es importante hacer mención de la relevancia de los atractivos turísticos, donde destaca que el principal atractivo para los turistas es la playa de Miramar; sin embargo, tomando como referencia el Estudio de Afluencia Turística que realizó el municipio de Ciudad Madero durante la Semana Santa de los periodos de 2011, 2012 y 2013 donde se cuestionó sobre qué otros lugares del destino Tampico-Ciudad Madero han visitado los turistas. Los resultados obtenidos en 2011 y 2012 permiten establecer que el segundo atractivo turístico es la Laguna del Carpintero, mientras que en 2013 fue la Aduana de Tampico. Otros atractivos que también son visitados por los turistas en esta temporada son el centro histórico de Tampico, la feria, Aduana, Escolleras, Parque Bicentenario, Plaza de Armas, Puente Tampico y la Laguna del Chairel.

Para identificar el impacto de los medios de comunicación en las campañas de promoción del destino turístico Tampico-Ciudad Madero, y además conocer el gasto promedio de los turistas que visitan el destino, se empleó el Estudio de Afluencia Turística que realizó el municipio de Ciudad Madero durante la Semana Santa de los periodos de 2011, 2012 y 2013. En relación a los medios de comunicación a través de los cuales el turista conoce el destino Tampico-Ciudad Madero se encuentran: recomendaciones con el 42 por ciento; la televisión el 30 por ciento; las redes sociales e Internet el 10 por ciento; el restante porcentaje lo hace por medio de espectaculares, prensa, revista y radio. Estos resultados permiten establecer que gran parte de la afluencia turística hacia el destino es producto de la

recomendación que otros turistas hacen, por lo que es muy importante promover una buena imagen y servicio a los turistas, para con esto impulsar una mayor fluidez de otros turistas hacia el destino.

Por otro lado, según datos del estudio, el total de visitantes en 2011 fue de 541,084, en 2012 de 686,792 y en 2013 de 626,419, lo que significó un aumento de visitantes de alrededor de una cuarta parte de 2011 a 2012, y una caída para el periodo de 2012 a 2013 de 8.8 por ciento. Sin embargo, aunque la tendencia de visitantes disminuyó ligeramente, continúa siendo muy significativa. Durante esta temporada de Semana Santa, que es la temporada de visitantes más importante para el destino, el 40 por ciento de estos turistas tienen un gasto promedio menor de $ 5,000 pesos, mientras que el 37 por ciento destina entre $5,001.00 a 10,000.00, el 12 por ciento entre $10,001.00 a $15,000.00, el restante porcentaje destina más de $15,001 pesos. Considerando el total de visitantes, esto representa una derrama importante para el destino turístico.

En otro orden de ideas, como se ha indicado anteriormente, en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero, se ubica el Museo de la Cultura Huasteca, el cual se encuentra ubicado al interior del Espacio Cultural Metropolitano en el municipio de Tampico. Este depende directamente del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En este museo se exponen diversas piezas arqueológicas y etnográficas referentes a la cultura huasteca.

En lo referente a los monumentos que se ubican en el destino Tampico-Ciudad Madero, se identificaron un total de 46 monumentos, de los cuales 31 se localizan en el municipio de Tampico y 15 en el municipio de Ciudad Madero. En el siguiente

cuadro se presentan cada uno de estos monumentos, así como la fecha de construcción, su ubicación y el municipio al que pertenece.

Cuadro 1. Monumentos en el destino Tampico-Ciudad Madero

	Nombre	Fecha de construcción	Localización	Municipio
1	Busto a Francisco Prieto Nieto	14 de Noviembre de 1969	Calle Hidalgo Esq. Con Francita Col. Minerva	Tampico
2	Obelisco a los Héroes Navales	21 de Abril de 1914	Calle Poza Rica Esq. Con Agua Dulce, Manchital y Faja de Oro Col. Petrolera	Tampico
3	Monumento a la Madre		Calle Río Pánuco y Río Tamesí entre Río Frío y Río Bravo Sierra Morena	Tampico
4	Monumento al Futbolista	14 de Octubre de 1994	Calle Estadio y Ejército Nacional Col. Const. Habitacional Ignacio Romero	Tampico
5	Monumento a Niños Héroes	1982	Calle Josefa Ortiz de Domínguez entre Ocampo y 5 de Febrero Col. Tolteca	Tampico
6	Monumento a La Raza	12 de Octubre de 1992	Calle Ayuntamiento entre Balderas y Av. Central Col. Azteca	Tampico
7	Monumento a Ignacio Zaragoza		Calle Torreón entre Av. Morelos y primera privada Col. Matamoros	Tampico
8	Monumento a la Bandera	1973	Calle Alameda entre F. U. Gómez y Tula Col. Tamaulipas	Tampico
9	Monumento a Lázaro Cárdenas	1975-1977	Calle Alameda entre Laredo y Bustamante Col. Tamaulipas	Tampico
10	Monumento a Miguel Hidalgo y Costilla	1981-1983	Av. Hidalgo entre Esc. Médico Militar Altamira Col. Melchor Ocampo	Tampico
11	Monumento a José Ma. Morelos y Pavón	29 de Diciembre de 1975	Av. Hidalgo entre A. Obregón y Dr. Alfredo Gochicoa Melchor Ocampo	Tampico
12	Monumento a Herman Harris Fleisman	Septiembre 1962	Av. Hidalgo entre Plutarco E. Calles y Lauro Aguirre Campbell	Tampico
13	Monumento a los Repobladores	1981-1983	Av. Hidalgo con Av. Cuauhtémoc Aragón	Tampico
14	Monumento a los Héroes de la Independencia	1910	Calle Álvaro Obregón y Tamaulipas entre Dr. Matienzo y Sor Juana Inés de la Cruz, Zona Centro	Tampico
15	Monumento a Pedro J. Méndez	1975	Calle Álvaro Obregón y Tamaulipas Zona Centro	Tampico

16	Busto a Francisco I. Madero	Noviembre de 1985	Calle Constitución entre Salvador Díaz Mirón y Emilio Carranza Col. Cascajal	Tampico
17	Héroe de Nacozari		Calle Héroes de Nacozari entre Benito Juárez y Aduana Zona Centro	Tampico
18	Busto a Benito Juárez	1952	Calle Colón # 104 entre Díaz Mirón y Emilio Carranza Zona Centro	Tampico
19	Monumento a los Repobladores	1923	Calle Héroe del Cañonero entre Aduana y Benito Juárez Zona Centro	Tampico
20	Monumento al Aduanal		Calle Héroe del Cañonero y Aduana Esq. 409 Zona Centro	Tampico
21	Monumento a la Revolución	Mayo de 1983	Calle Álvaro Obregón entre Gral. San Martín y diagonal Santa Cecilia Zona Centro	Tampico
22	Monumento a Isauro Alfaro Otero	1953	Isauro Alfaro Esq. Con Tamaulipas Zona Centro	Tampico
23	Monumento a Genaro Salinas	1999	Calle Genaro Salinas y 20 de Noviembre Zona Centro	Tampico
24	Monumento a Samuel M. Lozano		Calle 20 de Noviembre y Genaro Salinas Zona Centro	Tampico
25	Monumento a Benito Juárez	Diciembre de 1994	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
26	Busto al Dr. Ernesto Corripio Ahumada	Abril de 1996	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
27	Obelisco "Invasión a Veracruz"	21 de Abril de 1914	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
28	Monumento "Peces Entrelazados"	Junio de 1989	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
29	Monumento a la Industria	Mayo de 1989	Boulevard Perimetral entre Gochicoa y Guadalupe Col. Del Pueblo	Tampico
30	Monumento a Cristóbal Colón	12 de Octubre de 1992	Boulevard Perimetral Laguna del Carpintero Col. Del Pueblo	Tampico
31	Monumento a Fray Andrés de Olmos	12 de Abril de 1992	Boulevard Adolfo López Mateos Col. Tamaulipas	Tampico
32	Delfines	14 de Julio de 1998	Av. Tamaulipas y Blvd. Costero Col. Playa Paraíso	Cd. Madero
33	Fuente Sirena	1998	Blvd. Costero y Av. Obregón Col. Playa Miramar	Cd. Madero
34	Marinos Caídos	1954	Blvd. Costero y Benito Juárez Escolleras, Playa Miramar	Cd. Madero

35	Monumento a la Madre	1962	Calle 5 de Febrero entre E. Carranza y Zaragoza Col. La Barra	Cd. Madero
36	Virgen del Carmen		Doña Cecilia #103 Col. La Barra	Cd. Madero
37	Busto a Lázaro Cárdenas	1999	Av. Tamaulipas	Cd. Madero
38	Monumento a Don Benito Juárez		Av. 1º de Mayo esq. Sor Juana I. de la Cruz Col. Ricardo Flores Magón	Cd. Madero
39	Busto de Vicente Guerrero	1966	Av. Madero entre Guatemala y Honduras	Cd. Madero
40	Busto de Felipe Carrillo Puerto	1973	Calle Morelia esq. Con Bolivia Col. Felipe Carrillo	Cd. Madero
41	Monumento al Ángel Moroni	1999	Av. Ejército Mexicano # 74 Col. Loma del Gallo	Cd. Madero
42	Monumento Isauro Alfaro Otero		Av. Obregón entre Carranza y 1º de Mayo Zona Centro	Cd. Madero
43	Monumento Francisco I. Madero	1967	Av. Obregón entre Av. Sarabia y E. Carranza Zona Centro	Cd. Madero
44	Busto a Don Benito Juárez	1959	Av. Obregón esq. Con Av. Sarabia Zona Centro	Cd. Madero
45	Monumento a los Trabajadores	1964	Calle Aguascalientes entre 1º de Mayo y D. Mirón Col. Tinaco	Cd. Madero
46	Busto a Hidalgo	1967	Calle Aquiles Serdán entre 16 de Septiembre y Reforma Col. Árbol Grande	Cd. Madero

Número de restaurantes, bares y la gastronomía local

Para identificar el número de establecimientos dedicados a elaboración de alimentos, se analizó el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) que proporciona el Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía (INEGI). La información proporcionada fue actualizada en 2012. Además, para puntualizar el tipo de gastronomía local, se utilizó la información obtenida de la página de internet de la marca Tampico-Miramar,[1] la cual es proporcionada por los Municipios de Tampico, Ciudad Madero y el Gobierno del Estado de Tamaulipas.

[1] http://tampicomiramar.com.mx/

De acuerdo al catálogo de actividades productivas del INEGI, los restaurantes y preparación de alimentos se codifican de la siguiente manera:

7221	Restaurantes con servicio completo
7222	Restaurantes de autoservicio, comida para llevar y otros restaurantes con servicio limitado
7223	Servicios de preparación de alimentos por encargo
7224	Centros nocturnos, bares, cantinas y similares

En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se tienen un total de 2,306 establecimientos de este giro, de los cuales 751 se ubican en Ciudad Madero y 1,555 en Tampico. Los que mayor presencia tienen en ambos municipios son los restaurantes de autoservicio, comidas para llevar y otros restaurantes, en total se tienen en el municipio de Ciudad Madero 665 y en el municipio de Tampico 1,308. El segundo con mayor presencia son los centros nocturnos, bares, cantinas y similares con un total de 177 negocios, de los cuales 46 se ubican en el municipio de Ciudad Madero y 131 en Tampico. En tercer lugar se encuentran los restaurantes con servicio completo, con un total de 146: 39 en Ciudad Madero y 107 en Tampico.

En relación al Estado, un poco más del 20 por ciento de los negocios de preparación de alimentos y bebidas se ubican en el destino Tampico-Ciudad Madero. El resultado que resalta aún más es que aproximadamente una cuarta parte de los restaurantes de servicio completo se ubican en este destino.

Bajo este contexto es plausible establecer que existe una oferta de restaurantes y bares significativa en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Sin embargo, resulta relevante mostrar la oferta gastronómica que se tiene en este destino. Por lo

que a continuación se muestran los principales restaurantes identificados por tipo de cocina:

1. Marisco. El Porvenir, Arena del Mar, Rey Mar, Loredos, Catalino´s, Los Curricanes, Buzzhan, El Muelle.
2. Cocina Internacional. Jardín Corona, Juana Cata, Super Cream 360, El Portón, TGI Friday´s, Applebee´s, Loredo, Ihop.
3. Carnes. El Granero, El Papalote, Bufalitas, Arrachera Express, El Asador, Sancho Panza, Mr. Parrilla, La Arrachera, La Villa de Don Eduardo.
4. Mexicana. El Callejón de los Milagros, Doña Tota Gorditas, El Gran Pipian y El Lindero.
5. México-Española. La Troya
6. Japonesa. Sai Café y Kurai Expresso.
7. China. Oriental Grill, Howah, La Gran Muralla China, El Mandarin, Oriental Panda y Zao Woo.
8. Italiana. La Dolce Vita, Conni Pizzas, Basílico, Porta Romana, Il Liogo, Rovereto´s y La Tarantella.
9. Rápida. Subway, Cheff Chicken, Pollo Loco, Domino´s Pizza, KFC, Deli Baguet, Mc Donalds, Burger King, Church´s Chicken, Peter Pipper Pizza, Pizza Hut, Caesar Pizza, Little Caesars y Papa John´s.
10. Cafeterías. Vips, Sanborns, El Elite, Italian Coffe, Dega´s Café, El Itacate, Starbucks, Aerocafe y Café Mun-dos.
11. Repostería. Pepis, La Minerva, El Globito, Super Cream, Dairy Queen, Baskin Robbins y Helados La Sultana.

En este sentido se puede establecer que en el destino Tampico-Ciudad Madero se cuenta con una oferta gastronómica diversa aunque no suficiente.

Número de agencias de viaje

Según datos del portal de Internet Tampico-Miramar, actualmente existen en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero un total de ocho agencias de viajes, las cuales son:

1. Agencia de Viajes Gámez.
2. Edcano Travel.
3. Interviajes.
4. MG Travelandtours
5. My Trip México.
6. Viajes Asturiano.
7. Viajes Morales
8. Somnus Tampico.

En el mismo portal de Internet, hace mención que en el destino se encuentran tres operadores turísticos, que son:

1. Inter Xplora-destinos de naturaleza.
2. Transpaís Turístico
3. Gulf Diving.

Con la presencia, tanto de las agencias de viajes como los operadores turísticos, se impulsa el destino promoviéndose una mayor afluencia de turistas.

Existencia de zonas arqueológicas dentro del destino

En el destino Tampico-Ciudad Madero se ubica un atractivo arqueológico, el cual se denomina Pirámide Las Flores. Este asentamiento de Las Flores se ubica al noroeste del centro del municipio de Tampico. Según el INAH, se fundó sobre el promontorio de 30 metros de altura que bordea la ensenada de la laguna de El Chairel. Gran parte de este asentamiento desapareció debido al desarrollo urbano que se presentó en el municipio como producto del desarrollo petrolero de la zona. El montículo rescatado es de planta circular, con forma de cono truncado, de aproximadamente 6 metros de altura y 36 metros de base. Su construcción se realizó con tierra y apisonados de cal y arena.

Número de hoteles por categoría y número de cuartos

En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se cuenta con una sustancial infraestructura Hotelera con servicios y atención de calidad, debido a que una parte significativa pertenece a firmas nacionales y extranjeras de reconocido prestigio. A continuación se muestra en el siguiente cuadro los principales hoteles del destino turístico Tampico-Ciudad Madero clasificados por el número de estrellas.

Cuadro 2. Principales hoteles por categoría y habitaciones ubicados en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero

Hotel	Municipio	Habitaciones
Hoteles de Cinco Estrellas		
Camino Real	Tampico	97
Posada de Tampico	Tampico	209
Total de habitaciones		306
Hoteles de cuatro estrellas		
Club Maeva Miramar	Ciudad Madero	204
Arenas del Mar	Ciudad Madero	62
Best Western	Tampico	64
Gran Hotel Sevilla	Tampico	39
City Express	Tampico	124
Confort Inn	Tampico	88
Doña Juan Cecilia	Ciudad Madero	104

Fiesta Inn	Tampico	124
Gran Royal	Tampico	104
Hampton Inn	Tampico	149
Holiday Inn Express	Tampico	93
Impala	Tampico	82
Inglaterra	Tampico	109
Mansión Real	Tampico	45
Marsella	Tampico	46
Mediterráneo	Ciudad Madero	55
Miramar Inn	Ciudad Madero	95
Montecarlo	Tampico	88
Rio Vista Inn	Tampico	80
San Antonio	Tampico	180
Total de habitaciones		1935
Hoteles de tres estrellas		
Lorencillo Miramar	Ciudad Madero	60
Leonardo López Mata	Tampico	59
Provincia Express	Tampico	49
Real del Mar	Ciudad Madero	54
Tres Soles	Tampico	35
Suites Ejecutivas	Ciudad Madero	23
Total de habitaciones		280

Fuente: Elaboración propia con datos del portal de Tampico-Miramar

De acuerdo a lista anterior de hoteles, en total se cuenta con 2,521 habitaciones de las cuales 1,864 se ubican en el municipio de Tampico y 657 en el municipio de Ciudad Madero.

Cabe hacer mención que gracias al Estudio de Afluencia Turística que realizó el municipio de Ciudad Madero durante la Semana Santa de los periodos de 2011, 2012 y 2013, se pudieron identificar que, con excepción del año de 2011, en promedio cerca del 50 por ciento de los turistas decidió hospedarse en hoteles del destino, mientras que aproximadamente el 40 por ciento en casa de familiares y el ocho por ciento acampan en la playa. Por lo anterior, la mitad de los turistas que visitan el destino durante la Semana Santa deciden quedarse en hoteles. Por lo que resulta interesante promover servicios turísticos y una atención de calidad.

Afluencia de transporte local y foráneo del destino

En otro orden de ideas, a continuación se detalla la oferta de transporte local y foráneo que existe en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino.[2] Con estas rutas de servicio de transporte público se tiene una cobertura total de los atractivos turísticos con los que cuenta el destino. Por otro lado, también se cuenta con transporte de taxi. Entre las principales bases que existen en el destino según el portal de Internet de la marca Tampico-Miramar[3] y el portal de la Sección Amarilla se encuentran:

1. Ecotaxis Cobra
2. Taxis Paraíso
3. Transportación Turística de Tampico
4. Taxis CAT
5. Inter Taxi
6. Radio Taxis aeropuerto
7. Operadora de radiotaxis Quaco
8. Servicios de Ecotaxis Madero

En el destino también se cuenta con una oferta importante de arrendadoras de autos de reconocido prestigio en el entorno Internacional, tal son el caso de Thrifty, Alamo Rent a Car, Avis México, Budget Car Rental, Europ Car y RAYTO Auto Rentas. Lo cual permite que los turistas pueden trasladarse por cuenta propia entre los diversos atractivos turísticos del destino.

[2] http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas
[3] http://tampicomiramar.com.mx/

En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico Tampico-Ciudad Madero están el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo. A continuación se detallan las opciones que se tienen para visitar el destino de acuerdo al tipo de transporte que utilice el turista.

A. Transporte aéreo:

En el municipio de Tampico se ubica el Aeropuerto internacional “Francisco Javier Mina”. Actualmente operan en el aeropuerto dos rutas nacionales y una internacional. En el caso nacional se tienen vuelos provenientes de la Ciudad de México y de la Ciudad de Monterrey, internacional se tiene la ruta Tampico-Houston. Las líneas aéreas que operan los vuelos nacionales son Aeromexico Connect, Interjet y Viva Aerobus. Los vuelos internacionales son operados por United Airlines.

B. Transporte de Autobús:

Se cuenta con una central de autobuses en el municipio de Tampico y varias sucursales de cada una de las líneas que operan en el destino Tampico-Ciudad Madero. Se tiene una excelente conectividad con el resto del país. Existen siete líneas de transporte: Transpaís, ADO, Omnibus de México, ETN, Grupo Senda, Autobuses del Noreste y Autobuses Estrella Blanca

C. Transporte por automóvil:

El destino turístico Tampico-Ciudad Madero vía carretera cuenta con una excelente conexión con el resto del país. En el caso de Tampico, se puede ingresar tanto por el norte del Estado de Tamaulipas, por San Luis Potosí y por Veracruz, mientras

que para Ciudad Madero, se conecta directamente con el norte del Estado de Tamaulipas.

D. Transporte Marítimo:

El río Pánuco divide al Estado de Veracruz y Tamaulipas; sin embargo, representa una vía de transporte principalmente para la población que radica en los municipios de Pueblo Viejo y Tampico Alto. Además tiene la capacidad para recibir grandes embarcaciones como cruceros.

De acuerdo a información obtenida de los Estudios de Afluencia y Perfil del Mercado de Turismo, se pudo identificar que el 73 por ciento de los turistas utilizaron como medio de transporte hacia el destino el automóvil, mientras que el segundo medio es el autobús y *charters*, y finalmente los turistas que utilizan como medio de transporte el avión representaron el cuatro por ciento. En promedio, el 91 por ciento turistas viaja en familia, el restante lo hace con amigos.

Para identificar las distintas actividades turísticas que pueden realizarse en los atractivos del destino Tampico-Ciudad Madero se realizó la búsqueda y análisis en fuentes como el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas, el uso del portal Tampico-Miramar y las entrevistas a actores claves en el tema.

A continuación se muestra el catalogó de atractivos de acuerdo al tipo de turismo que se puede realizar.

Cuadro 3. Catálogo de atractivos turísticos que se desarrollan en el destino Tampico-Ciudad Madero

	CATEGORIAS	TIPOS	SUBTIPOS
1.	Sitios Naturales	1.1 Costas	1.1.1 Playas
			1.1.2 Dunas
			1.1.3 Salinas
			1.1.4 Escolleras
		1.2 Hidrológicos	1.2.1 Lagunas
			1.2.2 Ríos
		1.3 Lugares de observación	1.3.1 Observación flora.
		de flora y fauna	1.3.2 Observación fauna.
2.	Manifestaciones culturales	2.1 Museos	2.1.1 Patrimonio público
			2.1.2 Colección particular
		2.2 Obras de arte y	2.2.1 Pintura
		técnica	2.2.2 Escultura
			2.2.3 Arquitectura
			2.2.4 Realizaciones urbanas
			2.2.5 Obras de ingeniería
		2.3 Evidencia cultural	2.3.1 Lugares históricos
		del pasado	2.3.2 Lugares arqueológicos
3.	Folclore	3.1 Manifestaciones folclóricas	3..1.1 Religiosas
			3.1.2 Creencias populares
		3.2 Ferias y mercados	3.2.1 Ferias
			3.2.2 Mercados
		3.3 Música y danzas	3.3.1 Música
			3.3.2 Danzas
		3.4 Artesanías o	3.4.1 Maderas
		Manualidad	3.4.2 Tejidos en palma
			3.4.3 Bordado
			3.4..4 Imaginería
		3.5 Comidas y bebidas	3.5.1 Comidas
		Típicas	3.5.2 Bebidas típicas
		3.6 Grupos étnicos	3.6.1 Regional
			3.6.2 Extranjero
		3.7 Arquitectura popular espontánea.	3.7.1 Pueblos
			3.7.2 Casas
4	Realizaciones técnicas científicas o artísticas contemporáneas.	4.1 De explotación	4.1.3 Explotaciones Industriales
		4.2 Obras de arte y técnica	4.4.3 Artesanías
			4.4.5 Arquitectura

			4.4.6 Realizaciones Urbanas
			4.4.7 Obras de ingeniería
		4.3 De Ciencia	4.3.1 Centro científico
			4.3.2 Centro tecnológico
			4.3.3 Zoológicos y Aviario
			4.3.5 Botánicos
5	Acontecimientos programados	5.1 Artísticos	5.1.1 Música
			5.1.2 Teatro
			5.1.3 Festivales de cine
		5.2 Deportivos	5.2.2 Tradicionales – Pesca
			5.2.3 Fútbol
			5.2.4 Motos, nauticopa, windsurf
		5.3 Otros	5.3.1 Fiestas religiosas
			5.3.2 Fiestas Paganas
			5.3.3 Concursos de belleza
			5.3.4 Convenciones y congresos.
			5.3.5 Ferias
			5.3.6 Exposiciones
			5.3.7 Parques de Recreación
			5.3.8 Oportunidad compra especial
			5.3.9 Vida Nocturna
			5.3.10 Gastronomía
			5.3.11 Carnavales
6.	Salud	6.1 Tratamientos médicos especializados	6.1.1 Cirugía en general
			6.1.2 Cirugía estética,
			6.1.3 Dermatología,
			6.1.4 Oftalmología,
			6.1.5 Odontología.
		6.2 Bienestar	6.2.1 Clínicas de recuperación
			6.2.2 Tratamientos faciales y exfoliantes,
			6.2.3 Masajes
			6.2.4 Yoga,
			6.2.5 Baños de desintoxicación,

Con esta información del catálogo de atractivos turísticos por tipo y subtipo, se puede identificar que se presentan cinco tipos de turismo en el destino Tampico-

Ciudad Madero: el turismo de naturaleza, turismo de manifestaciones culturales, turismo deportivo, turismo de diversión y turismo de salud.

Destino:					
Número del Indicador	**Nombre del Indicador**	**Código**	**Cauntitativa**	**Cualitativa**	**Datos**
	Oferta Turística				
1	Número de museos	OT1	X		1
2	Número de monumentos	OT2	X		46
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		2306
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		8
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		1
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		2,521
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		0
8	Afluencia de transporte local del destino	OT8		X	
9	La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino	OT9		X	
10	Número total de rutas del destino turístico	OT10	X		0
11	Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico	OT11	X		0
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		0
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		3 categorias
14	Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.	OT14		X	
15	Declaratoria de zona de monumentos históricos	OT15	X		0
16	Gasto promedio de turistas	OT16	X		Entre $5,000 y $10
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		0
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		5
	Democratización de la Productividad Turística				
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		4
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		4500
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		13937
5	Tasa de desocupación	DP5	X		S/N
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		0
7	Índice de Marginación	DP7	X		0
8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	DP8		X	
9	Encadenamiento productivo del sector	DP9		X	
	Sustentabilidad turística				
1	Tratamiento de aguas residuales y pluviales	ST1		X	
2	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales	ST2	X		0
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		0
4	Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos	ST4		X	
5	Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)	ST5		X	
6	Acciones de conservación del patrimonio	ST6	X		S/N
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		3
8	Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado	ST8		X	
9	Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico	ST9		X	
10	Ordenamiento ecológico territorial decretado	ST10		X	
11	Manejo de Riesgo	ST11		X	
12	Programas y diagnósticos en materia turística municipal	ST12		X	
13	Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo	ST13		X	
14	Planes y programas en materia de educación ambiental educativo	ST14		X	
15	Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos	ST15	X		0
16	Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles	ST16	X		0
17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X		1

18	Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce	ST18	X		0
19	Número de establecimientos con Certificado Green Globe	ST19	X		0
20	Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental	ST20		X	
21	Consumo de energía por cuarto	ST21		X	
	Formación y certificación				
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X		59% con secunda
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X		0.15
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X		0.14
4	Planes de capacitación turística	FC4		X	
5	Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido	FC5		X	
6	Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H	FC6	X		0
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X		0
8	Número de guías de turistas certificados	FC8	X		0
9	Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes	FC9		X	
10	Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes	FC10	X		0
	Accesibilidad e Infraestructura				
1	Conectividad aérea	AI1	X		1
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X		8
3	Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino	AI3		X	
4	Calidad en el transporte local del destino	AI4		X	
5	Tarifas hoteleras	AI5	X		1100
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6		X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X		2
8	Acceso a servicios básicos	AI8		X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X		121
	Seguridad Patrimonial y Física				
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1		X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X		5,247
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X		N/A
4	Incidencia delictiva	SP4	X		12,351
5	Delitos a mano armada	SP5	X		Asaltos
6	Homicidios dolosos	SP6	X		9,000
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X		0
8	Delitos contra la salud	SP8	X		Bajan a un 54.9
9	Delitos no denunciados	SP9	X		91.6% en 2011 (Est
10	Denuncias del fuero común	SP10	X		88,643
11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles	SP11	X		0
12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial	SP12	X		0
13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	SP13	X		N/A
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X		N/A
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X		0
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X		0
	Promoción y Comercialización				
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X		79
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X		99
3	Diversificación en segmento de población	PC3		X	
4	Diversificación en segmento mercado	PC4		X	
5	Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares	PC5	X		2
6	Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).	PC6		X	
7	Diversificación en segmento de mercado geográfico	PC7			
8	Alcance de las campañas y medios de promoción.	PC8		X	
9	Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.	PC9		X	

10	Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.	PC10	X		0
	Gestión del Destino				
1	Cuenta con Dirección de Turismo	GD1		X	
2	Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios	GD2		X	
3	Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)	GD3		X	
4	Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo	GD4		X	
5	Programas y diagnósticos en materia turística	GD5		X	
6	Coordinación con organismos turísticos regionales	GD6		X	
7	Coordinación Institucional	GD7		X	
8	Normatividad Municipal	GD8		X	
9	Comités de turismo sustentable	GD9		X	
10	Percepción sobre el comercio ambulante	GD10		X	
11	Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil	GD11		X	
12	Participación de la sociedad en los eventos turísticos	GD12		X	
13	Sistema de Información Estadística del Turismo	GD13		X	
14	Nivel de Desarrollo turístico	GD14	X		NA
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X		8 millones
	TICs e información al turista				
1	Portal de internet del destino	TI1		X	
2	Información actualizada en el portal de internet del destino	TI2		X	
3	Acceso a internet en sitios públicos	TI3	X		8
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X		0
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X		0
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X		0
7	Líneas telefónicas	TI7	X		3
8	Teléfonos móviles	TI8	X		0
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X		0
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X		2
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11		X	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico- Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***1***			***Número de museos***		
Código de Indicador: ***OT1***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 1
¿Qué mide el indicador/variable?	***El numero de museos que tiene el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador que mide la oferta cultural.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero, únicamente se ubica el Museo de la Cultura Huasteca, el cual se encuentra ubicado al interior del Espacio Cultural Metropolitano en el municipio de Tampico. Este depende directamente del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). En este museo se exponen diversas piezas arqueológicas y etnográficas referentes a la cultura huasteca.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	***http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***				
Validación con:	INEGI				
	Registro Nacional de Turismo				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***2***		***Número de monumentos***			
Código de Indicador: ***OT2***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	46	
¿Qué mide el indicador/variable?		***El número de monumentos que se ubican en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de oferta cultural.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***En lo referente a los monumentos que se ubican en el destino Tampico-Ciudad Madero, se identificaron un total de 46 monumentos, de los cuales 31 se localizan en el municipio de Tampico y 15 en el municipio de Ciudad Madero.***			
Método de obtención:		Observación directa	x		
		Registros Administrativos	x		
		Información Estatal			
		Información de la Web	x		
Fuente:		***http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/***			
Periodicidad de actualización:		***Cada 3 años***			
Validación con:		INEGI	***x***		
		Registro Nacional de Turismo			
		Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***3***		***Número de restaurantes y bares***			
Código de Indicador:	***OT3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2,306
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de restaurantes y bares que tiene el Destino Turístico Tampico-Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se tienen un total de 2,306 establecimientos de este giro, de los cuales 751 se ubican en Ciudad Madero y 1,555 en Tampico.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	x				
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Directorio Estadistico Nacional de UnidadesEconomicas (DENUE).***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Registro Nacional de Turismo					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***4***		***Número de agencias de viajes***			
Código de Indicador:	***OT4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	8
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de agencias de viajes con el que cuenta el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Actualmente existen en el destino turístico Tampico-Ciudad Madero un total de ocho agencias de viajes y tres operadores turísticos.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Playa Tampico miramar. En linea: http://tampicomiramar.com.mx/***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: entrevista con experto					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***5*** ***Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino***
Código de Indicador: ***OT5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de zonas arqueologicas en el Destino Turístico Tampico-Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino Tampico-Ciudad Madero se ubica un atractivo arqueológico, el cual se denomina Pirámide Las Flores. Este asentamiento de Las Flores se ubica al noroeste del centro del municipio de Tampico. Se fundó sobre el promontorio de 30 metros de altura que bordea la ensenada de la laguna de El Chairel. Gran parte de este asentamiento desapareció debido al desarrollo urbano que se presentó en el municipio como producto del desarrollo petrolero de la zona. El montículo rescatado es de planta circular, con forma de cono truncado, de aproximadamente 6 metros de altura y 36 metros de base. Su construcción se realizó con tierra y apisonados de cal y arena.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	x
	Información de la Web	x
Fuente:	***e Antropología e Historia (INAH); En linea en: http://www.inah.gob.mx/index.php?option=com_content&vi***	
Periodicidad de actualización:	***Permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***6***		***Número de cuartos de hotel***			
Código de Indicador:	***OT6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2,521
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de cuartos de hotel con el que cuenta el Destino Turístico Tampico-Ciuda***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En total el destino Tampico-Ciudad Madero cuenta con 2,521 habitaciones de las cuales 1,864 se ubican en el municipio de Tampico y 657 en el municipio de Ciudad Madero.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***En línea: http://tampicomiramar.com.mx/***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***7***		***Número de establecimientos de alimentos y bebidas***		
Código de Indicador:	***OT7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***					
Indicador: ***8***			***Afluencia de transporte local del destino***		
Código de Indicador: ***OT8***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: 121

¿Qué mide el indicador/variable?	***Afluencia de transporte local en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino. Por otro lado, también se cuenta con 8 bases de taxis.*** ***1. Ecotaxis Cobra*** ***2. Taxis Paraíso*** ***3. Transportación Turística de Tampico*** ***4. Taxis CAT*** ***5. Inter Taxi*** ***6. Radio Taxis aeropuerto*** ***7. Operadora de radiotaxis Quaco*** ***8. Servicios de Ecotaxis Madero*** ***En el destino también se cuenta con una oferta importante de arrendadoras de autos de reconocido prestigio en el entorno Internacional, tal son el caso de Thrifty, Álamo Rent a Car, Avis México, Budget Car Rental, Europ Car y RAYTO Auto Rentas. Lo cual permite que los turistas puedan trasladarse por cuenta propia entre los diversos atractivos turísticos del destino.*** ***En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico está el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Inforación en línes: http://tampicomiramar.com.mx / y http://www.playamiramar.com. mx/servicios.php***	
Periodicidad de actualización:	***Anual.***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***						
Indicador: ***9***	***La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino***					
Código de Indicador: ***OT9***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	20
¿Qué mide el indicador/variable?	***Variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del Destino turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Se cuenta con una gran oferta de atractivos naturales y manifestaciones culturales, los principales son: 1.- Antigua Aduana Marítima, 1990, 2.- Faro de la Barra 1883, 3.-Monumento de la Virgen del Carmen (1967), 4.- Catedral de Tampico (1872), 5.-Iglesia de San Juan Bosco (1944), 6.- Museo de la Cultura Huasteca, 7.- Parque Bicentenerio Laguna del Carpintero, 8.- Parque Bicentenario, 9.- Centro Histórico, 10.- Espacio***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Resultados Estudio de Afluencia y Estudio de Mercado Turístico***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Oferta Turística***
Indicador: ***10*** ***Número total de rutas del destino turístico***
Código de Indicador: ***OT10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador:Número de rutas de transporte colectivo y de servicio público en el destino***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino. Por otro lado, también se cuenta con 8 bases de taxis.*** ***1. Ecotaxis Cobra*** ***2. Taxis Paraíso*** ***3. Transportación Turística de Tampico*** ***4. Taxis CAT*** ***5. Inter Taxi*** ***6. Radio Taxis aeropuerto*** ***7. Operadora de radiotaxis Quaco*** ***8. Servicios de Ecotaxis Madero*** ***En el destino también se cuenta con una oferta importante de arrendadoras de autos de reconocido prestigio en el entorno Internacional, tal son el caso de Thrifty, Álamo Rent a Car, Avis México, Budget Car Rental, Europ Car y RAYTO Auto Rentas. Lo cual permite que los turistas puedan trasladarse por cuenta propia entre los diversos atractivos turísticos del destino.*** ***En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico está el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Inforación en línes: http://tampicomiramar.com.mx/ y http://www.playamiramar.com. mx/servicios.php***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Oferta Turística***			
Indicador:	***11***	***Número de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros. Total por destino turístico***		
Código de Indicador:	***OT11***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal		
		Información de la Web		
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico		
		Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***12***		***Total de rutas turísticas***		
Código de Indicador:	***OT12***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***13***		***Número de hoteles por categoría***			
Código de Indicador:	***OT13***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	3 categorias
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de hoteles por categoría en el Destino Turístico Tampico-Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino existen 2 hoteles cinco estrellas con un total de 306 habitaciones, 20 hoteles cuatro estrellas con un total de 1935 habitaciones, 6 hoteles tres estrellas con un total de 280 habitaciones.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***http://www.playamiramar.com. mx/servicios.php***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***				
Indicador: ***14***			***Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.***	
Código de Indicador: ***OT14***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Existencia de inventarios de atractivos y prestadores de servicis turísticos en el destino Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Existen atractivos que son manifestaciones culturales y artísticas temporales. Entre las que se pueden identificar las siguientes: 1.- El carnaval, 2.- La fiesta de abril, 3.- Semana santa en Miramar y 4.-Festival Internacional de Tamaulipas. También existen nueve centros comerciales: 1.-El centro comercial Multiplaza, 2.-La plaza Covadonga, 3.- Plaza Cristal, 4.- Plaza Herradura, 5.- Plaza Dorada, 6.-Plaza Tres Arcos, 7.-Las Novedades, 8.-Liverpool y 9.-Sears, En estas plazas principalmente se encuentra tiendas departamentales y lugares para tomar café. Para ver los filmes cinematográficos más recientes, existen en el municipio de Tampico cuatro cines: Cinepolis, Xtreme, Cinemex y HENRY Cinemas.***	
Método de obtención:			Observación directa	x
			Registros Administrativos	
			Información Estatal	x
			Información de la Web	
Fuente:			***Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo (2012). Resultados Estudio de Afluencia y Estudio de Mercado Turístico.***	
Periodicidad de actualización:			***Anual***	
Validación con:			INEGI	
			Anuario Estadístico	x
			Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***15***		***Declaratoria de zona de monumentos históricos***		
Código de Indicador:	***OT15***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico- Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Oferta Turística***				
Indicador: ***16***			***Gasto promedio de turistas***	
Código de Indicador: ***OT16***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X) Valor Observado: re $5,000 y $10,(
¿Qué mide el indicador/variable?	***Gasto promedio de turistas en el destino turístico en Tampico-Ciudad Madero.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Durante la tempora Semana Santa 2013, que es la temporada de visitantes más importante para el destino, el 40 por ciento de estos turistas tienen un gasto promedio menor de $ 5,000 pesos, mientras que el 37 por ciento destina entre $5,001.00 a 10,000.00, el 12 por ciento entre $10,001.00 a $15,000.00, el restante porcentaje destina más de $15,001 pesos. Considerando el total de visitantes, esto representa una derrama importante para el destino turístico.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos	x		
	Información Estatal	x		
	Información de la Web			
Fuente:	***Estudio de Afluencia Turística realizado por el Ayuntamiento de Ciudad Madero***			
Periodicidad de actualización:	***Anual***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico	x		
	Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Oferta Turística***				
Indicador:	***17***		***Estadía promedio de turistas (días)***		
Código de Indicador:	***OT17***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico- Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Oferta Turística***					
Indicador:	***18***	***Número de actividades de ocio disponibles***				
Código de Indicador:	***OT18***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	5
¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de actividades de ocio disponibles en el destinoen Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino se presentan cinco tipos de turismo en el destino Tampico-Ciudad Madero: el turismo de naturaleza, turismo de manifestaciones culturales, turismo deportivo, turismo de diversión y turismo de salud.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal	x				
	Información de la Web					
Fuente:	***Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. Portal Tampico-***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***1*** ***Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico***
Código de Indicador: ***DP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4

¿Qué mide el indicador/variable?	***La tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico que tiene el Destino Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Productividad Laboral.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De las cuatro actividades turísticas que se analizan, se observa que la de mayor crecimiento en el empleo es la referente a servicios artísticos, culturales y deportivos, y otros servicios relacionados ya que obtuvo una tasa de crecimiento anual en el municipio de Ciudad Madero de 27.7% y para el caso de Tampico alcanzo un 21.1%; es decir, como destino turístico presenta un incremento de 48.8% de las actividades mencionadas; por otra parte, la segunda con mayor dinámica es la de servicios de entrenamiento en instalaciones recreativas y otros servicios recreativos. También los servicios de alojamiento y servicios de preparación de alimentos y bebidas muestran tasas positivas de crecimiento, aunque a un menor ritmo que las anteriores. Cabe resaltar que el crecimiento del empleo ha sido mayor en Ciudad Madero que en el municipio de Tampico.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Censo Económico 2004 y el Censo Económico 2009.***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 5 años***	
Validación con:	INEGI	X
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***2*** ***Nivel de bienestar (calidad de vida)***
Código de Indicador: ***DP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción de los indicadores que permiten identificar el nivel de vida, es el Producto Interno Bruto per cápita, para el destino de estudio es de los más altos del Estado, por arriba por ejemplo de municipios como Reynosa, Ciudad Victoria y Nuevo Laredo, quienes en promedio reportaron un PIB per Cápita municipal en promedio de $ 86,285.00, anuales en el año 2005.

El PIB per cápita de Ciudad Madero es el más alto en el estado de Tamaulipas, asciende a $ 123,199.00 anuales, el ingreso se puede asociar a la influencia derivada del sector petroquímico. En tanto en Tampico, reporta el segundo lugar en el estado en materia de PIB per cápita, su ingreso asciende a $ 103,631.00 anuales, lo anterior indica que el nivel de vida del destino es de los mejores registrados en el 2005 en el estado de Tamaulipas.

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***INAFED.COM.MX***	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***3*** ***Salario promedio diario de cotización***
Código de Indicador: ***DP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	4500

¿Qué mide el indicador/variable?	***El salario promedio diario de cotizacion en el sector turístico que tiene el Destino Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Productividad Laboral.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el tema del ingreso, se analizó de manera independiente para el caso de Tampico y Ciudad Madero; la información proporcionada representa el ingreso mensual, se construyó aleatoriamente a través del rango de ingreso con información del Censo de Población y Vivienda, 2010. En ambos municipios se aprecia que existe una enorme precariedad laboral, dado que en el caso de Ciudad Madero el 78 por ciento percibe menos de 4,500 pesos y en el municipio de Tampico alrededor del 69 por ciento percibe menos de 4,600 mensuales.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Censos de Población y Vivienda de 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 10 años***	
Validación con:	INEGI	X
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***4*** ***Número de empleos (directos) en el sector turístico***
Código de Indicador: ***DP4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	13937

¿Qué mide el indicador/variable?	***El número de trabajores en el sector turístico que tiene el Destino Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Productividad Laboral.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el caso del municipio de Ciudad Madero se identificó que, para el 2010, había un total de 4,520 trabajadores laborando en el sector turístico, y en el municipio de Tampico un total de 9,417. En el destino se tiene un total de 13,937 trabajadores laborando en actividades turísticas. La mayoría de los trabajadores labora en actividades relacionadas con la elaboración de alimentos y bebidas: 76 por ciento en el municipio de Ciudad Madero y 82 por ciento en el municipio de Tampico. La segunda actividad turística que genera mayor empleo es la que se dedica a dar servicios de alojamiento temporal.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Censo de Población y Vivienda 2010, Directorio Nacional de Unidades***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 5 años***	
Validación con:	INEGI	X
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***5*** ***Tasa de desocupación***
Código de Indicador: ***DP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: S/N

¿Qué mide el indicador/variable?		***La tasa de desocupación en el sector turístico que tiene el Destino Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Productividad Laboral.***
Detalles y Comentarios del Indicador:		***En lo que respecta al empleo en el destino, se observa que existe una tasa de desempleo alta en ambas municipios incluso por arriba de la tasa de desempleo a nivel estatal. Esto tiene consecuencias interesantes, ya que constituye un elemento que determina el bienestar de la población. El caso crítico es el municipio de Ciudad Madero, donde el nivel de desempleo es muy elevado.***
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:		***Censos de Población y Vivienda de 2010***
Periodicidad de actualización:		***Cada 10 años***
Validación con:	INEGI	X
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***6*** ***Índice de Rezago Social***
Código de Indicador: ***DP6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción***

Método de obtención:
- Observación directa [ ]
- Registros Administrativos [ ]
- Información Estatal [ ]
- Información de la Web [ ]

Fuente:

Periodicidad de actualización: ***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***

Validación con:
- INEGI [ ]
- Anuario Estadístico [ ]
- Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***7*** ***Índice de Marginación***
Código de Indicador: ***DP7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: se estiman a través del CONAPO los indicadores de marginación en el destino

Detalles y Comentarios del Indicador:

ÍNDICE DE MARGINACIÓN 2010

Municipio	Población total	% Población de 15 años o más analfabeta	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	% Ocupantes en viviendas sin energía eléctrica	% Ocupantes en viviendas sin agua entubada	% Viviendas con algún nivel de hacinamiento	% Ocupantes en viviendas con piso de tierra	Índice de marginación	Grado de marginación
Ciudad Madero	197 216	1.86	0.18	0.91	0.29	25.04	2.28	-1.83956	Muy bajo
Tampico	297 554	2.08	0.15	0.23	0.21	26.75	1.09	-1.87273	Muy bajo

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, *Censo de Población y Vivienda 2010.*

Método de obtención:		
	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente: cada cinco años***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Democratización de la Productividad Turística***
Indicador: ***8*** ***Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM***
Código de Indicador: ***DP8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***mide el impacto social de la actividad turística en el bienestar de la población***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción el destino Tampico-Ciudad Madero, que representa el 15.1% de la población estatal, conlleva la obligación y responsabilidad de las autoridades a cargo en poner a la disposición de los habitantes de la zona, los servicios básicos que permitan satisfacer sus necesidades y garantizar sus niveles de vida. En la actualidad y de acuerdo al Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL), ambos municipios, son considerados con muy bajo índice de rezago social, consecuencia de un mínimo porcentaje de la población sin acceso a servicios de: educación, salud, agua, drenaje y energía eléctrica***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	http://www.coneval.gob.mx/Medicion/Paginas/%C3%8Dndice-de-Rezago-social-2010.aspx	
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Democratización de la Productividad Turística***				
Indicador:	***9***	***Encadenamiento productivo del sector***			
Código de Indicador:	***DP9***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El encadenamiento productivo del sector turístico que tiene el Destino Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Productividad Laboral.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el ánimo de impulsar el sector turístico en el destino Tampico-Ciudad Madero, es necesario fomentar una mayor articulación entre los sectores turísticos y el resto de los sectores complementarios de la economía, en miras de fortalecer el mercado local y en consecuencia mejorar las condiciones de bienestar de la población.*** ***La actividad de servicios y preparación de alimentos y bebidas es la que mayor cantidad de insumos emplean en su proceso de producción, tanto en el municipio de Tampico como en el de Ciudad Madero, en ambos periodos. Le sigue los servicios de alojamiento temporal con una proporción entre el 15 y 30 por ciento de los insumos que se consumen en el destino.*** ***Al identificar las actividades que mayor cantidad de insumos requieren en sus procesos productivos o en los servicios que prestan, es posible crear programas focalizados en crear y fortalecer redes de proveedores-prestadores de productos y servicios turísticos, para así mejorar sus condiciones de competencia con otros destinos turísticos.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Censo Económico de 2004 y Censo Económico de 2009***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 5 años***				
Validación con:	INEGI	X			
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***1***	***Tratamiento de aguas residuales y pluviales***			
Código de Indicador:	***ST1***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***La situación actual en cuanto al Tratamiento de aguas residuales y pluviales en el Destino Turísico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Desarrollo Sustentable.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Sólo el 0.92% de las aguas negras son sujetas a tratamiento, esto deriva en un problema gravísimo de contaminación, pues esta agua va a parar a un cuerpo de agua del sistema lagunario; antes se descargaban a la Laguna del Carpintero, pero al ser convertida en paseo turístico fueron cerradas algunas salidas de estas aguas negras que no permiten su oxigenación y paulatina recuperación. Asimismo, se está afectando una parte importante del sistema lagunario como las marismas de Altamira, Tampico y Madero, ya que se descarga una proporción de 700 lps. Esta descarga impacta severamente a estas marismas además de que, por el poco tirante de agua existente y por el fuerte impacto sobre de ellas de la luz solar, una buena parte se vaporiza, ocasionando que la materia orgánica y otros contaminantes se volatilicen, convirtiéndose en polvo; mismo que después los vientos depositan sobre la zona urbana (Díaz, 2008). En la zona de Tampico y Madero no existe planta alguna de tratamiento de aguas residuales que esté en función debido a que están sin concluir su construcción.***				
Método de obtención:	Observación directa	X			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: ADISA (Asesoría y Desarrollo Integral S.A, de C.V.) 20				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Sustentabilidad Turística***			
Indicador:	***2***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales***		
Código de Indicador:	***ST2***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal		
		Información de la Web		
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico		
		Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***3*** ***Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado***
Código de Indicador: ***ST3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***registra el porcentaje de ocupantes en viviendas que no tienen acceso al agua entubada y al drenaje***

Detalles y Comentarios del Indicador:

Municipio	Población total	% Ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado	% Ocupantes en viviendas sin agua entubada
Tamaulipas	**3 268 554**	**0.63**	**2.91**
Ciudad Madero	197 216	0.18	0.29
Tampico	297 554	0.15	0.21

Fuente: CONAPO (2010)

Método de obtención:		
	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X

Fuente: http://www.conapo.gob.mx/es/CONAPO/Indices_de_Marginacion

Periodicidad de actualización: ***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***

Validación con:		
	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Sustentabilidad Turística***			
Indicador:	***4***	***Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos***		
Código de Indicador:	***ST4***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal		
		Información de la Web		
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI		
		Anuario Estadístico		
		Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***5***	***Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)***			
Código de Indicador:	***ST5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El conjunto de normas y reglas aplicadas al medio ambiente en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Normatividad para el Desarrollo Sustentable.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En Tamaulipas el marco jurídico sería:*** ***El compuesto por 8 leyes incluyendo la Constitución Política del Estado y el Plan Estatal de Desarrollo.*** ***En el marco jurídico básico para todo el Estado es importante considerar la regulación específica que cada municipio pueda tener.*** ***En concreto, para la zona sur del Estado de Tamaulipas que comprenden los municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico, la mayoría de la normatividad se refleja en los reglamentos administrativos. Estos son los instrumentos normativos del gobierno municipal.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro: Constitución Política de los Estados				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***6*** ***Acciones de conservación del patrimonio***
Código de Indicador: ***ST6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	S/N

¿Qué mide el indicador/variable?	***Las acciones de conservación del patrimonio en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Desarrollo Sustentable.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La gran mayoría del patrimonio histórico de las ciudades de Tampico y Ciudad Madero se encuentra en estado de abandono y han sido dañados por actos vandálicos de la población. En el municipio de Tampico existe desde el año de 1997 el Fideicomiso Centro Histórico de Tampico (FICEHTAM), sin embargo no cuenta con los recursos económicos suficientes para la preservación total y continua de estos potenciales atractivos turísticos en este municipio, mientras que en Ciudad Madero se cuenta con un menor número de edificios históricos como son la iglesias del Sagrado Corazón de Jesús, la Iglesia de San Juan Bosco y el edificio de la casa de la cultura de esta ciudad.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***Instituto Nacional de Antropología e Historia***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Instituto Nacional de Antropología	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***7***		***Áreas naturales protegidas***		
Código de Indicador:	***ST7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	3
¿Qué mide el indicador/variable?	***La cantidad de áreas naturales protegidas existentes en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Desarrollo Sustentable.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el municipio de Tampico existe el área natural protegida de la Laguna de la Vega Escondida de conformidad al acuerdo publicado en el Periódico Oficial del Estado, el día 12 de noviembre de 2003.*** ***En la zona conurbada de Tampico, Ciudad Madero y Altamira se localiza la zona denominada manglar Miramar. La Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO) considera que es un lugar con relevancia biológica y con necesidades de rehabilitación y protección ecológica.*** ***En el municipio de Tampico se ubica la Laguna del Carpintero la cual es uno de los principales atractivos turísticos. Este lugar ofrece áreas de esparcimiento familiar y recorridos turísticos en los cuales se puede observar la diversidad de flora y fauna de la zona.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad, Periódico***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Comisión Nacional para el Conocimiento				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***8*** ***Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado***
Código de Indicador: ***ST8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***La situación actual en cuanto al Ordenamiento ecológico estatal y/o regional en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Desarrollo Sustentable.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En Tamaulipas el marco jurídico-legal en el que se encuentran los elementos normativos en materia ecológica se constituye por siete leyes actualmente vigentes.*** ***En concreto, existió desde 1991 La Ley de Equilibro Ecológico y Protección al Ambiente (ult. mod. 07/01/2005, D 162).*** ***En el municipio de Tampico existe desde el 26 de abril del año 2000, el Reglamento Municipal para la Protección y Control de la Calidad Ambiental.*** ***En el municipio de Ciudad Madero existe un reglamento de ecología y gestión ambiental desde el 11 de noviembre de 2001.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	x X X
Fuente:		
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Constitución Política del Estado	***x***

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Sustentabilidad Turística***				
Indicador:	***9***	***Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico***			
Código de Indicador:	***ST9***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?	***La situación actual en desarrollo turístico en el Destino Tampico-Ciudad Madero considerando la participación de FONATUR y otras instituciones.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Con el propósito de fomentar la oferta turística en la zona conurbada de Tampico-Ciudad Madero-Altamira, en el Estado de Tamaulipas, FONATUR junto con el Gobierno del Estado de Tamaulipas, el Municipio de Ciudad Madero e inversionistas privados de la zona decidieron unir sus esfuerzos y recursos para participar en un proyecto de turismo social, por lo cual en el mes de noviembre de 1993, celebraron un Acuerdo de Intención entre el Gobierno del Estado de Tamaulipas, el Municipio de Ciudad Madero, FONATUR, Desarrollo Turístico de Playa Miramar, S.A. de C.V. y Grupo Tamex, S.A. de C.V., en Noviembre de 1993, y señala en su cláusula 19 que la empresa Desarrollo Turístico de Playa Miramar, S.A. de C.V. participaría en la constitución de la empresa Fomento Turístico Miramar, S.A. de C.V., con la aportación de los lotes sobre los cuales se construiría el Centro Vacacional contemplado en el Programa "Turismo para Todos"(FONATUR, 2013).***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Fondo Nacional de Fomento al Turismo***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Fondo Nacional de Fomento al Turismo				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***10*** ***Ordenamiento ecológico territorial decretado***
Código de Indicador: ***ST10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***11*** ***Manejo de Riesgo***
Código de Indicador: ***ST11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	☐ ☐ ☐ ☐
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	☐ ☐

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***12*** ***Programas y diagnósticos en materia turística municipal***
Código de Indicador: ***ST12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***Las programas y diagnosticos en materia turística municipal en el Destino Tampico-Ciudad Madero considerando la participación de FONATUR y otras instituciones.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Dentro del Plan Municipal de Desarrollo de Tampico (PMD), para la gestión 2011-2013 (Gobierno Municipal de Tampico, 2013) se contempló reactivar la economía del destino turístico por medio de la recuperación de la confianza, inversión en capacitación turística, fomentar la inversión en infraestructura y promoción del destino.*** ***Por parte del municipio de Ciudad Madero, a través de la Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo, tiene una orientación más hacia el fomento al crecimiento y desarrollo económico en el municipio, que a las actividades eminentemente turísticas a través de la implementación de programas y proyectos que generen mayores oportunidades de empleo.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:	***http://www.ciudadmadero. gob. Mx***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***13*** ***Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo***
Código de Indicador: ***ST13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***La aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo en el Destino Tampico-Ciudad Madero.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los indicadores ambientales tienen como principal intención condensar datos extensos para complementar la elaboración y evaluación de políticas ambientales.*** ***El Sistema Nacional de Indicadores Ambientales (SNIA) cuenta con un conjunto de Indicadores Básicos del Desempeño Ambiental de México y tiene como principal objetivo brindar información que describa las tendencias de cambio y la situación actual del medio ambiente y los recursos naturales del país, así como las presiones que los amenazan y las respuestas institucionales que atienden su problemática.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [ ] Información de la Web [X]
Fuente:	***Sistema Nacional de Indicadores Ambientales***
Periodicidad de actualización:	
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Sistema Nacional de Indicadores Ambienta

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***14*** ***Planes y programas en materia de educación ambiental educativo***
Código de Indicador: ***ST14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción***

Método de obtención:
- Observación directa [ ]
- Registros Administrativos [ ]
- Información Estatal [ ]
- Información de la Web [ ]

Fuente:

Periodicidad de actualización: ***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***

Validación con:
- INEGI [ ]
- Anuario Estadístico [ ]
- Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Sustentabilidad Turística***			
Indicador:	***15***	***Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos***		
Código de Indicador:	***ST15***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Sustentabilidad Turística***			
Indicador:	***16***	***Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles***		
Código de Indicador:	***ST16***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 	
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:	 	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***17*** ***Certificado Programa Playas Limpias***
Código de Indicador: ***ST17***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1

¿Qué mide el indicador/variable?		***El Certificado Programa Playas Limpias en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de desarrollo sustentable.***
Detalles y Comentarios del Indicador:		***En el caso de la zona noreste del país, concretamente en el estado de Tamaulipas; una de las playas que mayor actividad y uso humano reportan, es la playa de Miramar en el municipio de Ciudad Madero. Extensa playa abierta de 10 kilómetros de arena blanca y pendiente suave que le permite avanzar decenas de metros sin que el agua le llegue a la cintura.*** ***El Ayuntamiento de Ciudad Madero gestionó la certificación de Miramar como Playa Limpia y Sustentable, reconocimiento que ostentará hasta 2014, donde tocará hacer las gestiones para la re-certificación; contando con el aval del más alto nivel de la Norma Oficial Mexicana NMX-AA-120-SCFI-2006 , que establece los requisitos y procedimientos para obtener certificado de calidad de playas por parte del Comité Técnico de Normalización Nacional de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (Gobierno Municipal de Ciudad Madero, 2013).***
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	x X X
Fuente:		***Gobierno Municipal de Ciudad Madero, Secretaria de Medio Ambiente y Recurso***
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Gobierno Municipal de Ciudad Madero	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***18*** ***Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce***
Código de Indicador: ***ST18***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***					
Indicador: ***19***					***Número de establecimientos con Certificado Green Globe***
Código de Indicador: ***ST19***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***20*** ***Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental***
Código de Indicador: ***ST20***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	☐ ☐ ☐ ☐
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	☐ ☐

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Sustentabilidad Turística***
Indicador: ***21*** ***Consumo de energía por cuarto***
Código de Indicador: ***ST21***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***La situación actual en cuanto al Consumo de energia por cuarto en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de Desarrollo Sustentable.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En términos generales el consumo de energía por cuarto de hotel es alto, debido a las condiciones climáticas de la zona, humedad y calor, aunado al tipo de generación de energía suministrada por la termoeléctrica de Altamira. Con base a la información encontrada este consumo varía de acuerdo a la categoría de los hoteles, por ejemplo, en hoteles de dos estrellas, que sólo tienen abanicos, el consumo es menor entre 30 a 40 % con respecto a hoteles de 3 a 4 estrellas que si cuentan con aire acondicionado. Hay que considerar en el consumo de energía, además del clima artificial, la iluminación, la televisión, secadora; y en algunos hoteles de 3 y 4 estrellas se puede hallar la plancha; por otro lado la humedad y el calor que son variables que afectan en la zona conurbada Tampico-Ciudad Madero, y elevan el gasto total del consumo y por ende su costo de operación. La camarista debe, cuando limpia la habitación, asegurarse que la iluminación y clima estén apagados.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:		
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Formación y Certificación***			
Indicador:	***1***		***Grado promedio de escolaridad***	
Código de Indicador:	***FC1***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	59% con secundaria
¿Qué mide el indicador/variable?	***Grado promedio de escolaridad en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino se observa que aproximadamente el 59 por ciento de la población que labora en actividades turísticas tiene hasta secundaria terminada, mientras que el 15 por ciento cuenta con carrera profesional.***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal	x		
	Información de la Web	x		
Fuente:	***Censo de Poblacion y Vivienda, 2010***			
Periodicidad de actualización:	***Cada 10 años***			
Validación con:	INEGI	***x***		
	Anuario Estadístico			
	Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***2*** ***Recursos humanos calificados para atender el sector turismo***
Código de Indicador: ***FC2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	15%

¿Qué mide el indicador/variable?	***Recursos humanos calificados para atender el sector en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Del los que trabajan en el sector turistico, el 15 por ciento cuenta con carrera profesional. Con este resultado se evidencia que la mayoría de los que laboran en alguna actividad turística no cuenta con un nivel de calificación para poder atender a los turistas que visitan el destino.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Censo de Poblacion y Vivienda, 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 10 años***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Formación y Certificación***						
Indicador: ***3***			***Porcentaje de personal del destino con educación turística***			
Código de Indicador: ***FC3***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	14%
¿Qué mide el indicador/variable?	***Porcentaje de personas del destino Tampico-Ciudad Madero con educación turística.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Las profesiones con las que principalmente las personas laboran en este sector son contabilidad y fiscalización, ciencias de la computación e ingeniería industrial, mecánica y metalurgia. Cabe resaltar que ninguna tiene relación directa con la formación turística. En realidad no existe personal que cuente con calificación turística en el municipio de Ciudad Madero; sin embargo, se observa que el ocho por ciento cuenta con carreras afines, tales como administración y gestión de empresas, negocios y administración e industria de la alimentación. En lo que respecta al municipio de Tampico, el 43 por ciento del personal que labora en actividades turísticas cuenta con carrera de derecho, secretariado y asistencia administrativa y contabilidad y fiscalización. Aunque existe una mayor participación de personal calificado con carreras afines cuya proporción representa el 14 por ciento.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Censo de Poblacion y vivienda, 2010***					
Periodicidad de actualización:	***Cada 10 años***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***4*** ***Planes de capacitación turística***
Código de Indicador: ***FC4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	☐ ☐ ☐ ☐
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	☐ ☐

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Formación y Certificación***				
Indicador: ***5***	***Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido***			
Código de Indicador: ***FC5***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***			
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***			
Método de obtención:	Observación directa			
	Registros Administrativos			
	Información Estatal			
	Información de la Web			
Fuente:				
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***			
Validación con:	INEGI			
	Anuario Estadístico			
	Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Formación y Certificación***			
Indicador:	***6***	***Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H***		
Código de Indicador:	***FC6***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 	
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:	 	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Formación y Certificación***				
Indicador:	***7***		***Porcentaje de empresas con distintivo M***		
Código de Indicador:	***FC7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Formación y Certificación***
Indicador: ***8*** ***Número de guías de turistas certificados***
Código de Indicador: ***FC8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción***

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Formación y Certificación***			
Indicador:	***9***	***Cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes***		
Código de Indicador:	***FC9***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 	
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:	 	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Formación y Certificación***			
Indicador:	***10***	***Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes***		
Código de Indicador:	***FC10***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 	
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:	 	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***				
Indicador:	***1***		***Conectividad aérea***		
Código de Indicador:	***AI1***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	1
¿Qué mide el indicador/variable?	***La Conectividad aérea del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de las condiciones de infraestructura y accesibilidad.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El Aeropuerto Internacional "General Francisco Javier Mina" de Tampico es el principal puerto de abastecimiento del noreste del país. Cuyo destino basa su dinamismo económico en su industria principalmente petrolera y sus derivados, comercial, servicios y pesca. El Aeropuerto Internacional "Francisco Javier Mina" fue sede, en 1921, del inicio de operaciones de Mexicana de Aviación, la primera aerolínea comercial en México.*** ***El Aeropuerto Internacional es considerado como uno de los más importantes del noreste del país. En 2007 se movilizaron 565,869 pasajeros (de acuerdo con las estadísticas de la SCT, para el año 2007) y 1,055 toneladas de carga, de las cuales 51% tuvieron como origen o destino la Ciudad de México, seguida por las ciudades de Monterrey con el 19% y Toluca el 17%. En cuanto a los vuelos nacionales, la distribución del origen o destino fue a México en 44% y Monterrey con un 22%, mientas que en los vuelos internacionales, se registró una baja en la participación de 5%.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Secretaria de Comunicaciones y Transportes,***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaria de Comunicaciones y				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***				
Indicador:	***2***	***Existencia de servicios de apoyo al turista***			
Código de Indicador:	***AI2***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	8	
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de servicios de apoyo al turista en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de servicios complementarios.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En términos generales, el destino Tampico-Ciudad Madero cuenta con los siguientes servicios de apoyo al turista, de tal forma que lo posiciona como una zona en la que puede garantizar su estancia en condiciones óptimas, los servicios son los siguientes:*** ***• Seguridad pública.*** ***• Sanidad en general (que brinda confianza en la calidad de agua y alimentos que consume el turista).*** ***• Teléfono, telégrafo y correo. Ubicado en el centro histórico en edificios de arquitectura francesa.*** ***• Hospitales, farmacias y servicio médico, que le garantizan atención al turista en cualquier emergencia.*** ***• Bancos y casas de cambio de monedas.*** ***• Trasportación local, taxis y autobuses.*** ***• Estaciones de combustible y taller mecánico especializados.*** ***• Pólizas de seguros de vida, daños y accidentes.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Gobierno Municipal deTampico***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Gobierno Municipal deTampico				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***					
Indicador:	***3***	***Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino***				
Código de Indicador:	***AI3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***La Calidad y suficiencia en infraestructura terrestre y aérea del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de infraestructura en conectividad.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los municipios de Tampico y Ciudad Madero, forman parte de una Zona Metropolitana aunado con el municipio de Altamira, por lo que sus comunicaciones están intrínsecamente relacionadas.*** ***La conectividad de Tampico-Ciudad Madero con el resto del país se da a través de las carreteras México 180, México 80 y México 70. A través de la carretera 180, se tiene acceso a la región del Golfo de México hacia el sur y a través de la 80 hacia el norte a Cd. Victoria, Monterrey y la frontera con Estados Unidos. La carretera 70 proporciona conectividad con la región centro del país, vía San Luis Potosí.*** ***La estructura vial regional, en complemento con la ferroviaria, marítima y aérea con que cuenta el municipio, propicia la vinculación de la Zona Metropolitana con el mercado nacional e internacional (IMEPLAN, 2011). Considerando que el destino Tampico-Ciudad Madero es visto como un espacio turístico en el que se llega principalmente por la vía terrestre, ya que un alto porcentaje de su turismo llega a través del uso del automóvil o autobús, es de suma importancia el estado físico de las carreteras así como la seguridad en las mismas. Así mismos, cuenta con el aeropuerto internacional "General Francisco Javier Mina", considerado como uno de los más importantes del noreste del país.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	X				
Fuente:	***IMEPLAN***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: IMEPLAN					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***				
Indicador:	***4***	***Calidad en el transporte local del destino***			
Código de Indicador:	***AI4***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?	***La Calidad en el transporte local del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de comunicación vial.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Se detectaron varios factores que dificultan el óptimo funcionamiento del sistema de transporte, entre los que destacan la ineficiencia en las rutas y tiempos, así como en los costos del servicio, mismos que a la fecha han registrado incrementos, el exceso de vueltas a la izquierda y los semáforos mal sincronizados generan fuertes congestionamientos, asociado a la mala infraestructura vial y diseño de las rutas , así como la falta de vialidades con las condiciones aptas de trazo, continuidad y estado físico.*** ***Las unidades de transporte se concentran en las principales vialidades primarias y secundarias del municipio, tales como la carretera Tampico-Mante, los bulevares Fidel Velázquez y Adolfo López Mateos, las avenidas Hidalgo, Monterrey, Ayuntamiento, Cuauhtémoc, Emilio Portes Gil y Rosalío Bustamante, así como las calles Álvaro Obregón y Altamira; Avenida Hidalgo; Avenida Universidad; Avenida Monterrey, por mencionar algunas.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***Secretaria de Comunicaciones y Transportes***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaria de Comunicaciones y Transporte				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***5*** ***Tarifas hoteleras***
Código de Indicador: ***AI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1100

¿Qué mide el indicador/variable?	***Las tarifas hoteleras del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de competitividad hotelera.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la actualidad, en la zona se cuenta con 2,521habitaciones, de éstas 1,864 se encuentran en Tampico y 657 en Ciudad Madero. Entre las categorías: 5 estrellas se cuenta con 306 habitaciones con precios por noche que van desde los $1,100 a $1,800; 4 estrellas con 193 habitaciones con precios que van desde $700 a $1,000; 3 estrellas con 280 habitaciones que van de $500 a $650; 2 estrellas de $300 a $450 por noche; además de moteles y hostales con precios entre $100 y $300. Por lo anterior se puede afirmar que el destino Tampico-Ciudad Madero, cuenta con una oferta hotelera y tarifas muy diversificadas, ya que hay para todo tipo de ingreso.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***www.tampicomiramar.com***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: www.tampicomiramar.com	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***6*** ***Reglamento de imagen urbana vigente***
Código de Indicador: ***AI6***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***Los lineamientos del Reglamento de imagen urbana vigente en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino Turístico de Tampico-Ciudad Madero no existe un Reglamento Municipal de imagen Urbana Vigente; lo que existe en los dos Ayuntamientos es una serie de reglamentos que se aproximan a la problemática de la imagen urbana que existe en la zona. Dichas leyes y reglamentos tienen que ver con el desarrollo urbano.***	
Método de obtención:	Observación directa	X
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***páginas Web de los ayuntamientos del destino***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Accesibilidad e Infraestructura***				
Indicador:	***7***	***Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados***			
Código de Indicador:	***AI7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	2	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El grado de avance y/o aplicación de los planes de desarrollo urbano en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el marco de los ayuntamientos, tanto los ayuntamientos de Tampico y Ciudad Madero cuentan con los siguientes documentos: A) Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Ciudad Madero, Tamaulipas. B) Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Tampico, Tamaulipas. Documentos publicados en el año 2011 y que abordan la problemática existente en los destinos turísticos en materia de ordenamiento territorial y desarrollo urbano.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:	***Gobierno del Estado de Tamaulipas***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Gobierno del Estado de Tamaulipas				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***8*** ***Acceso a servicios básicos***
Código de Indicador: ***AI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***La situación actual en cuanto a el acceso a servicios básicos en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de competitividad en infraestructura.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El destino Tampico-Ciudad Madero, que representa el 15.1% de la población estatal, conlleva la obligación y responsabilidad de las autoridades a cargo en poner a la disposición de los habitantes de la zona los servicios básicos que permitan satisfacer parte de sus necesidades. En la actualidad, ambos municipios, respecto a las cifras que maneja el Consejo Nacional de Evaluación (CONEVAL) recuperadas en 2010, son considerados con muy bajo índice de rezago social, consecuencia de un mínimo porcentaje sin acceso a servicios de: educación, salud, agua, drenaje y energía eléctrica respecto a su población. De manera similar, el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2010) considera para ambos municipios, un índice de marginación muy bajo, con una mínima diferencia en el porcentaje de la población que no tienen acceso a los servicios básicos respecto al índice de rezago.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	X
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Consejo Nacional de Evaluación, Consejo Nacional de Población***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 5 años***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Consejo Nacional de Evaluación,	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Accesibilidad e Infraestructura***
Indicador: ***9*** ***Flujo de Personas y Medios de Transporte***
Código de Indicador: ***AI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	121

¿Qué mide el indicador/variable?	***El flujo de personas y medios de transporte del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de competitividad en infraestructura vial.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Actualmente, existe un total de 121 rutas del transporte local en el destino según datos del portal de internet http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas. Con estas rutas de servicio de trasporte público se tiene una cobertura total de los atractivos turísticos con los que cuenta el destino. Por otro lado, también se cuenta con transporte de taxi.*** ***En cuanto a los medios de transporte que se pueden utilizar para visitar el destino turístico Tampico-Ciudad Madero se encuentran el transporte aéreo, por autobús, en automóvil propio, transporte marítimo.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas-de-tamaulipas***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: http://seduma.tamaulipas.gob.mx/rutas	

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***1*** ***Percepción del nivel de inseguridad***
Código de Indicador: ***SP1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	N/A

¿Qué mide el indicador/variable?	***Percepcion del nivel de inseguridad en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Mad***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la actualidad derivado de las encuestadas aplicadas a personas dedicadas al sector servicios en los municipios de estudios, se reconoce que existe una alta percepción de la inseguridad, sin que esto afecte el desarrollo de sus actividades, la población ha perdido el miedo de salir por las noches, de invertir, por mencionar algunas. La población está consciente que continúa expuesta a situaciones de extorsión, secuestros, asaltos, pero sobre todo no reconoce la existencia de una autoridad que los respalde.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVI***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***2*** ***Porcentaje de delitos menores en relación a la población***
Código de Indicador: ***SP2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	5,247

¿Qué mide el indicador/variable?	***Porcentaje de delitos menores en relación a la población del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los delitos en los municipios de Ciudad Madero y Tampico, se presentan de manera constante en la zona, de acuerdo a la información presentada por INEGI 2010, en donde se presentaron un total de 5,247 delitos en el primer municipio y 7,500 en el segundo, lo que ubica al destino turístico de Tampico como más peligroso***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE, 2012)***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***3*** ***Número de policías en relación a la población***
Código de Indicador: ***SP3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/A

¿Qué mide el indicador/variable?	***Número de policiasen en relación a la población del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Debido a la influencia de los diferentes eventos provocados por el crimen organizado en la zona de estudio, las bajas en los elementos de la Policía han sido elevados.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***4***		***Incidencia delictiva***			
Código de Indicador:	***SP4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	12,351

¿Qué mide el indicador/variable?	***Incidencia delictiva en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***A pesar de los numerosos esfuerzos por parte de los gobiernos municipales, estatales y nacionales por fomentar la cultura de la denuncia ésta no va en aumento, lo que ocasiona que los encargados de reproducir los delitos sigan en las calles atracando, extorsionando, secuestrando o violentando a la ciudadanía sin temor a recibir un castigo. A su vez el Centro Nacional de Información, reveló que en lo que va del año 2013 en Tamaulipas se han perpetuado 12,351 delitos de los cuales 4,238 se realizaron de manera violenta mientras que un 8,113 fueron sin violencia.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	X
Fuente:	***Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre la Seguridad Pública***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años.***	
Validación con:	INEGI	***X***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico- Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***5*** ***Delitos a mano armada***
Código de Indicador: ***SP5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	Asaltos

¿Qué mide el indicador/variable?	***Delitos a mano armada en el Destino Túristico Tampico-Tamaulipas.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los municipios de Ciudad Madero y Tampico han sido afectados por algunas bandas de asaltantes que, han aprovechado la situación de temor provocada por el crimen organizado para realizar asaltos a la población civil, principalmente a transeúntes en las calles o avenidas así como en los estacionamientos de los distintos supermercados.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Índice de Inseguridad Ciudadana y Violencia, 2010***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años.***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***6***		***Homicidios dolosos***			
Código de Indicador:	***SP6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	9,000
¿Qué mide el indicador/variable?	***Homicidios dolosos en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***De acuerdo al Índice de Inseguridad Ciudadana y Violencia, 2010 de los 9,000 homicidios dolosos que se presentan en la zona, 1500 corresponde a ejecuciones del crimen organizado por cada 100 mil habitantes.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***Índice de Inseguridad Ciudadana y Violencia, 2010***					
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años***					
Validación con:	INEGI	***x***				
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador: ***7***			***Delitos a las instituciones de banca y crédito***		
Código de Indicador: ***SP7***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	N/A
¿Qué mide el indicador/variable?	***Delitos a las instituciones de banca y crédito en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los municipios de estudio cuentan con las principales instituciones crediticias del país, así como con una gran cantidad de cajeros automáticos ubicados estratégicamente en toda la ciudad, pero sobre todo en supermercados y centros comerciales, lo que permite garantizar a los turistas el fácil acceso a los mismos. Las organizaciones delictivas están a la orden del día y han diseñado diferentes métodos que les permiten realizar en segundos clonaciones de tarjetas de crédito/debito en distintos lugares, lo que ha dado lugar a que exista una desconfianza por parte de la población a realizar pagos con tarjetas al mismo tiempo que, por motivos de seguridad tampoco salen con cantidades elevadas de dinero, lo que propicia una disminución en el consumo de la población.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	***Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico	x			
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador:	***8***			***Delitos contra la salud***		
Código de Indicador:	***SP8***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	Bajan a un 54.9%
¿Qué mide el indicador/variable?	***Delitos contra la salud en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los delitos contra la salud son los que están relacionados con el transporte, venta, posesión y consumo de sustancias prohibidas. La zona turística del sur de Tamaulipas ha sido duramente castigada por la presencia del crimen organizado, lo que podría demostrar que en los municipios de estudio Ciudad Madero y Tampico e incluso en el Estado se ejercen una gran cantidad de delitos contra la salud, sin embargo y de acuerdo a las cifras de la Secretaría de Gobernación se detalla lo siguiente: en el año 2009 se reportaron en Tamaulipas un total de 1,610 delitos, distribuidos de la siguiente manera, 8 correspondieron a transporte, 412 al comercio, 1,163 por posesión, 1 por consumo y 26 por otros delitos que no especifica la encuesta. Sin embargo esta cifra para el 2013 es completamente radical ya que hay una disminución significativa, los delitos bajan un 54.9%.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal		x			
	Información de la Web		x			
Fuente:	***Secretaría de Gobernación***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico		x			
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador:	***9***		***Delitos no denunciados***		
Código de Indicador:	***SP9***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	91.6% en 2011 (Estatal)
¿Qué mide el indicador/variable?	***Delitos no denunciados en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el año 2010 el mayor número de delitos consistió en robos. A nivel estatal la ENVIPE, 2011 reconoce que el 91.6% de los delitos no son denunciados, debido a que la población lo considera como una pérdida de tiempo; no tiene confianza en la autoridad; lo considera de poca importancia o no cuenta con pruebas. Razón que impide a las autoridades ejercer una acción legal sobre los delincuentes, impidiendo que éstos continúen cometiendo actos delictivos que repercuten en la percepción de inseguridad de la población y afectan el destino turístico.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	***Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE)***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años.***				
Validación con:	INEGI	***x***			
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos
Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***10*** ***Denuncias del fuero común***
Código de Indicador: ***SP10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 88,643

¿Qué mide el indicador/variable?	***Denuncias del fuero común en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En Tamaulipas los delitos del fuero común suman 88, 643 de acuerdo a los datos proporcionados por INEGI, 2010 los cuales se clasifican en tres grandes rubros: robo, contra la seguridad física y otros. De los cuales 5,247 son perpetuados en el municipio de Ciudad Madero, mientras que Tampico percibe mayor incidencia en el delito con 7,500 denuncias.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIP***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 2 años.***	
Validación con:	INEGI	***x***
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***Seguridad Patrimonial y Física***			
Indicador:	***11***	***Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles***		
Código de Indicador:	***SP11***			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Descripción***		
Método de obtención:		Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:				
Periodicidad de actualización:		***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:		INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***12*** ***Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial***
Código de Indicador: ***SP12***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción***

Método de obtención:
- Observación directa [ ]
- Registros Administrativos [ ]
- Información Estatal [ ]
- Información de la Web [ ]

Fuente:

Periodicidad de actualización: ***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***

Validación con:
- INEGI [ ]
- Anuario Estadístico [ ]
- Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero,Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***					
Indicador: ***13***	***Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)***				
Código de Indicador: ***SP13***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	N/A
¿Qué mide el indicador/variable?	***Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Solidos Urbanos) en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La empresa CEDES Tamaulipas reporta que la zona tiene una especial movilidad en el desarrollo de estos recursos, siendo las que se encuentran en el territorio de estudio, las de: La playa de Miramar y el costado este del Boulevard Colosio así como a las márgenes del río Pánuco en el puerto de Tampico.*** ***De la misma manera la Semarnat, lleva acabo tres planes, los cuales se mencionan a continuación: Plan de manejo por residuos, Plan de manejo de grandes generadores, Plan de manejo minero metalúrgico. Los empresarios y la ciudadanía están comprometidos con el medio ambiente por lo tanto su contribución con los programas ecológicos favorece el desarrollo sustentable de la zona.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales***				
Periodicidad de actualización:	***Anual***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Secretaria de Medio Ambiente				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***14*** ***Volumen reciclado de desechos***
Código de Indicador: ***SP14***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	N/A

¿Qué mide el indicador/variable?	***Volumen reciclado de desechos en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El Programa Municipal de ordenamiento territorial y desarrollo urbano de Ciudad Madero nos explica que en el municipio se generan aproximadamente 216 toneladas al día de basura que se unifica con los 400 que genera el municipio vecino de Tampico.***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	x
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***Plan Municicpal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Ciudad Ma***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***
Indicador: ***15*** ***Programas para el manejo de residuos peligrosos***
Código de Indicador: ***SP15***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Seguridad Patrimonial y Física***				
Indicador: ***16***			***Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)***	
Código de Indicador: ***SP16***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	
¿Qué mide el indicador/variable?		***Centro de cuidados de la Salud (Hospitales, clinicas) en el Destino Turístico Tampico Madero.***		
Detalles y Comentarios del Indicador:		***Los servicios de salud están presentes en el Estado y existen diferentes Instituciones que los brindan, de acuerdo a los resultados proporcionados por INEGI en el año 2010, en Tamaulipas existían 734,046 habitantes sin acceso a los servicios de salud, mientras que en Ciudad Madero un total de 40,104 y 69,341 en el municipio de Tampico. Cifras agrupadas en los servicios de salud como IMSS, ISSSTE así como otras Instituciones públicas y de seguridad social.***		
Método de obtención:		Observación directa		
		Registros Administrativos		
		Información Estatal		
		Información de la Web	x	
Fuente:		***Censo de Població y Vivienda, 2010.***		
Periodicidad de actualización:		***Cada 10 años***		
Validación con:		INEGI	***x***	
		Anuario Estadístico		
		Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***1*** ***Porcentaje de visitantes y turistas que regresan***
Código de Indicador: ***PC1***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 79

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de visitantes y turistas que regresan al Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador de publicidad.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El total de visitantes en 2011 fue de 541,084, en 2012 de 686,792 y en 2013 de 626,419, lo que significó un aumento de visitante de alrededor de una cuarta parte de 2011 a 2012, y una caída para el periodo de 2012 a 2013 de 8.8 por ciento. El día con mayor afluencia de turistas ha sido el viernes santo, observándose mayor afluencia en el año de 2013 con un total de arribo de 156,612 turistas durante este día.*** ***Cerca del 79 por ciento de los turistas encuestados en los tres años analizados, expresó que no es la primera vez que visitan el destino turístico, en promedio han visitado previamente el destino turístico seis veces. El análisis de los tres años permite identificar que ha sido menor la frecuencia con la que los turistas visitan el destino turístico.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico***
Periodicidad de actualización:	
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Dirección General de Desarrollo

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Promoción y Comercialización***					
Indicador:	***2***	***Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino***				
Código de Indicador:	***PC2***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	99

¿Qué mide el indicador/variable?	***El porcentaje de visitantes que recomiendan el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador de publicidad.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Al analizar los resultados de la encuesta para el año 2013 se observó que el principal motivo que manifestaron los turistas para visitar el destino es la Playa Miramar, el segundo motivo es el de visitar a familiares y el tercero es por la cercanía con su lugar de origen. Mientras que en 2011 difirió el tercer motivo, dado que los turistas manifestaron que visitan el destino por la cuestión económica. Un dato importante que resalta es que los atractivos turísticos del destino Tampico-Ciudad Madero no es uno de los principales motivos por los cuales visitan este destino. La evidencia encontrada también expone que es mínima la incidencia de motivos de visita al destino por razones de gastronomía, simplemente lo hacen por conocer el destino.*** ***El 99 por ciento de los turistas encuestados respondieron que regresarían al destino turístico Tampico-Ciudad Madero. Entre las razones por las cuales regresarían se encuentran: porque les gustó, por la familia, por la cercanía, por la playa y por lo bonito del lugar. Por otro lado, los que manifestaron que no les gustó del destino fue porque lo consideraron muy sucio e inseguro.*** ***Analizando las respuestas de los turistas en cuanto a las sugerencias y comentarios, se encontró una alta incidencia en relación a que falta limpieza en la playa, las palapas son muy caras, más y mejores baños públicos, mejorar la vigilancia tanto en el día como en la noche, mejorar los señalamientos y que existe una presencia exagerada de vendedores ambulantes.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico***
Periodicidad de actualización:	
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Dirección General de Desarrollo Económico y Turístico Económico y Turístico

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Promoción y Comercialización***					
Indicador:	***3***	***Diversificación en segmento de población***				
Código de Indicador:	***PC3***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***La diversificación en segmento de población del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El perfil de mercado marca un turismo familiar y joven, con edad promedio de 40 años en los padres con hijos adolescentes y menores. El destino es familiar y se debe ir incrementando el nivel de gasto promedio. Los estudios de mercado realizados por la Dirección de Turismo del Ayuntamiento de Ciudad Madero, arrojaron que el 92% de los encuestados viaja en familia y 75% gasta hasta $10,000 durante su estancia promedio de 5 días.*** ***Cuando un destino busca la especialización de sus servicios orientados a satisfacer la demanda específica de un segmento, se crean sinergias de esfuerzos compartidos entre el sector público y privado que hacen de la diversificación una estrategia integral más allá del ámbito turístico.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos	X				
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Estudio de mercado***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro: Dirección de Turismo del Ayuntamiento					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***4*** ***Diversificación en segmento mercado***
Código de Indicador: ***PC4***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?		***La diversificación en segmento de mercado del Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***
Detalles y Comentarios del Indicador:		***El destino tiene diversas vertientes*** ***Turismo de negocios. Con el evento denominado "Meeting Place", la marca Tampico-Miramar logra colocarse en el mapa internacional de congresos y convenciones. En este encuentro, participaron más de 80 meeting planners nacionales e internacionales, se destacaron las bondades de Tamaulipas para la atracción de este segmento del turismo de convenciones.*** ***Turismo de sol y playa.- Según el estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico realizado en semana santa 2013 por el municipio, la Playa Miramar en Ciudad Madero, representa en el Estado el 69.49% del total de afluencia turística de sol y playa y el 73% de la derrama económica generada en este segmento. El Municipio de Ciudad Madero consolida así su liderazgo como destino turístico de playa en el noreste de México.*** ***Turismo de reuniones.- El destino ostenta la certificación en el segmento de turismo de reuniones a través del programa CMS (Certified Meeting Specialist) 2012, donde se calificó a 241 personas entre estudiantes, hoteleros, restauranteros, guías turísticos, artesanos, gente de transporte público, trabajadores de gobierno en Turismo, proveedores de la ciudad, previo al inicio del Meeting Place Tampico Miramar.***
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X X
Fuente:		***Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico***
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Dirección General de Desarrollo	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***5***	***Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV´s) u organismos similares***				
Código de Indicador: ***PC5***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	2
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes u organismos similares en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Existe un Centro de Convenciones y Exposiciones inaugurado en septiembre de 2008, en los terrenos del Espacio Cultural Metropolitano, es un espacio con estándares de calidad internacional en donde se pueden realizar convenciones, eventos culturales, recreativos y exposiciones de cualquier tipo, ya que cuenta con salones para reuniones que pueden llegar a albergar hasta ocho mil quinientas personas. Se localiza en el área de la Laguna del Carpintero, en el Espacio Cultural Metropolitano, Blvd. Adolfo López Mateos No. 2400, CP 89050 Col. Obrera; Tampico.*** ***Por otra parte, en el municipio de Ciudad Madero, se encuentra el Centro de Convenciones construido y administrado por el Sindicato de Trabajadores Petroleros de la República Mexicana, actualmente dicho inmueble se encuentra en remodelación.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***http://www.expotampico.com/acercade.html***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Promoción y Comercialización***				
Indicador:	***6***	***Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).***			
Código de Indicador:	***PC6***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?		***El grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero.***			
Detalles y Comentarios del Indicador:		***En el destino, para las DMC's la Oficina de Congresos y Visitantes (OCV) representa una gran herramienta para buscar información, facilitar permisos, entre otros, pero sin involucrarse como unidades de organización exclusiva de apoyo a su evento. Como empresas aliadas se dan apoyo antes, durante y después del evento.*** ***Existen varias empresas dedicadas a la OCV, sin embargo son tres las empresas que colaboran con la OCV principalmente y que cubren los requerimientos de calidad y servicio, estas son:*** ***GRUPO ESCENA, GRUPO BARCELO y Megaeventos***			
Método de obtención:		Observación directa	X		
		Registros Administrativos			
		Información Estatal			
		Información de la Web			
Fuente:					
Periodicidad de actualización:					
Validación con:		INEGI			
		Anuario Estadístico			
		Otro:			

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***7*** ***Diversificación en segmento de mercado geográfico***
Código de Indicador: ***PC7***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***La Diversificación en segmento de mercado geográfico en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero.***
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El origen de mercado foráneo que visita el destino en vacaciones de semana santa son principalmente de los siguientes estados: Nuevo León, D. F. y Estado de México, San Luis Potosí y Veracruz, según estudio realizado por la Dirección General de Desarrollo Económico y Turístico del Ayuntamiento de Ciudad Madero. Una de las variables por las que el turista visita el destino, se asocia a la oferta de atractivos turísticos de la zona, principalmente el de Playa. Cabe señalar, el destino cuenta con una oferta turística orientada a los segmentos familiares en los periodos de semana santa y verano, y de negocios de manera permanente durante todo el año.***
Método de obtención:	Observación directa [ ] Registros Administrativos [X] Información Estatal [ ] Información de la Web [ ]
Fuente:	***Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico***
Periodicidad de actualización:	
Validación con:	INEGI [ ] Anuario Estadístico [ ] Otro: Dirección General de Desarrollo

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***Promoción y Comercialización***				
Indicador:	***8***	***Alcance de las campañas y medios de promoción.***			
Código de Indicador:	***PC8***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:	NA	
¿Qué mide el indicador/variable?	***El alcance de las campañas y medios de promoción en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el destino Tampico-Madero durante el período 2010-2013 se ha dado un gran impulso a la marca Tampico-Miramar. El trabajo coordinado de las direcciones de turismo municipales de Tampico, Ciudad Madero y el Gobierno del Estado, ha permitido colocar la marca e impulsar el desarrollo del destino turístico.*** ***Para el arranque del proyecto, se contó con una inversión de 2 millones pesos para la promoción turística de la marca Tampico-Miramar, con la participación de los dos Ayuntamientos y del Gobierno del Estado. Entre las campañas de promoción se cuenta con 40 espectaculares en diferentes estados de la República Mexicana, Nuevo León, Veracruz, Coahuila, DF, Estado de México e incluso en el extranjero, en Houston, Texas, a través de spots en televisión y revistas con la imagen de la actriz Cecilia Suárez.*** ***Se efectuarán viajes de promoción para visitar a los mayoristas, que se encargan de la organización de los charters, que en comparación al año anterior se incrementaron.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	X			
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	***http://www.Tampicomiramar.com/.html***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***Promoción y Comercialización***
Indicador: ***9*** ***Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.***
Código de Indicador: ***PC9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	☐ ☐ ☐ ☐
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	☐ ☐

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***Promoción y Comercialización***					
Indicador: ***10***	***Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.***				
Código de Indicador: ***PC10***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )		Cuantitativo (X)	Valor Observado:	0
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La existencia de agencias de viaje mayoristas es vital en el país, en especial por la promoción en el destino, al respecto, no existen este tipo de agencias en Tampico-Madero.*** ***En otro orden de ideas, en la zona existen 8 agencias de viajes, minoristas que desarrollan las actividades del sector, considerando que el estado de Tamaulipas es el principal destino del noreste mexicano.***				
Método de obtención:	Observación directa	X			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal	X			
	Información de la Web				
Fuente:					
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***1***		***Cuenta con Dirección de Turismo***			
Código de Indicador:	***GD1***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Dirección de Turismo en el Destino Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En ambos municipios se cuenta con oficinas especializadas en turismo. En Ciudad Madero, con el propósito de brindar un mejor servicio, se instaló en la administración municipal 2011-2013 la oficina de Turismo de Ciudad Madero, inmueble situado en la Avenida Monterrey, la cual tuvo un costo de 1'217,645 pesos y cuenta con atención turística y salas de juntas de primer nivel.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos	x				
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	**http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/**					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Gestión del Destino***					
Indicador: ***2***	***Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios***				
Código de Indicador: ***GD2***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Por parte de los funcionarios se considera que sí existe una buena coordinación entre las dependencias públicas en los tres niveles y las dependencias privadas. La prueba está en el desarrollo de la marca Tampico-Miramar, ésta se posicionó gracias al apoyo de dos niveles de gobierno: estatal y municipal, y a la sociedad civil (sector empresarial). Se pusieron de acuerdo y pudieron promocionar el destino como una marca que ahora se llama Tampico-Miramar.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Investigación de campo (entrevistas a empresarios en el sector turistico,***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Aplicación de encuesta.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***				
Indicador:	***3***	***Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)***			
Código de Indicador:	***GD3***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )		Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado) en el D***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Se cuenta con el Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Ciudad Madero. Es decir, el destino Tampico-Ciudad Madero no tiene un ordenamiento ecológico; todo lo que sea desarrollo tiene que estar basado en sustentabilidad. Existe una agenda 21 para el turismo, que habla sobre el ordenamiento territorial, de desarrollo urbano, ecológico. La playa Miramar no tiene un ordenamiento territorial; además, un hombre de negocios siempre invertirá en algo remunerativo, la ecología no lo es. Pero el contar con una playa limpia, habla de un beneficio a corto plazo***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	***http://www.ciudadmadero.gob.mx/transparencia/planmunicipal20112013.pdf.***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Gestión del Destino***					
Indicador: ***4***	***Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo***				
Código de Indicador: ***GD4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turísmo en el DestinoTampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El marco regulatorio está en vía de desarrollarse, las autoridades de turismo de la pasada administración 2011-2013, ya se pusieron en contacto mediante convenciones y congresos, donde están viendo lo que es el marco regulatorio a nivel federal para subir el nivel municipal. Se está buscando que se catalogue a Tampico como un destino turístico, para beneficiarse de los fondos. Hay buenas intenciones y se espera que, con el cambio de nuevas administraciones, la línea pueda seguir su curso. Que la velocidad del desarrollo anterior no se vea afectada. La idea es poder subirse a la política federal turística. Tampico, como puerto comercial ya no funciona, funciona solo turísticamente, entonces habrá que explotar el frente del río de otra manera.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Entrevista a profundidad con personal del Ayuntamiento de Tampico.***				
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años.***				
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Gestión del Destino***					
Indicador: ***5***			***Programas y diagnósticos en materia turística***		
Código de Indicador: ***GD5***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***Programas y disgnósticos en materia turística en el Destino Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los gobiernos municipales y los estatales cuentan con los programas y diagnósticos presentados en sus planes Municipales de Desarrollo de la Administración de cada municipio. Como resultado de estos trabajos, se han identificados las oportunidades existentes más las debilidades, tales como la falta en el desarrollo de inversión e infraestructura turística. La falta de señalamientos para dirigir al turista a los sitios de interés era una problemática que se resolvió con los diagnósticos. Es decir, se hizo algo al respecto. Como dice el Director de Economía y Turismo de Ciudad Madero:*** ***"Hay muchos programas y diagnósticos elaborados con la intención de saber cómo estaba la situación. Ya se tienen los mismos y se confirma que es un destino de negocios, que tiene algunas amenazas, pero tiene más fortalezas que aún no han sido explotadas, como la gastronomía [...]" Pero ha sido también por la falta de interés y presupuesto (O.I:A:/D.E.T.M/ ENT1).***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	x
Fuente:	***http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/planmunicipaldesarr***	
Periodicidad de actualización:	***Cada 3 años***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro: Entrevistas a profundidad.	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***6***	***Coordinación con organismos turísticos regionales***				
Código de Indicador:	***GD6***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Coordinación con organismos turísticos regionales en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La investigación sobre este factor arrojó que no existe esta coordinación institucional con otros organismos turísticos regionales. El Gobierno del Estado es quien controla las relaciones con otros organismos relacionados con el turismo ecológico y el de sol y playa. Pero que se mencione el destino turístico Tampico-Miramar, con otras opciones de turismo, no existe. Por otro lado, se encontró que en el periodo 2011-2013, en las administraciones municipales no hubo coordinación con otros organismos o dependencias en materia de turismo. No se tiene contacto con los organismos de los municipios que colindan con la zona conurbada, incluyendo la Huasteca, lo que representa una oportunidad, ya que se fortalece el destino si se combina con otros atractivos turísticos en este caso, sol y playa, con el ecoturismo en la Huasteca.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	x				
Fuente:	***http://www.tampico.***					
Periodicidad de actualización:	***Anual***					
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***7***		***Coordinación Institucional***			
Código de Indicador:	***GD7***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Coordinación institucional en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Maero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La Coordinación, entre las diferentes dependencias federales en materia turística, se considera buena, señala el Director de Economía y Turismo: "Por ejemplo, la SEMANARP, SECTUR, a nivel estatal, la PROFEPA, han acordado trabajar en los eventos de Semana Santa y otras festividades. Otro ejemplo es la coordinación de los municipios en los últimos dos años. Se invirtió en la promoción a Tampico-Miramar por parte de los municipios (O.I.A/D.E:T./ENT1). Por otra parte, comenta la Directora del Espacio Cultural Metropolitano de Tampico: "Veo que están trabajando muy bien y en conjunto […] leo en los periódicos o escucho, me doy cuenta, a través de los medios de comunicación, de todas estas reuniones que hay, por ejemplo en la rama turística, las autoridades, los prestadores de servicios, las cámaras y yo sí creo que hay una gran comunicación" (EHA/DECT/ENT9)***					
Método de obtención:	Observación directa	X				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Entrevistas a profundidad.***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***8***		***Normatividad Municipal***			
Código de Indicador:	***GD8***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Normatividad Municipal en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Se habla de normatividad municipal existente pero sin cumplir. Se habla de una normatividad en seguridad al respetar la simbolización de las banderas dentro de la playa. Los que mueren ahogados es por desobedecer las normas, por lo cual le hace falta un poco más de exigencia a la normatividad.*** ***Se comentó por el funcionario municipal "no es posible que a una playa que esté certificada, anden caballos o motos donde los turistas pisan [...] o existe una normatividad, al referirse a motos circulando en áreas específicas. A quienes tiran basura, también faltaría multar, con ese tipo de normatividad el destino puede mejorar" (O.I.A./D.E.T.de Cd. MADERO /ENT1). Entonces se tiene que las normas municipales deben contener reglamentos que se apliquen de manera específica a las zonas turísticas.***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***				
Indicador:	***9***		***Comités de turismo sustentable***		
Código de Indicador:	***GD9***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado: NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Comités de turismo sustentable en el Destino Turístico Tampico-Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el diario oficial del 30 de Abril del 1997 se publicó el reglamento para la creación del Consejo Turístico Municipal de Tampico, Tamaulipas. A pesar de que se contaba con un reglamento institucionalizado, se encontró que este Consejo Consultivo ya no se desarrolló en la administración municipal de Tampico (2001-2013). Se menciona que para las autoridades no tenía funcionalidad. Al respecto comenta el Director de Economía y Turismo en Ciudad Madero: Además de no trabajar como debía de haber sido, nunca se pensó en sustentabilidad. [....] Lo único fue que al hacer la certificación hubo que lograr varias situaciones con evidencia de difusiones ambientales ya que la certificación a final de cuentas es sustentable, entonces esta sustentabilidad se manejó ya que estaba bajo una norma. Para la certificación de la norma se lleva a cabo lo ecológico referente al reglamento para construcción. La normatividad no está en su mejor momento (O.I.A/ D.E y T Madero/ ENT1).***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	*http://www.yumpu.com/es/document/view/14607477/reglamento-del-consejo-co*				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro: Entrevistas en profundidad.				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***10*** ***Percepción sobre el comercio ambulante***
Código de Indicador: ***GD10***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***Percepción sobre el comercio ambulante en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***La percepción sobre el comercio ambulante que se tiene es una gran debilidad. Hay exceso de vendedores. El ambulantaje se pone fuera de los hoteles, impide la visión de los turistas al mar. Además de ser un problema en la playa también lo es en la playa y en la ciudad. Al respecto comenta el Presidente del Consejo Empresarial Comercial y Turístico de Ciudad Madero: "En el caso del comercio informal ha sido muy difícil para la autoridad municipal porque es un problema reubicarlos [...] se crea una situación tensa, un conflicto entre comercio formal y comercio informal. Hace falta aquí la vialidad; la vialidad en la zona está muy saturada". (RGN/PCECT/ENT 7). Se puede resumir que falta voluntad política y normatividad que debe ser aplicada.***	
Método de obtención:	Observación directa	x
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:	***Entrevista en profundidad***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***11***	***Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil***				
Código de Indicador:	***GD11***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la investigación se encontró que existe una participación activa del sector empresarial involucrado en el sector turístico; es decir, está muy comprometido. El empresario se involucra para realizar negocios. La Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas tiene una relación intensa con el gobierno, precisamente para promoción. Por otra parte se señala con respecto a la sociedad civil, de acuerdo al Director de Economía y Turismo de Ciudad Madero que la sociedad civil "casi no se involucra". (O.I.A/D.E.T. Cd. Madero/ENT1).***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***12***	***Participación de la sociedad en los eventos turísticos***				
Código de Indicador:	***GD12***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Participación de la sociedad en los eventos turísticos del Destino Tampico-Ciudad Madero.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Con la promoción que se ha dado a la celebración de la Virgen del Carmen a través de la marca Tampico-Miramar, el turismo religioso se ha incrementado en los tres últimos años. Debido a ello, numerosos fieles participan en esta festividad, entre otros eventos turísticos, por ejemplo en los festivales internacionales Tamaulipas y las fiestas de Semana Santa. Con respecto a los programas, las autoridades de Ciudad Madero señalan:*** ***En el programa Madero más que playa porque dijimos, la gente a Madero viene nada más a beber en el día. Y se van a Tampico al hotel. Déjalos en Madero y dales algo más. Entonces hicimos festivales artísticos y le pusimos Madero más que playa. En las noches, en las plazas públicas, en la misma playa presentamos eventos, aunque sea de baile, pero la gente se quedaba. Entonces, sí se involucró. Eso le gustó a la gente (O.I.A./D.E.T.de Cd. Madero/ENT1).***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor: ***Gestión del Destino***
Indicador: ***13*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo***
Código de Indicador: ***GD13***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA

¿Qué mide el indicador/variable?	***Sistema de Información Estadística del Turismo en el Destino Tampico-Ciudad Madero.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Se cuenta con el sistema de información estadística del turismo la cual se resguarda en los gobiernos municipales. En las páginas de Internet no se publican; las procesa y las conserva la Secretaría de Turismo. En esta oficina se encuentra la estadística del municipio de Ciudad Madero. Cada año se hace. Pero en la actualidad hay estadísticas, nada más que están dentro de los gobiernos. No los suben a la página, pero quien desee, las puede solicitar porque es información pública.***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 x
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***	
Periodicidad de actualización:	***Anual***	
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***					
Indicador:	***14***		***Nivel de Desarrollo turístico***			
Código de Indicador:	***GD14***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***Nivel de Desarrollo Turístico en el Destino Tampico-Ciudad Madero***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***El nivel de desarrollo turístico se percibe, según el Presidente del Consejo Empresarial de Ciudad Madero, como "de buen nivel, más siempre, siempre tenemos que reconocer que estamos debajo de otros destinos ya muy reconocidos y consolidados [...] estamos en un nivel de competitividad medio, tampoco bajo, medio, pero tampoco estamos arriba o alto" (RGN/PCE/ENT 7). Al respecto señala la Presidenta de la Asociación de Hoteles del Sur de Tamaulipas: "Yo creo que no estamos siendo competitivos la verdad, esta es mi percepción. Nos falta promoción" (SI/AHST/ENT3).***					
Método de obtención:	Observación directa	x				
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web					
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas.

Factor:	***Gestión del Destino***				
Indicador:	***15***	***Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal***			
Código de Indicador:	***GD15***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)		Valor Observado:	8 millones
¿Qué mide el indicador/variable?	***Presupuesto gubernamental destinado al turismo-estatal y municipal del Destino Tampico-Ciudad Madero.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En cuanto al presupuesto gubernamental destinado al turismo estatal y municipal, los montos aparecen en montos totales para la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo del Estado. Se encontró que en el año 2012 se presupuestó la cantidad de 8 millones de pesos, con los recursos de los municipios de Tampico y Ciudad Madero (F.V.C/G.O.V.T/ ENT2). A nivel estatal, los presupuestos se engloban incluyendo otros atractivos turísticos del estado tales como los pueblos mágicos; dentro de todo el presupuesto estatal el destino del recurso es para la promoción de la marca Tampico-Miramar. Es un presupuesto que no es suficiente. Por otro lado, están los presupuestos para la operación de las oficinas especializadas en turismo. La presidencia de Ciudad Madero invirtió para una oficina nueva de turismo. Se mantuvo la playa limpia, se logró la certificación de la playa, todo con presupuestos municipales, pocos son los estatales.***				
Método de obtención:	Observación directa	x			
	Registros Administrativos	x			
	Información Estatal				
	Información de la Web				
Fuente:	***Entrevistas en profundidad***				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***TICs e Información al turista***					
Indicador:	***1***		***Portal de internet del destino***			
Código de Indicador:	***TI1***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:	NA
¿Qué mide el indicador/variable?	***El portal de internet del Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En el caso de Tampico-Ciudad Madero, es recomendable presentar la información al menos en español e inglés.*** ***Al buscar información turística de la zona sur del estado de Tamaulipas en Internet, nos encontramos que existen muy pocas páginas web relacionadas con los sitios turísticos del área. Seleccionamos los dos sitios más representativos dedicados al turismo en el sur de Tamaulipas que cuentan con información relevante para el turismo tanto nacional como extranjero: a) La página de Turismo de gobierno del Estado y b) tampicomiramar.com.mx, mismas que a continuación describimos y analizamos.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	X				
Fuente:	***http://tampicomiramar.com.mx***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***2*** ***Información actualizada en el portal de internet del destino***
Código de Indicador: ***TI2***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ( )	Valor Observado: NA

¿Qué mide el indicador/variable?

La información actualizada en el portal de internet del Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Con respecto a la información de la página de Turismo oficial del Gobierno del Estado destinada a promocionar los lugares turísticos de la zona de Tampico-Madero, ésta presenta información pasada, y sólo contiene información de referencia acerca de la playa Miramar. Si se quiere conocer información de otros puntos de interés en la zona se tiene que abrir un archivo PDF, en el que se despliega un folleto con información de diversos lugares de interés turístico de la región.
En cuanto a la página de TampicoMiramar.com.mx, ésta tiene información relevante para los turistas nacionales y de habla hispana, y cuenta con algunas actividades próximas a realizarse, pero también presenta algunas secciones con links inactivos e información obsoleta.

Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	X
	Información de la Web	X
Fuente:	***http://TampicoMiramar.com.mx***	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***3*** ***Acceso a internet en sitios públicos***
Código de Indicador: ***TI3***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	8

¿Qué mide el indicador/variable?	***El acceso a internet en sitios públicos en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la actualidad, la zona de Tampico-Madero cuenta con acceso a Internet en las principales plazas comerciales de la localidad y en 8 de las 9 bibliotecas públicas de la zona se ofrece servicio gratuito de uso de computadoras e Internet. Además, se detectaron por lo menos doce cibercafés en la región. Cabe destacar también que el incremento del uso de teléfonos inteligentes da a los usuarios la posibilidad de acceso a Internet en cualquier parte de la ciudad y a cualquier hora, por medio de estos dispositivos. También es importante enfatizar que en el sitio turístico oficial del gobierno del estado, se indica que la zona de la Playa Miramar cuenta con servicio Wi-Fi gratuito.***	
Método de obtención:	Observación directa	X
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***TICs e Información al turista***					
Indicador: ***4***	***Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés***				
Código de Indicador: ***TI4***					
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado: 0
¿Qué mide el indicador/variable?	***La aplicaciones turísticas para móviles en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Existen múltiples aplicaciones que permiten reservar vuelos, hoteles, autos e infinidad de otros servicios. Es una herramienta que está siendo utilizada en los principales destinos turísticos para ofrecer a sus visitantes diversos servicios, desde guías turísticas, reservas de servicios, ubicación de sitios de interés con reseñas, hasta calendarización de actividades en el lugar de destino.*** ***Se realizó una búsqueda exhaustiva en los principales buscadores electrónicos, y se encontró que no existen aplicaciones turísticas para móviles dedicadas a la zona de Tampico-Madero. Sin embargo si existe en la pagina TampicoMiramar.com.mx, un listado de hoteles, comercios, entretenimiento, cines y servicios dedicados para el turismo en la zona.***				
Método de obtención:	Observación directa				
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	X			
Fuente:	http://TampicoMiramar.com.mx				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***5*** ***Indicadores de localización del destino***
Código de Indicador: ***TI5***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor:	***TICs e Información al turista***				
Indicador:	***6***		***Hits de visitas al portal del destino***		
Código de Indicador:	***TI6***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:
¿Qué mide el indicador/variable?			***Descripción del Indicador***		
Detalles y Comentarios del Indicador:			***Descripción***		
Método de obtención:			Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web		
Fuente:					
Periodicidad de actualización:			***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***		
Validación con:			INEGI Anuario Estadístico Otro:		

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor:	***TICs e Información al turista***				
Indicador:	***7***		***Líneas telefónicas***		
Código de Indicador:	***TI7***				
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ( )	Cuantitativo (X)	Valor Observado:	3	
¿Qué mide el indicador/variable?	***Las líneas telefónicas en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***				
Detalles y Comentarios del Indicador:	***En la actualidad, existe un número gratuito de la Secretaría de Turismo del Estado: 01(800)911-8874, que se encarga de proveer información a los turistas nacionales, sin embargo no existe un número para atender llamadas del extranjero. Al hablar a este número telefónico y pedir información turística de la zona de Tampico-Madero, la señorita que contestó el teléfono pidió que le diera un momento, y se escuchó como preguntaba en voz alta "¿Quieren información turística acerca de Tampico? ¿A quién se lo paso?", a lo cual siguieron cinco segundos de murmullos, hasta que se escuchó una voz que decía, "pásamelo a mí". Me transfirieron la llamada y de forma muy amable, me informaron que la mejor forma de encontrar información era irme al portal de Internet oficial y bajar el folleto informativo, que ahí podía encontrar todo lo que buscaba. Pregunté, si ahí se daba información sólo de la zona de Tampico-Madero y se me informó que no, que se daba información de todo el Estado. Pregunté que si tenían alguna aplicación turística para Tampico-Madero y me informaron que no contaban con aplicación alguna. Al preguntarles si me podían dar los datos de los puntos de información turística de la zona de Tampico me indicaron que no contaban en ese momento con esa información.*** ***Además, del número 01 (800) existen los teléfonos de las oficinas de Turismo del Ayuntamiento de Tampico, y Turismo del Ayuntamiento de Ciudad Madero. Sin embargo, al hablar para pedir información en las oficinas de Tampico nos dijeron que no podían atendernos ya que estaba por salir la administración por el cambio de gobierno local, y al hablar unas semanas después nos dijeron otra vez que no podían atendernos, porque acababa de entrar la nueva administración y todavía no sabían quienes iban a ser los encargados de las oficinas de turismo. Por el contrario, al hablar a las oficinas de turismo de Ciudad Madero, el personal se mostró atento y capacitado para contestar las preguntas respecto al destino turístico.***				
Método de obtención:	Observación directa	X			
	Registros Administrativos				
	Información Estatal				
	Información de la Web	x			
Fuente:	http://tampicomiramar.com.mx/				
Periodicidad de actualización:					
Validación con:	INEGI				
	Anuario Estadístico				
	Otro:				

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***8*** ***Teléfonos móviles***
Código de Indicador: ***TI8***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	0

¿Qué mide el indicador/variable?	***Los Teléfonos móviles en el Destino Turístico Tampico- Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Los teléfonos móviles están revolucionando el sector turístico. Los viajeros, ahora tienen múltiples opciones para buscar y reservar servicios turísticos desde la comodidad de sus teléfonos móviles.*** ***Según reportes del INEGI, el 59.2 % de la población en México utiliza teléfonos móviles (INEGI, 2012) y de acuerdo con la Asociación Mexicana de Internet, el 26% de internautas han realizado compras desde un teléfono móvil, y el turismo representa el 16 % del comercio electrónico en el país (AMICPI, 2013).***	
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web	 X
Fuente:	http://tampicomiramar.com.mx/	
Periodicidad de actualización:		
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro:	X

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***9*** ***Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico***
Código de Indicador: ***TI9***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:

¿Qué mide el indicador/variable? ***Descripción del Indicador***

Detalles y Comentarios del Indicador: ***Descripción***

Método de obtención:
- Observación directa [ ]
- Registros Administrativos [ ]
- Información Estatal [ ]
- Información de la Web [ ]

Fuente:

Periodicidad de actualización: ***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***

Validación con:
- INEGI [ ]
- Anuario Estadístico [ ]
- Otro:

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tampico-Ciudad Madero, Tamaulipas

Factor: ***TICs e Información al turista***						
Indicador: ***10***			***Existencias de puntos de información turística***			
Código de Indicador: ***TI10***						
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	( )	Cuantitativo	(X)	Valor Observado:	2
¿Qué mide el indicador/variable?	***La existencia de puntos de información turística en el Destino Turístico Tampico-Ciudad Madero, es un indicador del grado de utilización de TICs.***					
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Las oficinas de información constituyen una fuente medular de la promoción de los destinos turísticos. Estas representan una de las primeras opciones cuando los turistas enfrentan algún problema o duda respecto al lugar de visita. Es importante que éstos cuenten con personal capacitado para servicio a clientes y con la información necesaria para contestar todas las preguntas de los visitantes, así como contar con toda la información de los destinos turísticos en cuestión.*** ***Actualmente existen dos puntos de información turística en la zona de Tampico-Madero. Uno se encuentra ubicado en Tampico y tiene un horario de 8:00 am a 3:00 pm de lunes a viernes, el segundo punto de información turística está en Cd. Madero con un horario de 8:00am a 4:00 pm de lunes a viernes y de 10:00am a 2:00 pm en sábados y domingos.***					
Método de obtención:	Observación directa					
	Registros Administrativos					
	Información Estatal					
	Información de la Web	X				
Fuente:	***http://www.Tampicomiramar.com/.html***					
Periodicidad de actualización:						
Validación con:	INEGI					
	Anuario Estadístico					
	Otro:					

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: 0

Factor: ***TICs e Información al turista***
Indicador: ***11*** ***Sistema de Información Estadística del Turismo***
Código de Indicador: ***TI11***

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	( )	Valor Observado:

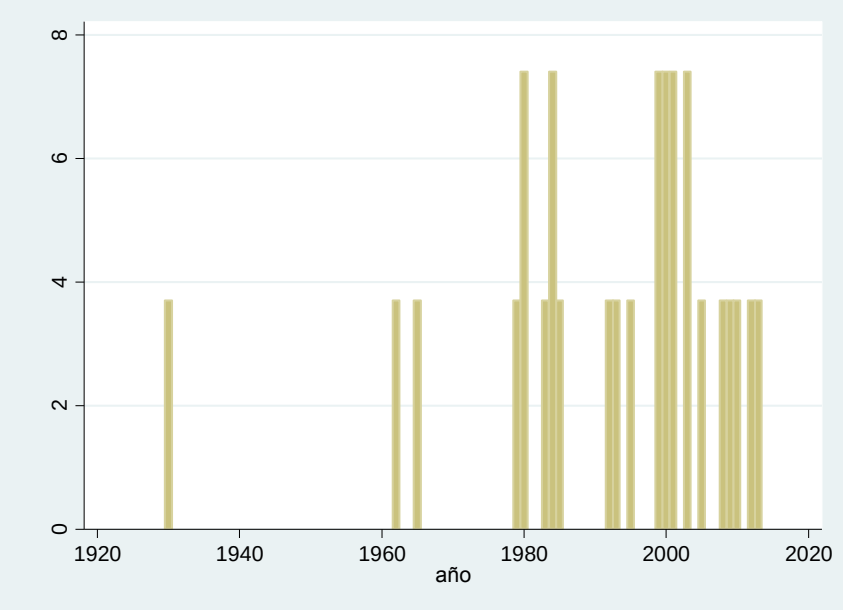
¿Qué mide el indicador/variable?	***Descripción del Indicador***	
Detalles y Comentarios del Indicador:	***Descripción***	
Método de obtención:	Observación directa	
	Registros Administrativos	
	Información Estatal	
	Información de la Web	
Fuente:		
Periodicidad de actualización:	***semanal, mensual, trimestral, anual, permanente***	
Validación con:	INEGI	
	Anuario Estadístico	
	Otro:	

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS (Tampico-Madero)

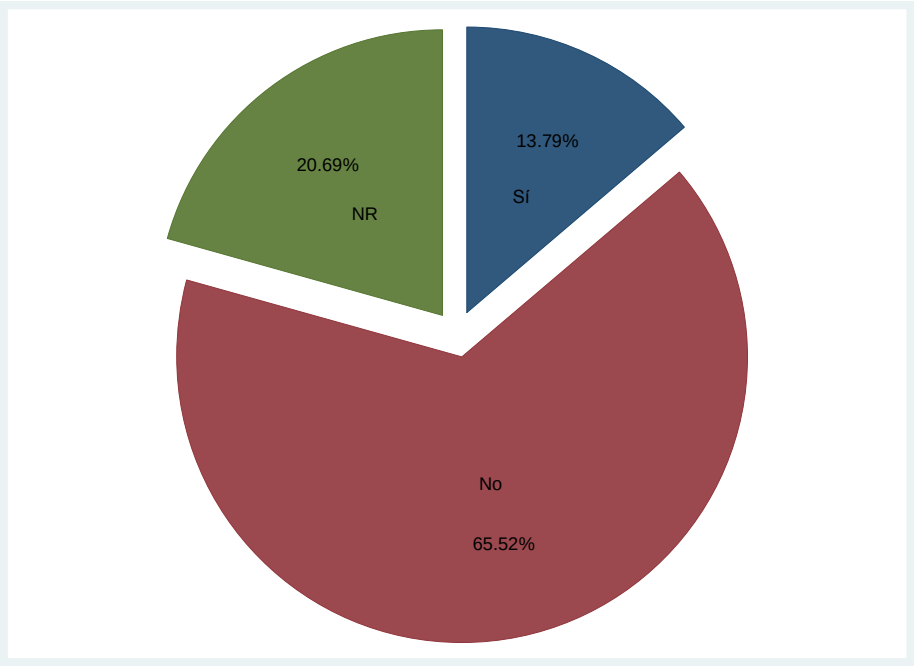
Resultados gráficos del cuestionario aplicado a prestadores de servicios turísticos en el destino Tampico-Ciudad Madero

I. Información General

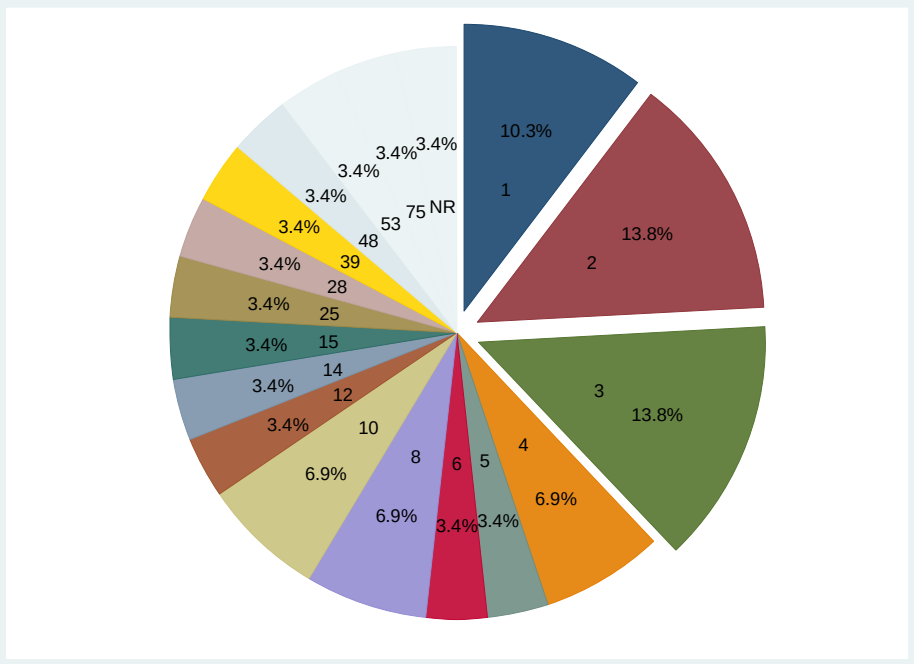
1.1 ¿En qué año inicio operaciones?



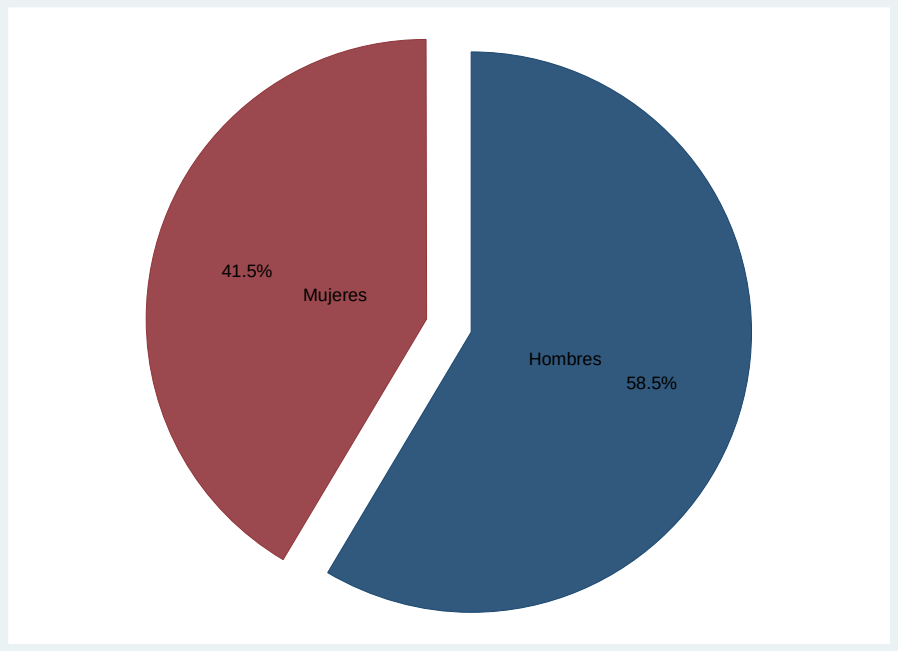
1.2 ¿Desde que inició operaciones su negocio, ha recibido algún apoyo económico, financiero, o de alguna otra índole?



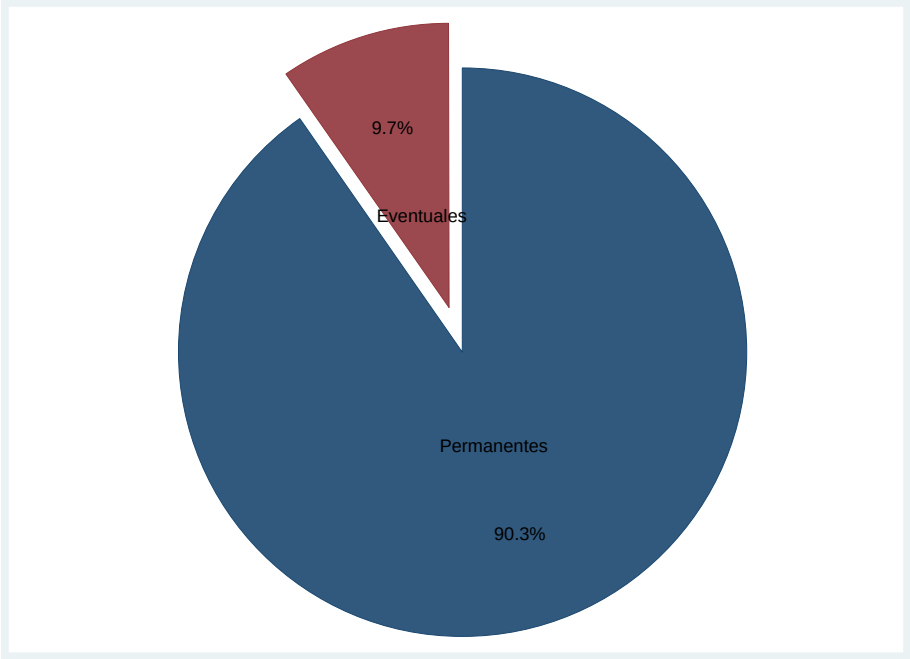
1.3 ¿Cuántos trabajadores laboran en este establecimiento?



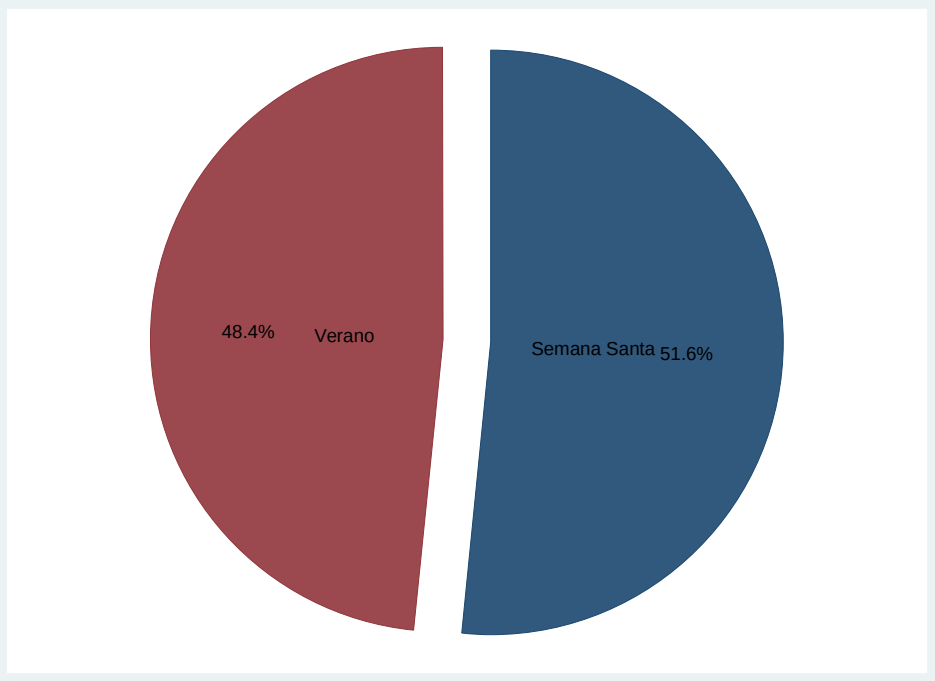
1.3.1.1 De éstos cuántos son:



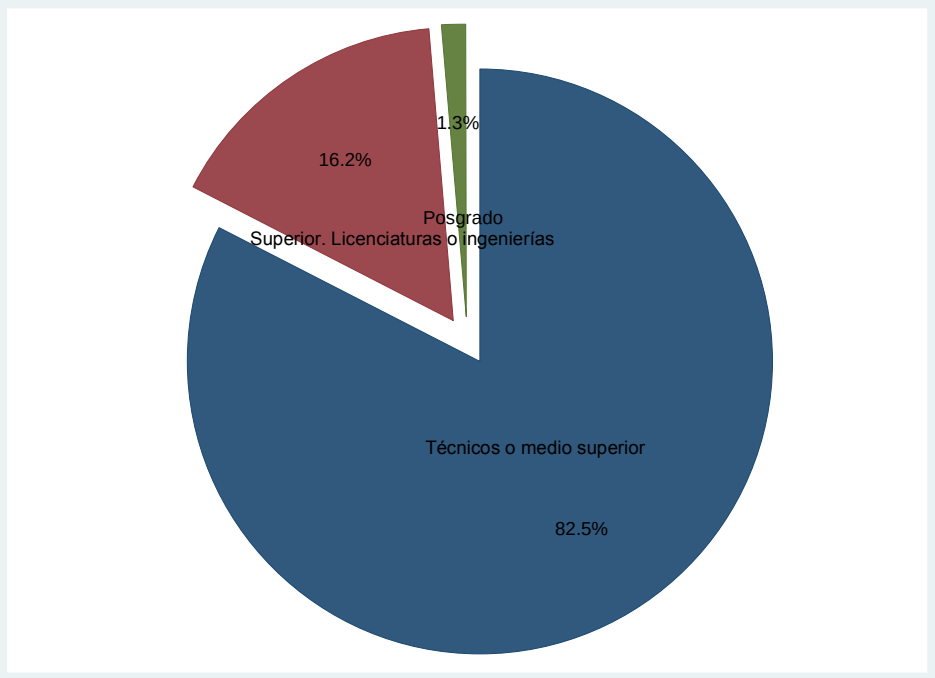
1.3.2 ¿Cuántos de estos trabajadores son: …?



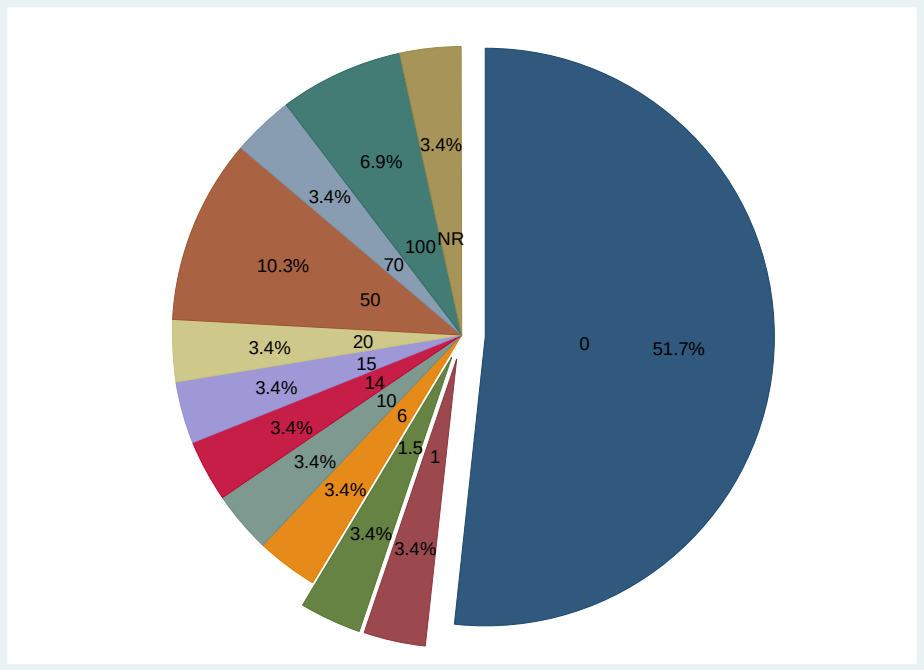
1.3.2.3. Cuántos de estos trabajadores son estacionales en: Semana Santa y verano



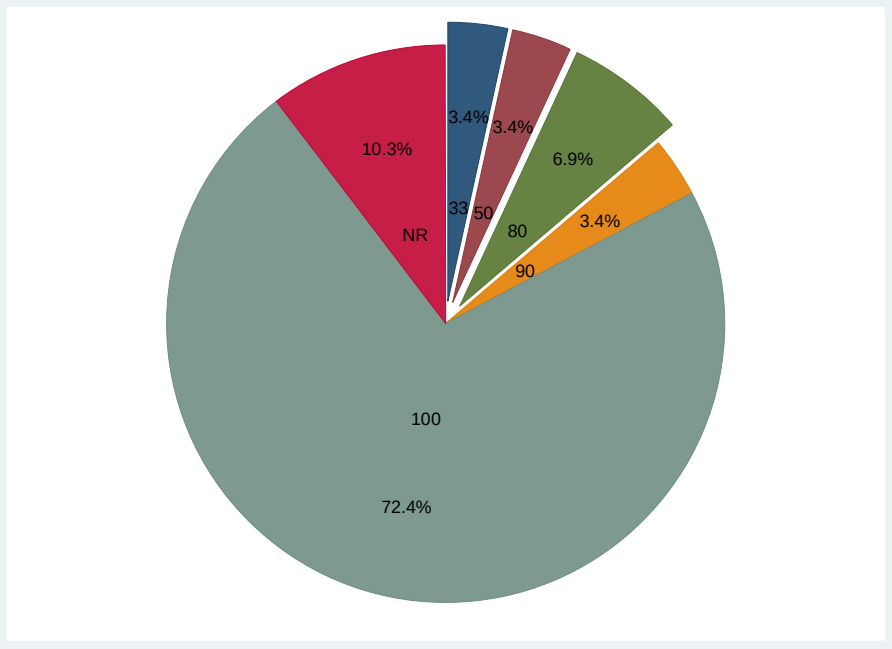
1.3.3 ¿Qué Porcentaje de los trabajadores de este establecimiento tiene estudios:



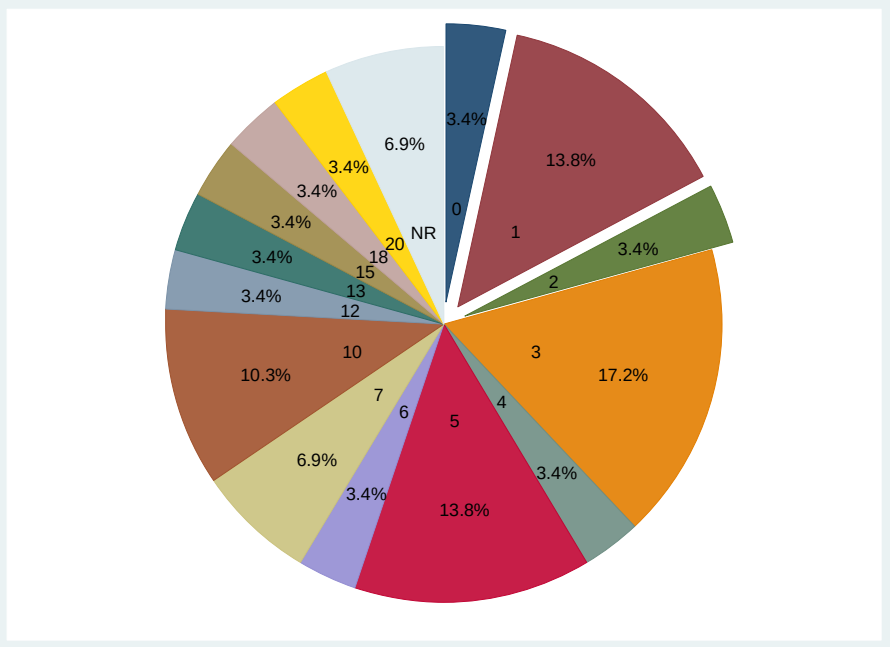
1.3.4. ¿Qué porcentaje de los trabajadores de este establecimiento tiene su formación en el área de turismo?



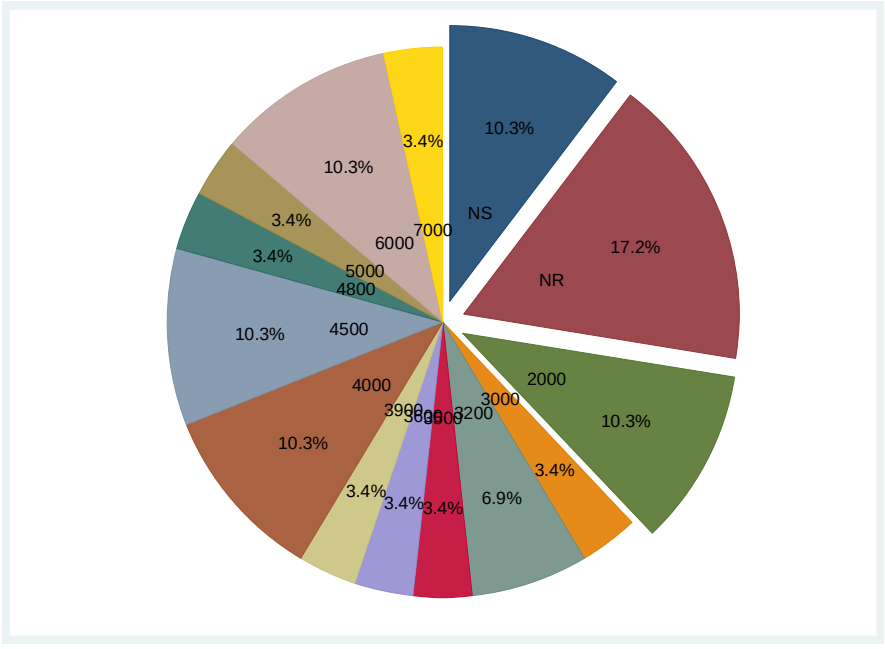
1.3.5. ¿Qué porcentaje del personal que labora en su establecimiento es originario de Tampico-Madero?



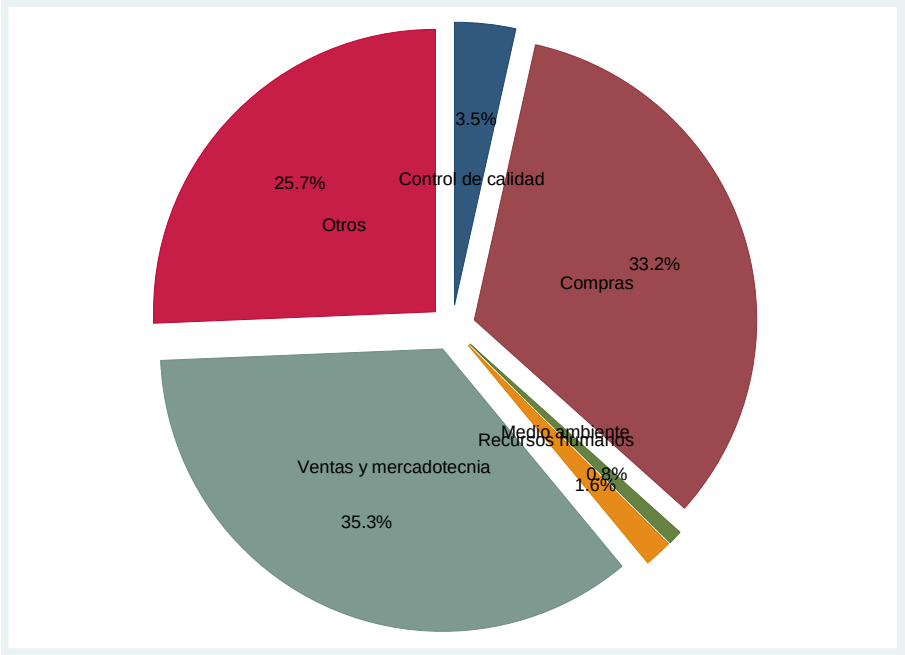
1.3.7 ¿Cuál es el promedio de años de antigüedad de los trabajadores de este establecimiento?



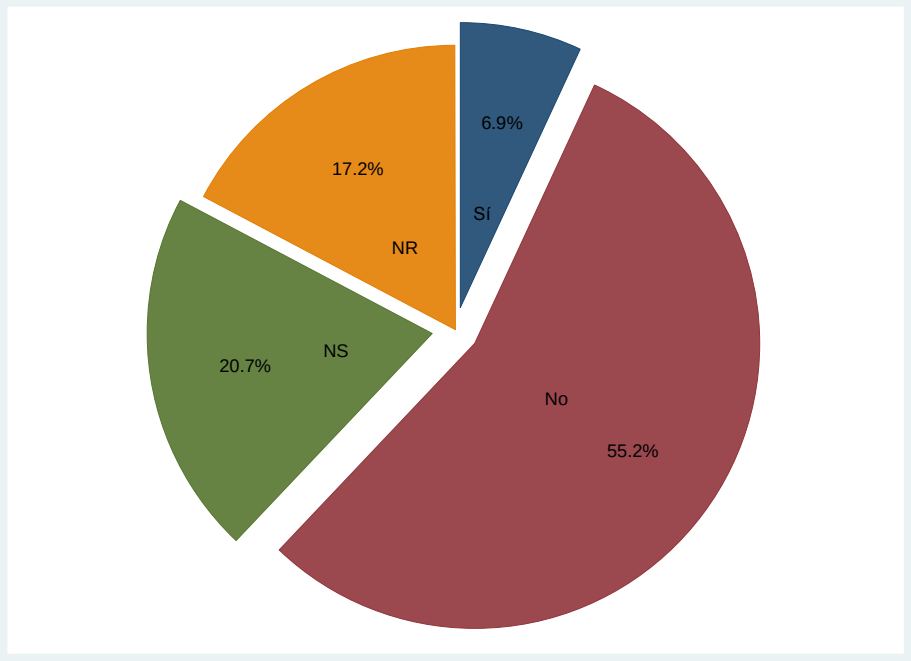
1.3.8 ¿Cuál es el nivel promedio de ingreso económico mensual del personal que labora en este establecimiento?



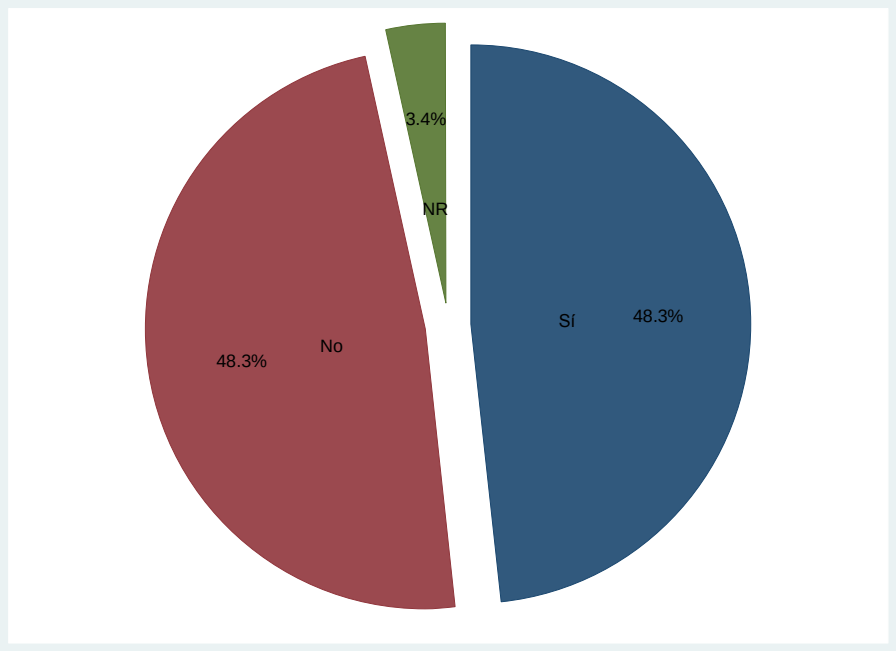
1.3.9 Actualmente en este establecimiento qué porcentaje del personal labora en el área de:



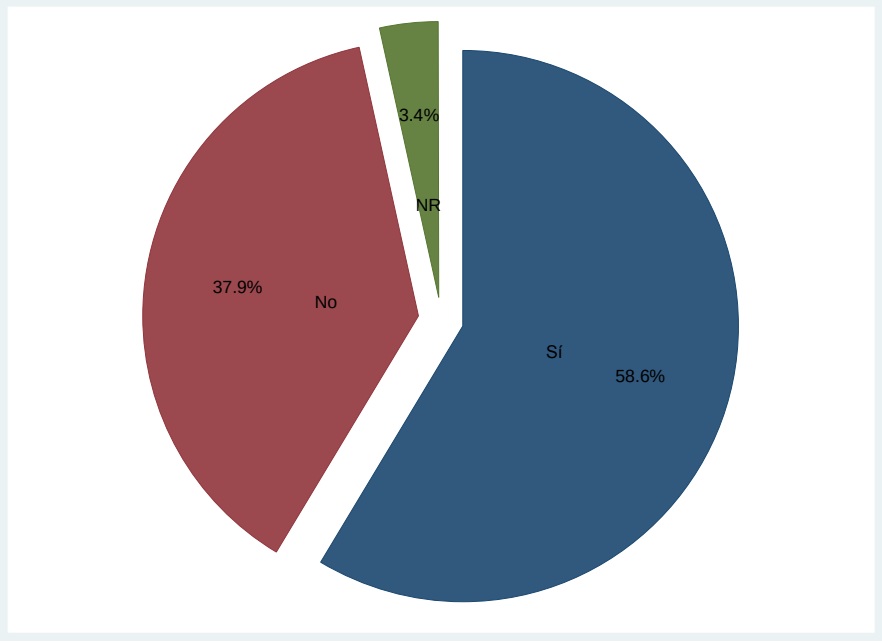
1.3.10 ¿Espera en un lapso menor a un año contratar más personal?



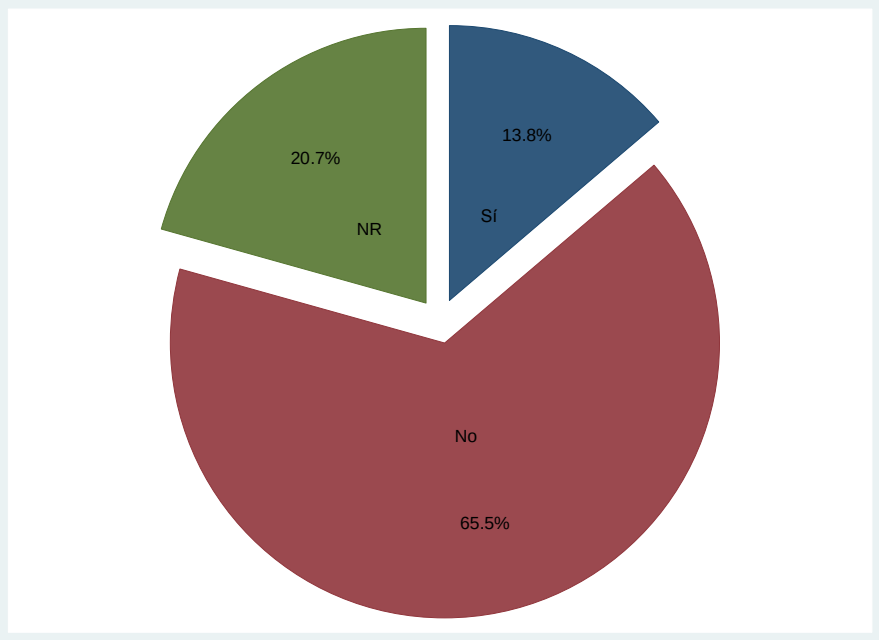
1.3. 11. ¿Cuenta con uniforme para cada área de actividad?



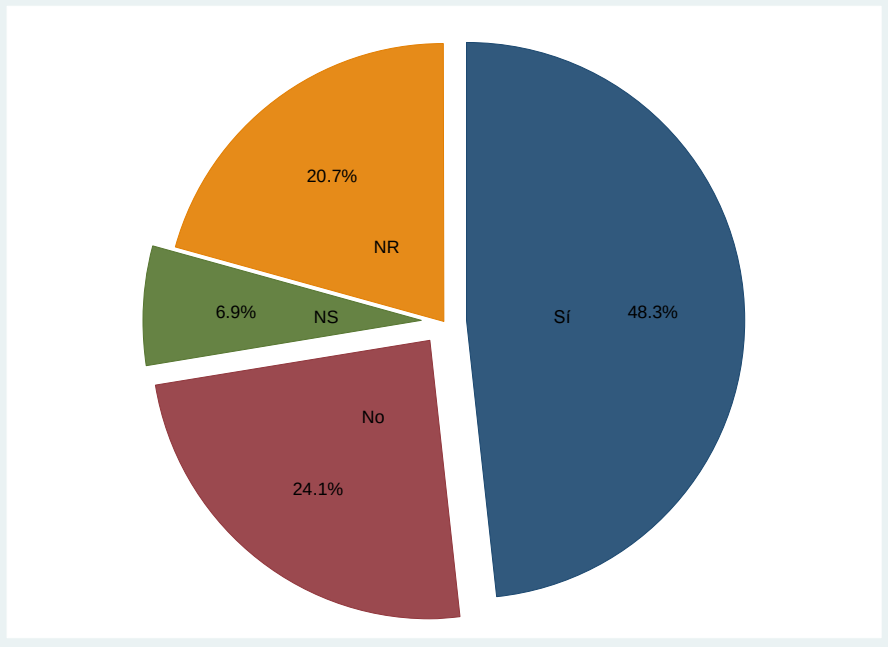
1.3.12. En este establecimiento durante el transcurso del año ¿al menos un trabajador recibió apoyo de la empresa para capacitación?



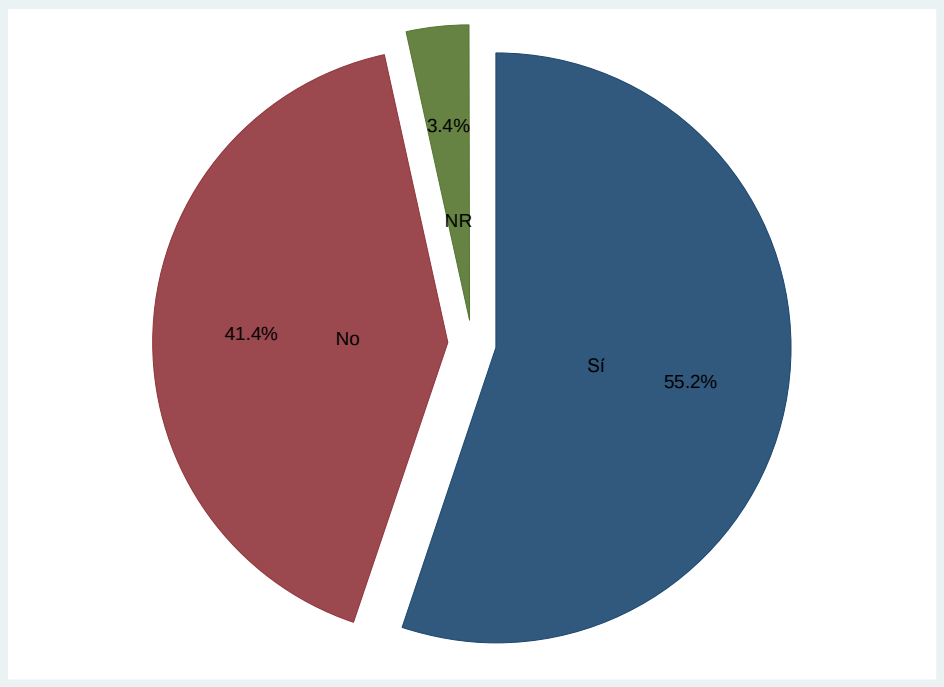
1.4. ¿Ha realizado la subcontratación (outsourcing) de personal para realizar alguna actividad específica en su establecimiento?



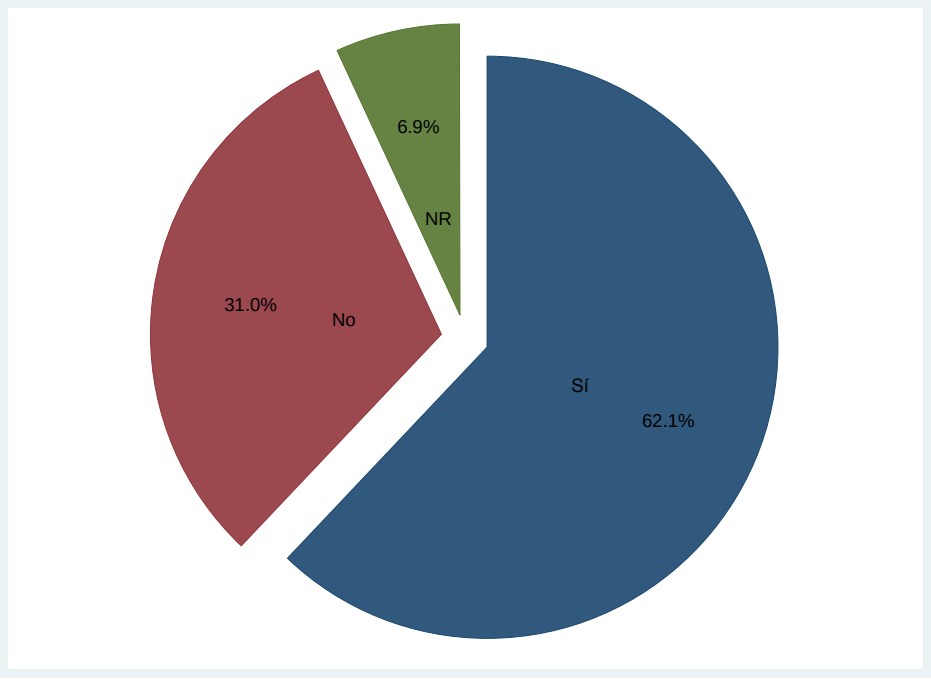
1.5. Indique si su negocio ha cumplido con alguna Norma Oficial Mexicana durante el último año



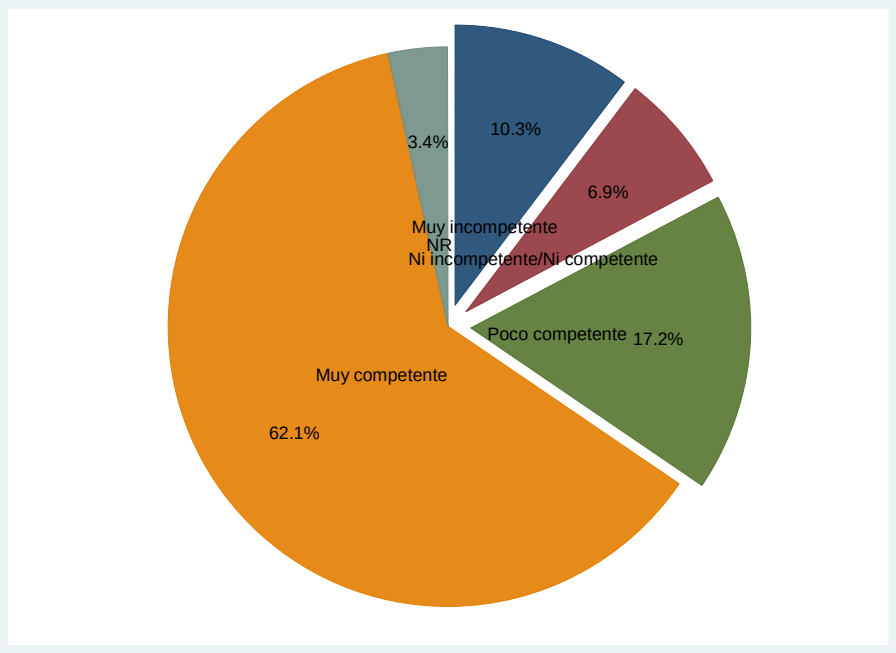
1.6. ¿Cuenta con reglamentos y/o manuales internos del establecimiento?



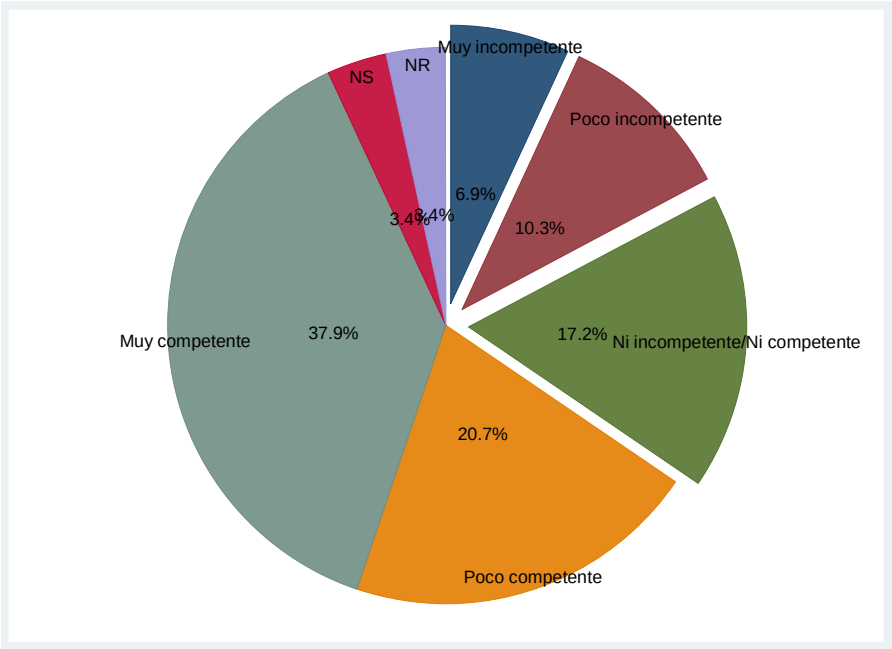
1.7. ¿Cuenta con protocolos de seguridad implementados en su establecimiento?



1.8. ¿Qué tan competitivo considera que es su establecimiento respecto a otros similares que se encuentran ubicados en Tampico-Madero?

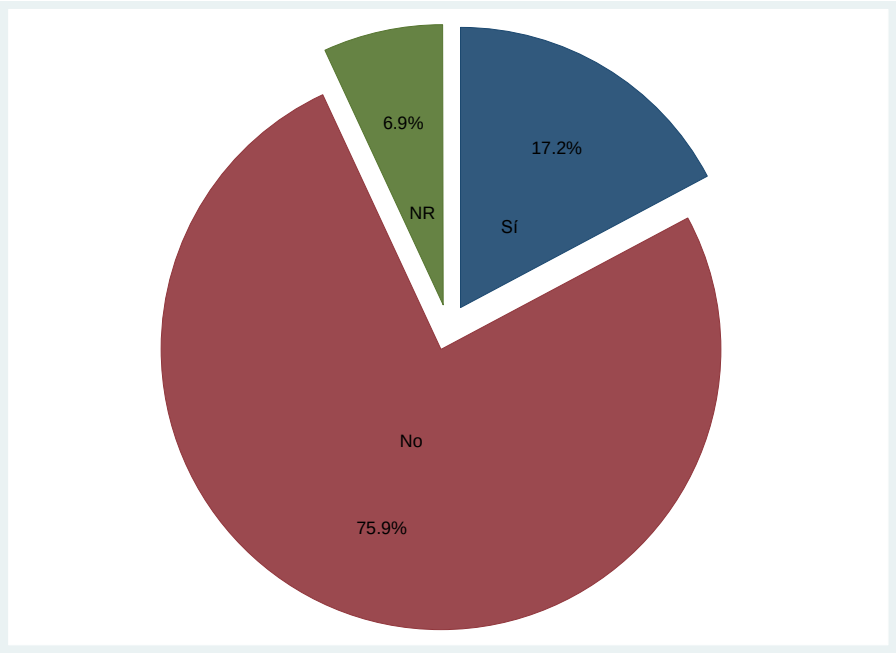


1.9 ¿Qué tan competitivo considera que es su establecimiento respecto a los otros similares que se encuentran ubicados en otros destinos turísticos a nivel nacional?

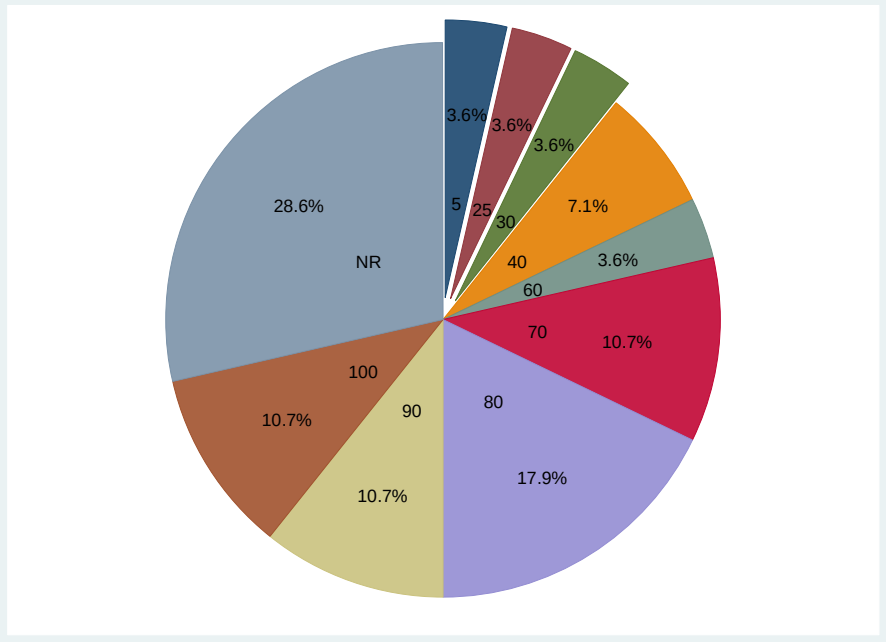


2. Oferta turística

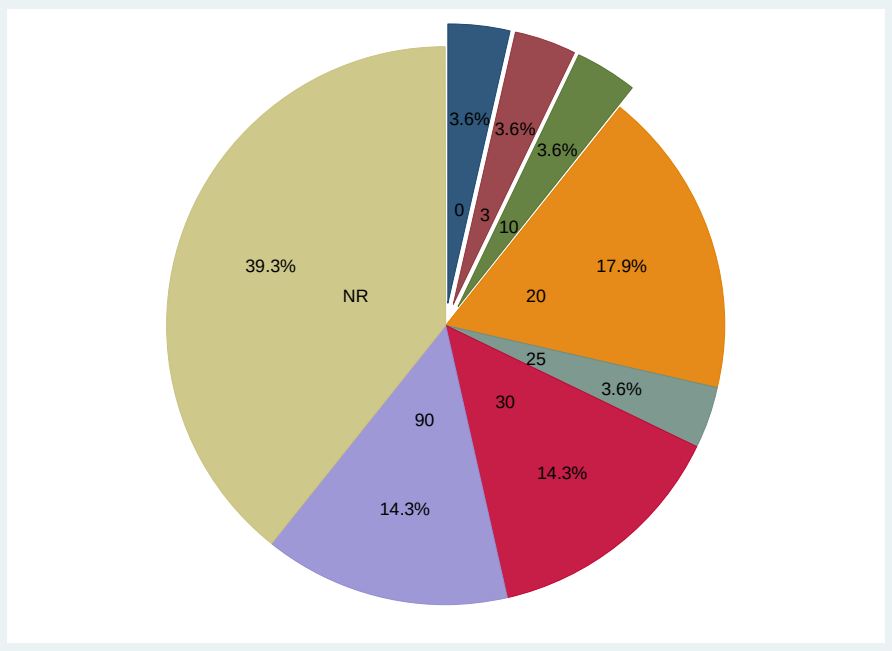
2.1 ¿Considera que en el destino Tampico-Madero, existe suficiente oferta turística?



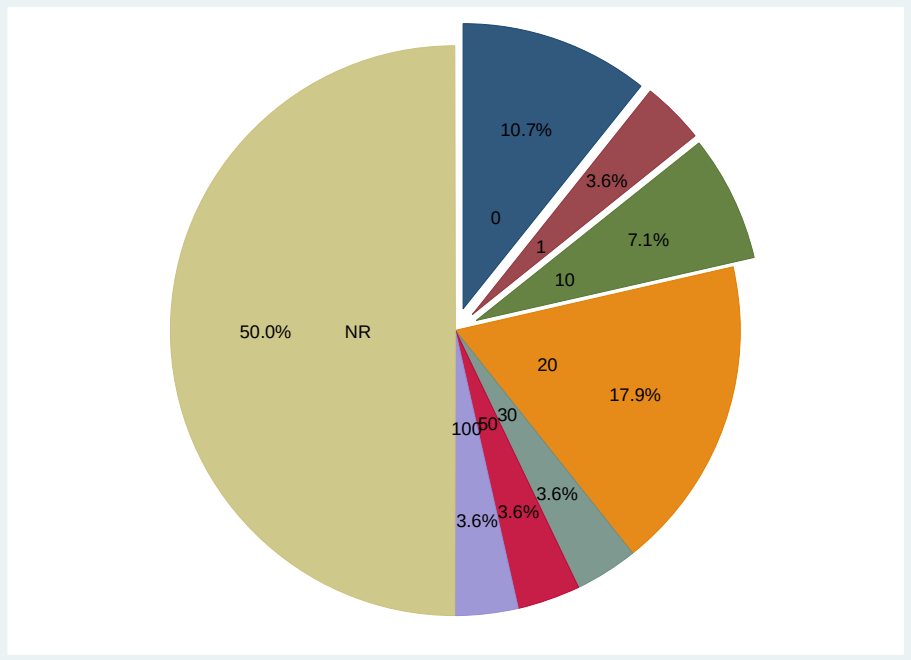
2.4.1 Anote el porcentaje de turistas que atiende en las siguientes temporadas: Turismo nacional –temporada alta



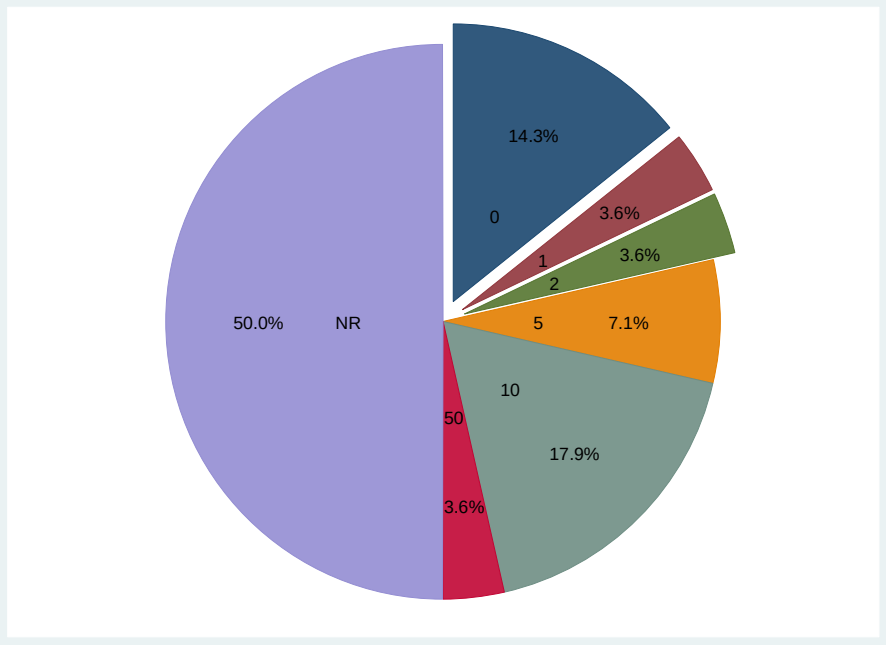
2.4.2 Anote el porcentaje de turistas que atiende en las siguientes temporadas: Turismo nacional –temporada baja



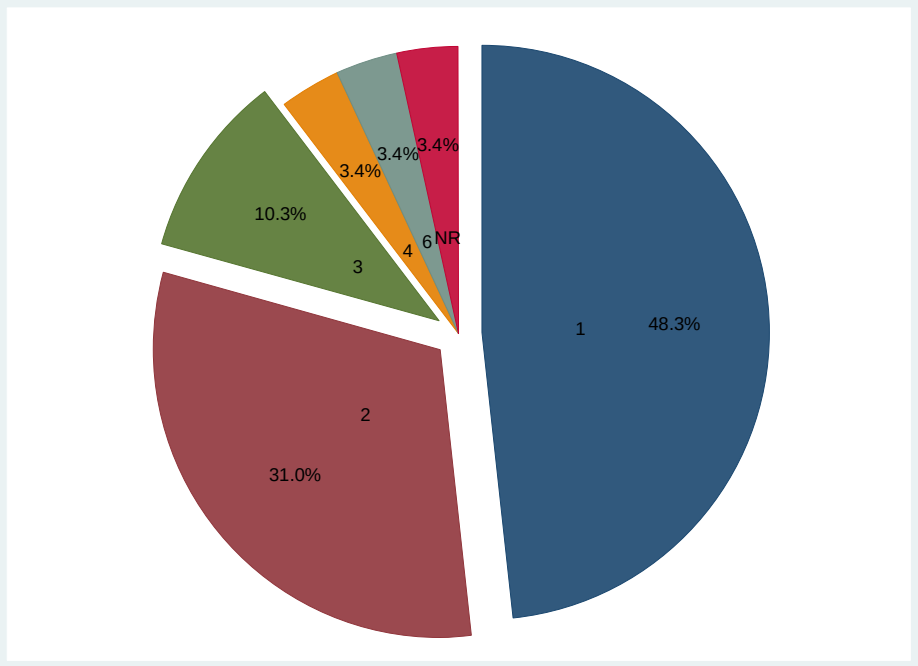
2.4.3 Anote el porcentaje de turistas que atiende en las siguientes temporadas: Turismo internacional –temporada alta



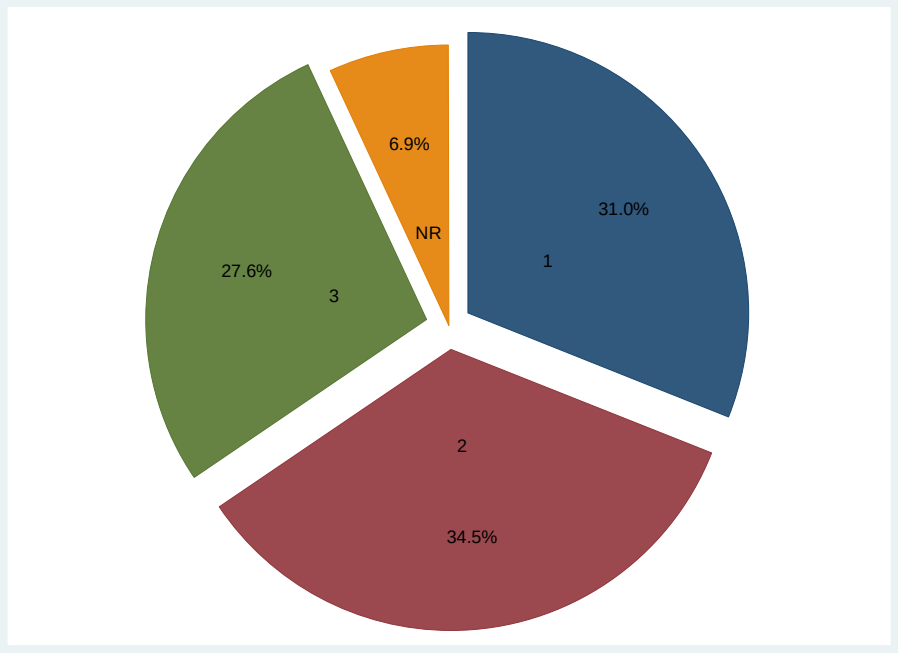
2.4.4 Anote el porcentaje de turistas que atiende en las siguientes temporadas: Turismo internacional –temporada alta



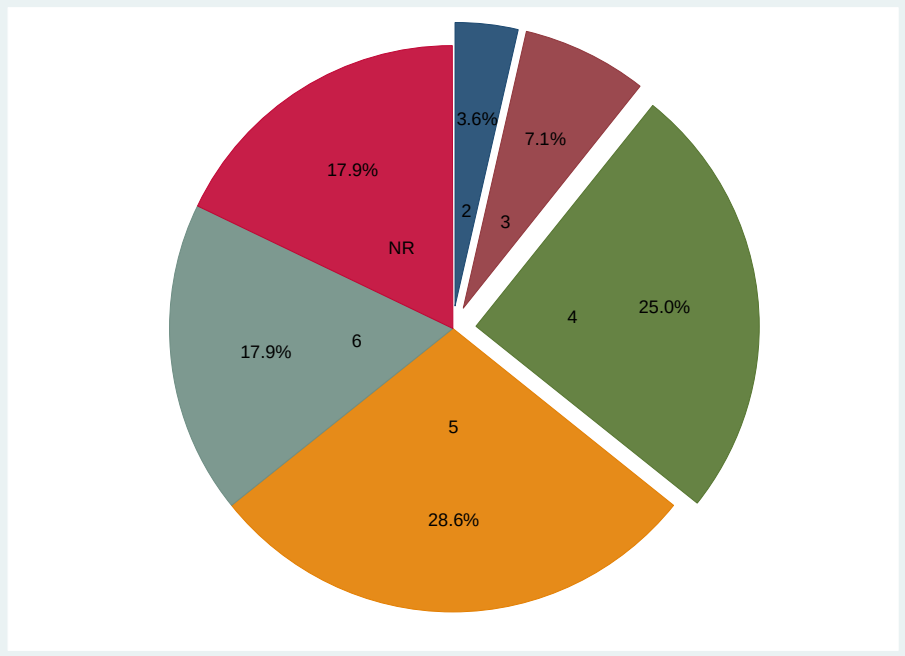
2.5.1 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes? Vacaciones, recreo y ocio



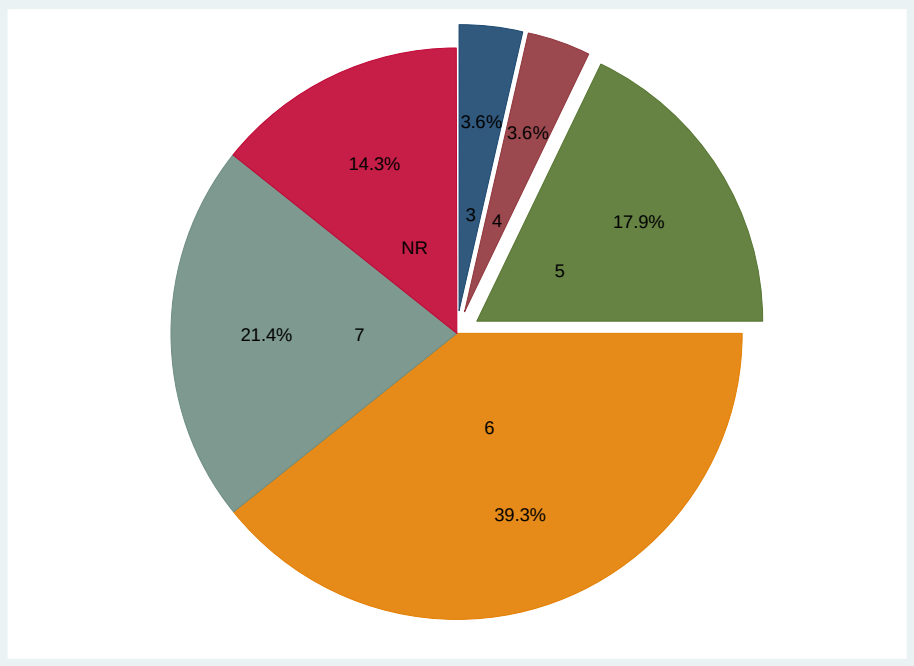
2.5.2 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes?
Visitas a familiares y amigos



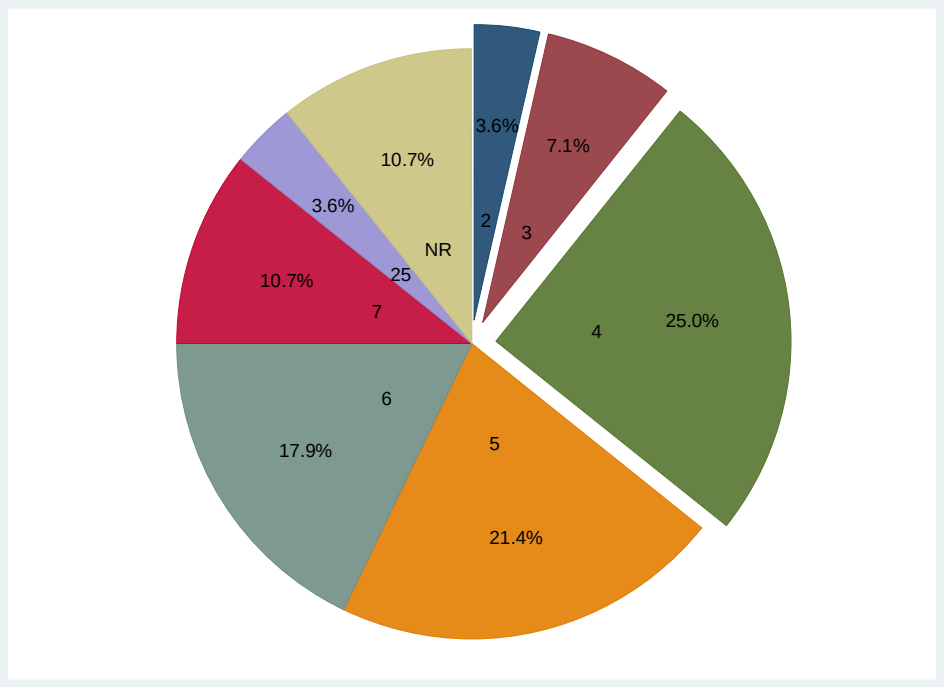
2.5.3 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes?
Salud y atención médica



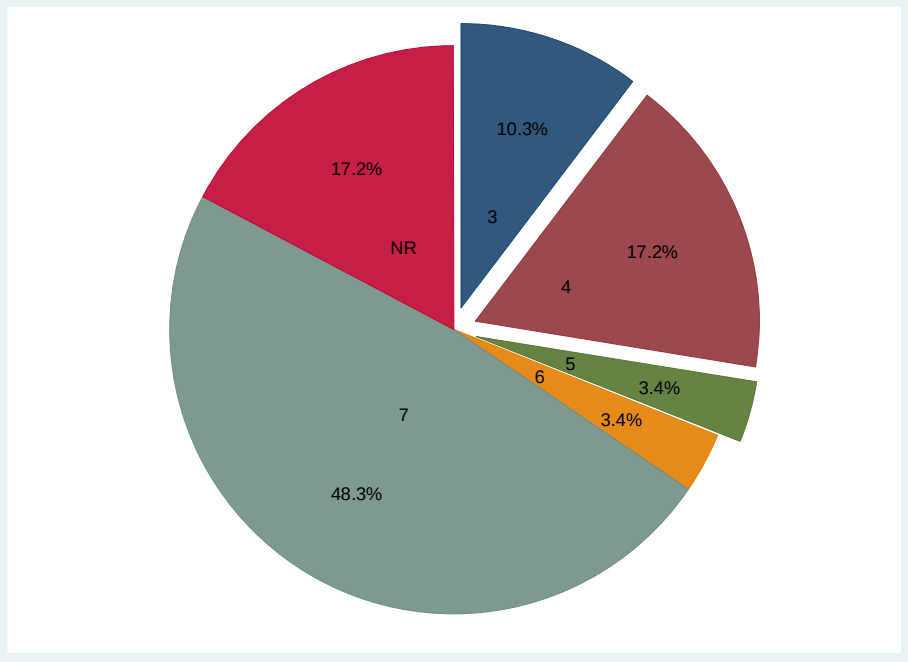
2.5.4 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes?
Religión/peregrinaciones



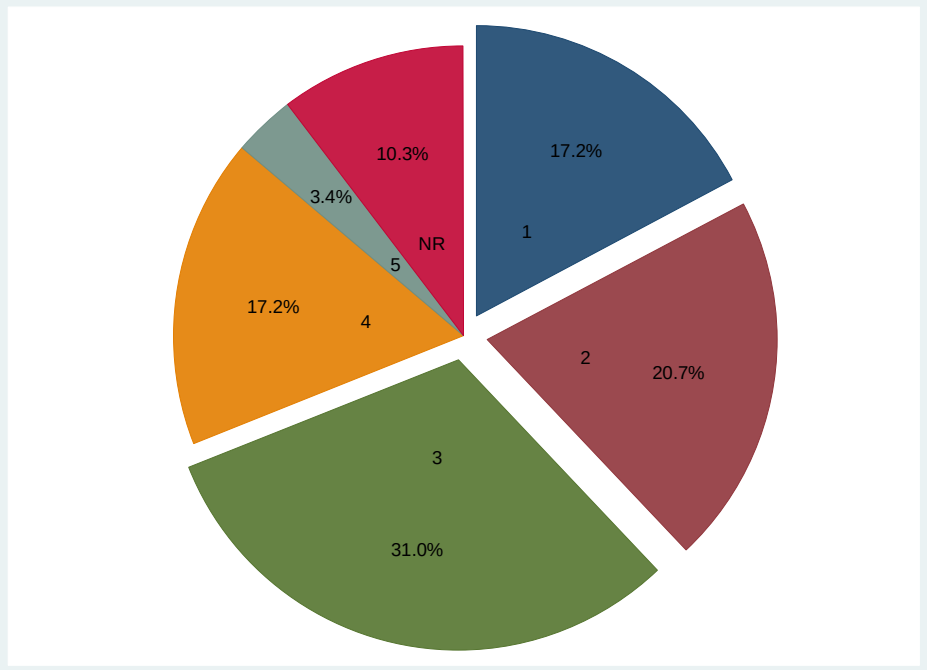
2.5.5 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes?
Compras



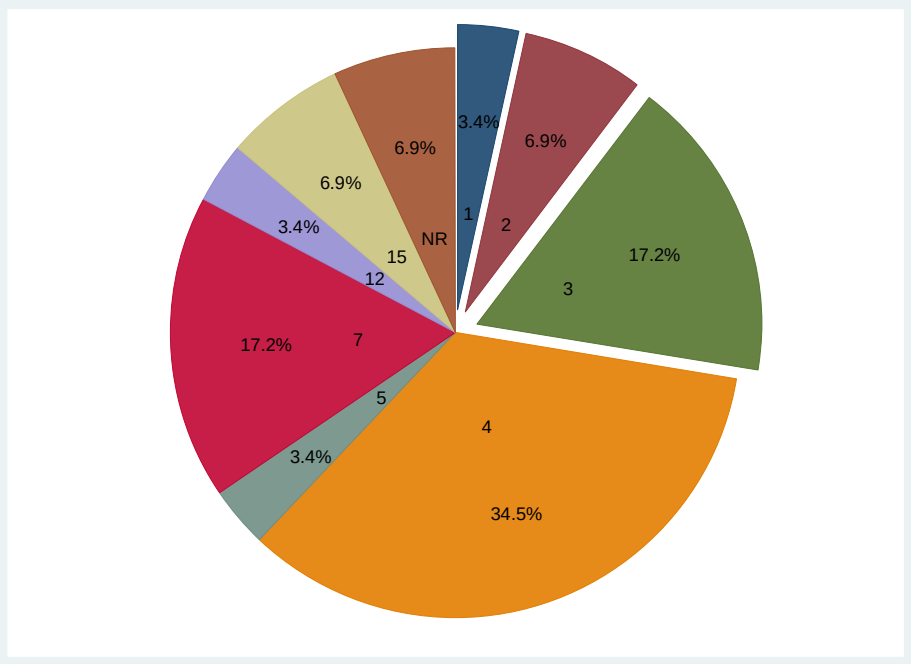
2.5.6 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes? Tránsito



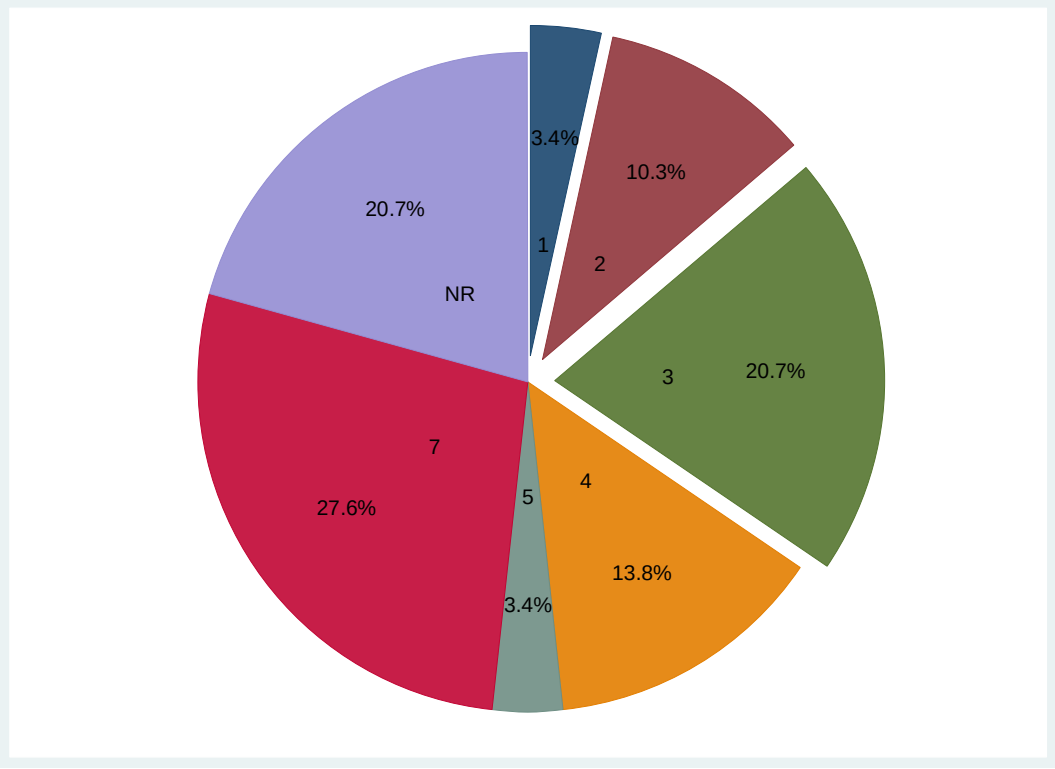
2.5.7 ¿Enumere en orden de importancia los motivos más comunes de los visitantes? Negocios y motivos profesionales



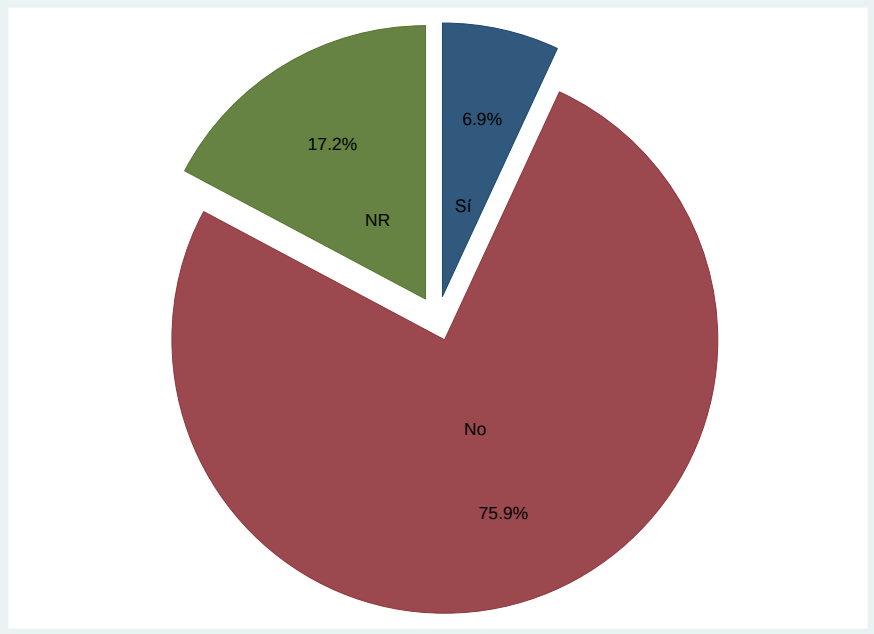
2.6.1 Desde su perspectiva, ¿Cuál es el promedio en días de permanencia del visitante nacional?



2.6.2 Desde su perspectiva, ¿Cuál es el promedio en días de permanencia del visitante internacional?

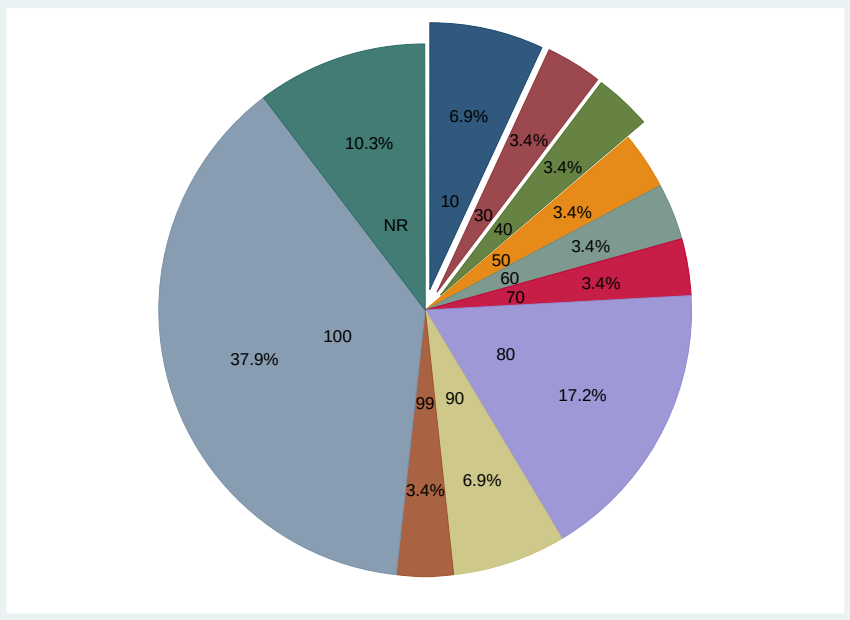


2.8. Su establecimiento ¿Ha sido parte de alguna ruta turística en el último año?

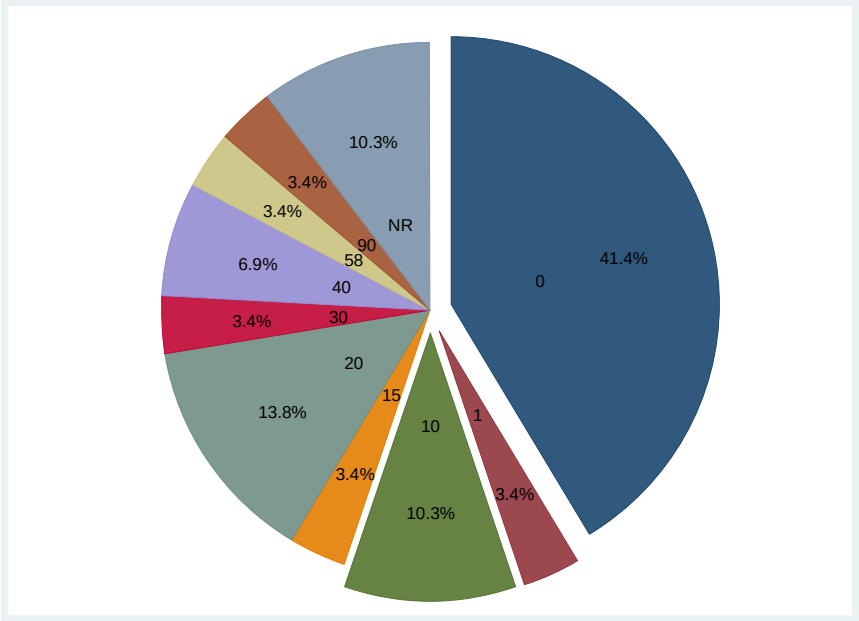


3. Democratización de la Productividad turística

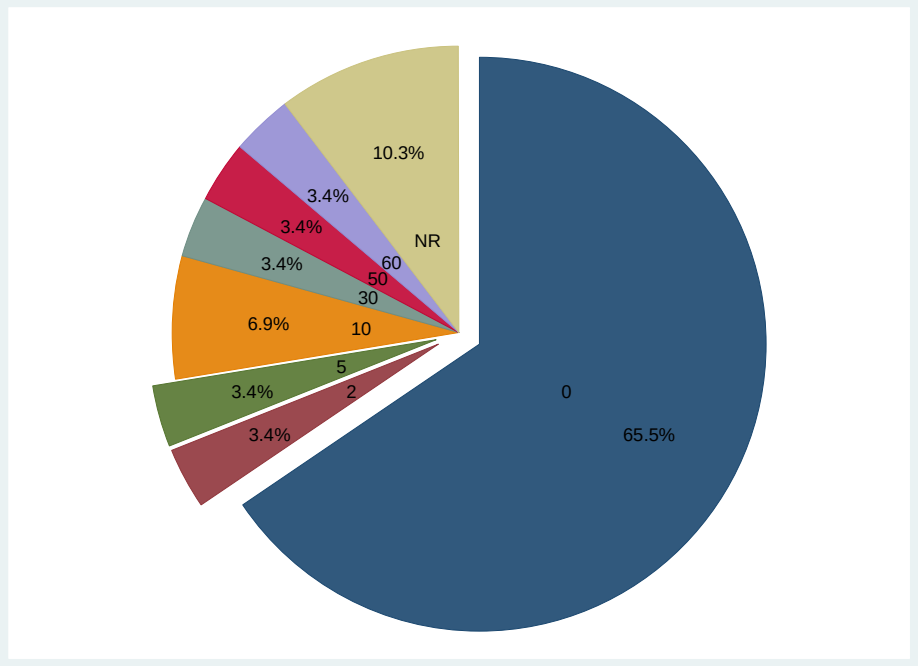
3.1.1 Qué Porcentaje de los insumos que se emplean en su establecimiento son adquiridos en el: Mercado Local



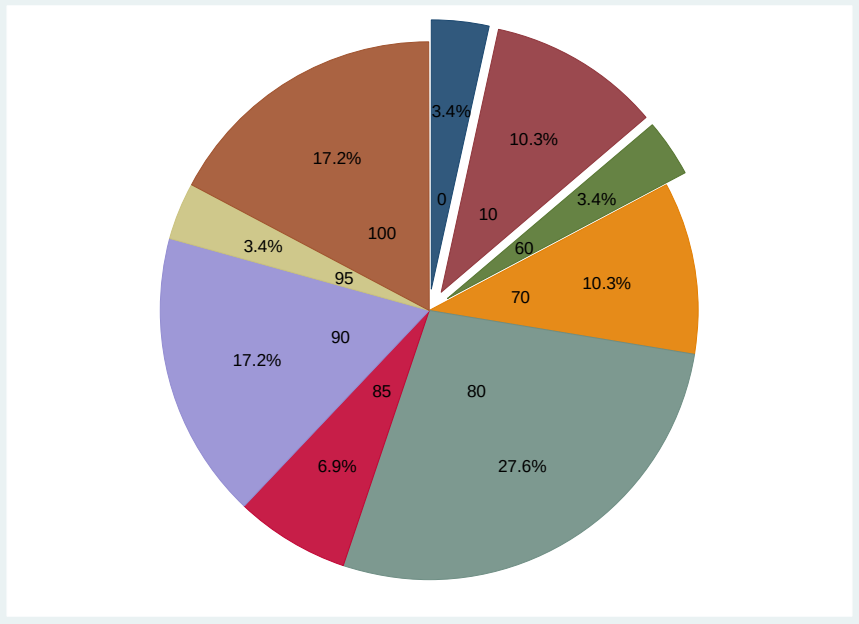
3.1.2 Qué Porcentaje de los insumos que se emplean en su establecimiento son adquiridos en el: Mercado nacional



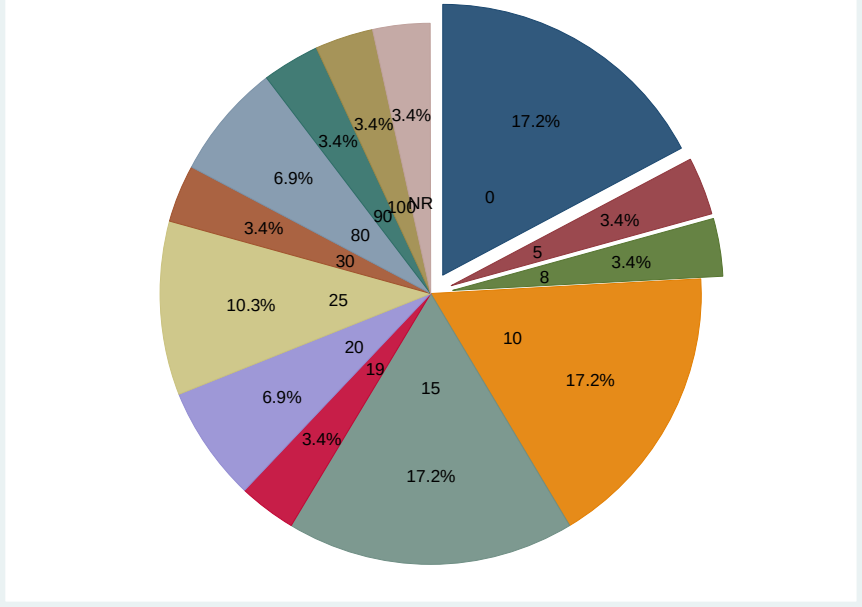
3.1.3 Qué Porcentaje de los insumos que se emplean en su establecimiento son adquiridos en el: Mercado internacional



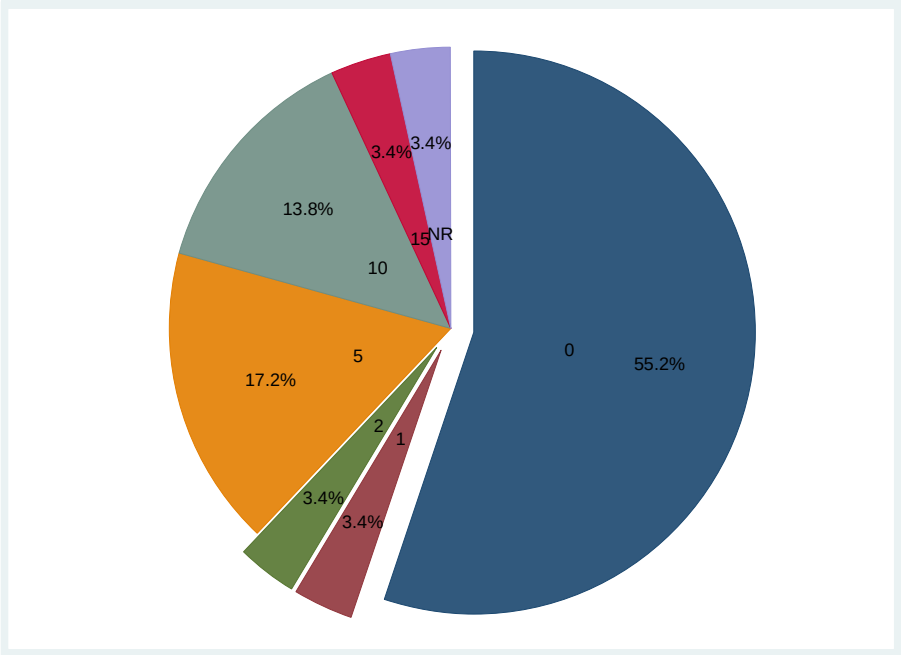
3.2.1 Qué porcentaje de sus clientes son: locales



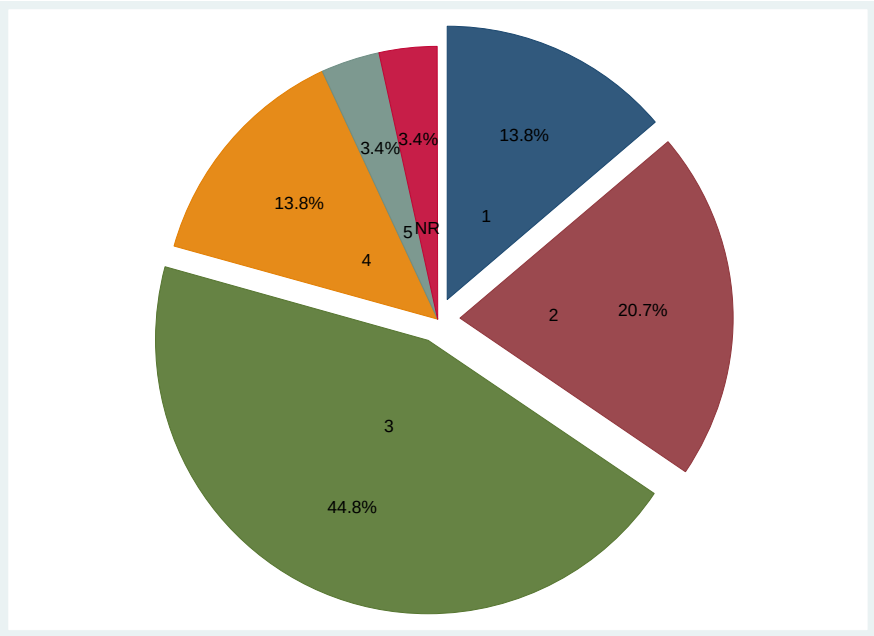
3.2.2 Qué porcentaje de sus clientes son: nacionales



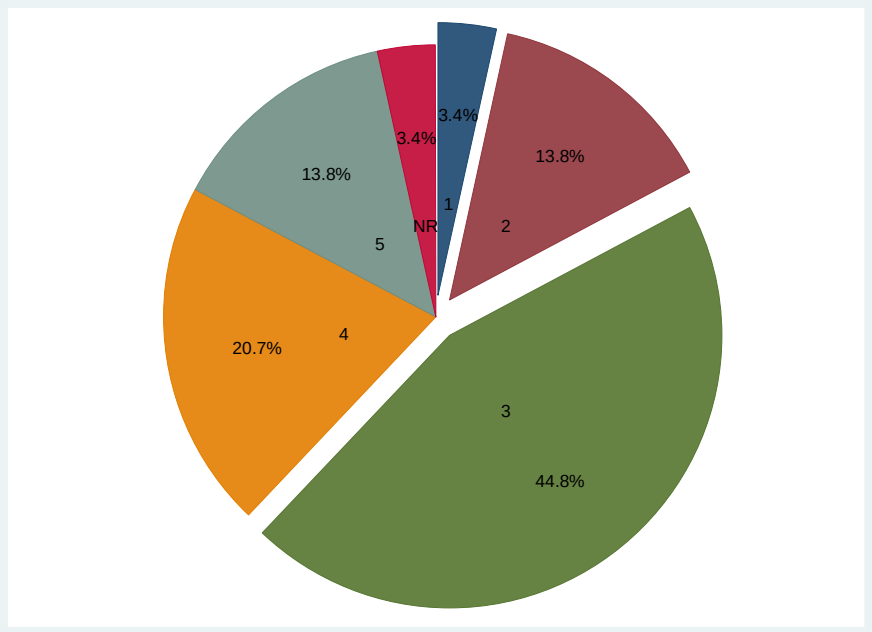
3.2.3 Qué porcentaje de sus clientes son: internacionales



3.4. Desde su perspectiva ¿En una escala del 1 al 5 donde, 1 es nada y 5 es mucho, en qué medida considera que las acciones de gobierno han contribuido a mejorar la competitividad turística del destino?

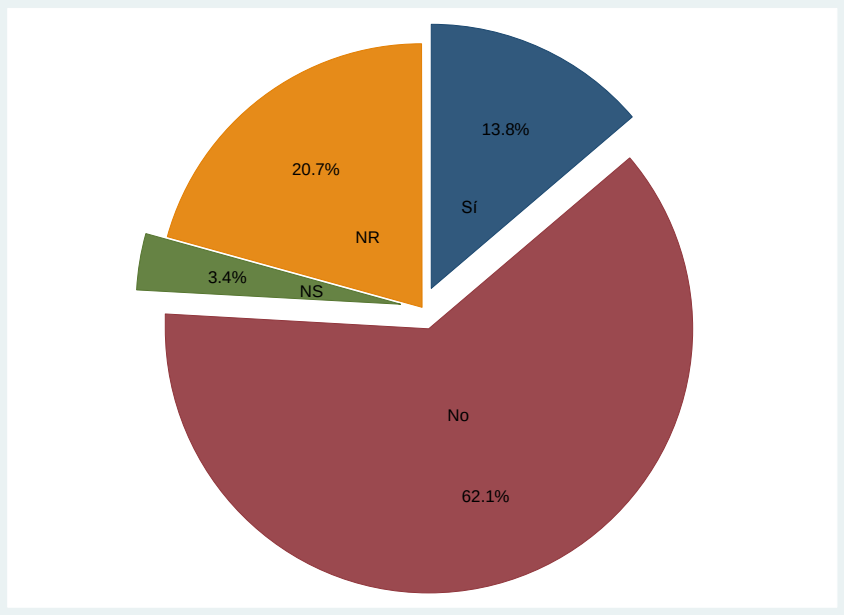


3.5. En su opinión ¿En una escala del 1 al 5 donde, 1 es nada y 5 es mucho, que tanto contribuye el sector turístico a mejorar el bienestar de la población del destino Tampico-Madero?

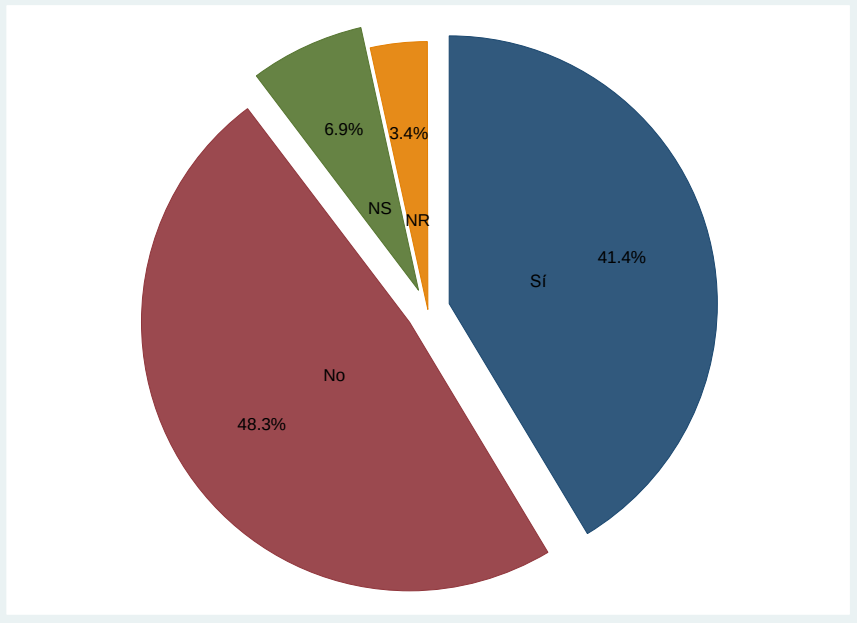


4. Sustentabilidad turística

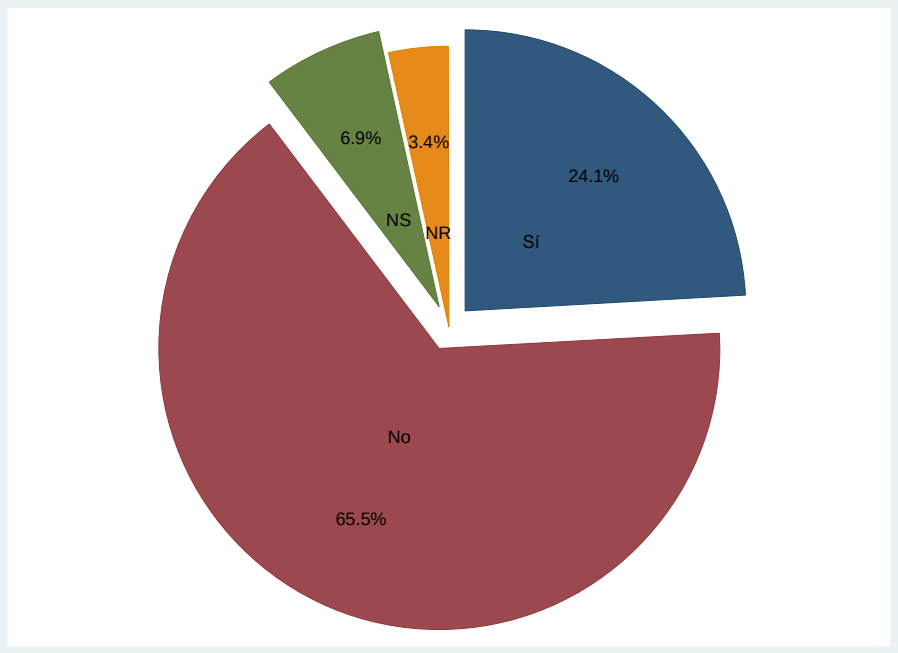
4.1. ¿Está inscrita al Registro Nacional de Turismo?



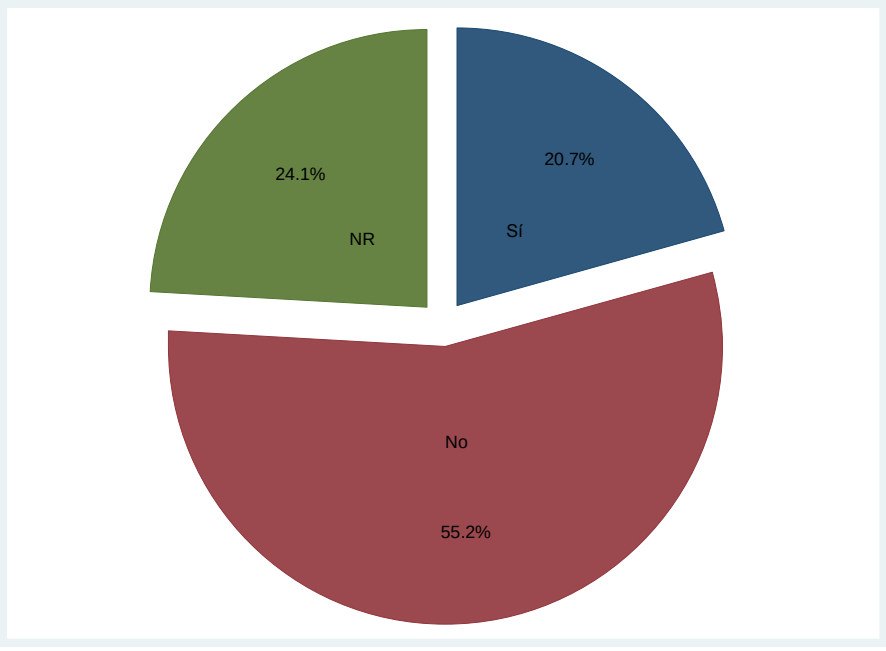
4.2. ¿Está sujeta al cumplimiento de alguna norma ambiental?



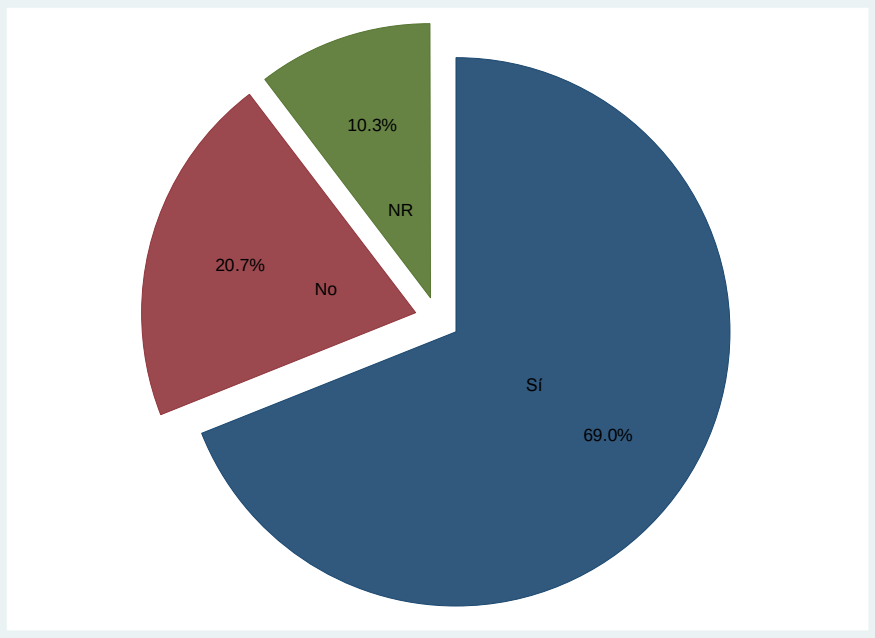
4.3. ¿Pagó por el manejo, transportación o confinamiento de los residuos sólidos?



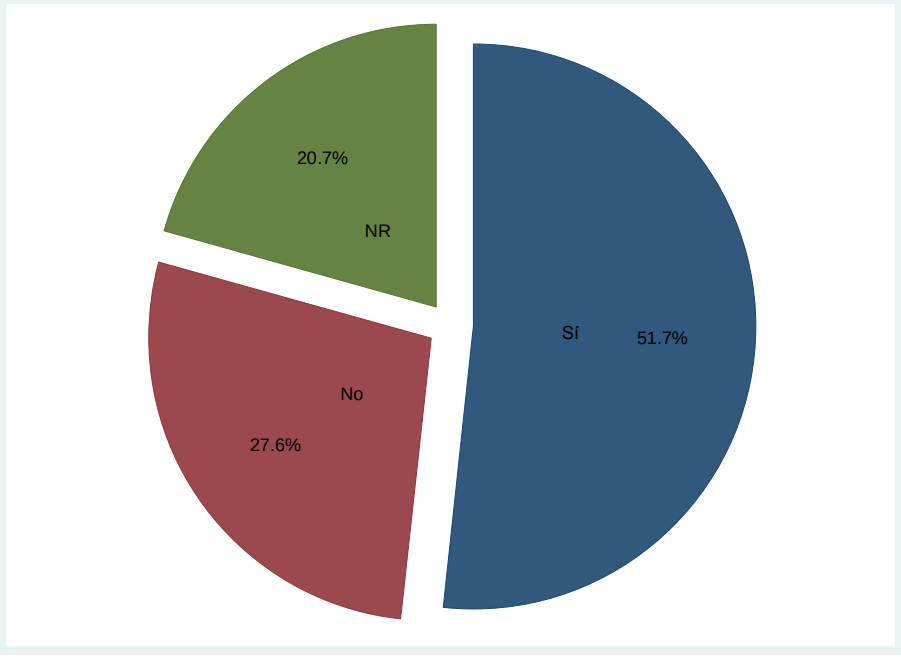
4.4. ¿Cuenta con algún certificado de calidad ambiental?



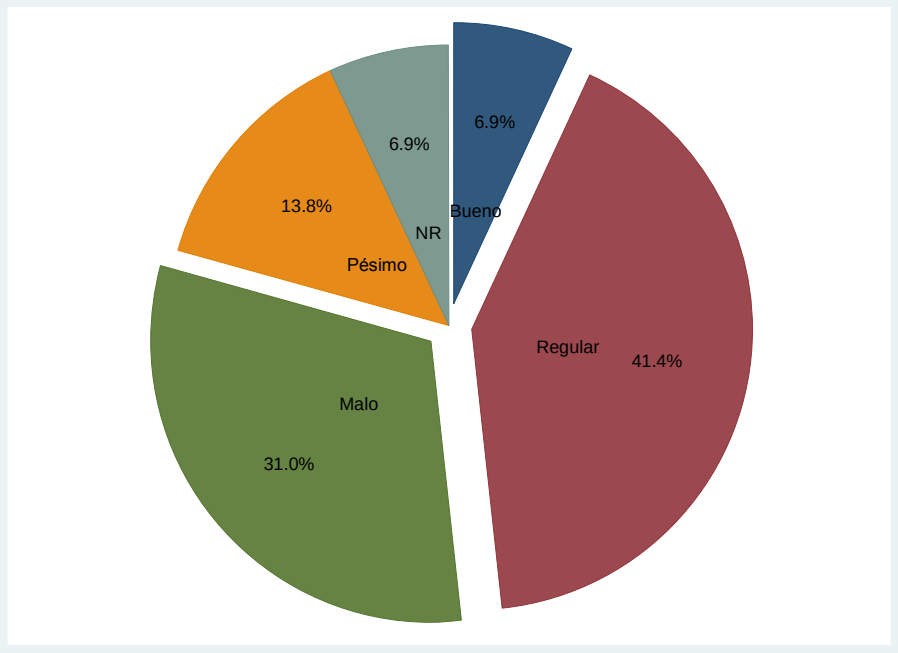
4.5. ¿Ha implementado mejoras que le permitan ahorrar energía durante el último año?



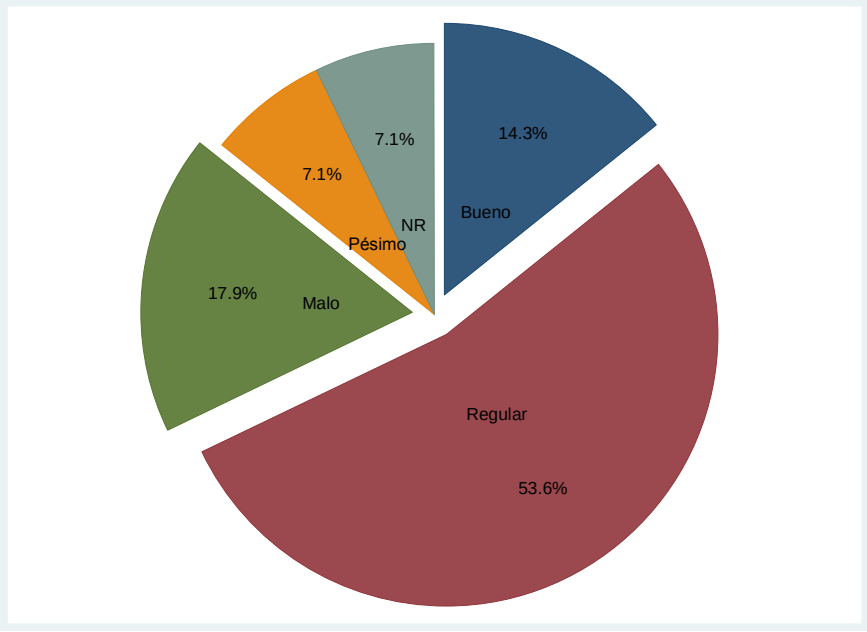
4.7. ¿Ha notado disminución y/o pérdida de biodiversidad en su destino turístico?



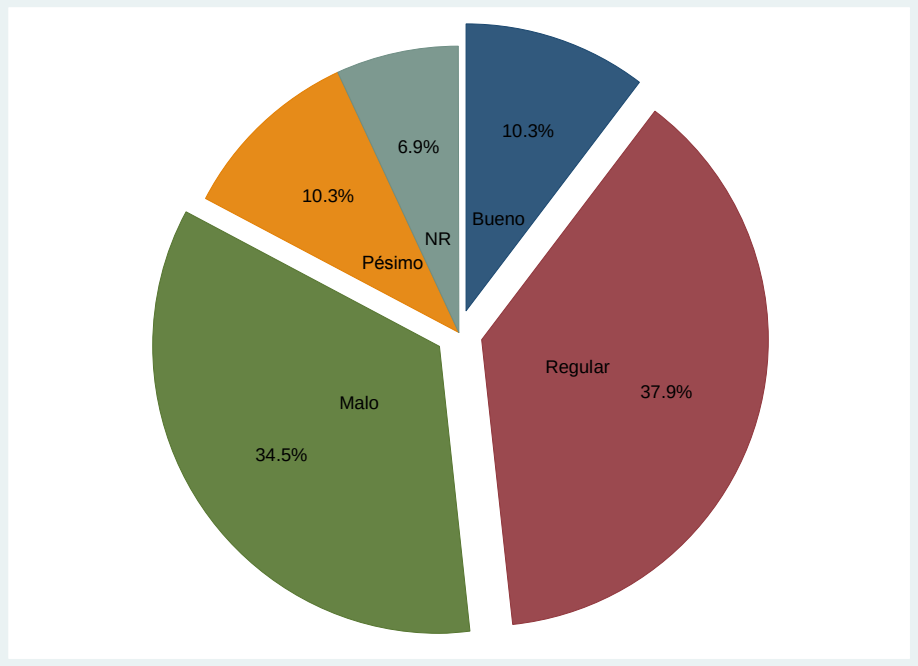
4.8.1 Desde su perspectiva ¿cómo calificaría los siguientes rubros? Educación ambiental de la comunidad



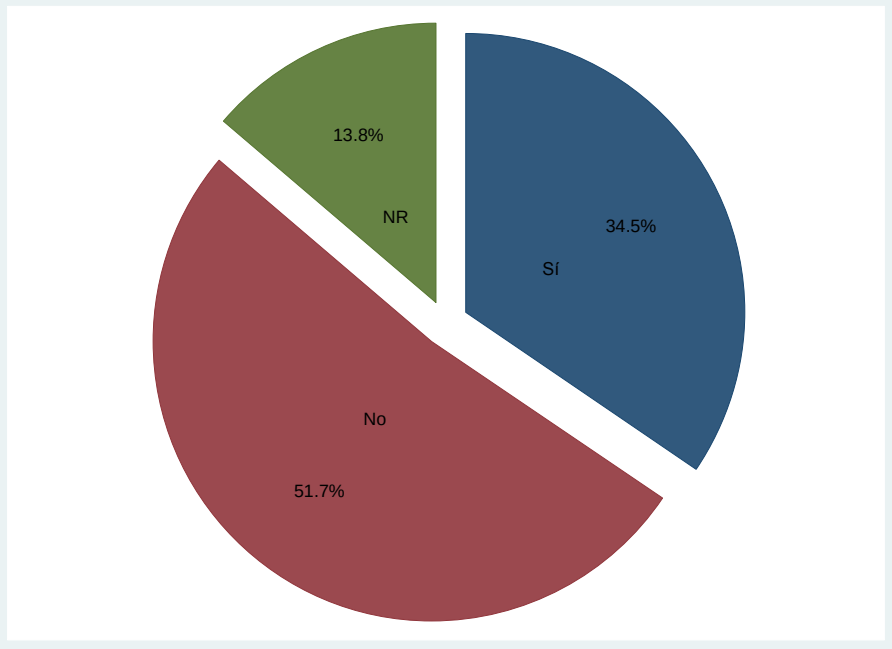
4.8.2 Desde su perspectiva ¿cómo calificaría los siguientes rubros? Conservación del patrimonio cultural



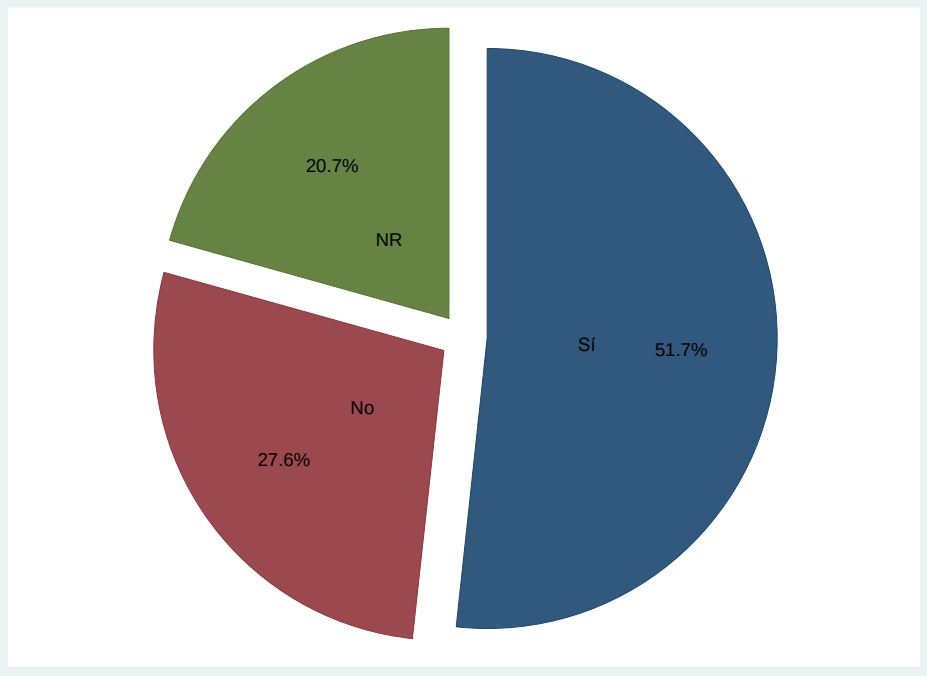
4.8.3 Desde su perspectiva ¿cómo calificaría los siguientes rubros? Conservación del patrimonio natural



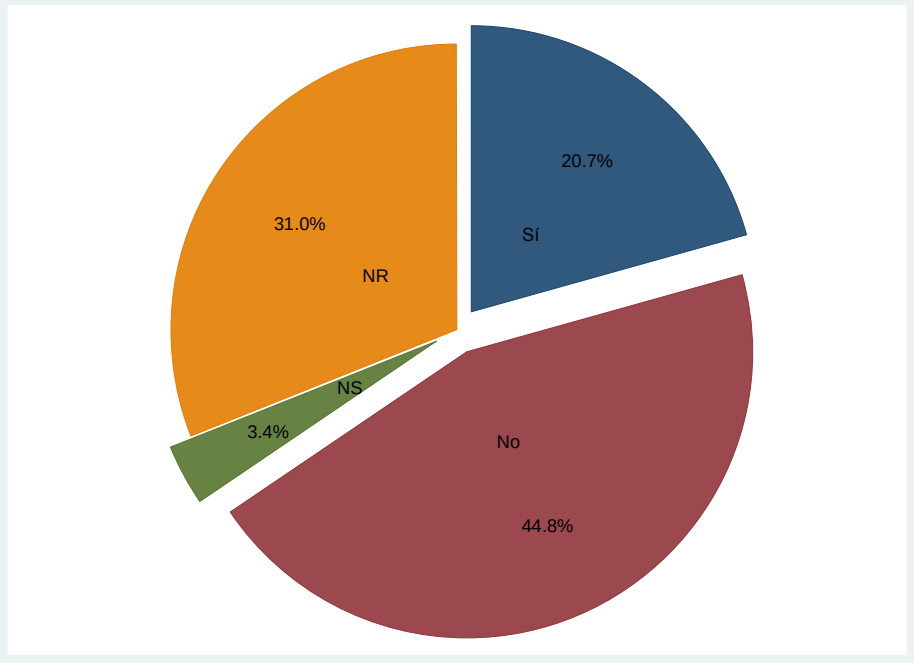
4.9 ¿Cuenta con un programa de separación de deshechos?



4.10. ¿Estaría dispuesto a invertir en equipo y/o procesos para mejorar el medio ambiente?

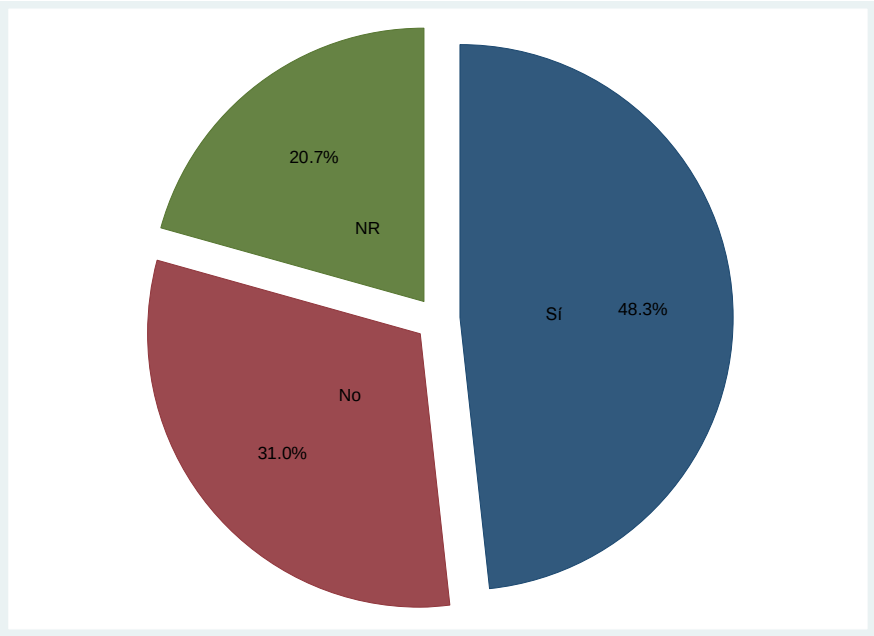


4.12. ¿Tendría propuestas para optimizar el uso de la energía y el medio ambiente?

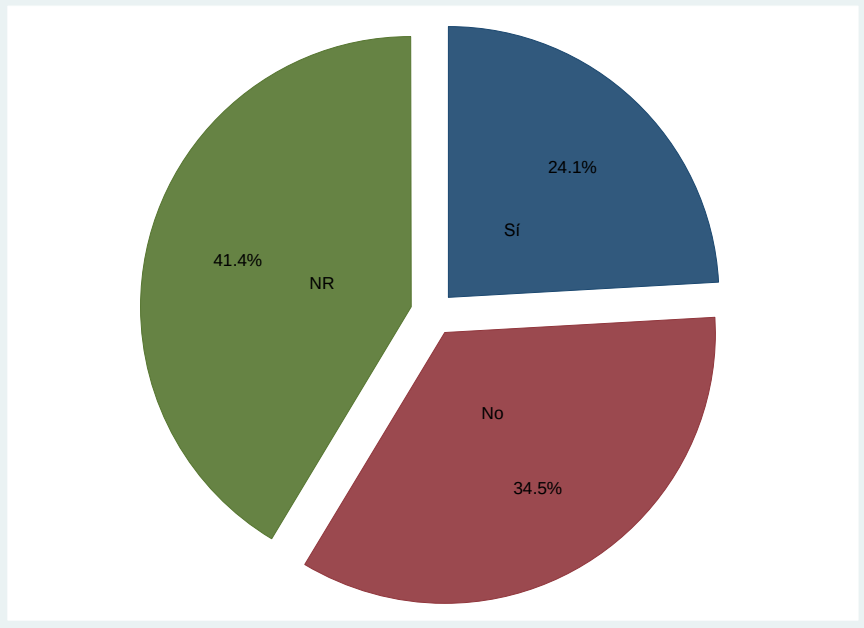


5. Formación y certificación

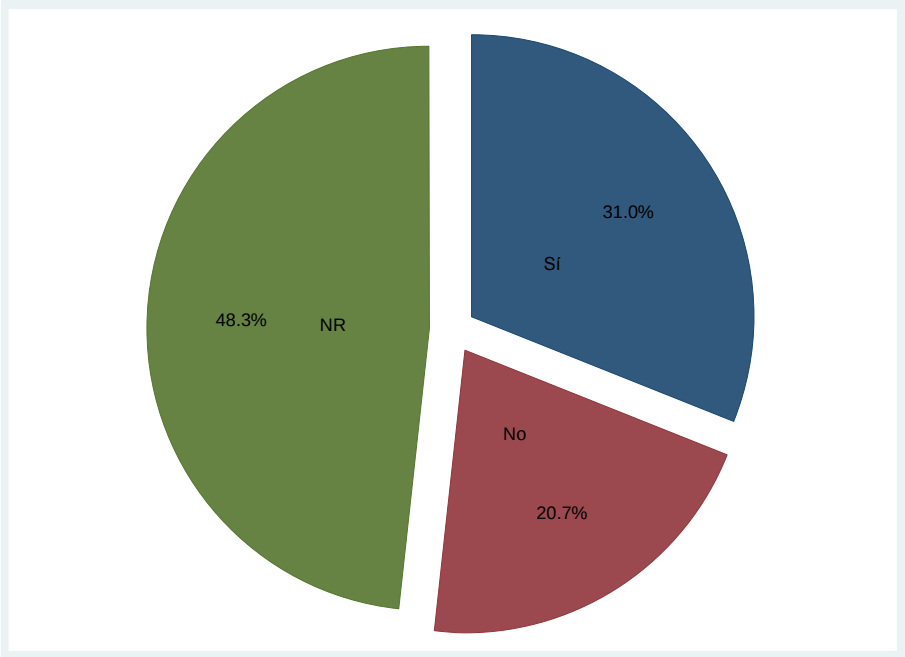
5.1 ¿Realiza encuestas para conocer la satisfacción de sus clientes?



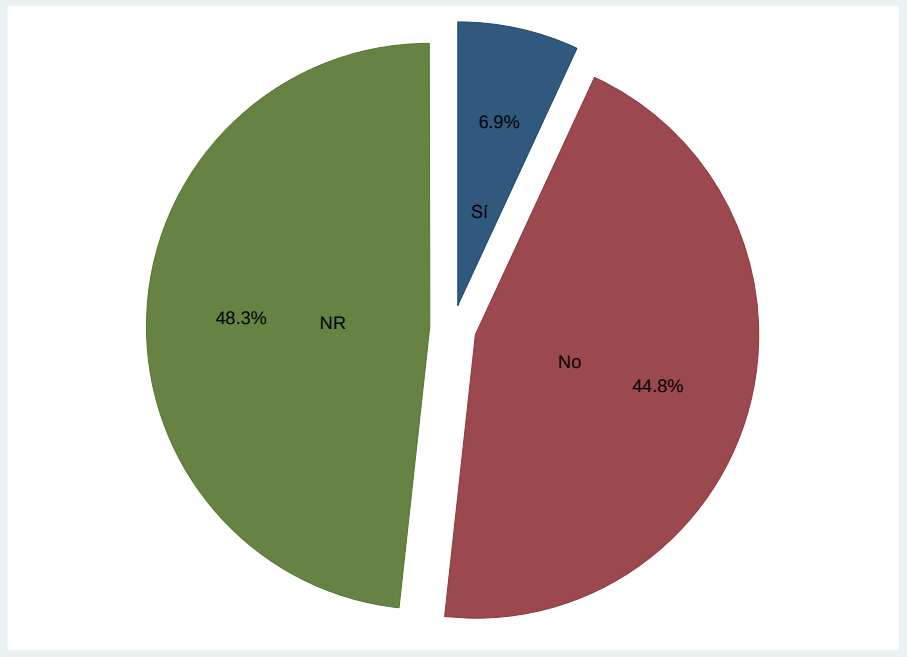
5.2.1 ¿Qué instrumentos utiliza para medir la satisfacción de sus clientes? Encuesta a consumidores



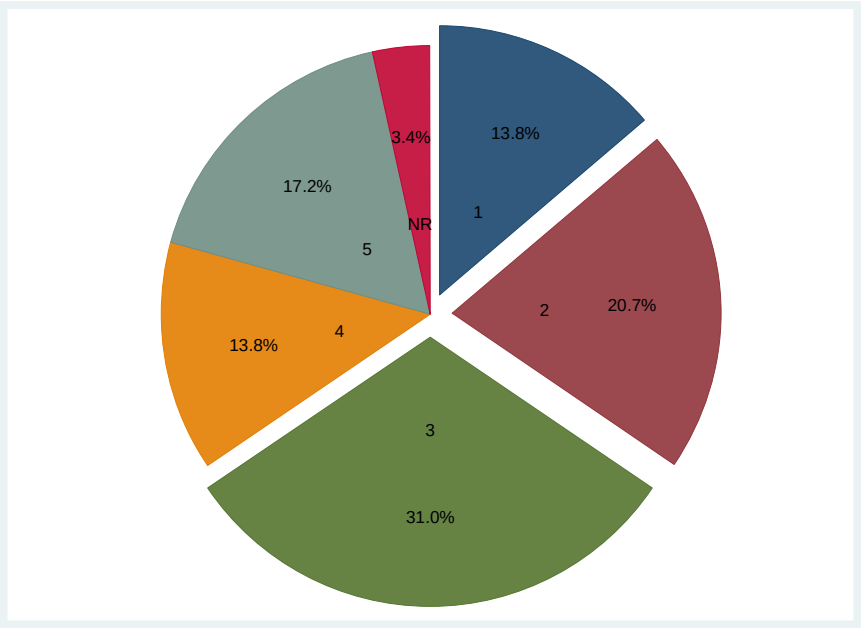
5.2.2 ¿Qué instrumentos utiliza para medir la satisfacción de sus clientes? Buzón de quejas y sugerencias



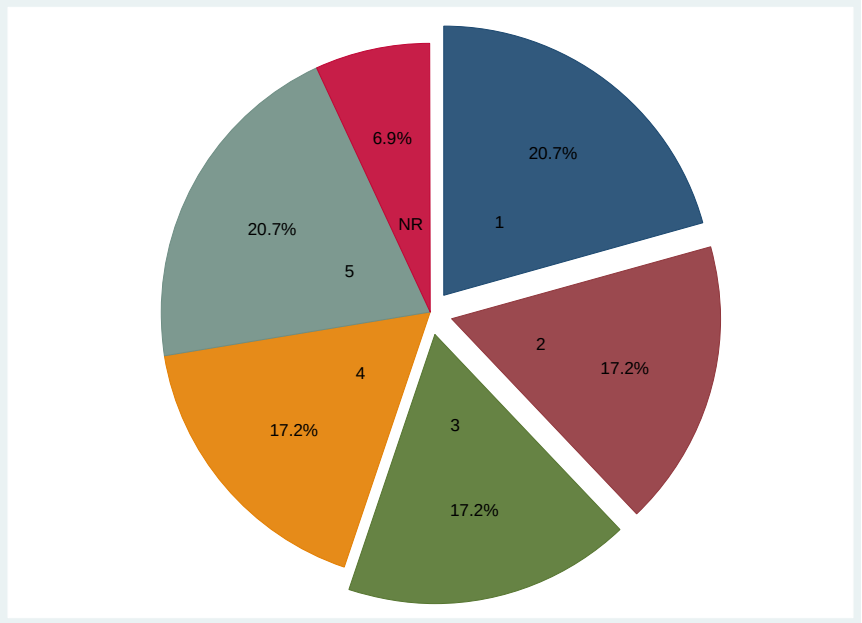
5.2.3 ¿Qué instrumentos utiliza para medir la satisfacción de sus clientes? Cuaderno de sugerencias



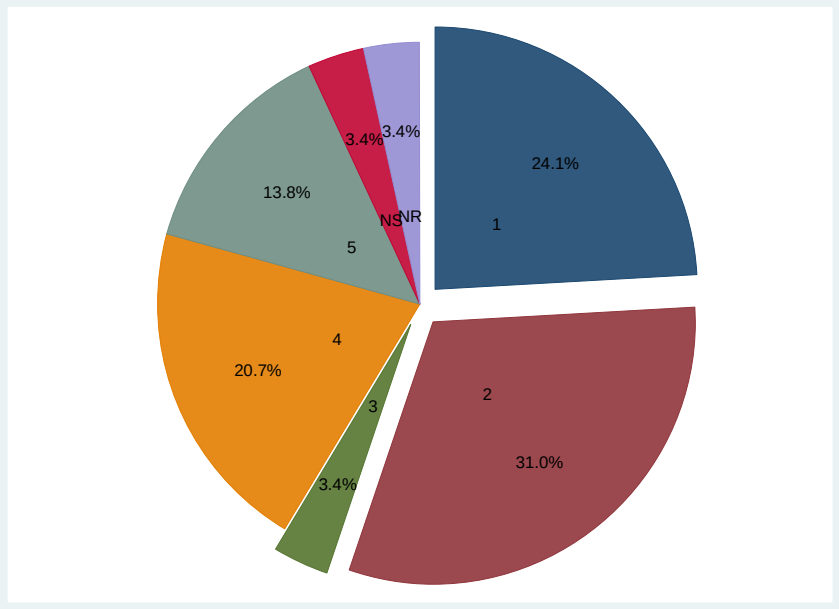
5.3.1 En una escala del 1 al 5 donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, califique desde su perspectiva si considera que el nivel de competitividad de su establecimiento depende de: Grado de estudios de los empleados



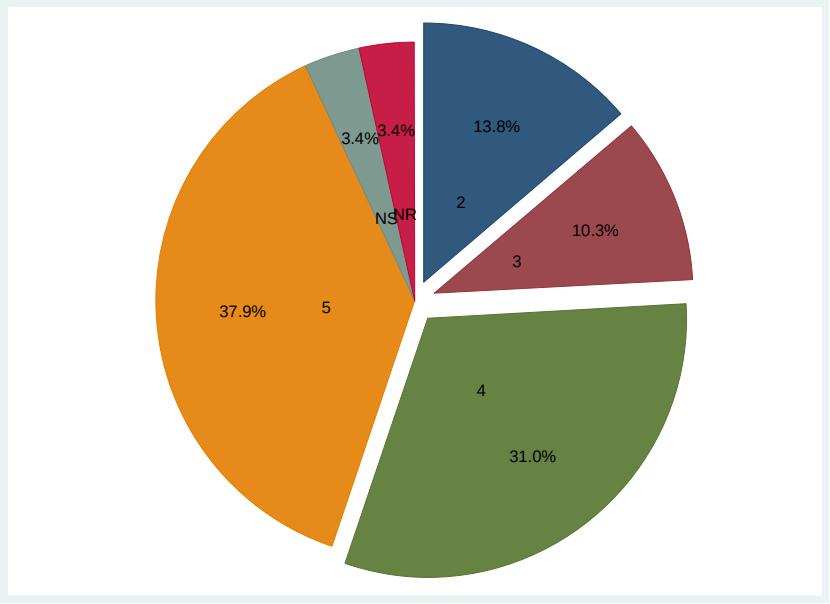
5.3.2 En una escala del 1 al 5 donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, califique desde su perspectiva si considera que el nivel de competitividad de su establecimiento depende de: Capacitación en temas Turísticos



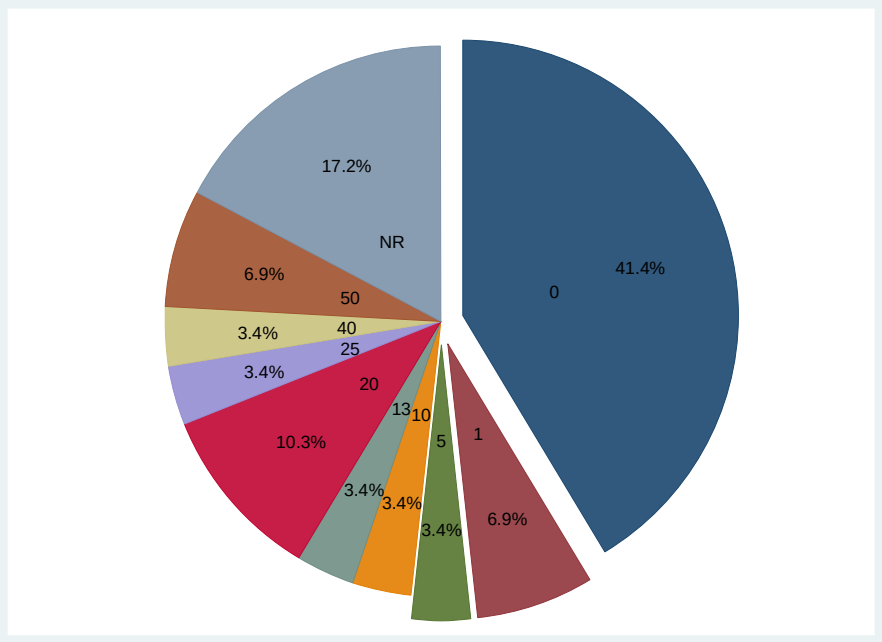
5.3.3 En una escala del 1 al 5 donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, califique desde su perspectiva si considera que el nivel de competitividad de su establecimiento depende de: Conocimientos de idiomas



5.3.4 En una escala del 1 al 5 donde 1 es completamente en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, califique desde su perspectiva si considera que el nivel de competitividad de su establecimiento depende de: Atención de quejas y sugerencias

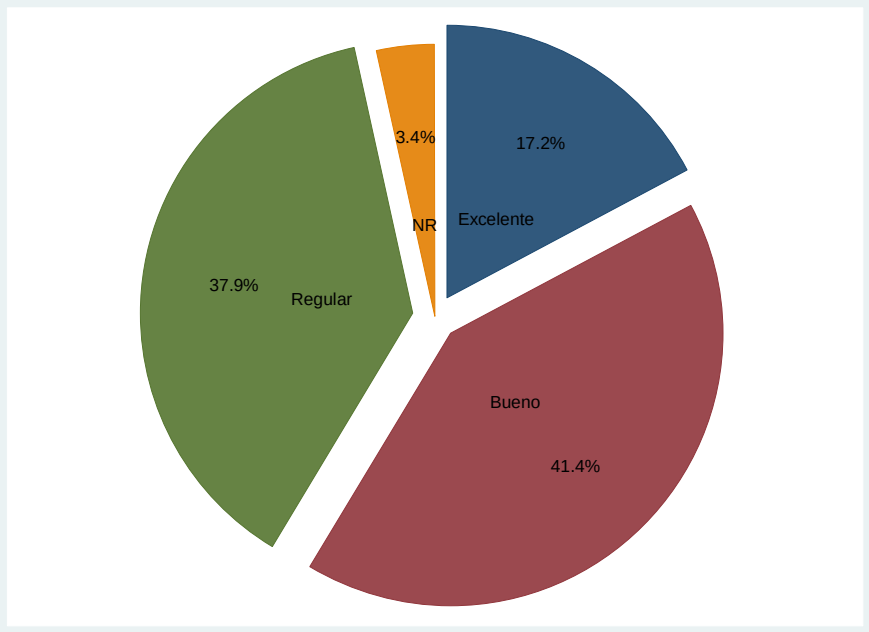


5.4 .Del personal que labora en su negocio ¿Qué porcentaje de ellos domina algún idioma diferente al español

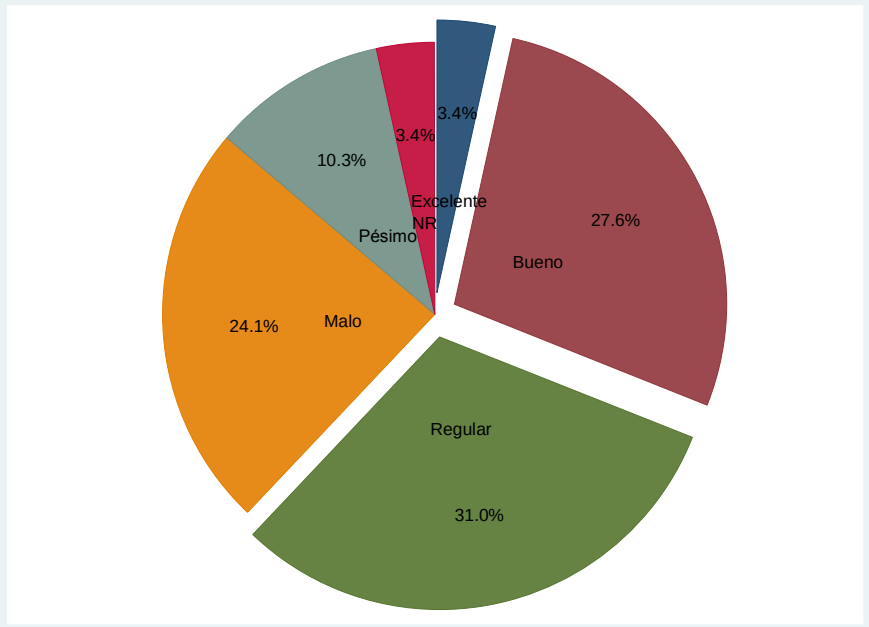


6. Accesibilidad e Infraestructura

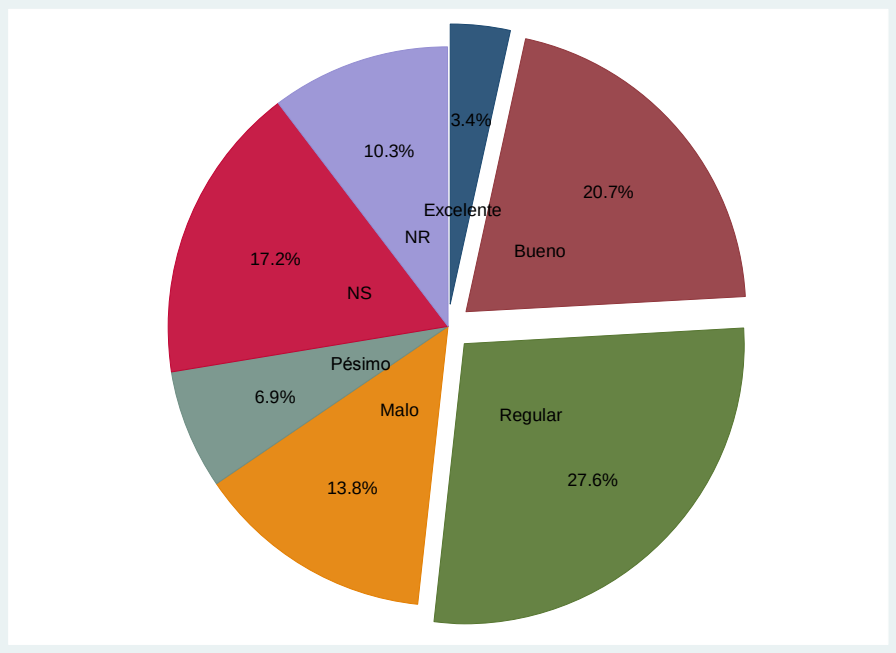
6.1.1 ¿Cómo calificaría la conectividad para llegar al destino turístico Tampico-Madero?
Aérea



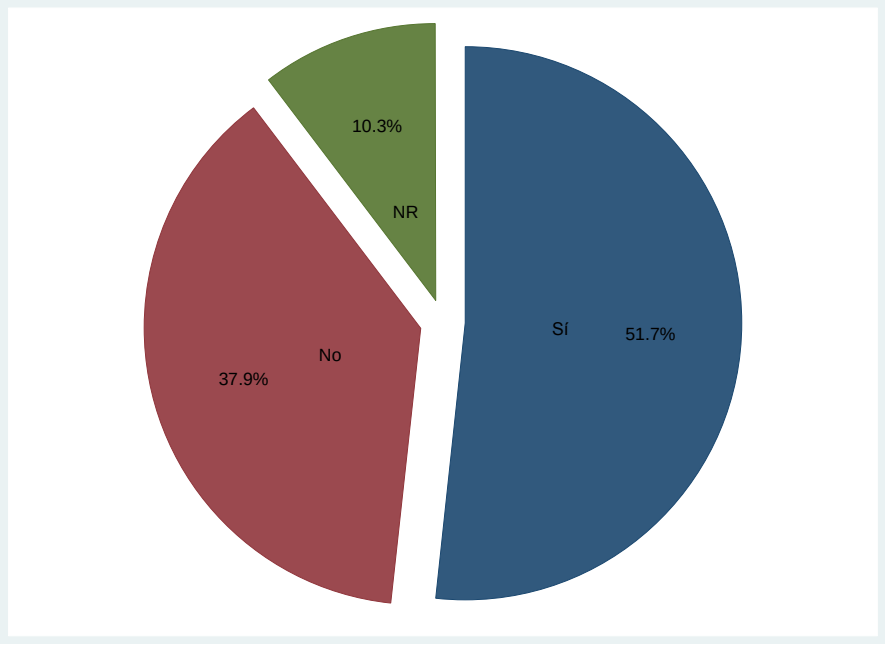
6.1.2 ¿Cómo calificaría la conectividad para llegar al destino turístico Tampico-Madero?
Terrestre



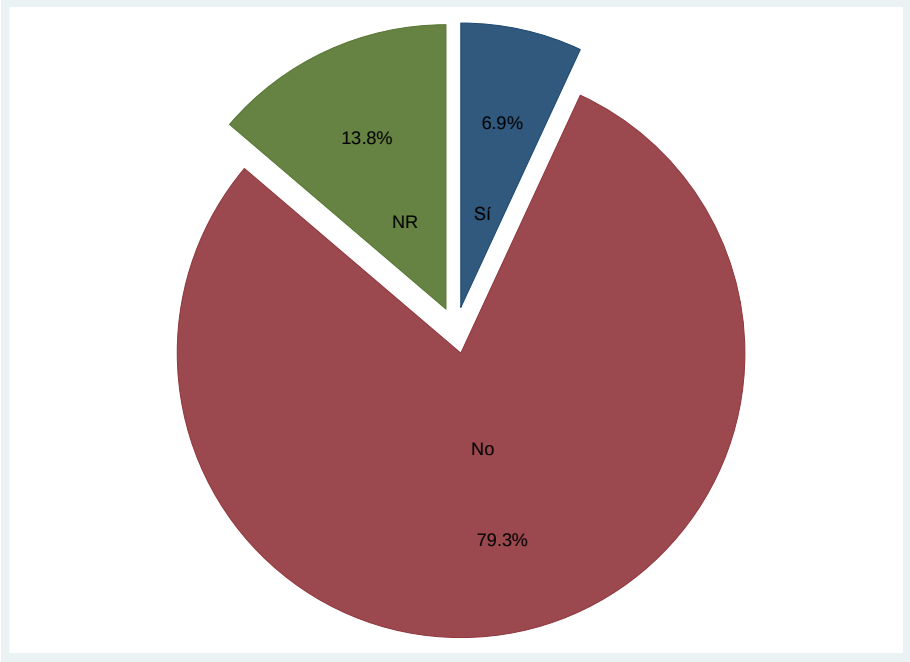
6.1.3 ¿Cómo calificaría la conectividad para llegar al destino turístico Tampico-Madero?
Acuática



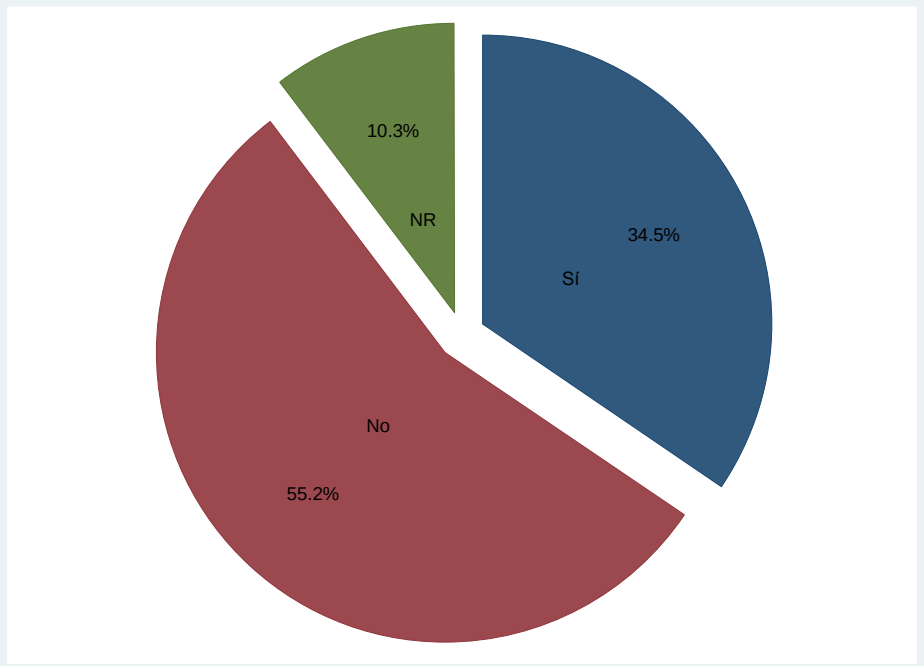
6.2. ¿Tiene conocimiento de que existan proyectos de infraestructura turística en proceso?



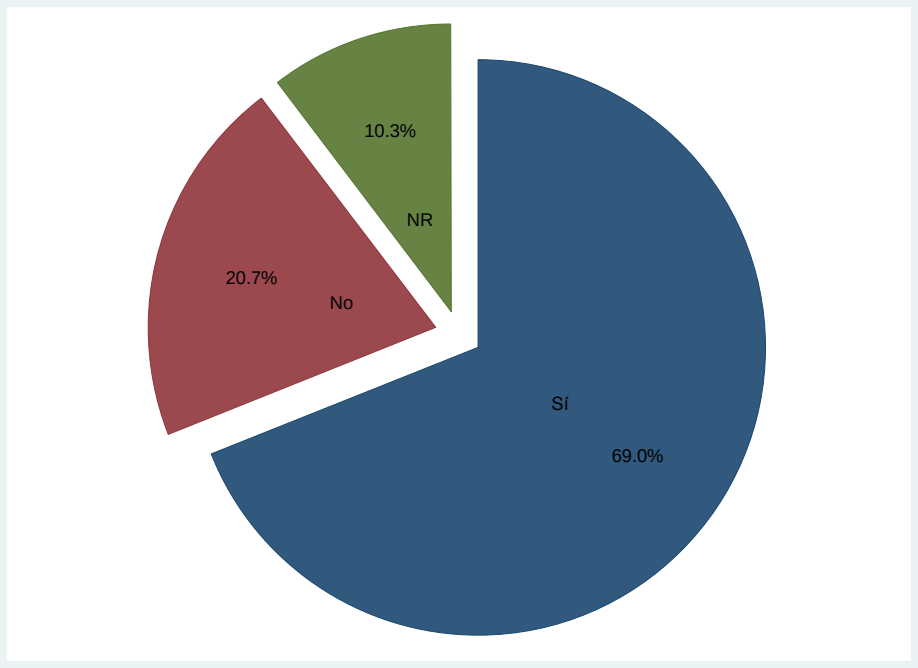
6.3.1 En su opinión, ¿Qué tipo de transporte es el que más utiliza el turista que vista el destino turístico Tampico-Madero? Renta automóvil



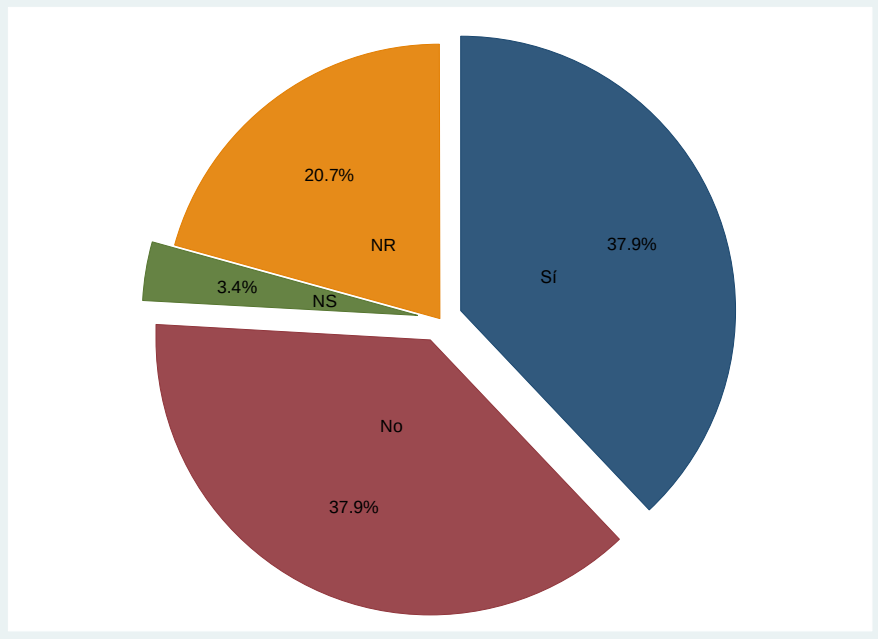
6.3.2 En su opinión, ¿Qué tipo de transporte es el que más utiliza el turista que vista el destino turístico Tampico-Madero? Transporte colectivo de pasajeros



6.3.3 En su opinión, ¿Qué tipo de transporte es el que más utiliza el turista que vista el destino turístico Tampico-Madero? Taxi

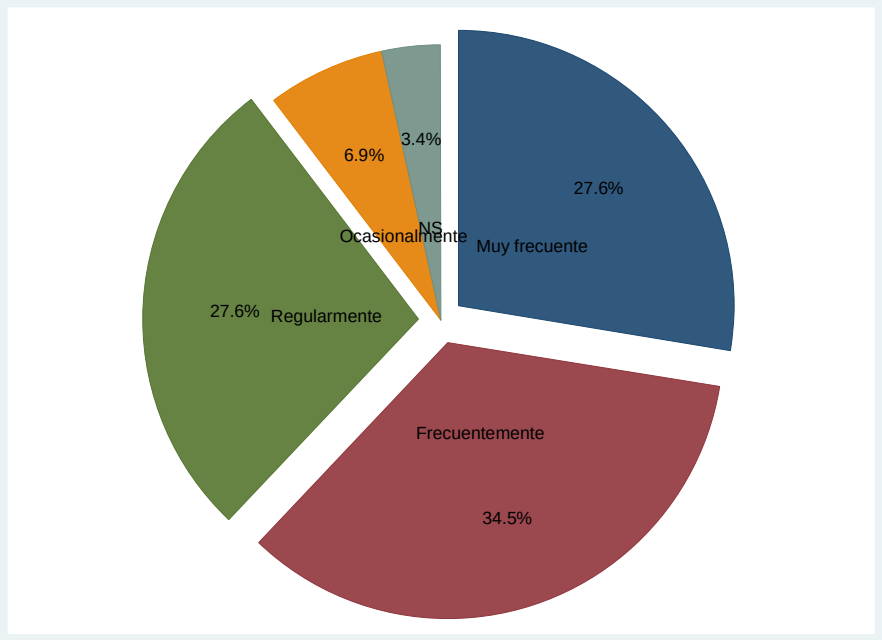


6.5. ¿Conoce de la existencia de módulos de información turística que estén funcionando en el destino Tampico-Madero?

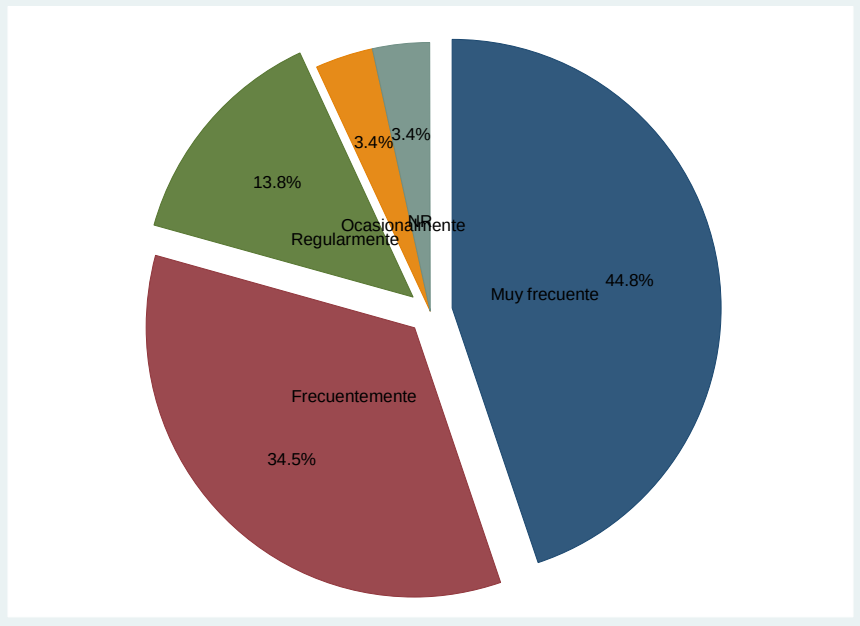


7. Seguridad Patrimonial y Física

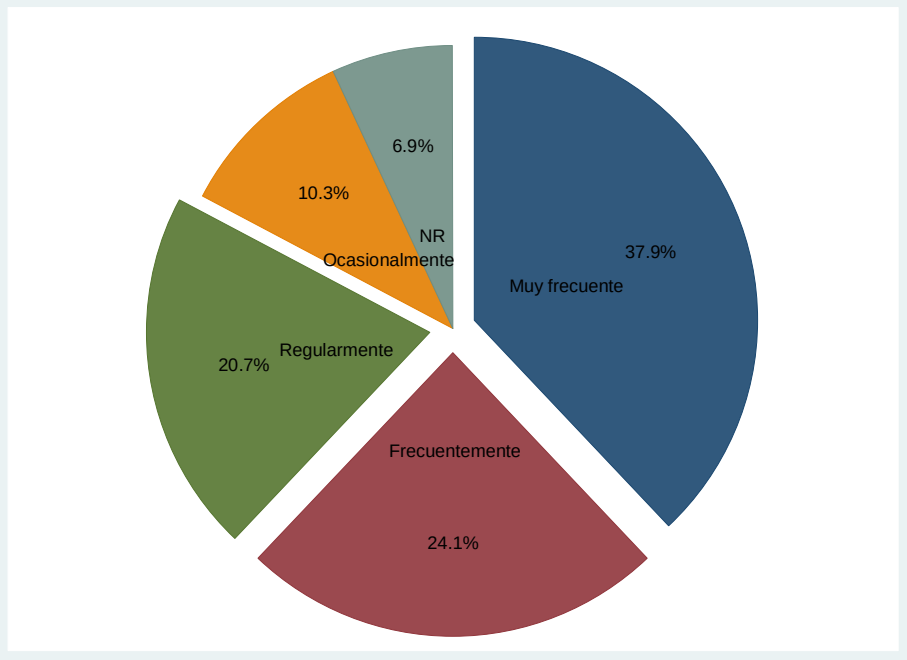
7.1.1 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Asalto a mano armada



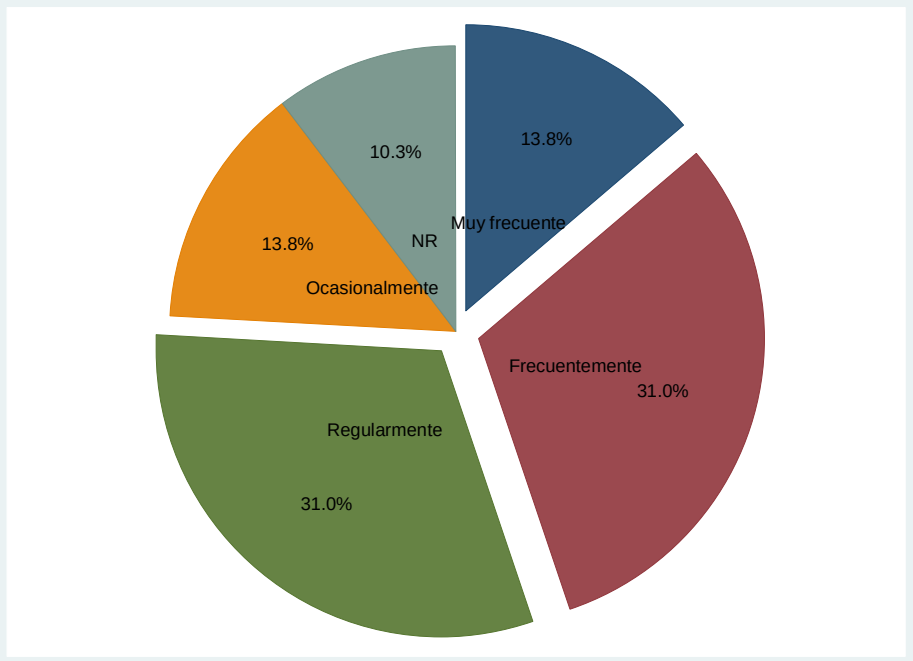
7.1.2 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Robo



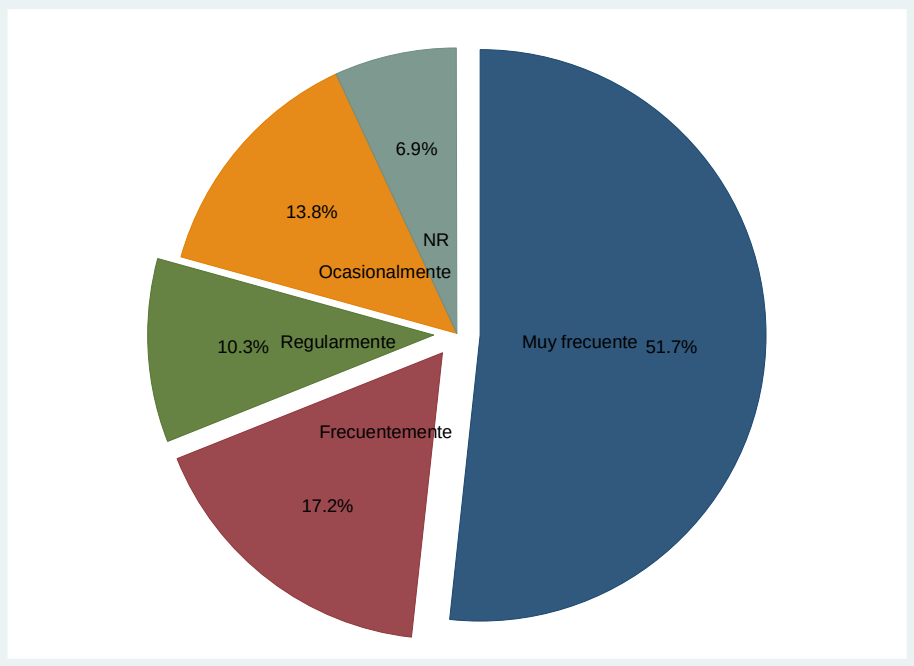
7.1.3 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Delitos contra la salud



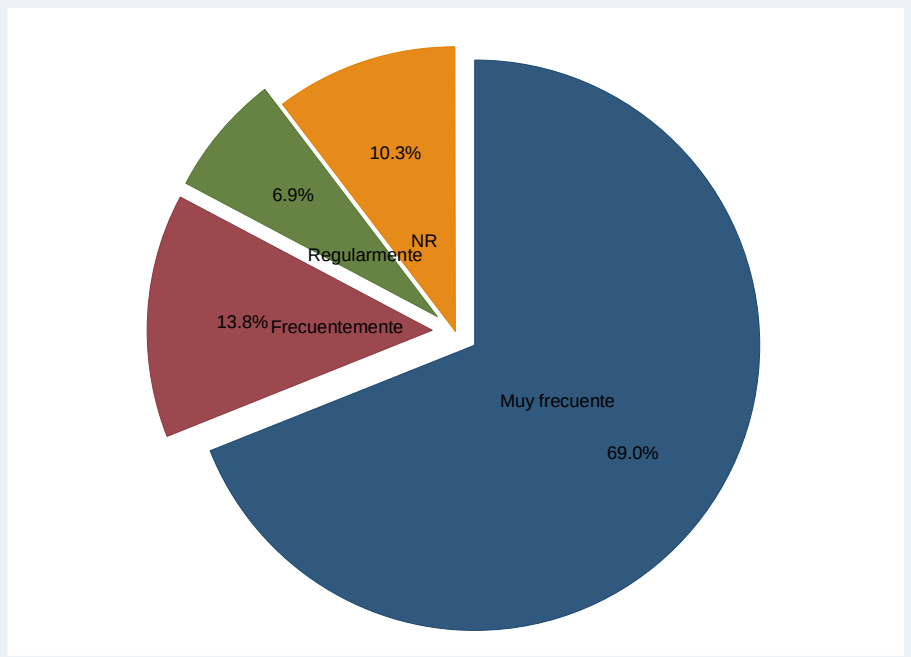
7.1.4 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Homicidios dolosos



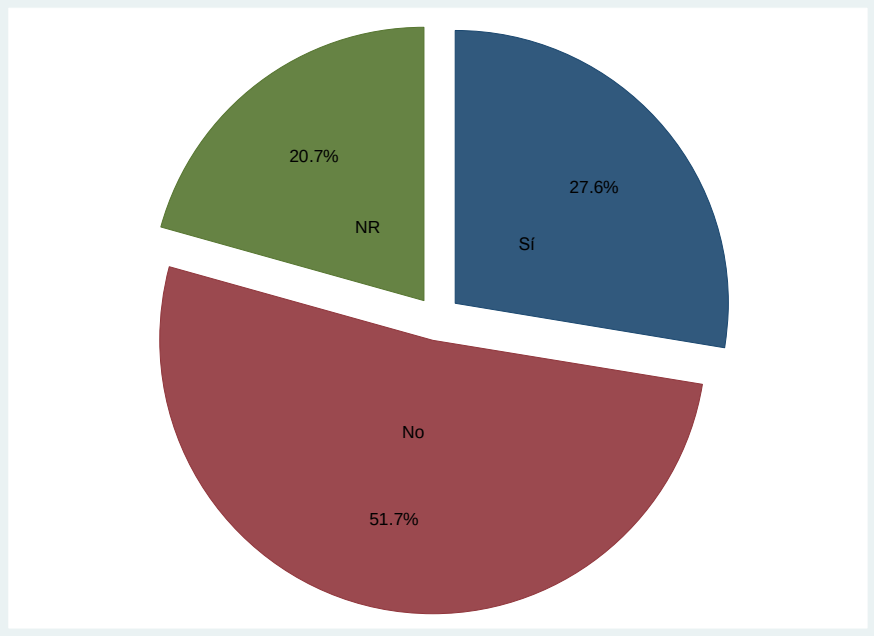
7.1.5 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Secuestros



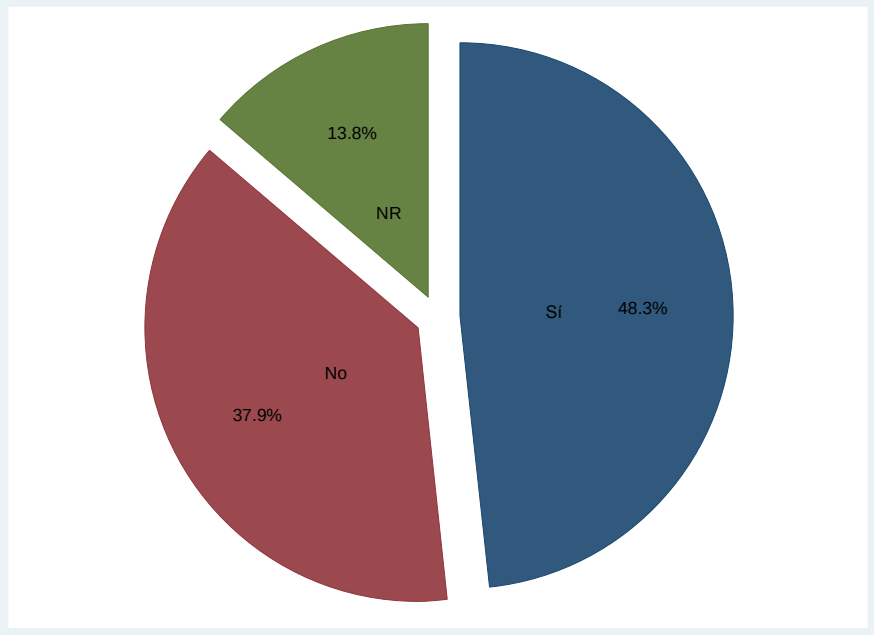
7.1.6 Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan el turismo en Tampico-Madero. Extorsión



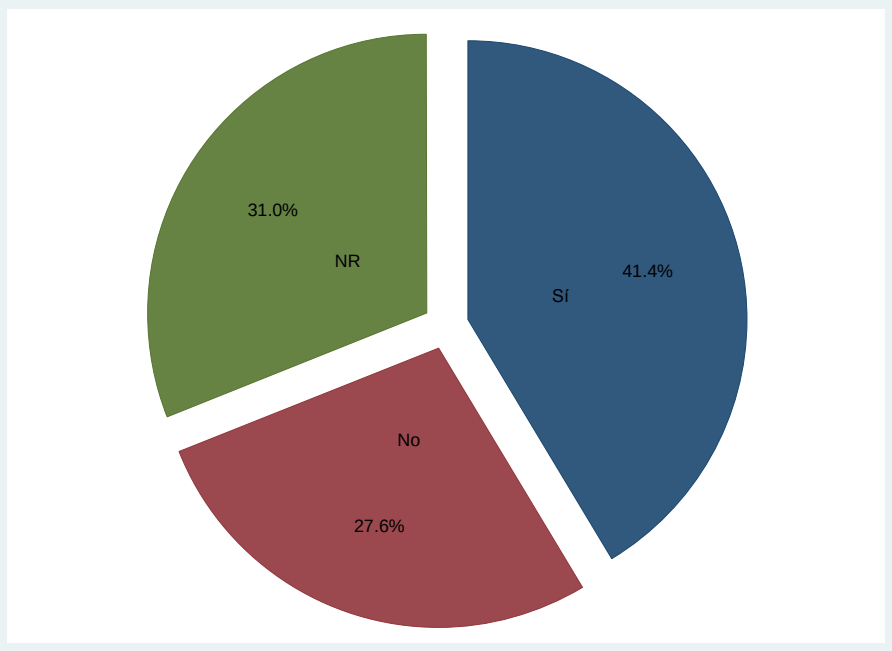
7.2. ¿Cuenta con protocolos de manejo de situaciones de riesgo?



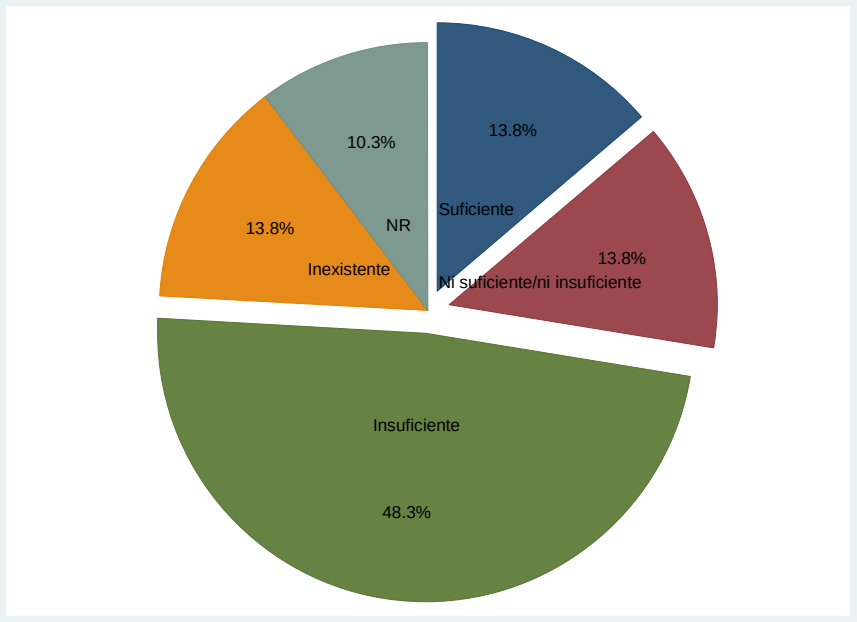
7.3. ¿Cuenta con algún sistema de seguridad en su negocio?



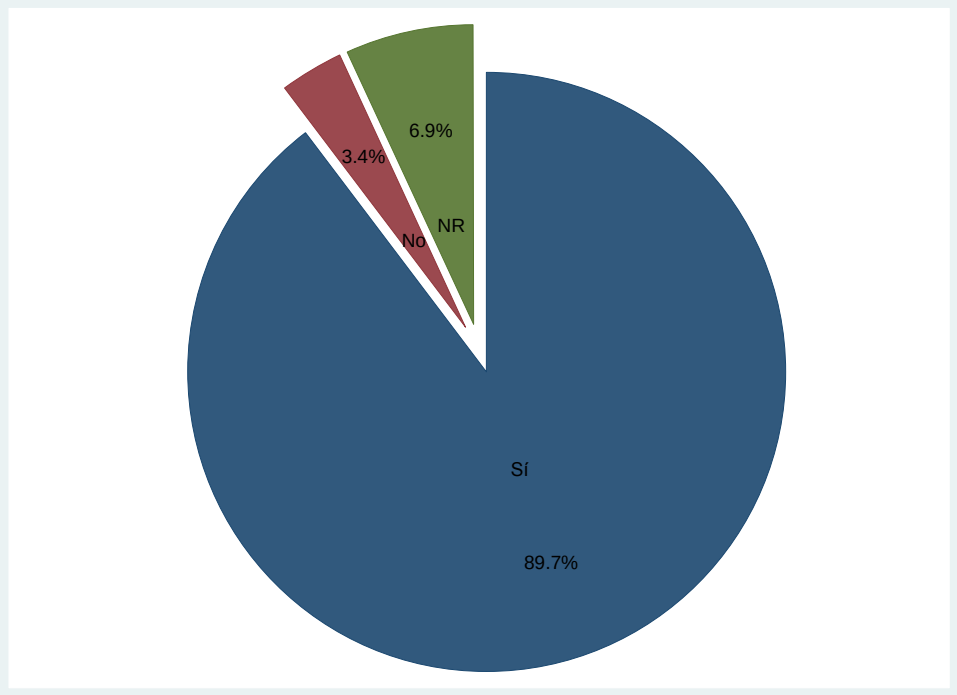
7.4. ¿La implementación de estos sistemas le ha permitido mejorar la atención a sus clientes?



7.5. En su opinión, Considera que la cantidad de elementos policíacos en su destino turístico es:

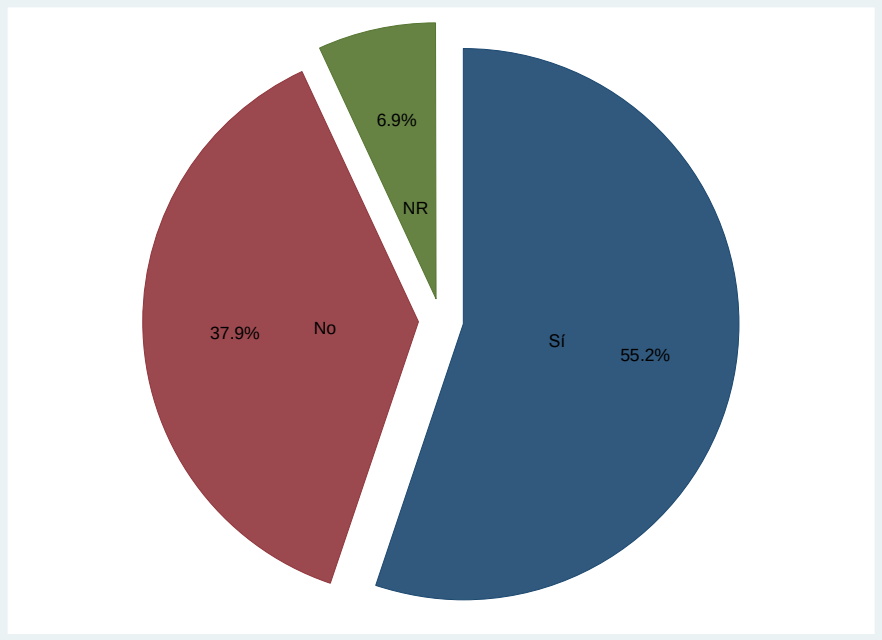


7.6. ¿Considera que debido a la percepción de inseguridad su destino ha sido menos visitado durante el último año?

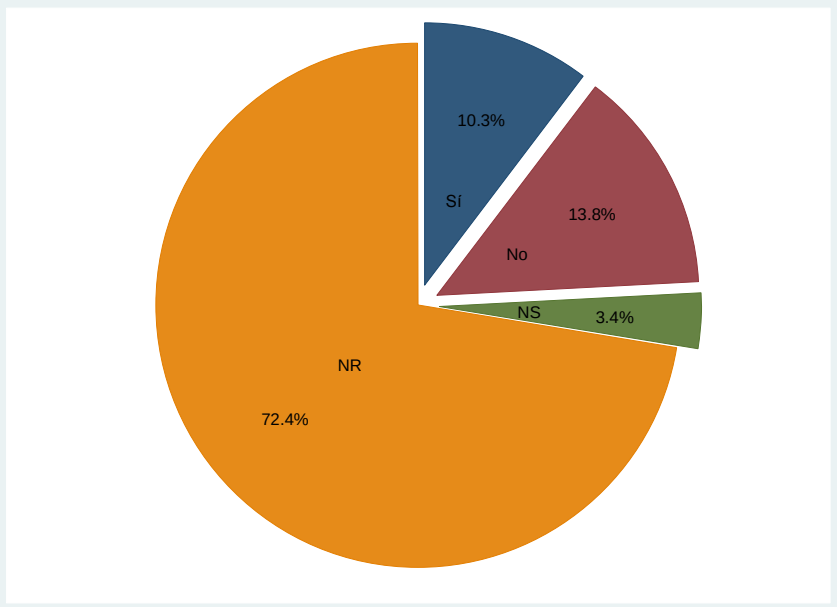


8. Promoción y Comercialización

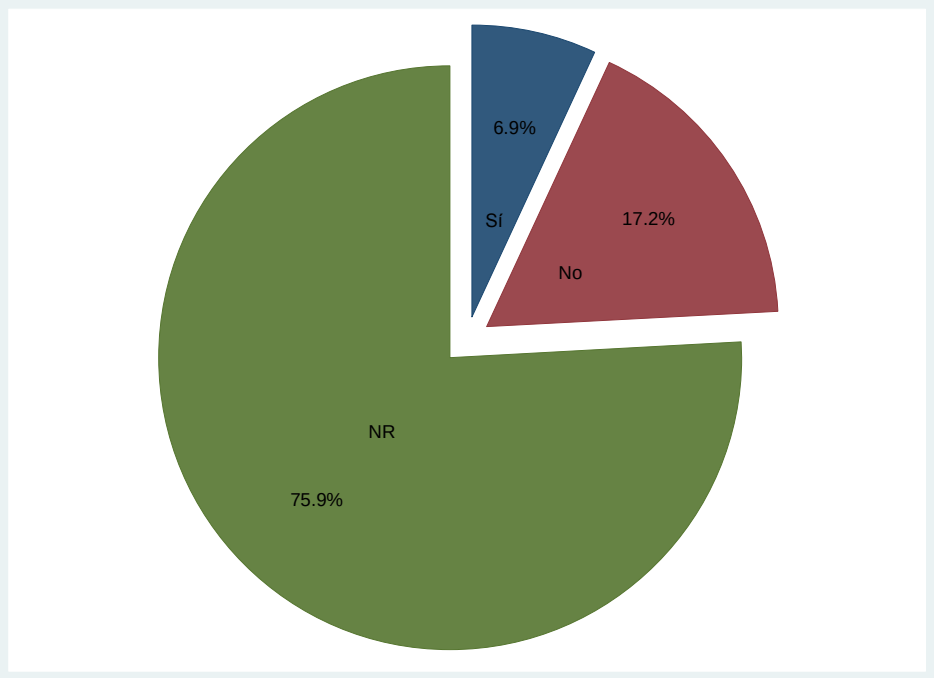
8.1. ¿Durante el último año usted realizó alguna inversión para mejorar la competitividad de su establecimiento?



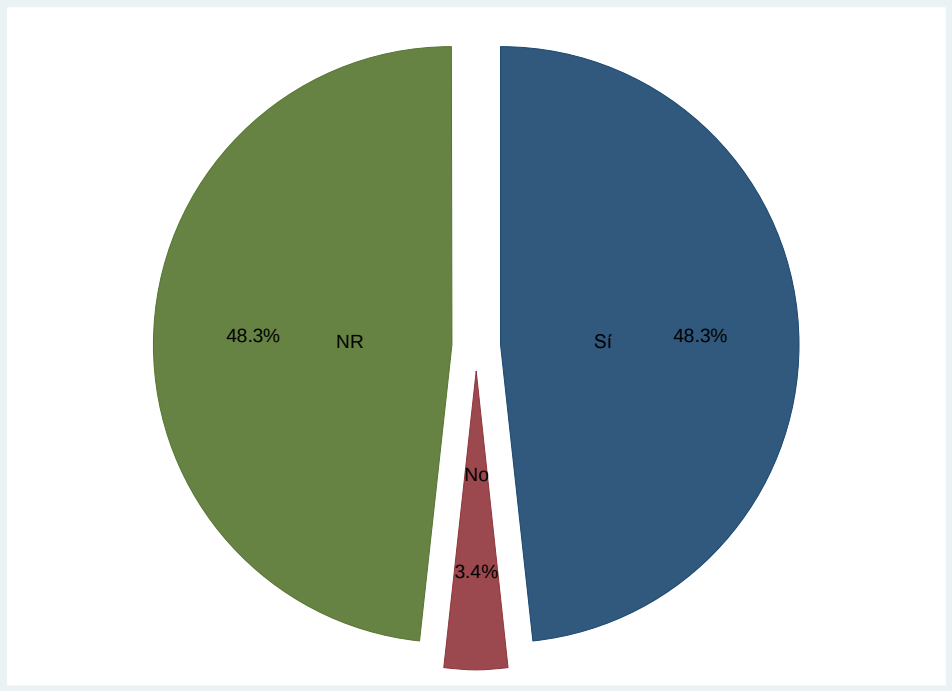
8.2.1 La fuente de recursos para financiar su inversión fue: Crédito de alguna institución Financiera



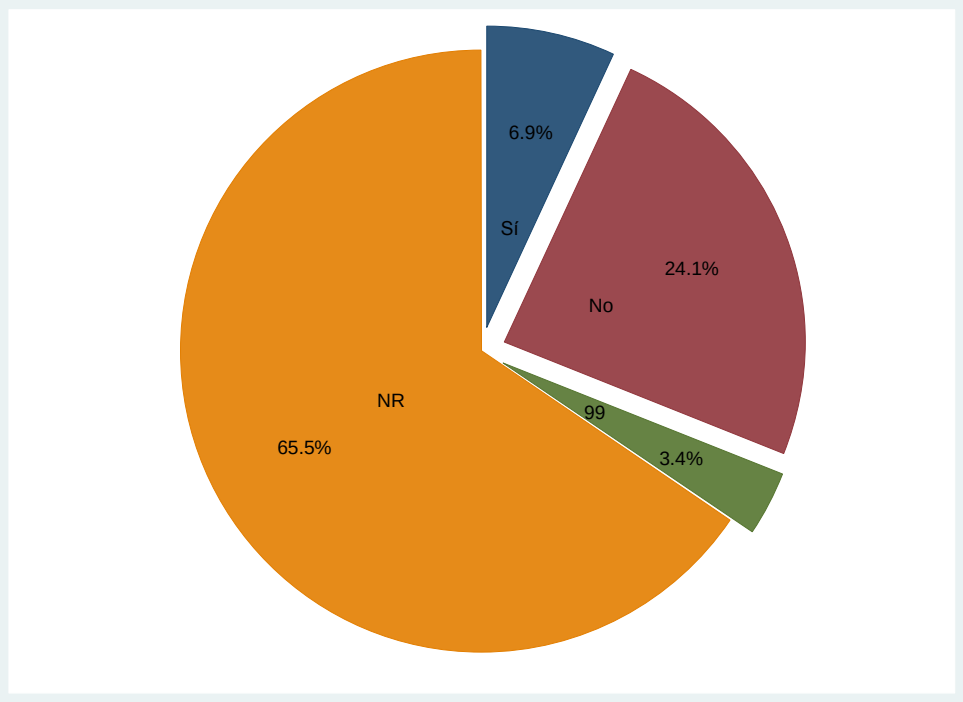
8.2.2 La fuente de recursos para financiar su inversión fue: Crédito de proveedores



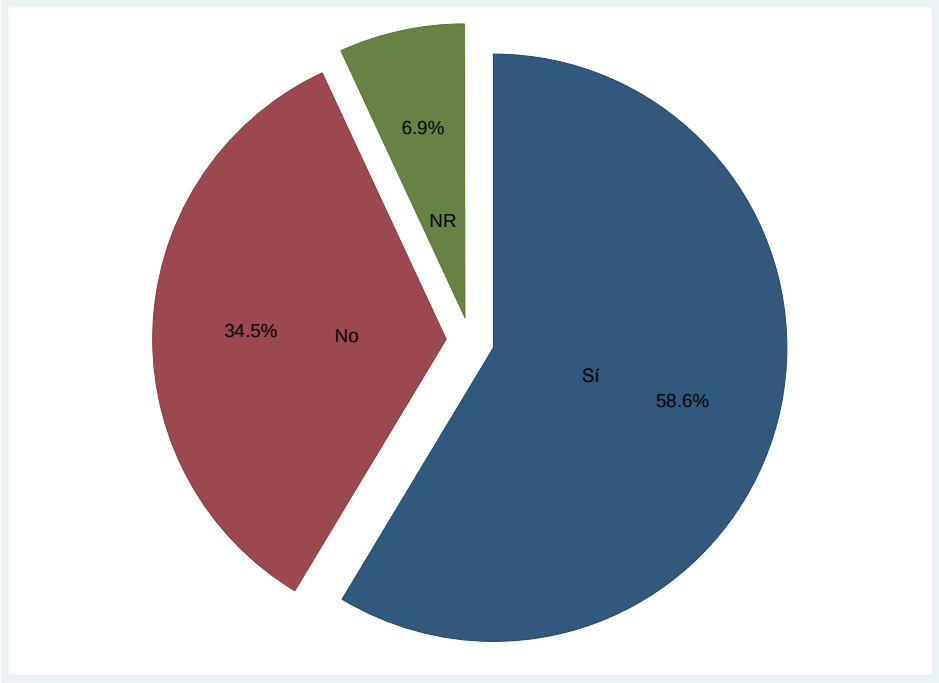
8.2.3 La fuente de recursos para financiar su inversión fue: Recursos propios



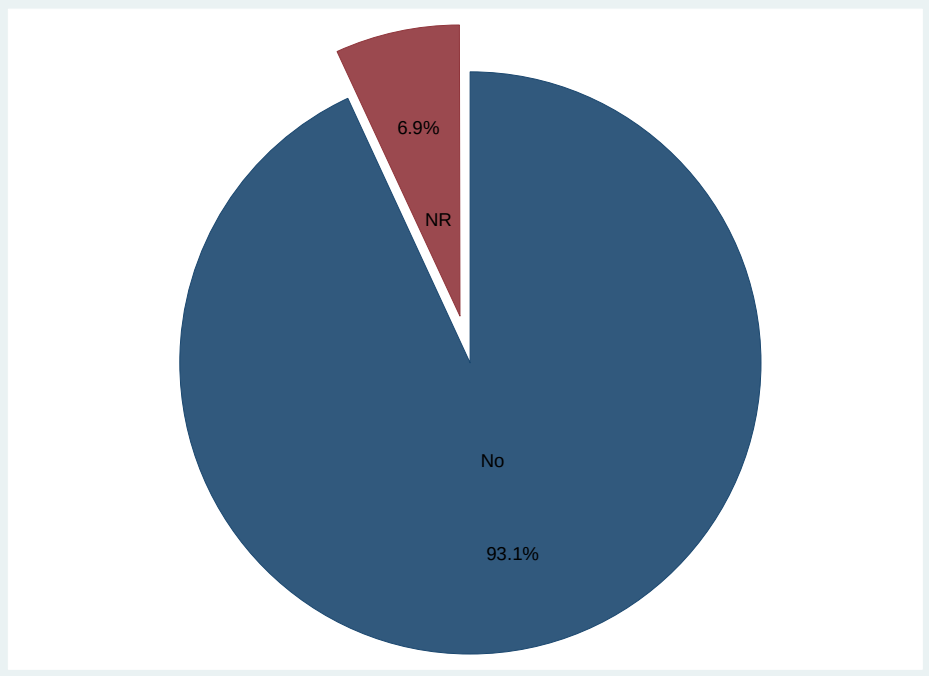
8.2.4 La fuente de recursos para financiar su inversión fue: Programa gubernamental



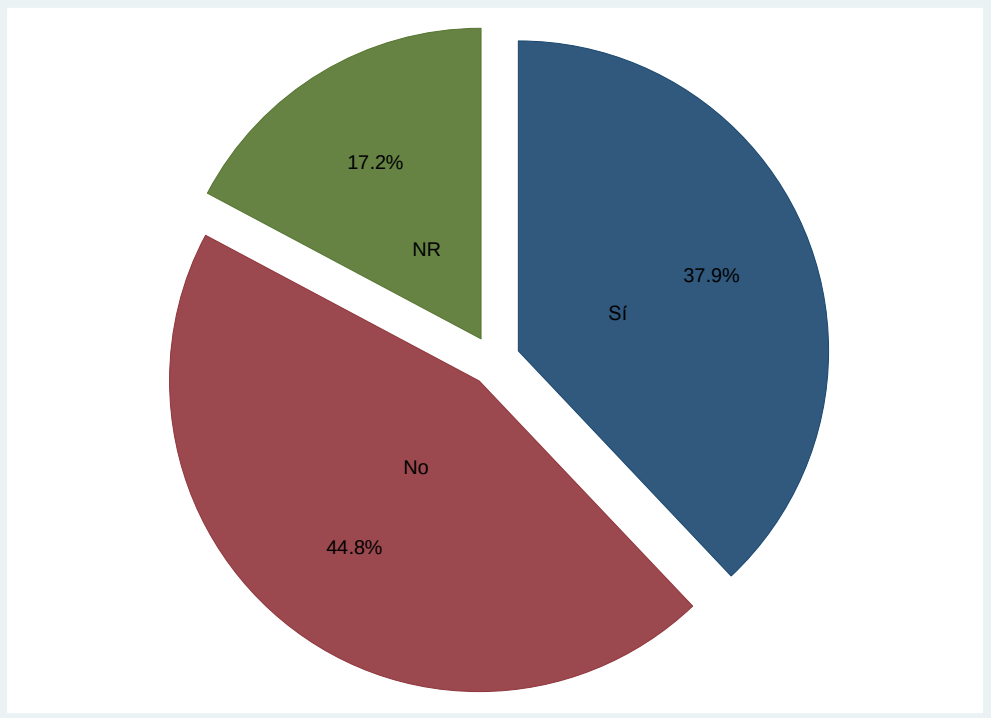
8.3 ¿En su establecimiento usted ofrece descuentos especiales?



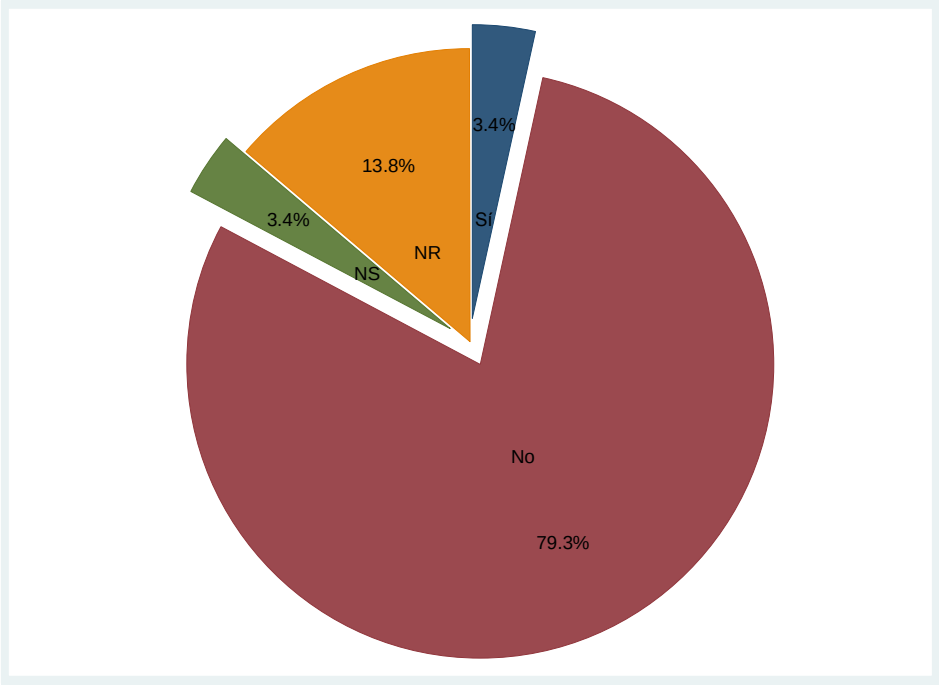
8.5. ¿Está asociado a algún Tour operador?



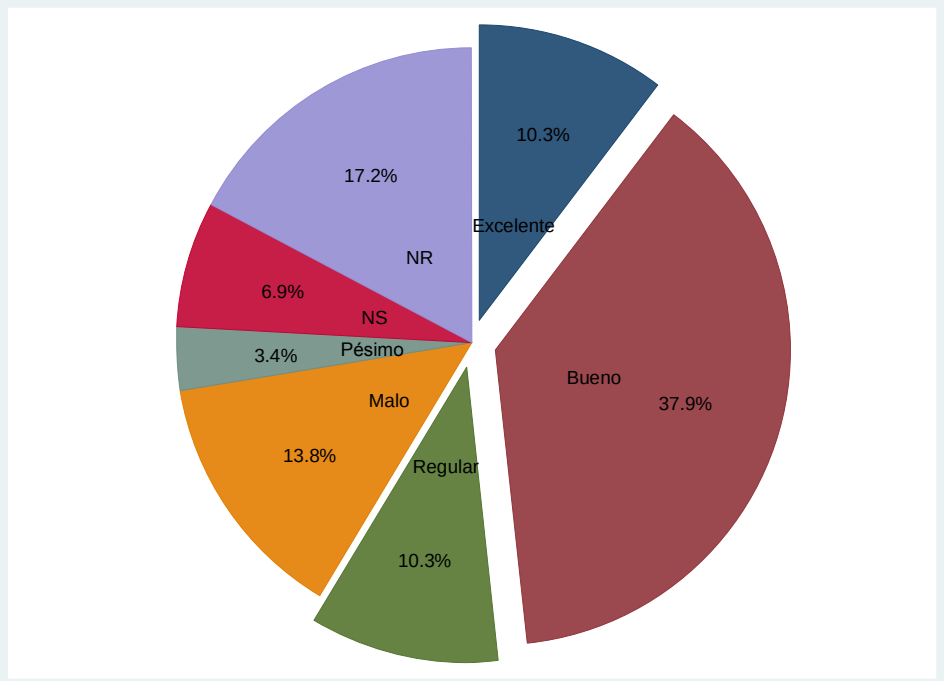
8.6. ¿Utiliza la variedad cultural y/o gastronómica local para mejorar el servicio que ofrece?



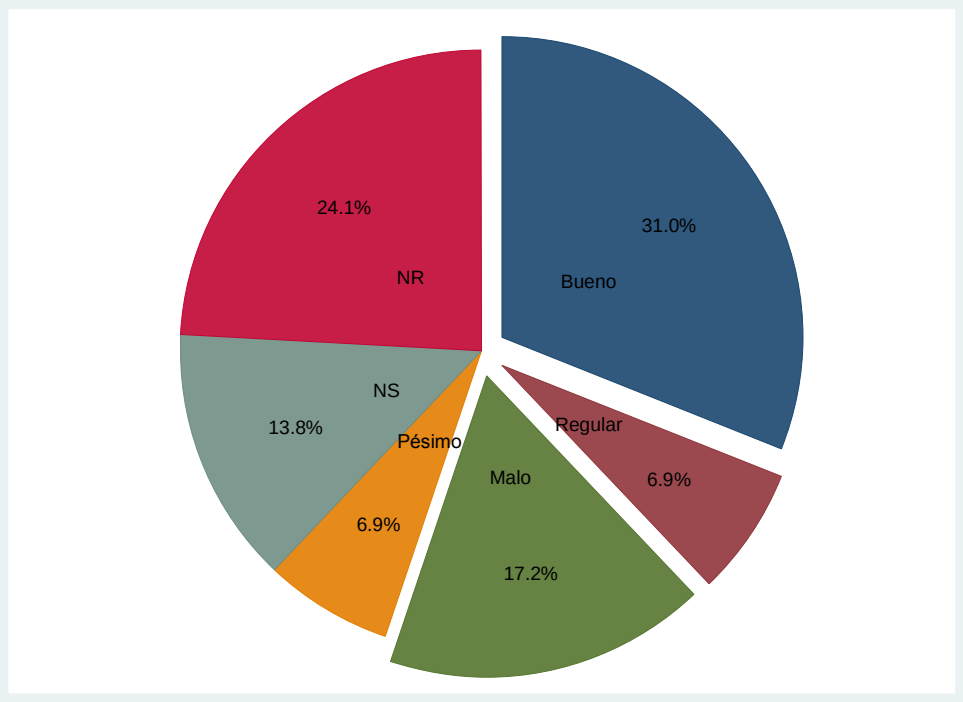
8.7. ¿Ha recibido apoyo de algún programa del sector público?



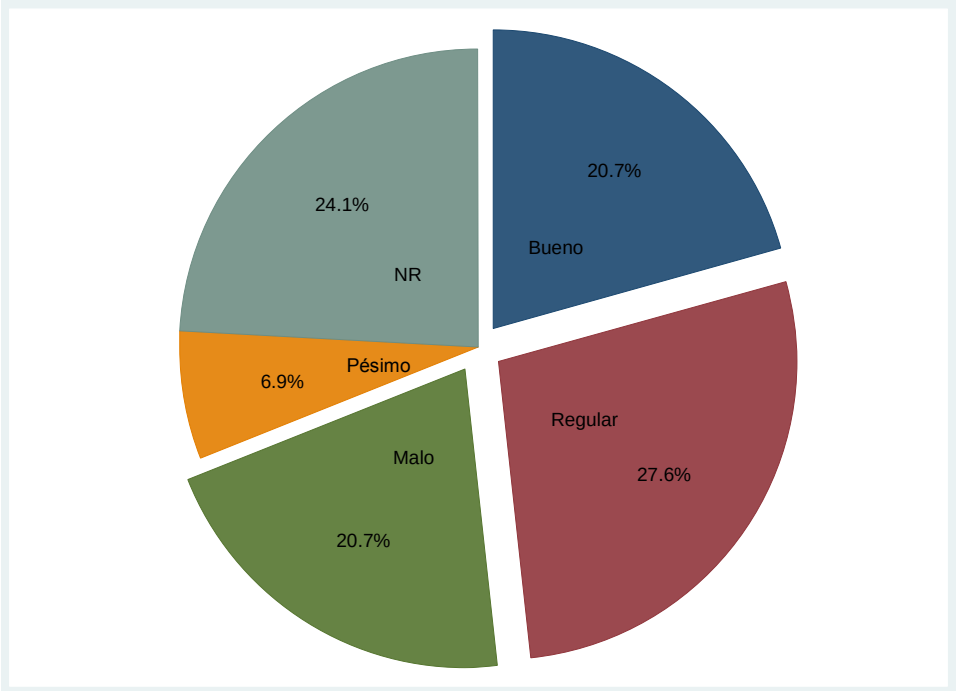
8.8.1 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Acceso a crédito de la banca comercial



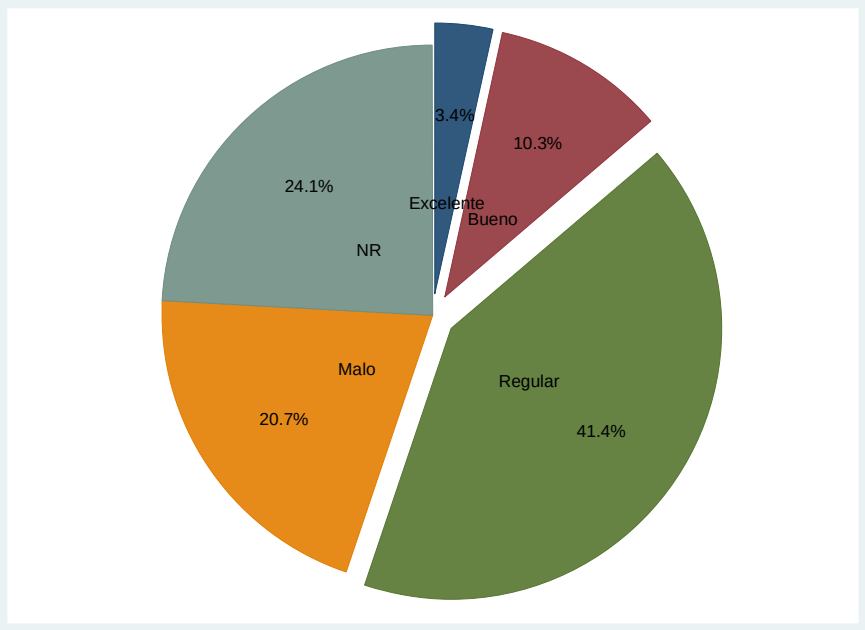
8.8.2 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Banca de Desarrollo



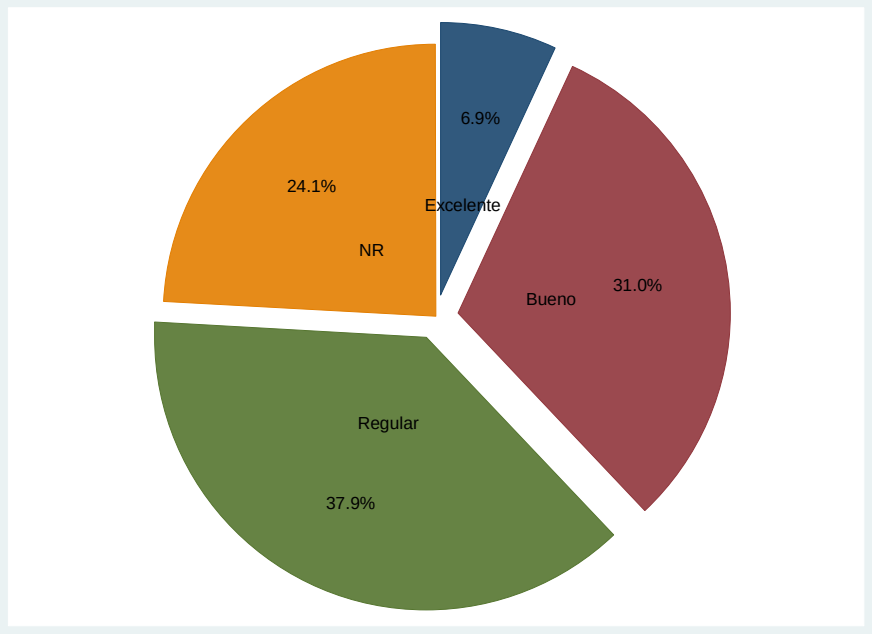
8.8.3 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Facilidad para iniciar un negocio en su localidad



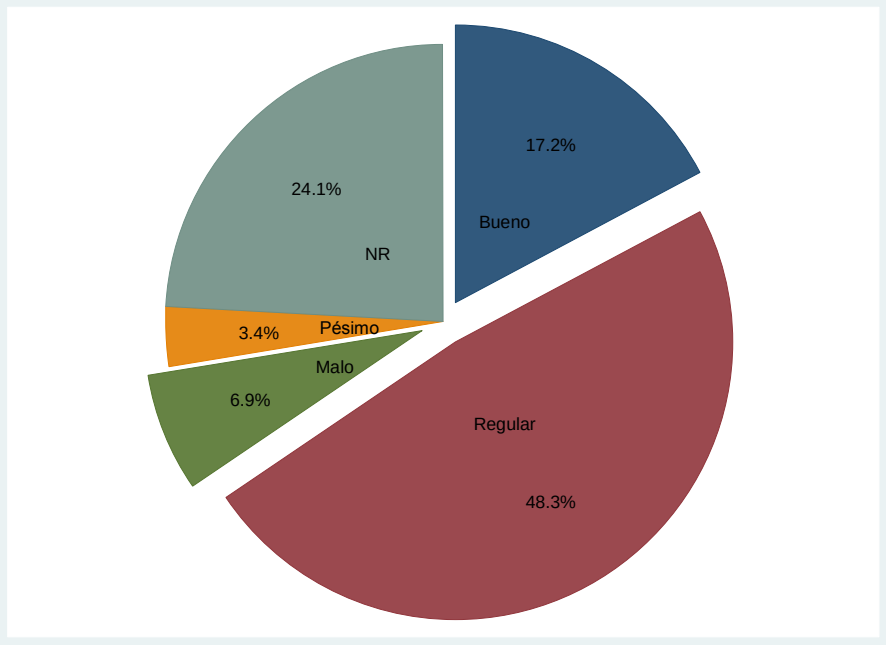
8.8.4 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Nivel de retorno de la inversión inicial



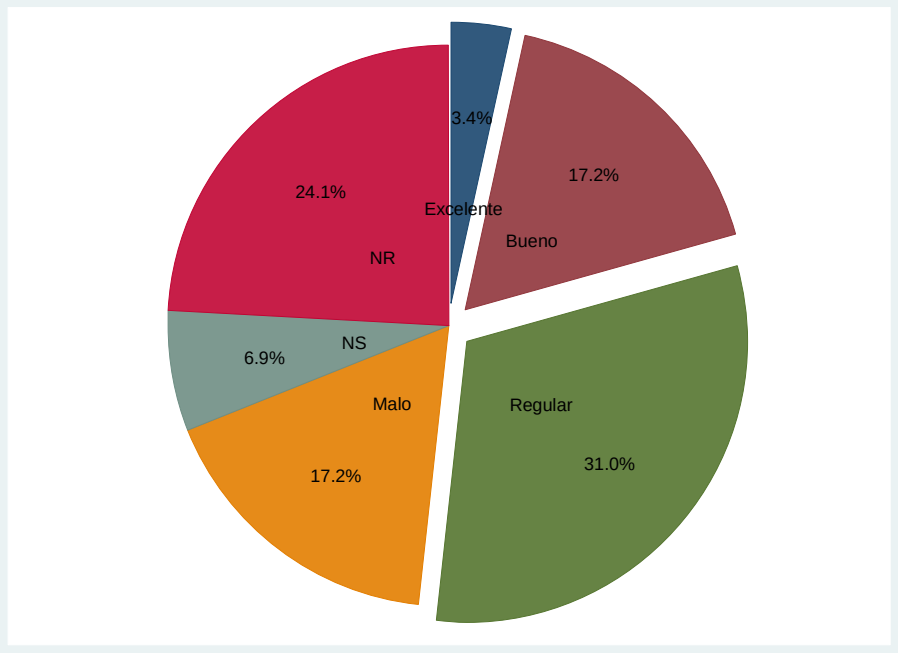
8.8.5 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Acceso a servicios básicos



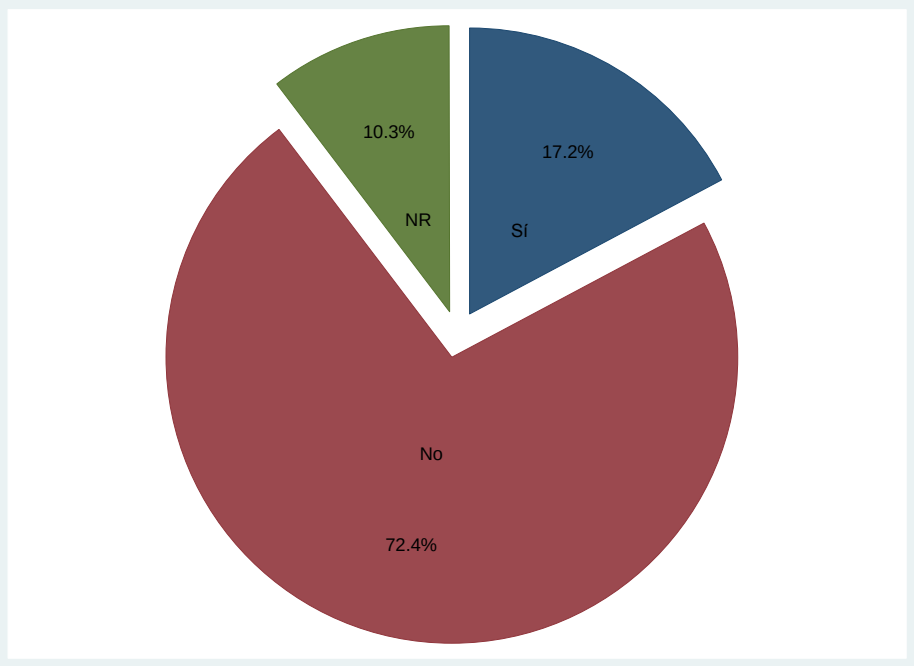
8.8.6 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Promoción del destino turístico al que pertenece



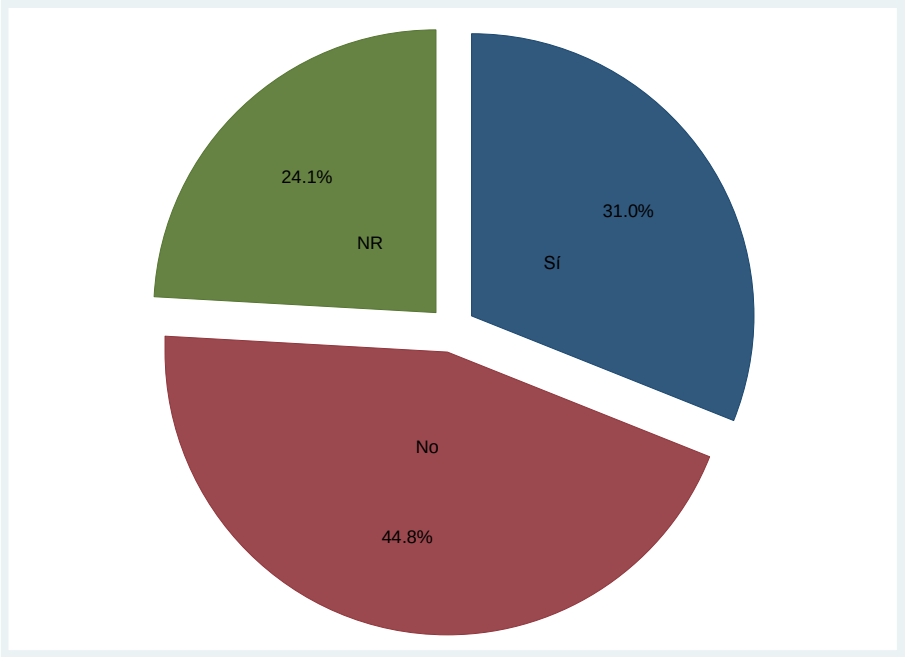
8.8.7 Desde su perspectiva, cómo calificaría los siguientes rubros: Coordinación con organismos turísticos regionales



8.9. En su opinión ¿Considera que la promoción del destino permite que éste sobresalga en relación otros destinos del mismo tipo a nivel nacional?

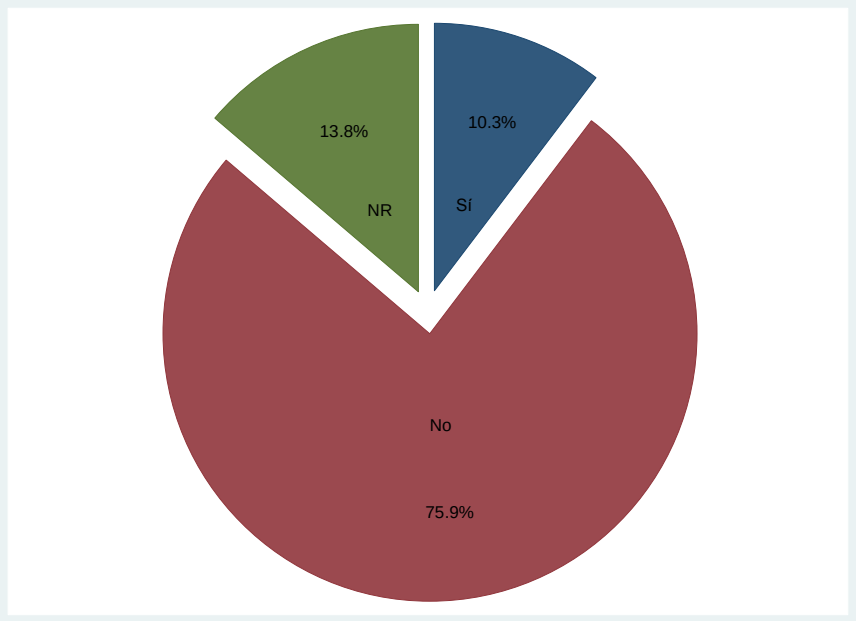


8.10. Desde su perspectiva ¿Tendría alguna propuesta(s) para mejorar la promoción del destino que le permita ser más competitivo?

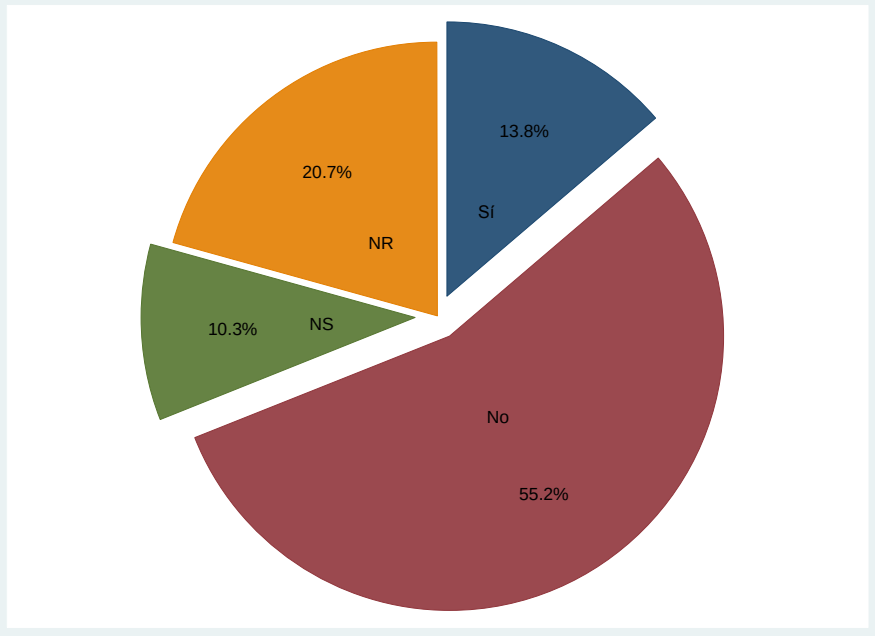


9. Gestión del Destino

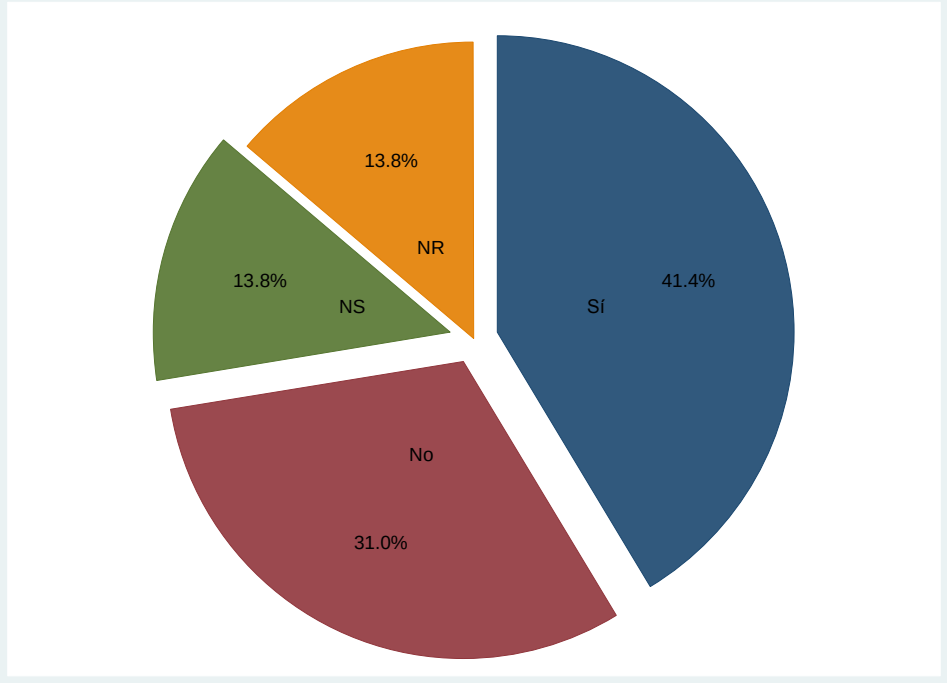
9.1. ¿Durante el último año ha tenido contacto con la Dirección de Turismo Estatal, o Municipal?



9.2. En el destino Tampico-Madero ¿Se cuenta con algún Comité u Organización de Turismo Sustentable?

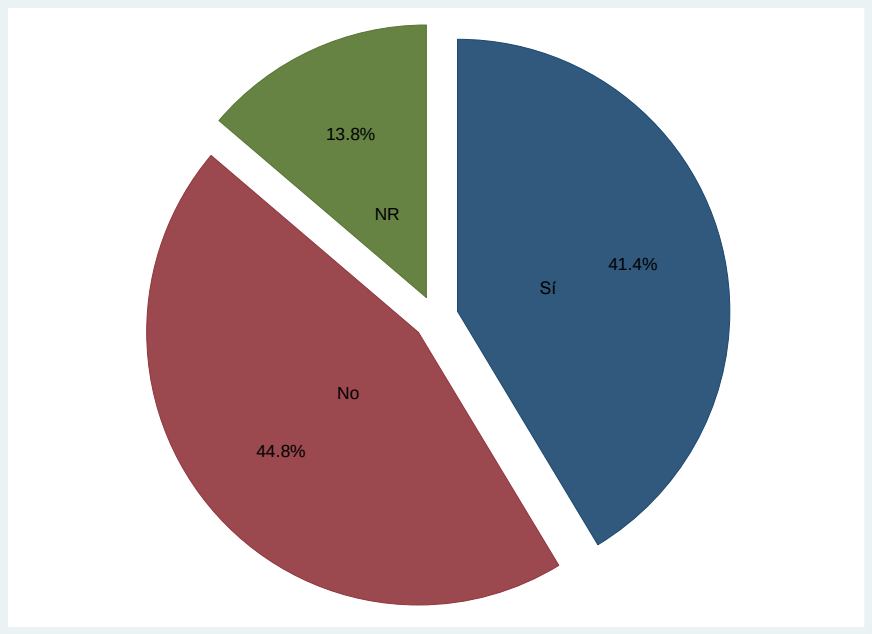


9.3. ¿En Tampico-Madero se han implementado iniciativas desde las administraciones municipales para regularizar el comercio ambulante?

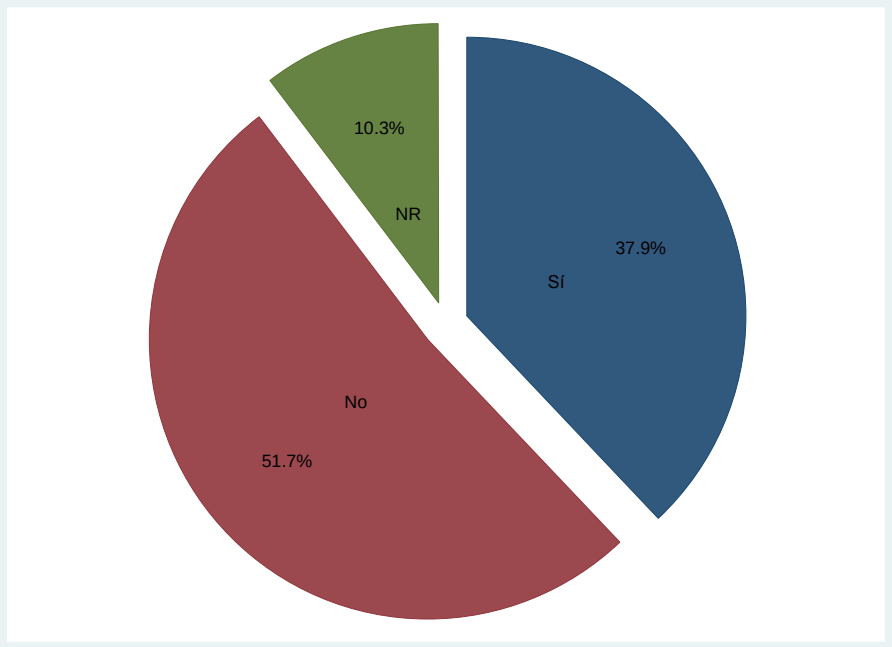


10. TICs e Información al turista

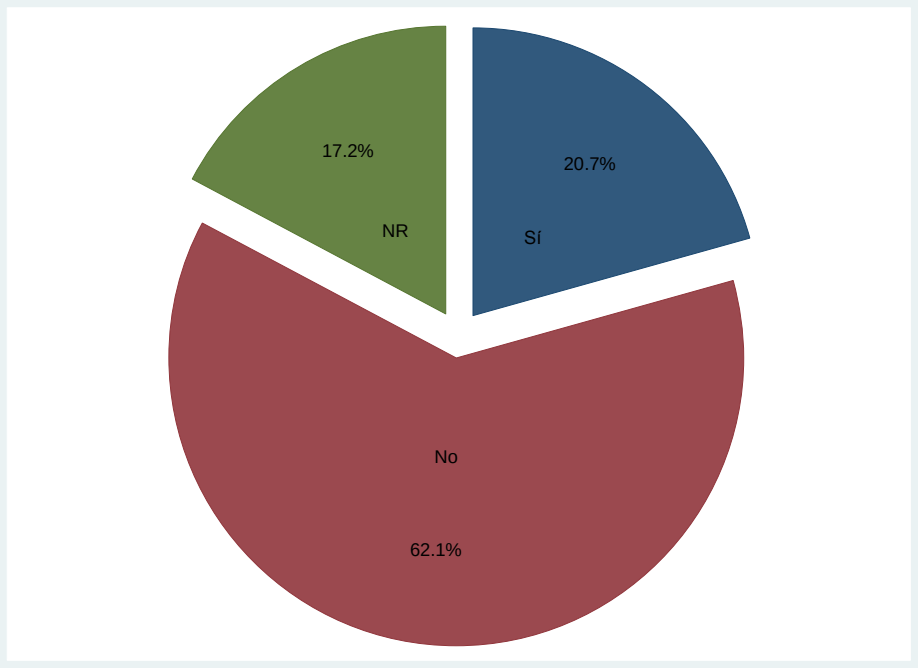
10.1.1 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio?
Página de internet



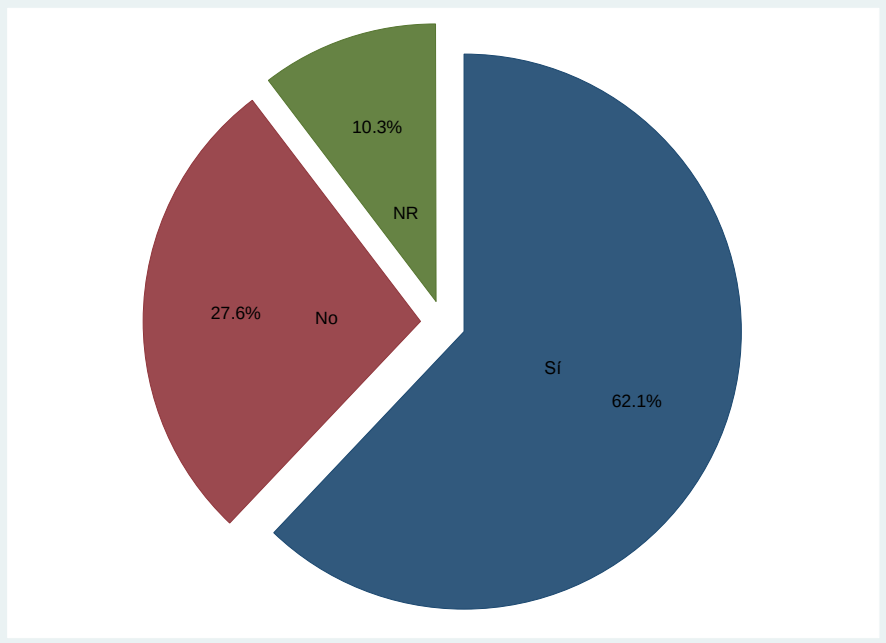
10.1.2 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio?
Facebook



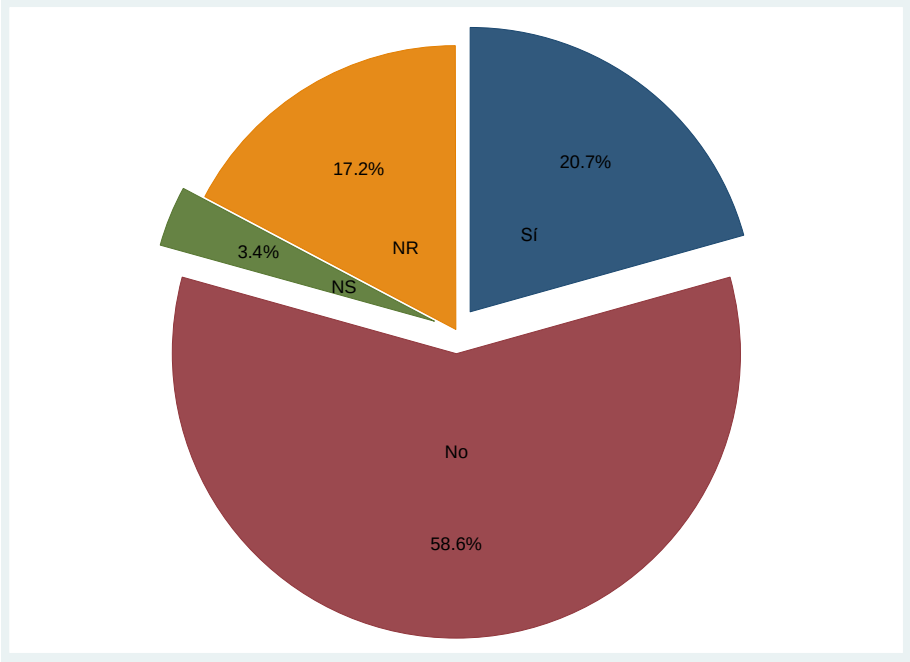
10.1.3 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio? Twitter



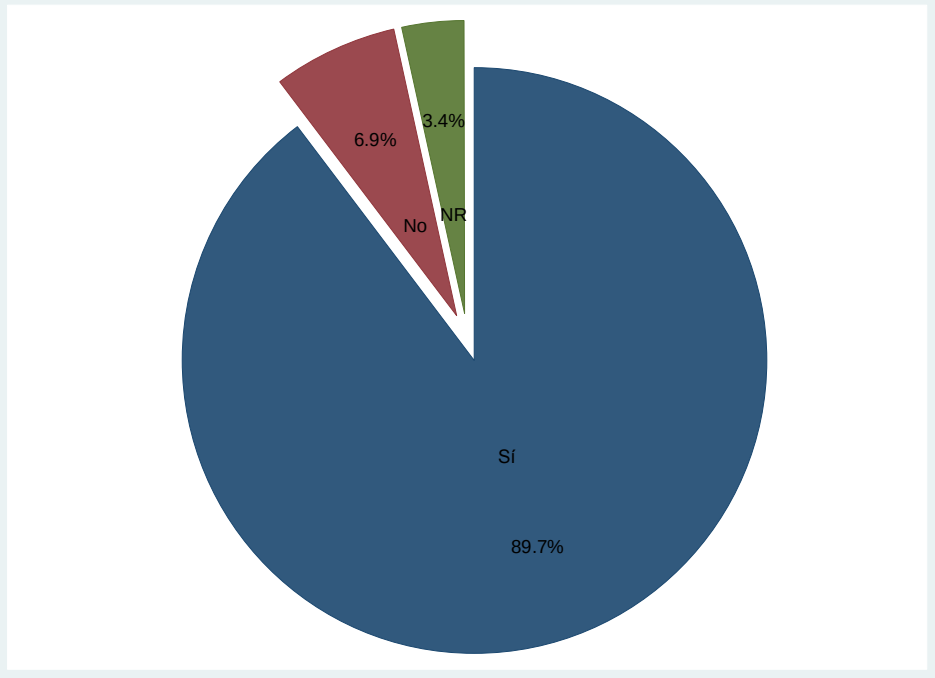
10.1.4 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio? Material Impreso



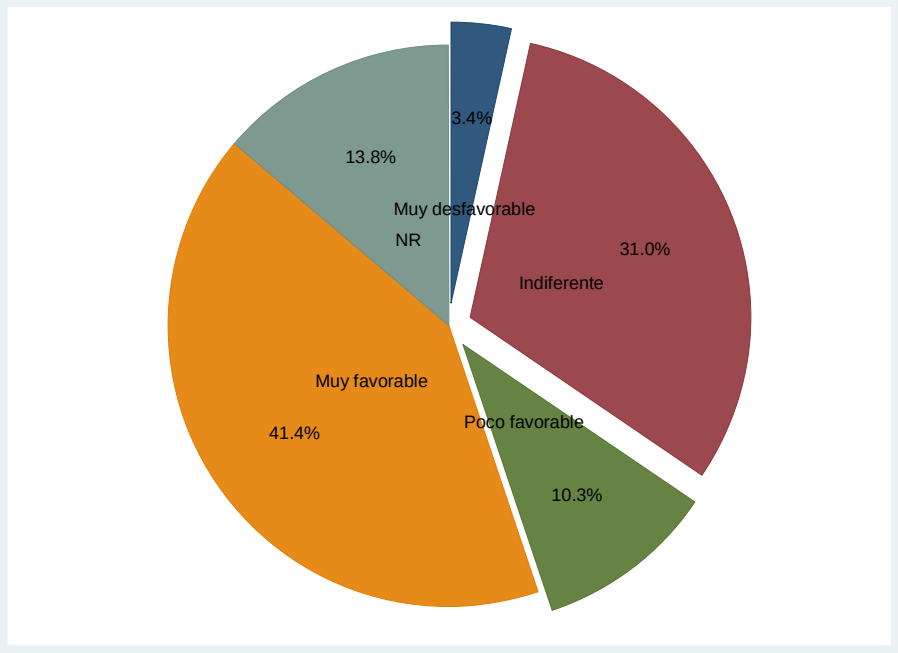
10.1.5 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio?
Promoción vía telefónica



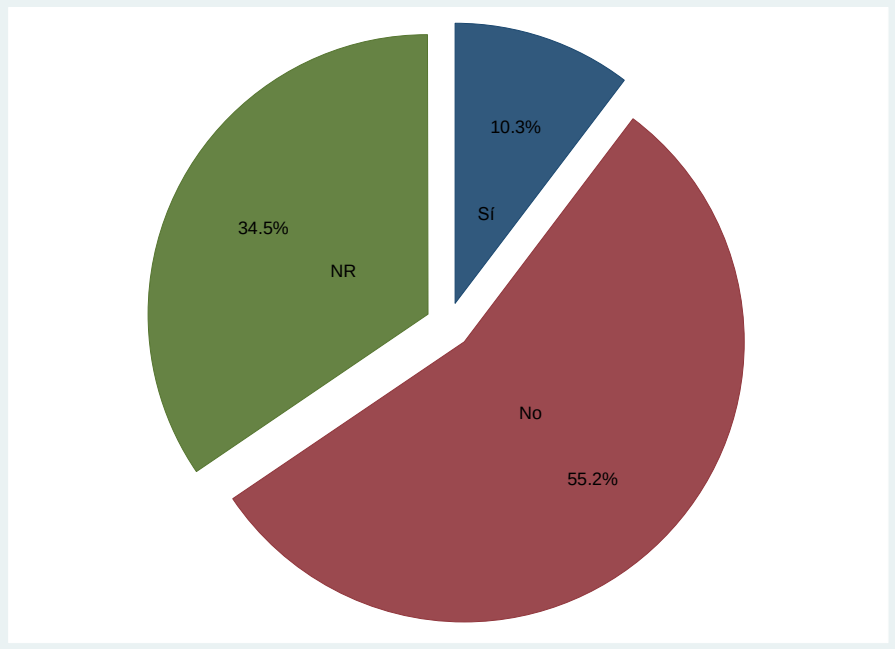
10.1.6 ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio?
Contacto personal



10.2. Desde su perspectiva ¿Cómo evaluaría el impacto de las TICs en el desempeño de su establecimiento?

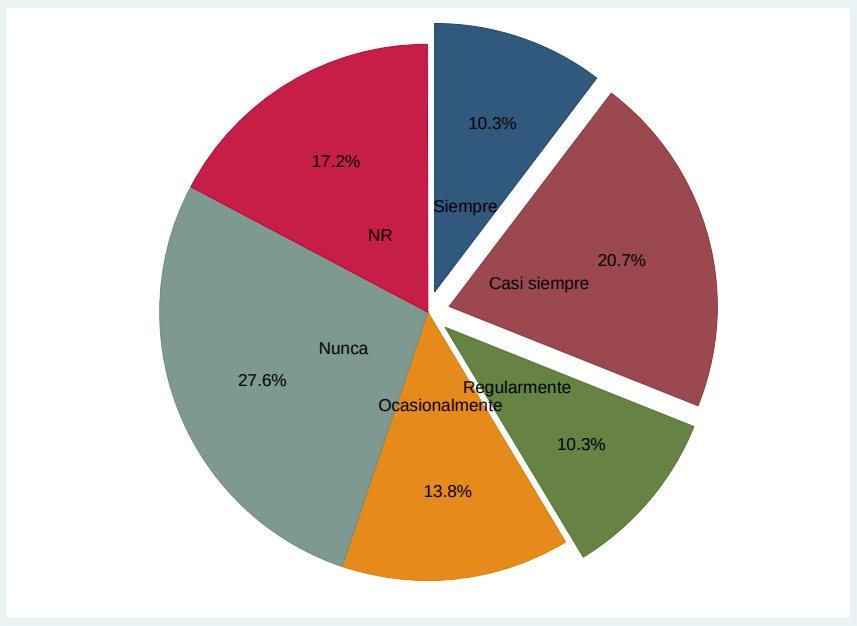


10.3. ¿Tendría alguna propuesta para mejorar la conectividad tecnológica del destino que le permita ser más competitivo?

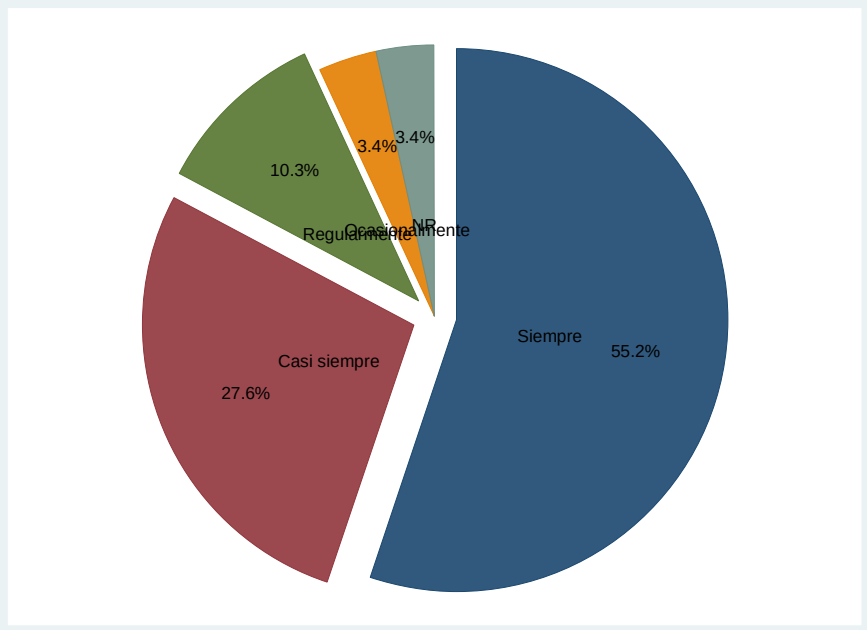


11. Competencia

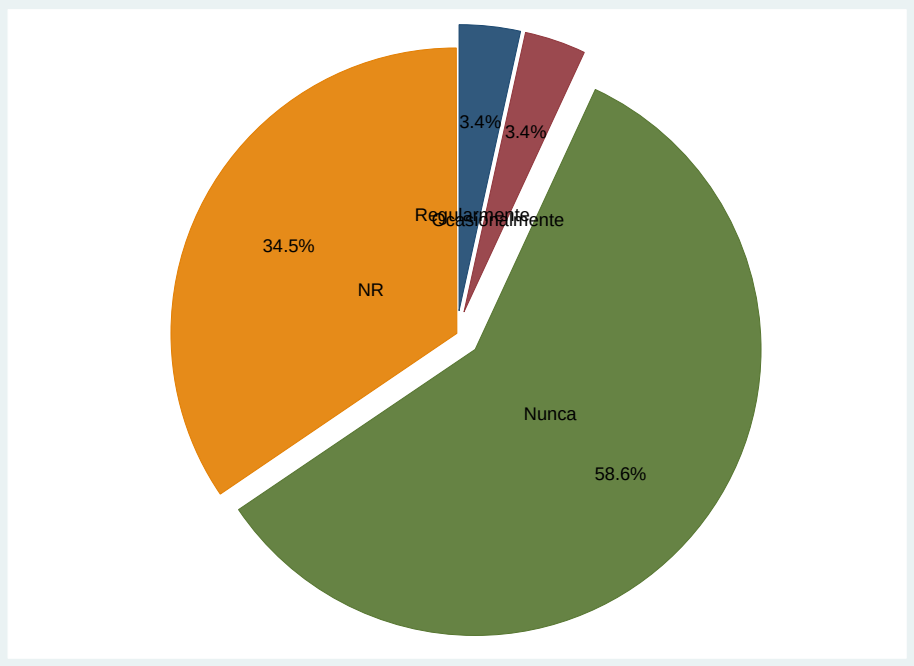
11.1.1 Dentro de sus formas de pago de sus clientes que visitan su establecimiento, clasifíquelas según las siguientes categorías: Tarjeta de crédito/debito



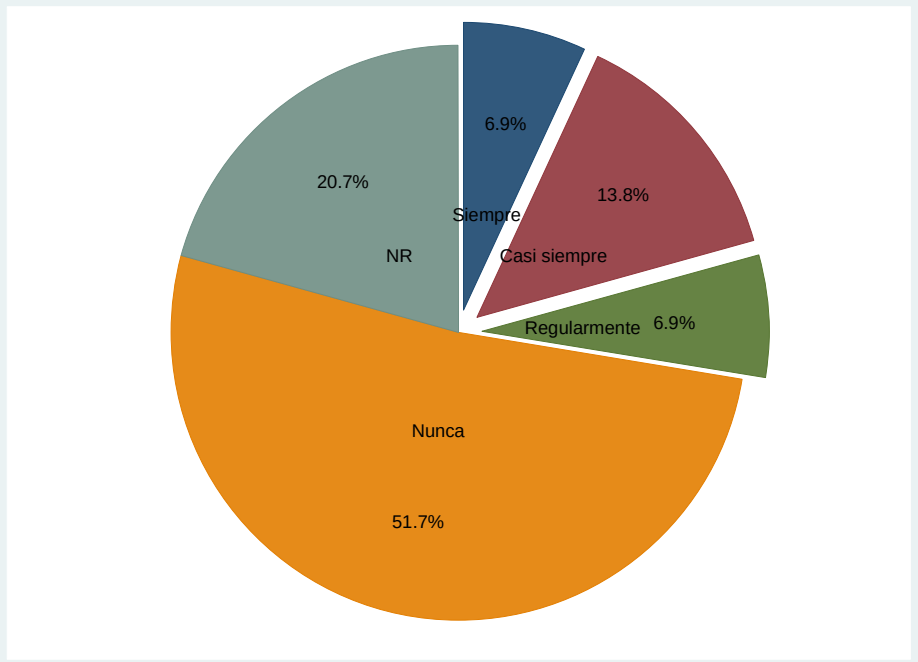
11.1.2 Dentro de sus formas de pago de sus clientes que visitan su establecimiento, clasifíquelas según las siguientes categorías: Efectivo



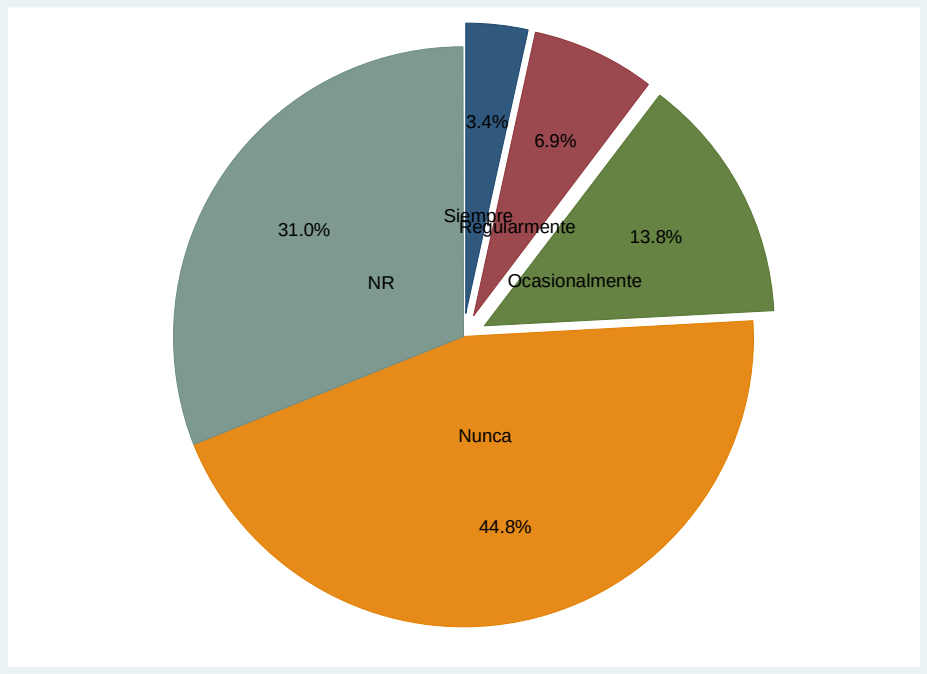
11.1.3 Dentro de sus formas de pago de sus clientes que visitan su establecimiento, clasifíquelas según las siguientes categorías: Vales



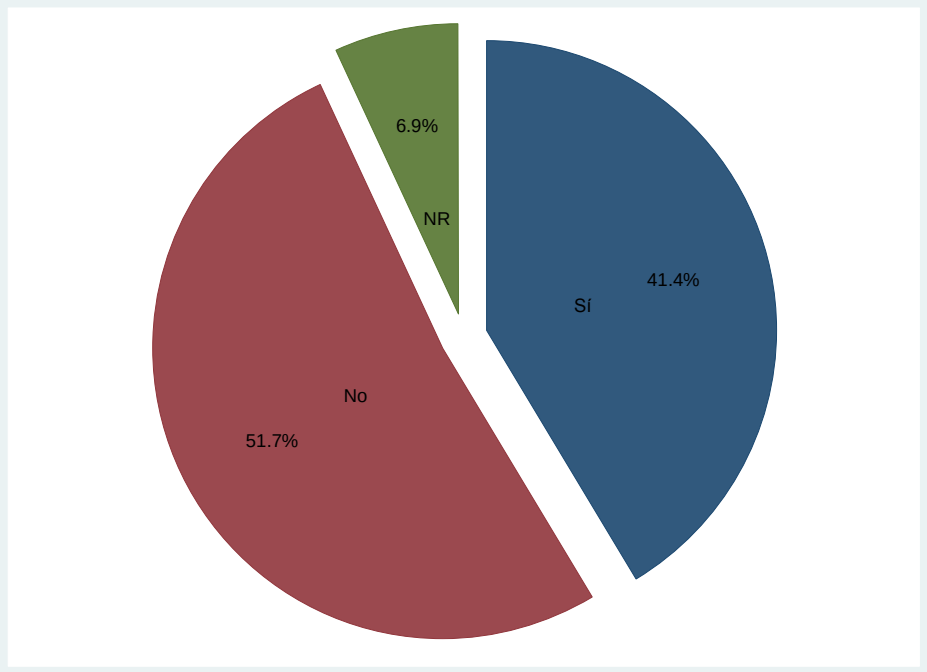
11.1.4 Dentro de sus formas de pago de sus clientes que visitan su establecimiento, clasifíquelas según las siguientes categorías: Transferencias electrónicas



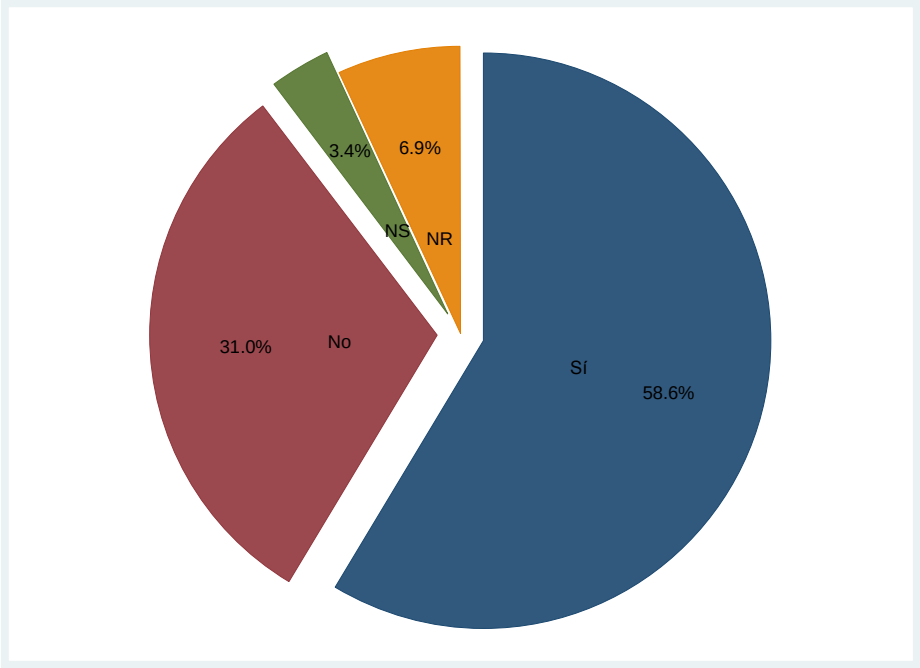
11.1.5 Dentro de sus formas de pago de sus clientes que visitan su establecimiento, clasifíquelas según las siguientes categorías: Cheques



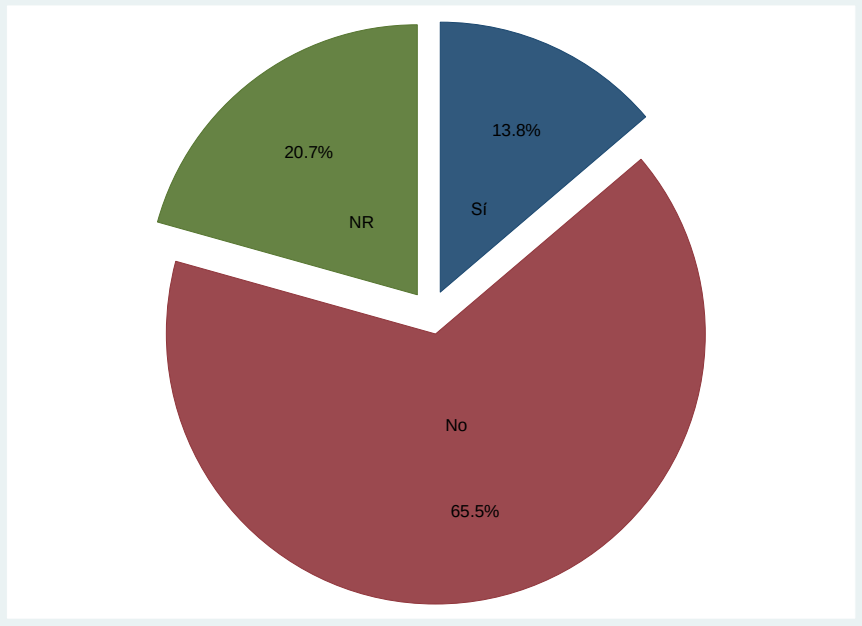
11.2. En el último año ¿Ha tenido que bajar sus precios debido a caída en la demanda?



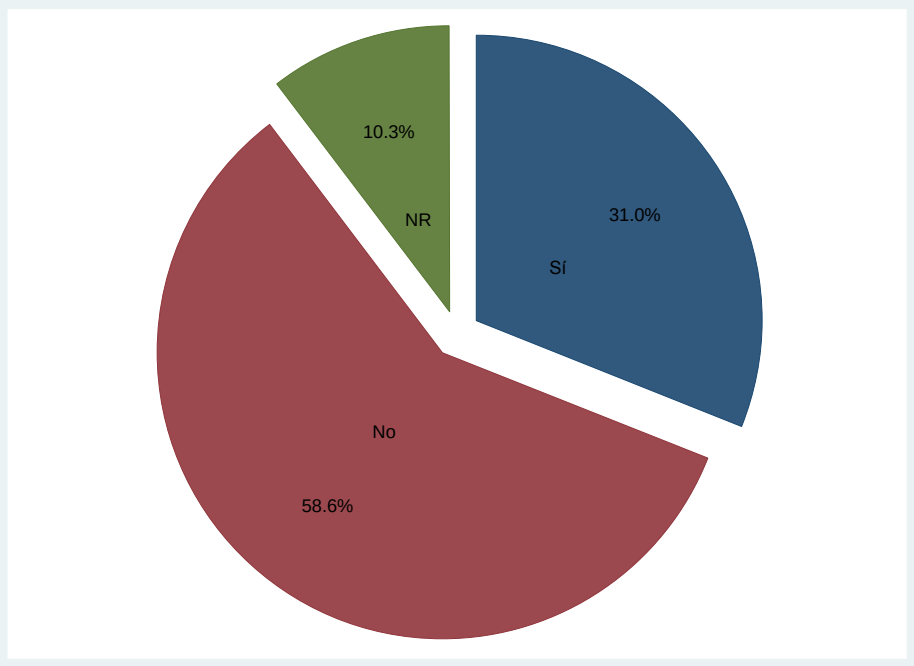
11.3. En el último año ¿Se han establecido más competidores en el mismo giro que el suyo?



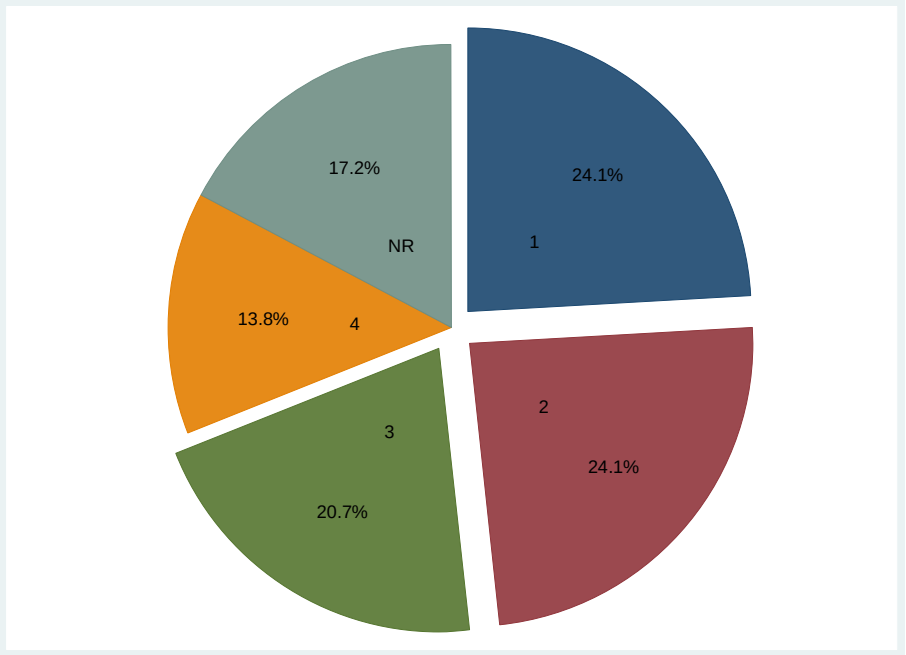
11.4. En el último año ¿Ha notado que su actividad está siendo o puede ser sustituida por otro servicio?



11.5. ¿su establecimiento Se ha visto afectado por la informalidad o por los vendedores ambulantes?

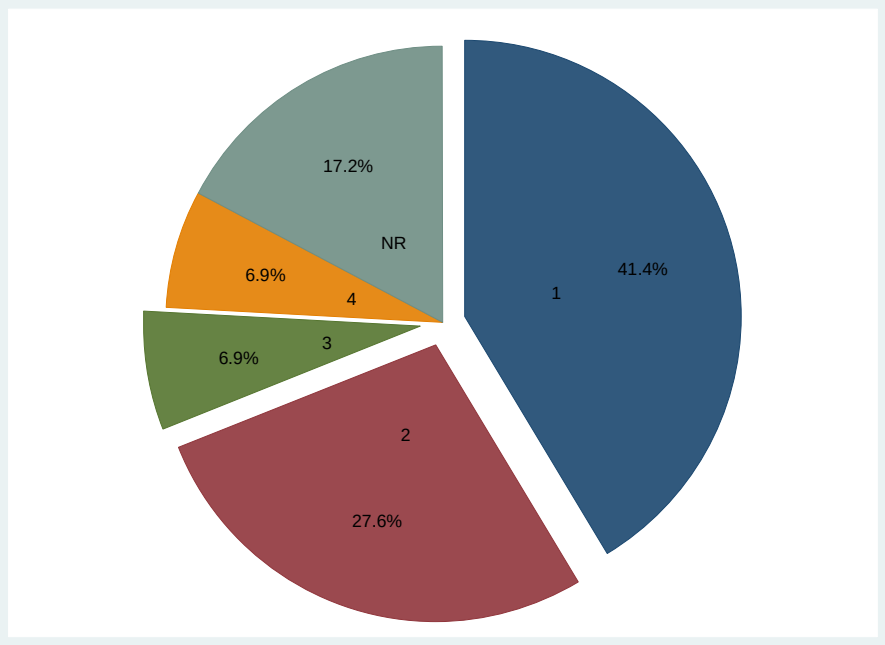


11.6.1 Indique en orden de importancia, siendo el 1 el más importante los factores que influyen en la competitividad de su establecimiento: Precio

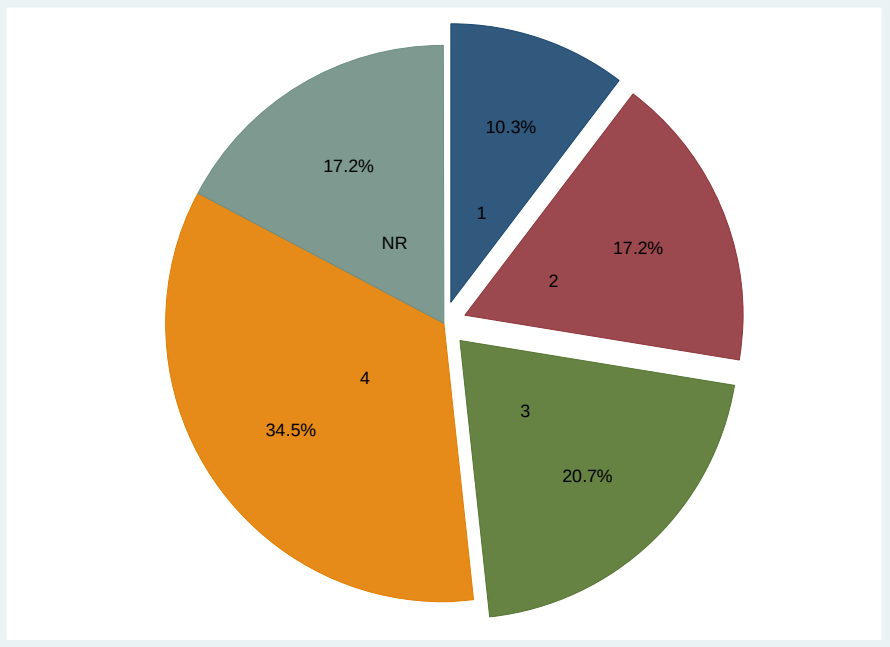


}

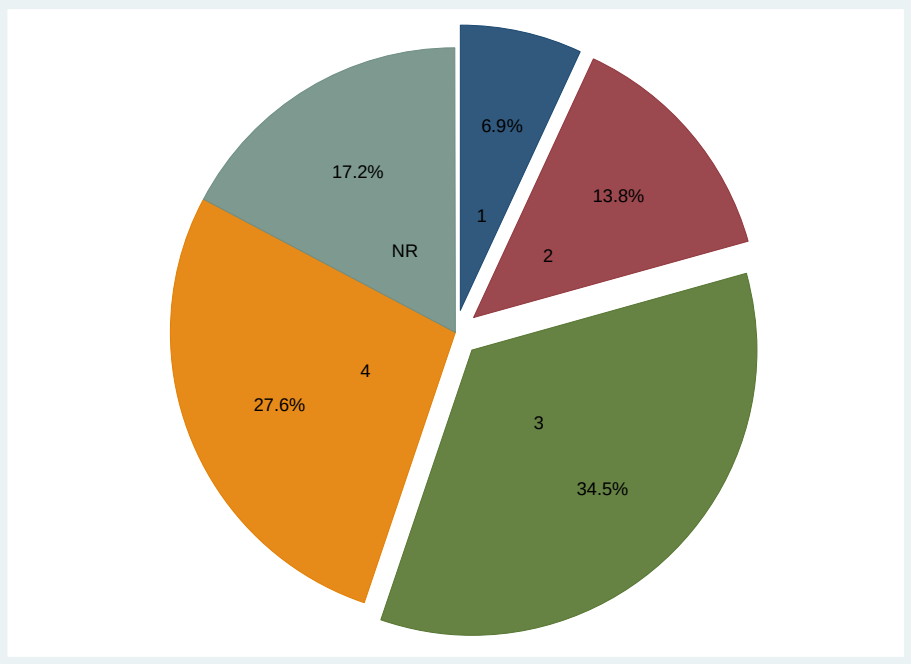
11.6.2 Indique en orden de importancia, siendo el 1 el más importante los factores que influyen en la competitividad de su establecimiento: Calidad de Servicio/Producto



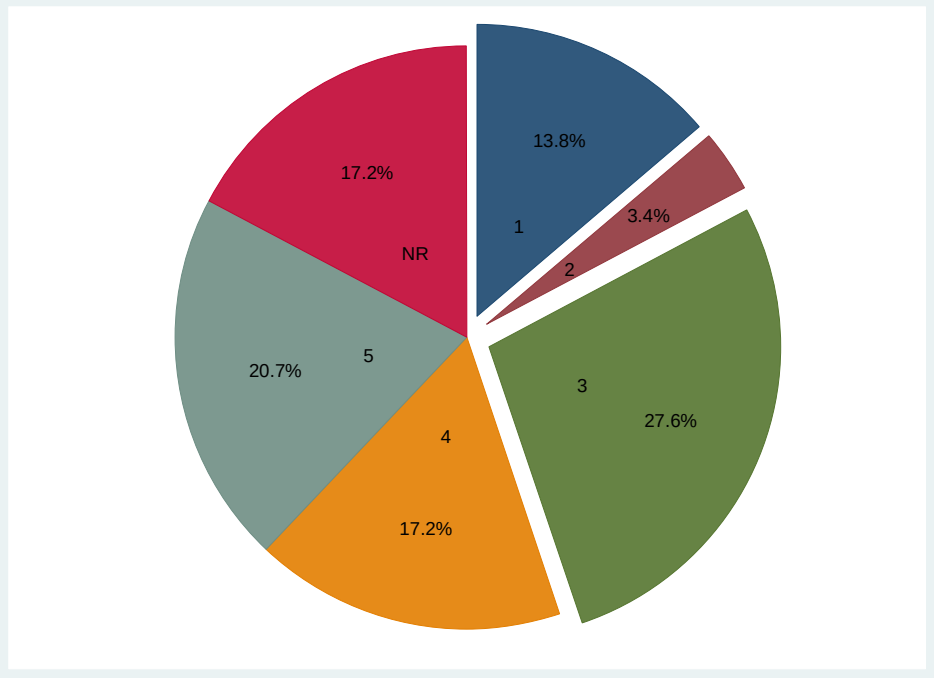
11.6.3 Indique en orden de importancia, siendo el 1 el más importante los factores que influyen en la competitividad de su establecimiento: Estrategia de promoción



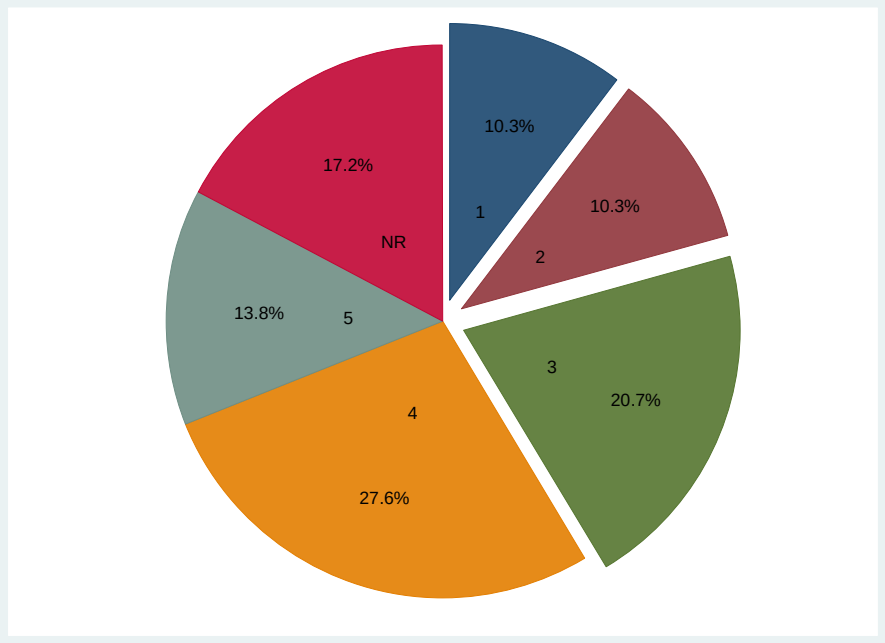
11.6.4 Indique en orden de importancia, siendo el 1 el más importante los factores que influyen en la competitividad de su establecimiento: Prestigio del destino



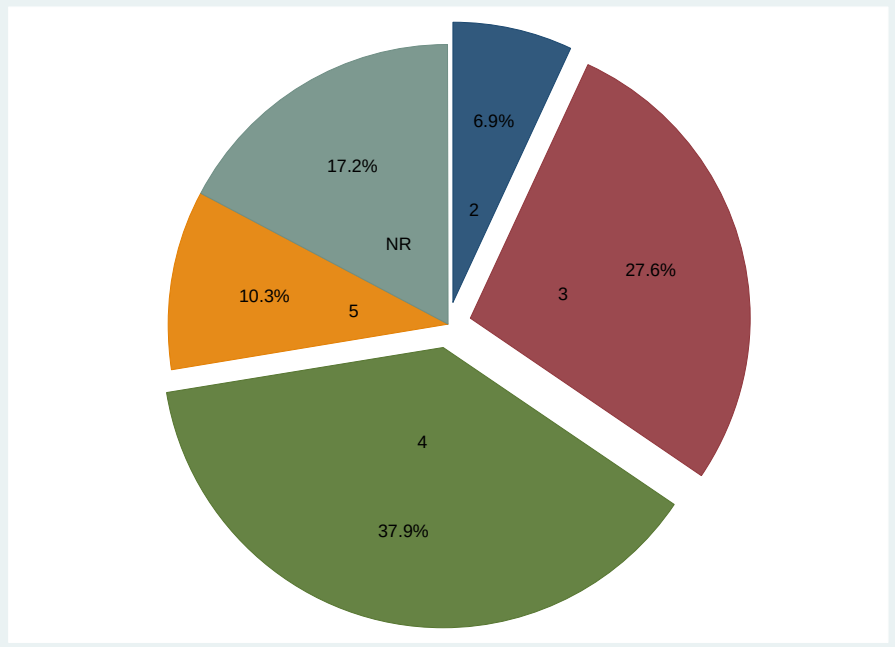
11.7.1 En una escala del 1 al 5 donde 1 es nada y 5 es mucho ¿En qué medida considera que la competencia entre empresas o establecimientos del mismo destino ha fomentado que se incremente: Calidad de los productos turísticos



11.7.2 En una escala del 1 al 5 donde 1 es nada y 5 es mucho ¿En qué medida considera que la competencia entre empresas o establecimientos del mismo destino ha fomentado que se incremente: Innovación de la oferta de productos

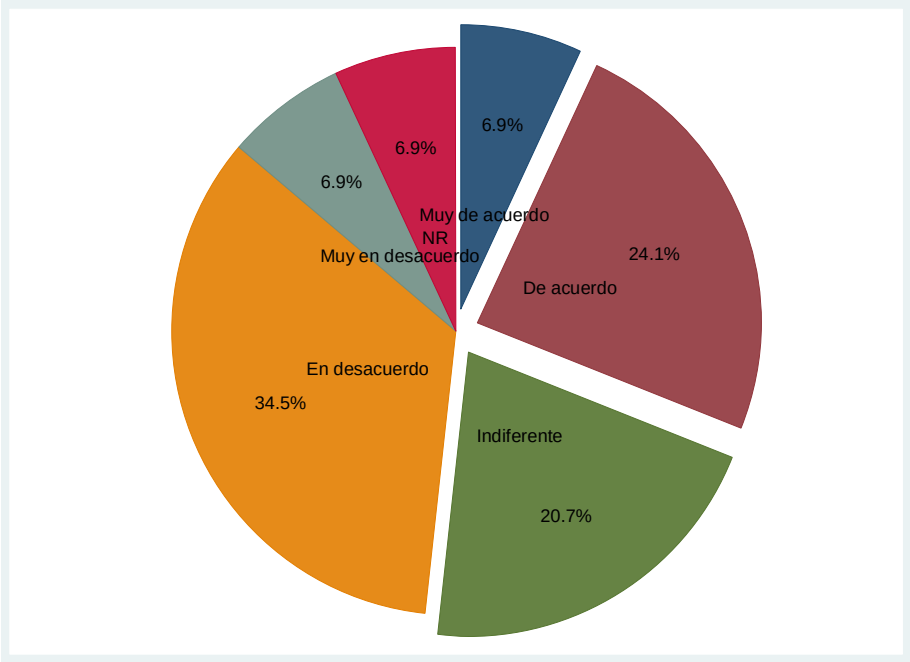


11.7.3 En una escala del 1 al 5 donde 1 es nada y 5 es mucho ¿En qué medida considera que la competencia entre empresas o establecimientos del mismo destino ha fomentado que se incremente: La segmentación del mercado

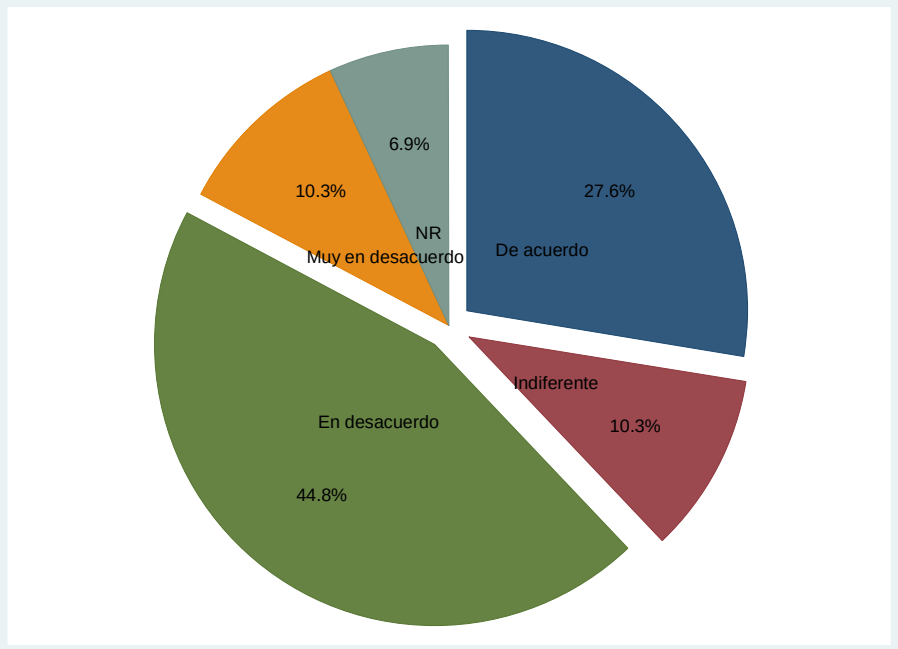


13. Preguntas de opinión

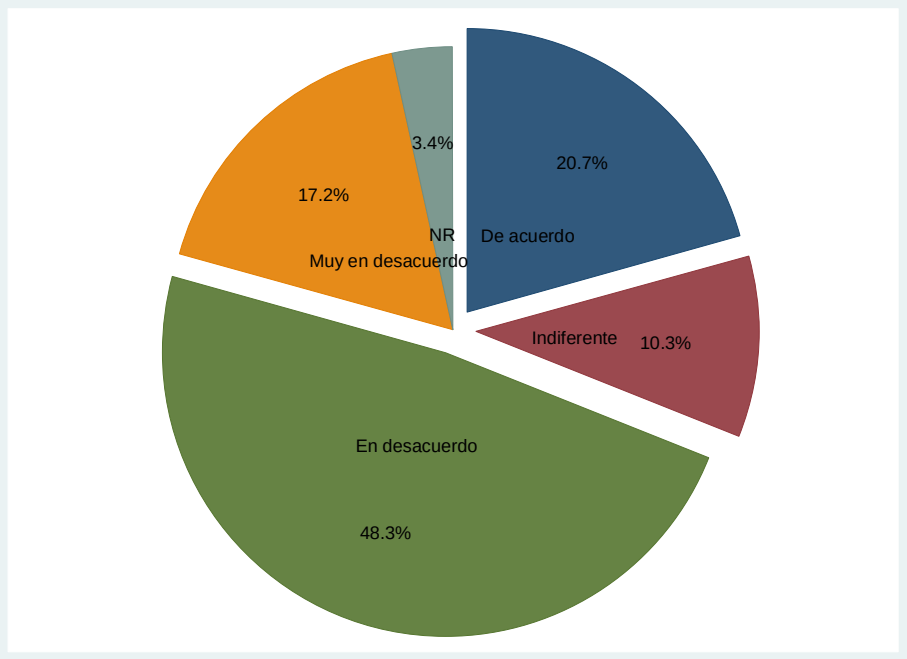
13.1. Mi destino turístico se ha mejorado durante el último año y se ha posicionado competitivamente sobre otros destinos de la misma región



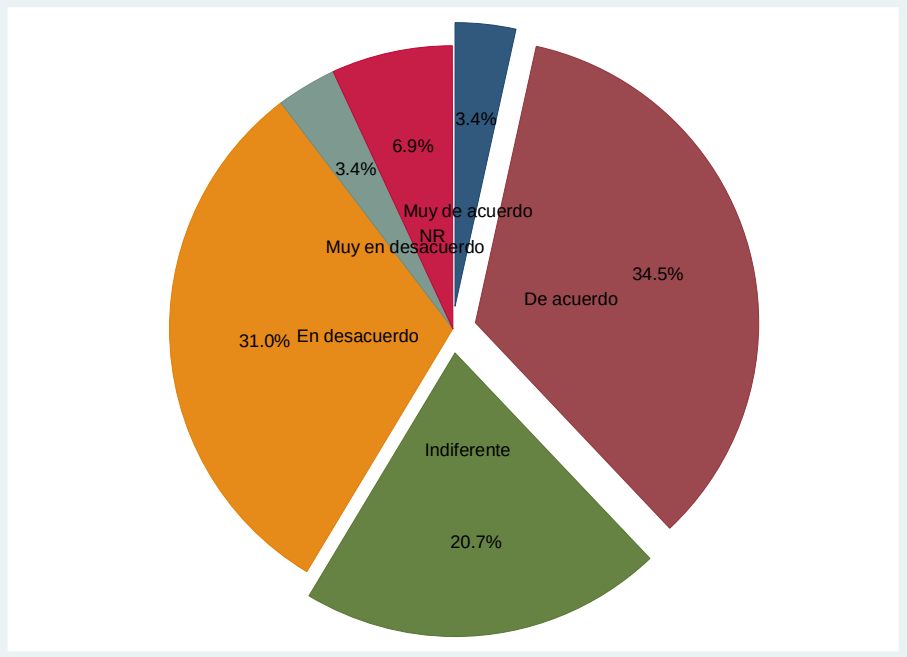
13.2. Las instituciones locales se preocupan por el cuidado del medio ambiente



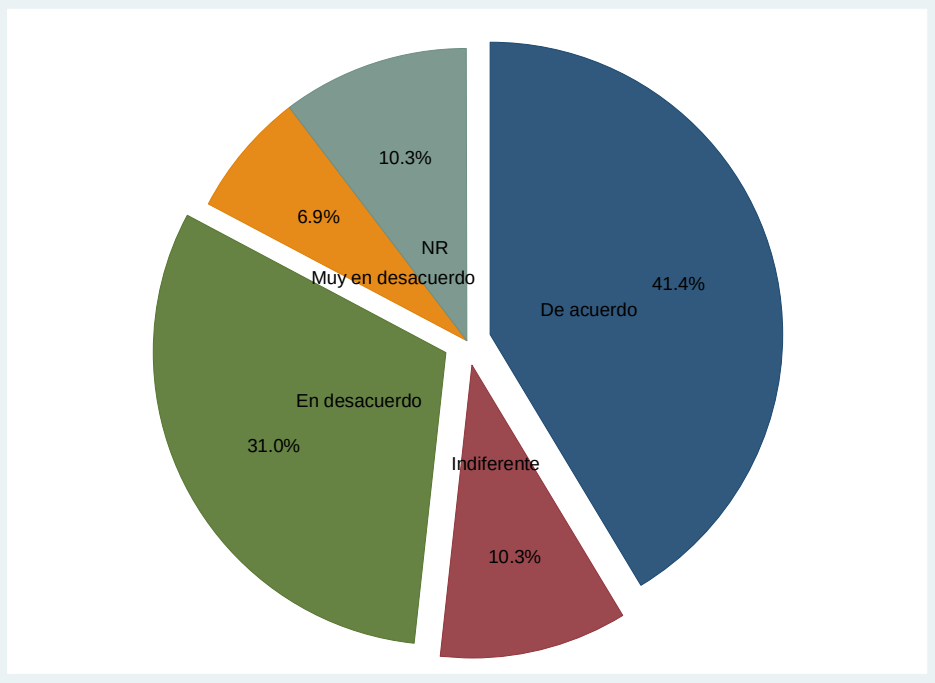
13.3. Los servicios públicos de recolección de basura son eficientes



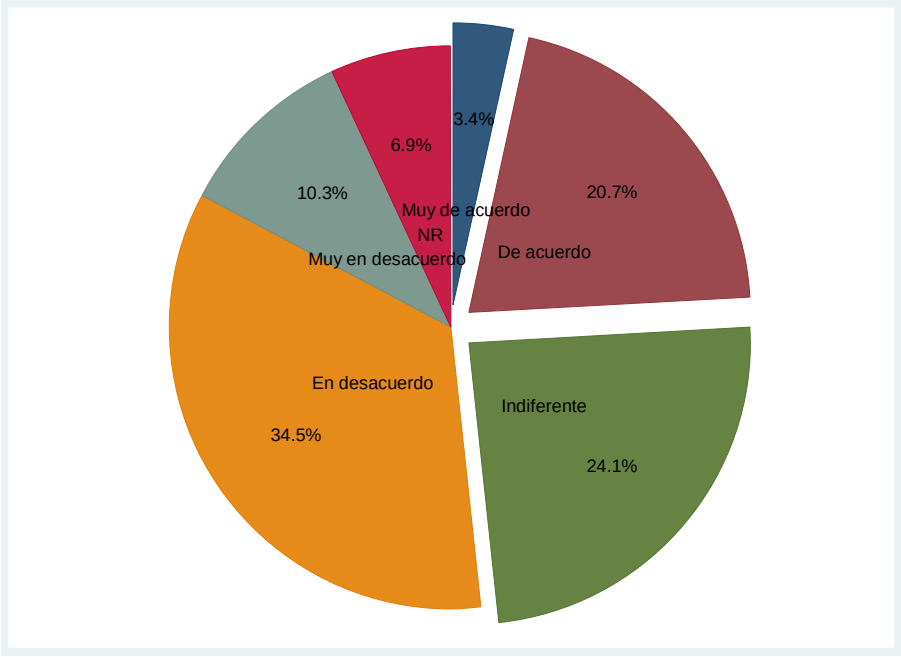
13.4. La oferta turística ha dejado satisfecho al visitante



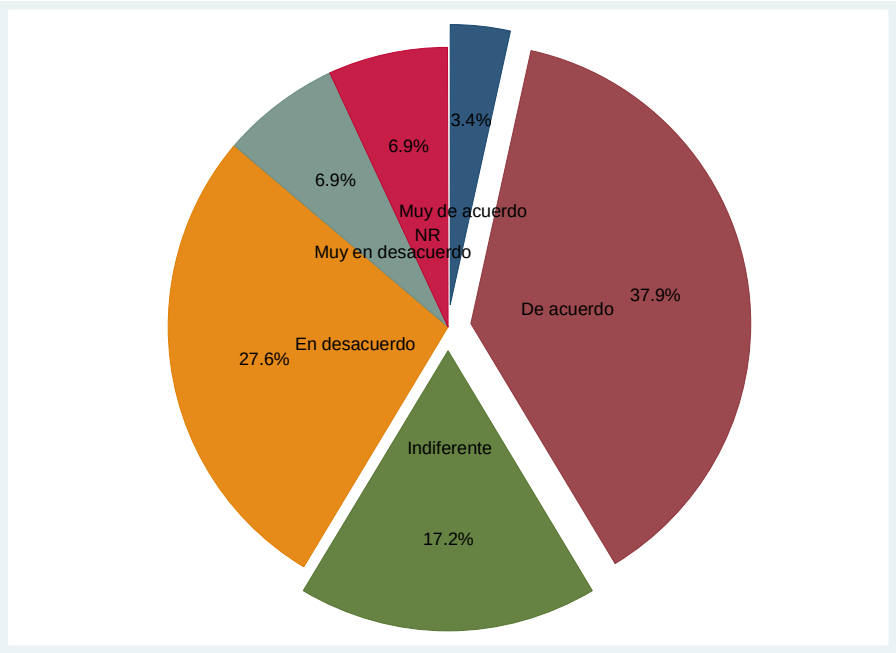
13.5. Los visitantes regresan por el excelente servicio que se les brinda



13.6. Hemos innovado en la clase de actividades que preparamos para los turistas



13.7. Pienso que en el futuro mi destino contará con mejores servicios de transporte



Año	PRIORIDAD	MUNICIPIO	PROYECTO / OBRA	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACION	PRODUCTOS	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS O IMPACTO	AGENTES INVOLUCRADOS	INVERSIÓN TOTAL	OBSERVACIONES	STATUS
2013	A	MADERO	**CIRCUÍTO TURÍSTICO DE LA BARRA DE PLAYA MIRAMAR**	MARCO E IDENTIDAD, PAVIMENTACIÓN DECORATIVA, INTRODUCCIÓN DE LÍNEAS DE ENERGÍA ELÉCTRICA SUBTERRANEA, ESTACIONES DE DESCANSO EN CORREDOR, CONSTRUCCIÓN DE PLAZOLETA DE LA VÍRGEN DEL CARMEN, ÁREA DE ESTACIONAMIENTO, ALUMBRADO PÚBLICO Y SEÑALAMIENTO VIAL. LA ZONA DE LAS ESCOLLERAS RESULTA UN ATRACTIVO IMPORTANTE PARA LOS TURISTAS COMO MIRADOR PARA APRECIAR LOS PAISAJES DE LA PLAYA	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	ZONA PEATONAL, PLAZOLETA, REMODELACION AL MONUMENTO A LOS MARINOS CAIDOS Y OBSERVATORIO DE FAUNA LOCAL	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EXISTE UNA ARRAIGADA TRADICIÓN DE LOS PASEANTES POR HACER CAMINATAS EN LA ZONA	ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y EMBELLECIMIENTO DE LA ZONA	GESTIONES CON LA ADMINISTRACIÓN PORTUARIA DE TAMPICO, A FIN DE LOGRAR ACUERDOS PARA LA PARTICIPACIÓN DEL PROYECTO CON OTROS ACTORES GUBERNAMENTALES	INCREMENTAR EL NIVEL DE ATRACTIVO DE LA PLAYA MIRAMAR	GOBIERNO MUNICIPAL DE CD. MADERO TAMAULIPAS	**26,000,000**	SE REQUIERE GESTIONAR DERECHO DE VIA PARA LA AMPLIACIÓN DE LA CALLE PASO DOÑA CECILIA. SE PROPONE REPLANTEAR EL DISEÑO Y MATERIAL DEL MARCO DE IDENTIDAD.	GESTIÓN DE RECURSOS
2015	A	TAMPICO	**CANAL DE LA CORTADURA**	3ERA ETAPA DEL CANAL DE LA CORTADURA. CONSTRUCCIONE DE LOCALES COMERCIALES, PLAZOLETAS, JARDINES, ETC.	CENTRO DE TAMPICO	LOCALES COMERCIALES, PARQUES Y ESPACIOS PARA EL ESPARCIMIENTO FAMILIAR	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	CONCLUIR CON EL PROYECTO DEL CANAL DE LA CORTADURA QUE YA LLEVA VARIOS AÑOS EN DESARROLLO	COMPRA DE PREDIOS Y PROPIEDADES PARA EL PROYECTO. MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DEL CENTRO DE TAMPICO	GESTIONES PARA OBTENER EL RECURSO PARA FINALIZAR EL PROYECTO	PASEO EN UN CANAL NATURAL	GOBIERNO MUNICIPAL Y GOBIERNO DEL ESTADO	**50,000,000**		
2015-2016	B	MADERO	**CONSTRUCCIÓN DE ACUARIO EN EL MUNICIPIO DEL MADERO**	LA CONSTRUCCIÓN DE UN ACUARIO EN TERRENOS DE PROPIEDAD PRIVADA EN PLAYA MIRAMAR, AÚN NO SE CUENTA CON UN PROYECTO EJECUTIVO. Potencial de consolidarse como uno de los atractivos ancla que pude detonar el desarrollo de la zona de playa.	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	ACUARIO	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	SE TIENE LA ACEPTACIÓN POR PARTE DE VARIOS EMPRESARIOS DEL SECTOR TURÍSTICO LOCAL	DÉFICIT DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE CALIDAD EN LA ZONA	REALIZACIÓN DE UN PROYECTO EJECUTIVO Y PROMOCIÓN CON INVERSIONISTAS INTERESADOS	ALTO IMPACTO YA QUE SERÍA UN ATRACTIVO DE SUMA IMPORTANCIA EN LA ZONA DE PLAYA	INICIATIVA PRIVADA Y SECTOR GUBERNAMENTAL	**280,000,000**	EN PROCESO AUTORIZACIÓN DE RECURSOS PARA ELABORACIÓN DE PROYECTO EJECUTIVO. INVERSIÓN PÚBLICA-PRIVADA	GESTIÓN DE RECURSOS
2014	A	TAMPICO	**MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA Y FACHADAS DEL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO**	RESCATAR LOS EDIFICIOS Y MONUMENTOS HISTORICOS	CENTRO DE TAMPICO	MEJORA DE LA IMAGEN URBANA Y FACHADAS EN EL CENTRO DE TURISMO	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EXISTE UN FIDEICOMISO DE RESCATE DEL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO QUE EN COORDINACION CON EL INAH HA TRABAJADO PARA EL RESCATE DE MONUMENTOS Y EDIFICIOS HISTORICOS	GESTIONAR RECURSO PARA LOGRAR EL RESCATE DE FACHADAS	REUNION CON EL FIDEICOMISO Y DUEÑOS DE LOS INMUEBLES. REUNIONES CON EL INAH	AL MEJORAR LA IMAGEN URBANA Y FACHADAS DEL CENTRO HISTORICO LE DA NUEVA VIDA AL CENTRO DE TAMPICO Y ES PARTE DEL RESCATE DE LA ADUANA Y LOS MERCADOS.	FIDEICOMISO, INAH, GOBIERNO DEL ESTADO, MUNICIPIO DE TAMPICO Y PROPIETARIOS DE INMUEBLES	**30,000,000**		
2014	A	MADERO	**DESARROLLAR UNA TERMINAL DEUSOS MULTIPLES EN EL PUERTO DE MADERO CON VOCACION PARA CRUCEROS**	TERMINAL DE CRUCEROS QUE INCREMENTE LA AFLUENCIA TURISTICA DE UN MERCADO QUE ACTUALMENTE SOLO LLEGA A OTROS PUERTOS DE MEXICO.	PUERTO DE MADERO	TERMINAL DE USOS MULTIPLES PORTUARIA	NACIONAL E INTERNACIONAL	DENTRO DEL PLAN MAESTRO DEL PUERTO DE TAMPICO Y MADERO SE CONTEMPLA LA CONSTRUCCION DE UNA TERMINAL DE USOS MULTIPLES PARA RECIBIR EMBARCACIONES DE DISTINTOS TAMAÑOS Y SIN NECESIDAD DE RECORRER VARIOS KILOMETROS EN EL RIO HASTA EL PUERTO DE TAMPICO	POR EL CALADO DEL RIO Y POR LA ALTURA DEL PUENTE TAMPICO, ALGUNAS EMBARCACIONES NO PUEDEN ENTRAR AL PUERTO. AL ESTAR LA TERMINAL CERCA DE LA BOCANA DEL RIO SE RESUELVE ESTA PROBLEMÁTICA	COORDINACION Y GESTION ANTE LA SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES A TRAVES DE LA ADMINISTRACION PORTUARIA INTEGRAL DE TAMPICO	INCREMENTO DE AFLUENCIA AL RECIBIR CRUCEROS CON TURISTAS	SCT, API TAMPICO, GOBIERNOS MUNICIPALES DE TAMPICO Y MADERO, GOBIERNO DEL ESTADO	**180,000,000**		
2014	A	MADERO	**MEJORAMIENTO DE IMAGEN URBANA, DE SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA EN EL BULEVARD COSTERO Y PLAYA MIRAMAR**	DIGNIFICACION DEL BOULEVARD COSTERO AL TENER UNA IMAGEN ESTANDARIZADA PARA LAS FACHADAS DE LOS NEGOCIOS, ALUMBRADO, BANQUETAS, DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA TURISTICA, ETC.	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	FACHADAS, CORDONES, BANQUETAS, LOCALES, ANDADORES, ETC.	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	SOLICITUD DE LA ASOCIACION DE HOTELES DEL SUR DE TAMAULIPAS Y MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO	ACCIONES DE MANTENIMIENTO Y EMBELLECIMIENTO DE LA ZONA	REALIZACION DE PROYECTOS EJECUTIVO	DIGNIFICACION DE PLAYA MIRAMAR	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, PEMEX, E INICIATIVA PRIVADA	**20,000,000**		
2014-2015	A	TAMPICO	**RECUPERACION DE LA ADUANA DE TAMPICO**	RESCATAR EL PATRIMONIO QUE DA PERTENENCIA A LOS HABITANTES DEL MUNICIPIO	PUERTO DE TAMPICO	RESTAURANTES, CAFETERIAS, ZONA COMERCIAL, MUSEOS	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EL EDIFICIO DE LA ANTIGUA ADUANA YA ES PROPIEDAD DEL MUNICIPIO Y SOLO FALTAN ALGUNOS TRAMITES PARA LA CESION DE DERECHOS DEL LUGAR POR PARTE DE LA API TAMPICO	ACCESO A RECINTO FISCAL, DESINCOPORACION DE LA ZONA FISCAL DE LOS MUELLES 1, 2 Y 3	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	JUNTO CON LA REMODELACION DE LOS MERCADOS, ESTE PROYECTO TRAERA NUEVA VIDA AL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, API TAMPICO, INICIATIVA PRIVADA	**48,000,000**	CONCESIONADO A API TAMPICO. PENDIENTE DE ACTUALIZAR PATRONATO PARA OPERACIÓN. EN PROCESO DE DESFISCALIZACIÓN POR PARTE DE API.	
2014-2015	A	TAMPICO	**DESARROLLO TURISTICO PUERTO DE TAMPICO**	MODIFICACIÓN DE USO DE LA ZONA. DE CARGA COMERCIAL A TURÍSTICO Y DE SERVICIOS.	PUERTO DE TAMPICO	RESTAURANTES, CAFETERIAS, ZONA COMERCIAL, MUSEOS	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	CON LA INVERSION PUBLICA Y PRIVADA, ESTE PROYECTO SERA EL DETONADOR JUNTO CON LA ADUANA Y LOS MERCADOS, DEL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO	ACCESO A RECINTO FISCAL, DESINCOPORACION DE LA ZONA FISCAL DE LOS MUELLES 1, 2 Y 3	PROYECTO EJECUTIVO. EL PROYECTO CONCEPTUAL SE ENTREGA EN EL MES DE DICIEMBRE DE 2013	CONTAR CON UN MALECON COMO EL DE PUERTO VALLARTA Y VERACRUZ	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, API TAMPICO, INICIATIVA PRIVADA	**200,000,000**		

PI = PROGRAMA DE INFRAESTRUCTURA
PP = PROGRAMA PRIORITARIO
PM = PRESENTACIONES MUNICIPIOS

Año	PRIORIDAD	MUNICIPIO	PROYECTO / OBRA	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACION	PRODUCTOS	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS O IMPACTO	AGENTES INVOLUCRADOS	INVERSIÓN TOTAL	OBSERVACIONES	STATUS
2015	B	TAMPICO	**MUSEO DEL FERROCARRIL Y TRANVÍA**	CUENTA CON GRAN POTENCIAL TURÍSTICO Y CULTURAL COMO TESTIMONIO DE UNA ÉPOCA DE GRAN AUGE Y TRANSFORMACIÓN EN LA REGIÓN.	TERRENOS DEL EDIFICIO ANTIGUO DE LA ADUANA TRAMOS 1 Y 2 DEL MUELLE	MUSEO DEL FERROCARRIL	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	AUMENTARÍA LA OFERTA CULTURAL DE LA ZONA AL EXPLOTAR LOS ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL DESARROLLO DEL FERROCARRIL EN LA REGIÓN	FOMENTO AL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA LOCAL.	SE ENUNCIÓ EN AL PMD DEL MUNICIPIO DE TAMPICO, DAR CONTINUIDAD A LAS GESTIONES PARA EL PROYECTO EJECUTIVO.	FOMENTO A LA CULTURA Y PROMOCIÓN DE LA HISTORIA DEL TRANSPORTE EN LA LOCALIDAD.	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	**15,000,000**		
2016	C	TAMPICO	**PROYECTO MUSEO DEL PETRÓLEO**	APROVECHAR LA IMPORTANCIA DE LA INDUSTRIA PETROLERA COMO FACTOR DE IDENTIDAD LOCAL.	EN TERRENOS CERCA DEL PARQUE BICENTENARIO DE CIUDAD MADERO O EN TERRENOS FRENTE A PEMEX CERCA DE LA PLAYA	MUSEO REGIONAL DEL PETRÓLEO	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	LA INDUSTRIA DEL PETRÓLEO HA DADO IDENTIDAD Y FORMA A LA ZONA SUR DE TAMAULIPAS, ADEMÁS QUE SERÍA ÚNICO EN SU TIPO EN LA REGIÓN.	FORTALECIMIENTO DE LA IDENTIDAD LOCAL POR MEDIO DE LA HISTORIA DE LA INDUSTRIA EN LA REGIÓN.	HAY GESTIONES AVANZADAS POR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE EGRESADOS DEL INSTITUTO POLITÉCNICO NACIONAL, DARLE SEGUIMIENTO A ESTOS ESFUERZOS.	FOMENTO A LA CULTURA Y PROMOCIÓN DEL DEVENIR DE LA INDUSTRIA PETROLERA EN LA REGIÓN	GOBIERNOS FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL Y ASOCIACIÓN DE EGRESADOS POLITÉCNICOS DE TAMPICO Y LA REGIÓN	**20,000,000**		
2016	C	TAMPICO, MADERO Y ALTAMIRA	**RESCATE Y MANTENIMIENTO DE LOS MONUMENTOS DEL DESTINO**	MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL DESTINO POR MEDIO DEL RESCATE DE SUS MONUMENTOS Y AUMENTAR EL GRADO DE INVOLUCRAMIENTO DE LOS TURISTAS CON LOS MISMOS	EN CADA UNO DE LOS 46 MONUMENTOS LOCALIZADOS EN EL DESTINO	PATRONATO DE RESCATE Y CONSERVACIÓN DE LOS MONUMENTOS DEL DESTINO TAMPICO-CIUDAD MADERO	TURISTAS INTERESADOS POR LA HISTORIA Y CULTURA REGIONAL	HAY UN NÚMERO SIGNIFICATIVOS DE MONUMENTOS EN EL DESTINO QUE SON DE INTERÉS, PARTICULARMENTE PARA EL TURISMO CULTURAL, Y REQUIEREN DE MANTENIMIENTO.	PERCEPCIÓN DEL DESTINO EN MATERIA CULTURAL.	CONSERVAR EN BUEN ESTADO LOS MONUMENTOS, AÑADIÉNDOLES PLACAS EXPLICATIVAS DE SU RAZÓN DE SER QUE PERMITAN AL VISITANTE INVOLUCRARSE CON LA HISTORIA Y CULTURA LOCAL.	MEJORAR LA IMAGEN Y LA INFORMACIÓN DISPONIBLE DE LOS 46 MONUMENTOS CON LOS QUE CUENTA EL DESTINO	MUNICIPIOS DE TAMPICO Y CIUDAD MADERO	**3,000,000**		
2014	A	TAMPICO	**REMODELACIÓN DEL MERCADO MUNICIPAL DE TAMPICO.**	MEJORAR LAS CONDICIONES ESTRUCTURALES DEL MERCADO DEL MUNICIPIO DE TAMPICO	MERCADO MUNICIPAL DE TAMPICO	RESTAURACIÓN DE LA FACHADA Y MEJORAS ESTRUCTURALES DEL MERCADO DE TAMPICO.	EN PRIMERA INSTANCIA A LA COMUNIDAD RECEPTORA, CON UN EFECTO SECUNDARIO POSITIVO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS VISITANTES QUE ARRIBAN A TAMPICO.	SE CUENTA CON LA INFRAESTRUCTURA Y EL ESPACIO GEOGRÁFICO; ADEMÁS, EXISTE UN CONSENSO ENTRE LAS AUTORIDADES Y LOS LOCATARIOS EN RELACIÓN A LA NECESIDAD DE MEJORAR LA IMAGEN DE ESTE ESPACIO.	PERCEPCIÓN NEGATIVA DEL MERCADO DE TAMPICO POR PARTE DE LOS VISITANTES.	RESTAURACIÓN DE LA FACHADA Y MEJORAS ESTRUCTURALES DEL MERCADO DE TAMPICO.	CONTAR CON UN MERCADO MUNICIPAL CON UNA IMAGEN AGRADABLE TANTO PARA LOS RESIDENTES COMO PARA LOS VISITANTES AL DESTINO.	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	**150,000,000**		
2015	B	ALTAMIRA	**DESARROLLO TURÍSTICO LAGUNA DE CHAMPAYÁN**	CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURA RECREATIVA EN EL MÁRGEN DE LA LAGUNA, INSTALACIÓN DE SISTEME DE CABLE SKY, EMBARCADEROS, AREA GASTRONÓMICA Y CULTURAL EN ISLETA	LAGUNA DE CHAMPAYAN	EMBARCADERO, ISLA, LOCALES COMERCIALES, RESTAURANTES, ACTIVIDADES ACUATICAS	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	INVERSION NECESARIA PARA EL MUNICIPIO DE ALTAMIRA	DESARROLLAR ATRACTIVOS TURISTICOS PARA EL MUNICIPIO DE ALTAMIRA	CONCLUIR EL PROYECTO EJECUTIVO	CONTAR CON ESPACIOS TURISTICOS ADICIONALES EN EL MUNICIPIO DE ALTAMIRA	GOBIERNO DEL ESTADO, GOBIERNO MUNICIPAL, PEMEX, E INICIATIVA PRIVADA	**15,000,000**	PROYECTO PRESENTADO POR LA DIRECCIÓN DE TURISMO DEL MUNICIPIO. CUENTA CON PROYECTO CONCEPTUAL Y UN AVANCE APROXIMADO DEL 45% DEL PROYECTO EJECUTIVO.	
2016	C	TAMPICO, ALTAMIRA	**DESARROLLAR PASEOS TURÍSTICOS EN EL SISTEMA LAGUNARIO Y EL RÍO PÁNUCO**	DIVERSIFICARÍA LA OFERTA TURÍSTICA Y FOMENTAR LA INVERSIÓN DE EMPRESARIOS DE LA LOCALIDAD EN RECORRIDOS TURÍSTICOS ACUÁTICOS.	SISTEMA LAGUNARIO DEL SUR DE TAMAULIPAS, RIO PÁNUCO.	RED DE MI PYMES TURÍSTICAS EN ACTIVIDADES ACUÁTICAS. EMBARCACIONES Y EQUIPOS CON RUTAS SEGURAS Y GUÍAS DE TURISTAS CERTIFICADOS.	LOCAL Y REGIONAL	CONTAMOS EN LA ZONA CON PERSONAL EXPERIMENTADO EN NAVEGACIÓN Y MANEJO DE EMBARCACIONES SUSCEPTIBLES DE SER USADAS PARA FINES RECREATIVOS	DESAPROVECHAMIENTO DEL POTENCIAL DEL SISTEMA LAGUNARIO COMO ATRACTIVO TURÍSTICO	SOLICITAR ASESORÍA Y APOYO FINANCIERO, GESTIONAR LOS PERMISOS PERTINENTES	CREAR UN RECORRIDO TURÍSTICO SEGURO Y NOVEDOSO PARA AUMENTAR EL NIVEL DE ATRACTIVO DEL DESTINO	GOBIERNO FEDERAL, ESTATAL Y MUNICIPAL E INICIATIVA PRIVADA	**10,000,000**		
2014	B	TAMPICO	**CREACIÓN DE UNA OFICINA A FIN DE PROMOVER LA CERTIFICACIÓN DE LOS OFICIOS EN EL SECTOR TURÍSTICO**	EL DESTINO CONTARÍA CON UN CENTRO EVALUADOR DE COMPETENCIAS LABORALES EN EL SECTOR, QUE SE ENCARGARÍA DE PROMOVER DICHAS ACTIVIDADES	LABORATORIOS DE LA LICENCIATURA EN TURISMO, DE LA UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS.	CENTRO EVALUADOR DE COMPETENCIAS Y PERSONAL CERTIFICADO EN OFICIOS DEL SECTOR TURÍSTICO.	EMPRESARIOS Y TRABAJADORES QUE PRESTAN SERVICIOS DEL RAMO TURÍSTICO DE LA LOCALIDAD Y LA REGIÓN	SE CUENTA CON LAS INSTALACIONES Y PERSONAL CON EXPERIENCIA EN LOS PROCESOS DE EVALUACIÓN Y CAPACITACIÓN EN LOS OFICIOS TURÍSTICOS	DÉFICIT EN EL RAMO DE PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO.	SOLICITAR AL CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES (CONOCER) EL DIAGNÓSTICO DE INSTALACIONES Y CAPACITACIÓN PARA OPERAR COMO CENTRO EVALUADOR.	IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO EVALUADOR AUTORIZADO, CONTAR CON PERSONAL CERTIFICADO EN ESTÁNDARES DE DESEMPEÑO	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS. (UAT). CONSEJO DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN DE COMPETENCIAS LABORALES. (CONOCER). EMPRESARIOS TURÍSTICOS.	**1,500,000**		
2014	A	MADERO	**CERTIFICADO PROGRAMA PLAYAS LIMPIAS**	CREACIÓN, CON EL APOYO DE GOBIERNO MUNICIPAL, DE UN COMITÉ PERMANENTE CIUDADANO PRO CONSERVACIÓN Y LIMPIEZA DE PLAYA (ANTECEDENTE: PROGRAMA BINACIONAL DE LIMPIEZA DE PLAYAS)	PLAYA, MIRAMAR. CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS	PROGRAMA DE CONCIENTIZACIÓN DE LIMPIEZA Y PRESERVACIÓN DE LA PLAYA; FOMENTO DE GRUPOS LOCALES DE CONCIENCIA AMBIENTAL	NIÑOS Y JÓVENES EN EDAD ESCOLAR (INVITACIÓN AL SECTOR EDUCATIVO DE NIVEL SECUNDARIA, PREPARATORIA Y PROFESIONAL)	SE CUENTA CON EL PRECEDENTE DE PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS DE LIMPIEZA BINACIONAL DE PLAYAS POR PARTE DE LA COMUNIDAD LOCAL	GENERAR UN SENTIMIENTO DE PERTENENCIA Y APEGO EN LA COMUNIDAD POR EL ATRACTIVO NATURAL QUE ES LA PLAYA MIRAMAR; PARA APOYAR EN SU LIMPIEZA Y CONSERVACIÓN.	IMPARTICIÓN DE CURSO DE SENSIBILIZACIÓN A LA POBLACIÓN LOCAL, SEGUIDO DE UNA JORNADA DE LIMPIEZA. PROGRAMAR AL MENOS 10 EVENTOS ANUALES	MANTENER EN CONDICIONES ADECUADAS EL ÁREA DE LA PLAYA QUE OSTENTA LA CERTIFICACIÓN DE PLAYA LIMPIA DE ACUERDO A LA NORMA OFICIAL MEXICANA NMX-AA-120-SCFI-2006.	OFICINAS DE TURISMO DEL MUNICIPIO. VINCULACIÓN CON LAS ESCUELAS.	**350,000**		

PI = PROGRAMA DE INFRAESTRUCTURA
PP = PROGRAMA PRIORITARIO
PM = PRESENTACIONES MUNICIPIOS

Año	PRIORIDAD	MUNICIPIO	PROYECTO / OBRA	DESCRIPCIÓN	LOCALIZACION	PRODUCTOS	MERCADO	FACTIBILIDAD	PROBLEMAS A RESOLVER	ACCIONES A REALIZAR	METAS O IMPACTO	AGENTES INVOLUCRADOS	INVERSIÓN TOTAL	OBSERVACIONES	STATUS
2016	C	MADERO	**CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN LA PLAYA MIRAMAR**	CREAR UN CENTRO DE ESPECTÁCULOS CON UBICACIÓN EN PLAYA MIRAMAR	PLAYA MIRAMAR EN EL MUNICIPIO DE CIUDAD MADERO	CENTRO DE ESPECTÁCULOS	POBLACIÓN RESIDENTE DEL DESTINO, ASÍ COMO LAS POBLACIONES RESIDENTES EN LA REGIÓN QUE COMPONE EL RESTO DEL ESTADO DE TAMAULIPAS, SAN LUIS POTOSÍ Y EL NORTE DE VERACRUZ.	SE CUENTA CON ESPACIOS TERRITORIAL EN LA PLAYA DE MIRAMAR. EXISTE UNA POBLACIÓN DE CASI UN 1,200,000 TANTO RESIDENTE LOCALES COMO DE LAS REGIONES PRÓXIMAS AL DESTINO. FINALMENTE EXISTE INFRAESTRUCTURA HOTELERA EN LA PLAYA DE MIRAMAR.	SE IMPULSARÍA EL CRECIMIENTO DEL SECTOR HOTELERO, ASÍ COMO SE CREARÍAN NUEVAS FUENTES DE EMPLEO EN EL DESTINO.	CONSTRUCCIÓN DE UN CENTRO DE ESPECTÁCULOS EN PLAYA MIRAMAR	AUMENTO DE HASTA 70 POR CIENTO DE LA OCUPACIÓN HOTELERA EN PLAYA MIRAMAR LOS FINES DE SEMANA DURANTE TODO EL AÑO, , ROMPER CON LA ESTACIONALIDAD DEL TURISMO DE SOL Y PLAYA	GOBIERNO FEDERAL, GOBIERNO DEL ESTADO, MUNICIPIO DE MADERO E INVERSIÓN PRIVADA	**40,000,000**		
2016	C	TAMPICO, MADERO Y ALTAMIRA	**APLICACIÓN TURÍSTICA: TAMPICO-MIRAMAR APP**	LA APP TAMPICO-MIRAMAR, PUEDE CONVERTIRSE EN UNA HERRAMIENTA MUY ÚTIL PARA LOS TURISTAS VISITANTES. PUEDE CONTAR CON MAPAS, DESCRIPCIÓN METEOROLÓGICA, BÚSQUEDAS Y CONSULTAS DETALLADAS DE LAS FICHAS DE LOS LUGARES DE INTERÉS, RESTAURANTES, HOTELES, ITINERARIOS SUGERIDOS.	EN LÍNEA, PARA SER DESCARGADO EN TELÉFONOS CON SISTEMAS OPERATIVOS IOS O ANDROID.	APP TURÍSTICA	ENFOCADO AL MERCADO LOCAL, NACIONAL, Y EXTRANJERO.	SE CUENTA CON PERSONAL CAPACITADO PARA EL DESARROLLO DE APLICACIONES TECNOLÓGICAS.	CON ESTA APLICACIÓN SE PRETENDE OFRECER UN SERVICIO GRATUITO DE GUÍA TURÍSTICA CON INFORMACIÓN RELEVANTE PARA LOS TURISTAS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES.	PROGRAMACIÓN DE LA APLICACIÓN. DESARROLLO DE APLICACIÓN TURÍSTICA. RECOPILACIÓN DE INFORMACIÓN NECESARIA.	APROVECHAR LAS UTILIDADES DE LOS TELÉFONOS INTELIGENTES PARA OFRECER INFORMACIÓN A LOS TURISTAS, PROMOCIONAR LOS LUGARES DE INTERÉS TURÍSTICO Y OFRECER PUBLICIDAD A LOS NEGOCIOS DE LA REGIÓN.	OFICINAS DE TURISMO DEL MUNICIPIO, UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS, NEGOCIOS LOCALES (COMO ANUNCIANTES).	**1,500,000**		
2014-2015	B	TAMPICO, MADERO	**ESTABLECER TRANSPORTE AGIL ENTRE PLAYA MIRAMAR Y EL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO**	CON LA INTENCION DE LA LLEGADA DE CRUCEROS, ES IMPORTANTE ESTABLECER UN MEDIO DE TRANSPORTE QUE VAYA DE UNA MANERA RAPIDA Y SEGURA DE LA PLAYA MIRAMAR AL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO	TAMPICO Y MADERO	TRANSPORTE TURISTICO ENTRE PLAYA MIRAMAR Y EL CENTRO HISTORICO DE TAMPICO	EMPRESARIOS Y OPERADORES DE TRANSPORTE LOCAL.	ES IMPORTANTE DESARROLLAR LA RUTA Y CONTAR CON VEHICULOS DE PRIMER NIVEL PARA FACILITAR EL TRANSITO DE TURISTAS (PENSANDO TAMBIEN EN EL MERCADO DE CRUCEROS)	CONVENCER A LOS CONCESIONARIOS DEL TRANSPORTE ACERCA DE LOS BENEFICIOS QUE OBTENDRÍAN	ESTABLECER CON LOS MUNICIPIOS LA RUTA Y EVALUAR EL MONTO QUE SE TENDRIA QUE INVERTIR PARA QUE DICHA RUTA CUENTE CON LA CALIDAD PARA EL MERCADO TURISTICO QUE SE PRETENDE ATENDER.	CALIDAD EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIO DE TRANSPORTE EN EL DESTINO Y FACILIDAD PARA DAR A CONOCER LOS ATRACTIVOS DE TAMPICO Y DE CIUDAD MADERO	EMPRESARIOS Y OPERADORES DEL TRANSPORTE LOCAL, CENTROS DE CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO, DIRECCIONES DE: TRANSPORTE Y TURISMO DE LOS MUNICIPIOS, GOBIERNO DEL ESTADO.	**3,000,000**		
2014	A	TAMPICO, MADERO Y ALTAMIRA	**ESTABLECER NUEVAS RUTAS AEREAS**	INCREMENTAR LAS FRECUENCIAS Y LAS RUTAS AEREAS EXISTENTES	AEROPUERTO DE TAMPICO	MAYOR CONECTIVIDAD AEREA	LOCAL, REGIONAL, NACIONAL E INTERNACIONAL	EN 2008 LLEGARON A OPERAR 8 AEROLINEAS EN EL AEROPUERTO DE TAMPICO, CON DOS VUELOS INTERNACIONALES DIRECTOS.	DEMOSTRAR A LAS LINEAS AEREAS QUE ALGUNAS RUTAS SON MUY CONVENIENTES SIN NECESIDAD DE PASAR POR LA CIUDAD DE MEXICO, (TAMPICO-GUADALAJARA; TAMPICO-VILLAHERMOSA; TAMPICO-REYNOSA, POR MENCIONAR A ALGUNAS)	ENTABLAR PLATICAS CON LAS AEROLINEAS DE BAJO COSTO Y PRESENTARLES EL ESTUDIO REALIZADO POR EL AEROPUERTO DE TAMPICO SOBRE EL DESTINO DE LOS PASAJEROS QUE SU VIAJE INICIA EN TAMPICO. DE IGUAL FORMA, LA ASOCIACION DE HOTELES REALIZO UN ESTUDIO DE LAS RUTAS DE AUTOBUS MAS UTILIZADAS PARA DEMOSTRAR LA CONVENIENCIA DE VUELOS REGIONALES Y DIRECTOS QUE NO TENGAN QUE PASAR POR LA CIUDAD DE MEXICO.	LOGRAR MAYOR CONECTIVIDAD Y CON ESTO, MAYOR AFLUENCIA TURISTICA, OCUPACION HOTELERA Y DERRAMA ECONOMICA EN EL DESTINO	AEROPUERTO DE TAMPICO, GOBIERNOS MUNICIPALES DE TAMPICO, MADERO Y ALTAMIRA, GOBIERNO DEL ESTADO, AEROLINEAS.	**3,000,000**		
													1,096,350,000		

PI = PROGRAMA DE INFRAESTRUCTURA
PP = PROGRAMA PRIORITARIO
PM = PRESENTACIONES MUNICIPIOS

BIBLIOGRAFÍA

Asesoría y Desarrollo Integral S.A. de C.V. (ADISA). (2008). Foro de Cuenca Guayalejo- Tamesí. Su aprovechamiento Integral. Altamira.

Asociación Mexicana de Internet (AMICPI). *Hábitos de los usuarios de internet en México 2013*. Documento en línea: http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitos. Recuperado el día 29 de septiembre de 2013.

Buhalis, D. and O' Connor, P. (2005). *Information Communication Technology Revolutionizing Tourism*. Tourism Recreation Research, 30. 7-16.

Carrión, F. (2007). Percepción de la Inseguridad. *Ciudad Segura*, 1.

Constitución Política del Estado de Tamaulipas. (2013). Disponible en línea: electrónica:http://intranet.congresotamaulipas.gob.mx/CongresoTamaulipas/Archivos/Constituciones/constituci%C3%B3n%20pol%C3%ADtica%20del%20estado%20f.pdf. Consulta el día 20 de noviembre de 2013.

Díaz, I. (2008). Ponencia "perspectivas para el tratamiento de aguas residuales domesticas que se generan en la zona conurbada. Foro de Cuenca Guayalejo-Tamesí. Su aprovechamiento Integral. Altamira.

Enright, M. and Newton, J. (2005). *Determinants of Tourism Destination Competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and Universality*. Journal of Travel Research, 43, 339-350.

EXPOTAMPICO. Información en línea: http://www.expotampico.com/acerca-de.html. Consultado el día 27 de septiembre de 2013.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Documento en línea: http://www.fonatur.gob.mx/es/index.asp recuperado el día 28 de septiembre de 2013.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Informe de Autoevaluación. Documento en línea: http://www.fonatur.gob.mx/transparencia/abre_contenido_ind.asp?modulo=01-TRFON&cve_sec=3405& recuperado el día 2 de octubre de 2013.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Informe de Rendición de Cuentas de la Administración. Documento en línea: http://www.fonatur.gob.mx/transparencia/abre_contenido_ind.asp?modulo=01-TRFON&cve_sec=1366&inciso=21&indice=3&subindice=&bases= recuperado el día 2 de octubre de 2013.

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR). Portal de Transparencia. Documento en línea: http://www.fonatur.gob.mx/ transparencia/abre_contenido_ind.asp?modulo=01-TRFON&cve_sec=1158&incis. Recuperado el día 3 de octubre de 2013.

GMP. Proyecto Turístico Miramar: Documento en línea: http://www.grupogmp.com.mx/miramar.php recuperado el día 3 de octubre de 2013.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero (2013). Segundo informe de gobierno. Documento en línea:http://www.ciudadmadero.gob.mx/transparencia/ 14/segundo_informe.pdf recuperado el día 24 de septiembre de 2013.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero (2013). Transparencia Segundo Informe de Gobierno. Documento en línea: http://www.ciudadmadero.gob.mx/transparencia/14/segundo_informe.pdf. Recuperado el dia 2 de octubre de 2013.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero. Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo (2011). *Resultados Estudio de Afluencia y Estudio de Mercado Turístico.* México.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero. Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo (2012). *Resultados Estudio de Afluencia y Estudio de Mercado Turístico.* México.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero. Dirección General de Desarrollo Económico y Turismo (2013). *Resultados Estudio de Afluencia y Estudio de Mercado Turístico.* México.

Gobierno Municipal de Ciudad Madero. Plan Municipal de Desarrollo de Ciudad Madero Tamaulipas. Consulta en línea: http://www.ciudadmadero. gob. Mx / Administracion20112013/transparencia/planmunicipal20112013.pdf recuperado el día 9 de septiembre de 2013.

Gobierno Municipal de Tampico. (2013). Unidad de información pública. Documento en línea: http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/planmunicipaldesarrollo/PMD4TAMPICO.pdf. Recuperado el día 2 de noviembre de 2013.

H. Congreso del Estado LIX. Legislatura Ley para el Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano del Estado de Tamaulipas. Consulta en línea: http://www.implanmatamoros.gob.mx/docs/archivos/Ley_de_Ordenamiento_Territorial.pdf. Recuperado el día 30 de septiembre de 2013.

http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/planmunicipaldesarrollo/PMD3TAMPICO.pdf. Recuperado el día 6 de septiembre de 2013.

Infraestructura, Desarrollo Urbano y Ecología. Documento en línea: Instituto Mexicano para la Competitividad. Calculadora del aire. (2013). Disponible en línea http://imco.org.mx/calculadora-aire. Consulta el día 20 de noviembre de 2013.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013). *Estadísticas sobre disponibilidad y uso de tecnología de información y comunicaciones en los hogares, 2012.* México. Documento en línea: http://www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/encuestas/especiales/endutih/endutih2012.pdf. Recuperado el 28 de septiembre de 2013.

Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE). Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2010), México.

Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE). Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), (2011), México.

Jaime, E. (2010). *Índice de inseguridad ciudadana y violencia*: México Evalúa, Centro de Análisis de Políticas Públicas. México.

Juárez, F. (2012). Nadie escucha al pueblo. Documento en línea: http://www.elsoldelsurtampico.com/el-agua-en-tamaulipas/. Recuperado el día 27 de septiembre de 2013.

Laudon, K. y Traver (2009*). E-Commerce: negocios, tecnología, sociedad.* Pearson Prentice Hall.

Ley de turismo del estado de Tamaulipas. Documento en línea: http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/leyes-estatales 2012/LEY%20DE%20TURISMO%20PARA%20EL%20ESTADO%20DE%20TAMAULIPAS-pdf recuperado el día 30 octubre de 2013.

Miramar. Documento en línea: http://turismotamaulipas.com/es/sol-y-playa/miramar/ recuperado el día 28 de septiembre de 2013.

Plan Municipal de Desarrollo en Tampico 2011-2012. Documento en línea: http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/planmunicipaldesarrollo/PMD1-1TAMPICO.pdf recuperado el día 5 de septiembre de 2013.

Plan Municipal de Desarrollo de Ciudad Madero 2011-2012. Documento en línea: http://www.ciudadmadero.gob.mx/transparencia/planmunicipal20112013.pdf. Recuperado el día 6 de noviembre de 2013.

Playa Tampico Miramar. Información en línea: http://tampicomiramar.com.mx/ recuperado el día 28 de septiembre de 2013.

Promoción de playa Miramar. Información en línea: http://www.playamiramar.com.mx/servicios.php. Recuperado el día 1 de octubre de 2013.

Proyectos turísticos en Tampico. Documento en línea: http://www.tampico.gob.mx/unidadinformacionpublica/planmunicipaldesarrollo/PMD4TAMPICO.pdf. Recuperado el día 6 de septiembre de 2013.

REGLAMENTO DE ECOLOGIA Y GESTION AMBIENTAL CIUDAD MADERO, TAMAULIPAS (2001). Documento en línea: http://poarchivo.tamaulipas.gob.mx/reglamentos/Regla_Municipales/20_Madero_Ecologia.pdf. Recuperado el día 27 de noviembre de 2013.

Reglamento del Consejo Consultivo Turístico Municipal Tampico. Documento en línea:http://www.yumpu.com/es/document/view/14607477/reglamento-del-consejo-consultivo-turistico-municipal-tampico-. Recuperado el día 5 de septiembre de 2013.

REGLAMENTO MUNICIPAL PARA LA PROTECCIÓN Y CONTROL DE LA CALIDAD AMBIENTAL TAMPICO, TAMAULIPAS, (2000). Documento en línea: http://poarchivo.tamaulipas.gob.mx/reglamentos/Regla_Municipales/. Recuperado el día 27 de noviembre de 2013.

Revista digital Así es Tampico, una gran ciudad con el sabor de provincia. N° 20. Documento en línea: http://www.asiestampico.com.mx/hoteles.htm. Recuperado en día 27 de septiembre de 2013.

Secretaría de Gobernación (SEGOB) (2009). Información en línea: http://www.gobernación.gob.mx. Consultado el día 28 de septiembre de 2013.

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (2013). Playas Limpias. Documento en línea: http://www.semarnat.gob.mx/playas/playas_limpias/Paginas/Playas.aspx. Recuperado el día 1 de octubre de 2013.

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2013). Indicadores. Documento en línea: http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/indicadores11/conjuntob/00_conjunto/marco_conceptual3.html. Recuperado el día 1 de octubre de 2013.

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2013). Documento en línea: http://www.semarnat.gob.mx/informacionambiental/documents/sniarn/index_informes.htm. Recuperado el día 2 de octubre de 2013.

Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) (2013). Sistema Nacional de Indicadores Ambientales (SNIA). Documento en línea: http://app1.semarnat.gob.mx/dgeia/indicadores12/conjuntob/00_conjunto/introduccion.html. Recuperado el día 2 de octubre de 2013.

TAMAULIPAS. Plan Estatal de Desarrollo. (2011-2016). Documento en línea: www.tamailipas.gob.mx. Recuperado el día 26 de noviembre de 2013.

Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales (2013). Disponible en línea: http://www.uacjs.uat.edu.mx/. Consulta el día 3 de noviembre de 2013.

Universidad Autónoma de Tamaulipas, Unidad Académica de Ciencias Jurídicas y Sociales. (2013). Bachillerato Universitario Abierto. Disponible en línea: http://www.bua.uat.edu.mx/, consulta el día 03 de noviembre de 2013.

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS
ENRIQUE ETIENNE PÉREZ DEL RÍO
RECTOR DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE TAMAULIPAS

Dr. Rogelio Cogco Calderón
Director General del Proyecto

Colaboradores
Dr. Jorge Alberto Pérez Cruz
Dr. Roberto Fernando Ochoa García
Mtra. Emma Alexandra Zamarripa Esparza
Dr. Juan Fernando Guerrero Hernández
Dra. Guadalupe Isabel Ceballos Álvarez
Dr. Cándido Hernández Limón
Dr. José Miguel Cabrales Lucio
Dr. Fausto Arturo Flores García
Mtro. Juan Manuel Garza del Valle
Dr. Luis Moral Padilla
Mtra. Mónica Lizbeth López Corssen
Mtra. María Amos Cavazos Bustamante
Marcos Martínez Sebastián
Edgar Ramos Luciano
Alejandro Lara Trejo
Jessica Sobrevilla Luna
José Eduardo Martínez Ramírez
Ximena Lechuga López

CONSULTORÍA: GRUPO EMPRESARIAL ESTRATEGIA
HÉCTOR FLORES SANTANA
Director General

Eduardo Camacho Ibar
Socio-Director

Armando Mújica Romo
Coordinador Técnico del Proyecto

Mary Cruz Cabrera Toledo
Secretaria Técnica del Proyecto

Equipo de Consultores
Vanessa Anaya Elizalde
Marnye Caldera Blanquet
Gabriela Cervera Hernández
Cristian Juárez Godínez
Luis Miguel Lugo Cuellar
Arturo Muñoz Canales
Martha Palacios Vera
Rodolfo Pérez Álvarez
Inocente Reyes Mejía
José Luis Romero Espejel
Sergio Valderrama Herrera
José Luis Zúñiga Vázquez
Rodrigo de la Rocha Félix
Emiliano González Lozada

Contacto:
www.gemes.com.mx
gemes@gemes.com.mx

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA de TAMAULIPAS

gemes
Grupo Empresarial Estrategia