

AGENDAS DE COMPETITIVIDAD

DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS DE MÉXICO



TUXTLA GUTIÉRREZ

CHIAPAS

SECTUR
SECRETARÍA DE TURISMO



GOBIERNO DEL
ESTADO DE CHIAPAS



México
Consejo de Promoción Turística





SECTUR

SECRETARÍA DE TURISMO

ESTUDIO DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO: TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.



PRESENTA



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



GOBIERNO DEL
ESTADO DE CHIAPAS

DIRECTORIO

GOBIERNO DEL ESTADO DE CHIAPAS

LIC. MANUEL VELASCO COELLO

Gobernador Constitucional del Estado de Chiapas

Lic. Mario Uvence Rojas

Secretario de Turismo del Estado de Chiapas

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS

MTRO. JAIME VALLS ESPONDA

Rector de la Universidad Autónoma de Chiapas

Dr. Jorge Humberto Trujillo Rincón

Director General del Proyecto



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 peligrosa¹ 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	16. Ixtapa - Zihuatanejo	31. Riviera Maya
2. Aguascalientes	17. Ixtapan de la Sal	32. San Juan de Los Lagos
3. Ciudad Juárez	18. León	33. San Luis Potosí
4. Campeche	19. Los Cabos	34. San Miguel de Allende
5. Cancún	20. Manzanillo	35. Tampico - Madero
6. Chalma	21. Mazatlán	36. Tijuana
7. Ciudad de México	22. Mérida	37. Tlacotalpan
8. Cozumel	23. Morelia	38. Tlaxcala
9. Cuernavaca	24. Monterrey	39. Torreón
10. Durango	25. Riviera Nayarit	40. Tuxtla Gutiérrez
11. Ensenada	26. Oaxaca	41. Veracruz - Boca del Río
12. Guadalajara	27. Pachuca	42. Villahermosa
13. Guanajuato	28. Puebla	43. Xalapa
14. Hermosillo	29. Puerto Vallarta	44. Zacatecas
15. Huatulco	30. Querétaro	

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 fin 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 apegue 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 que 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.

AGENDA DE COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS

Prólogo.

Desde el siglo pasado, el Gobierno de México ha jugado una función estratégica de liderazgo y organización para el crecimiento de la actividad turística y de la orientación a los Gobiernos Estatales y Municipales para el desarrollo de sus destinos, soportadas en mecanismos que para tal efecto se han creado, como: la Secretaría de Turismo, la Ley General de Turismo, la Comisión Intersecretarial y el Programa sectorial que se renueva cada sexenio. Los mecanismos mencionados, además de otros instrumentos como fondos de financiamiento para el desarrollo y para la promoción, han conducido las acciones para convertir a México en un destino manifiesto de clase mundial.

En ese contexto, la Política Turística dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013 – 2018 ha proyectado un acto inédito y sin precedente en la historia institucional de nuestro país: la construcción de Agendas de Competitividad Turística para destinos seleccionados. Este hecho, iniciativa de la Secretaría de Turismo y apoyado por los gobiernos estatales, ha sido encargado por primera vez a las Instituciones de Educación Superior de cada una de las entidades federativas, primero como una muestra de confianza a estas últimas en su capacidad técnica investigativa y segundo, como una forma de convencimiento sobre la necesidad actual de cooperación y de corresponsabilidad entre los actores locales de los destinos turísticos de México.

Desde el punto de vista metodológico, este ejercicio demuestra a los actores locales cuatro consideraciones:

Primera, los esfuerzos coordinados entre los niveles de Gobierno Federal, Estatal y Municipal pueden coronar resultados efectivos que redunden en acciones de mejora que muevan a los destinos hacia mejores desempeños. En este caso, redundó en la construcción de un instrumento potente que hace viable la gestión de un destino turístico planeado de forma incluyente, territorial y estratégica.

Segunda, la coordinación en la acción es reflejo de la corresponsabilidad como condición inherente a la gestión del turismo, debido a que recoge las atribuciones de todos los órdenes de gobierno en todas sus escalas y los intereses de la iniciativa privada en las diversas actividades empresariales, para concebir un gran sistema de valor en el que lo cotidiano se transforma en productos que motivan a los visitantes a moverse en el territorio con todas las implicaciones ambientales, económicas, sociales, culturales y de servicios que esto genera.

Tercera, todo ejercicio de planeación por territorial, incluyente y estratégico que sea, está creado para ser gestionado, es decir, para lograrse en la realidad y que para tal efecto, esa misma coordinación deberá aceptar que el nuevo líder del proceso es ahora el Gobierno Municipal, mismo que hará suya la Agenda y la llevará a los objetivos definidos en ésta. Respetando ese liderazgo, el Gobierno Estatal, los empresarios y la academia se unirán para dar cabal seguimiento al mismo de forma corresponsable y colaborativa.

Cuarta y última, la Universidad Autónoma de Chiapas, a través del Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas, ofrece certeza al cumplir su compromiso con la generación del conocimiento en ese sector tan importante para la economía del Estado.

Lo planteado lleva a la concepción de una Agenda que, como tal, señala asuntos, acciones, tiempo, espacio, actores, propósitos, medios y resultados. Esta se desprende de un Modelo de Competitividad Turística propuesto por la Secretaría de Turismo de México, lo que históricamente, vale también apuntar, es un primer acercamiento serio del Gobierno Federal a la necesidad imperiosa de trabajar por y para el turismo de forma comprometida, organizada, efectiva y sustentable, pero con la condición de ser una visión propia. Como sea, es un ejercicio valiente y con dirección que deberá crecer, ampliarse y compartirse sistemáticamente cada año.

Para tal efecto, la Agenda de competitividad turística del destino seleccionado Tuxtla Gutiérrez ha incluido dos grandes apartados, contruidos a partir de fuentes

documentales oficiales, investigación de campo y con la participación de los actores locales en cinco talleres de planeación participativa con los resultados siguientes:

En una primera parte, la Agenda ofrece un diagnóstico que incluye una base informativa cuantitativa y cualitativa con 126 variables integradas en 9 factores de competitividad. La información es amplia y pone a consideración del lector apartados sobre el perfil socioeconómico del destino que incluye aspectos como identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos; evaluación de la oferta de hospedaje; especificaciones de la oferta complementaria; aspectos del factor humano; marco institucional normativo y asociativo; accesibilidad y movilidad; infraestructura básica; protección del territorio, del paisaje natural y urbano; identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística; mercados actuales y potenciales; promoción y comunicación; comercialización; identificación y análisis de las Tecnologías de Información y Comunicación disponibles y utilizadas en el destino, y un FODA general.

En la segunda parte, la Agenda contiene un Plan de acción que incluye la alineación de la política turística nacional, estatal y municipal; instrumentos de política turística; ejes integradores, programas estratégicos, propósitos y acciones; una matriz de compromisos; una matriz de proyectos de inversión; una propuesta de esquema para fomentar la inversión pública y privada; otra más sobre mejora regulatoria estatal y municipal; y recomendaciones generales para la planeación, movilidad y ordenamiento territorial.

Por último, la gestión de un documento de esta naturaleza obliga a la determinación de alcances y limitaciones como un ejercicio de honestidad sobre la acción investigativa.

Los alcances apuntan hacia aspectos de orden técnico y de capital social en el destino. En el aspecto técnico, la Agenda presentó la disyuntiva entre la sofisticación metodológica y la participación incluyente de los actores locales, de

tal forma que se prefirió dar mayor espacio a esta última, con miras a lograr un entorno positivo para la concreción de confianza como capital social que hace viable la realización de la agenda. Los mercados mundiales y las tendencias nacionales, al mismo tiempo que los retos que impone el ser competitivo para un destino, requieren de responsabilidad, consciencia y compromiso, de ahí que el mayor alcance de esta Agenda sea la construcción de un documento que deje en los actores locales buen ánimo, esperanza y actitud positiva centrados en un documento claro y organizado para enfrentar mercados exigentes sin ceder en las expectativas de la calidad de vida que la población quiere para sí misma. Todo esto con información y conocimientos soportados en investigación.

Un aspecto más a considerar en los alcances, es el tiempo que se necesita para la ejecución de la Agenda. Se entiende que es un documento que ha cumplido una primera etapa y que, por tal motivo, requiere de la acción para calibrar la respuesta de los actores locales en torno a si misma para cumplirla. También se prevé que es un documento perfectible y que deberá estar en continua alimentación pero siempre a la luz de las propuestas de los involucrados y los acuerdos que se han desprendido de su diseño. En este sentido, se considera que su construcción se ha dado durante el 2013, por lo que su ejecución será en un periodo de tiempo de los próximos cuatro años, a fin de que en 2018 sea posible una evaluación de sus efectos y con esto se pueda relanzar a partir de ese mismo año con otro horizonte de tiempo.

Las limitaciones rondan el tiempo y los mecanismos administrativos para su operación y las limitaciones de información por parte de las propias instituciones que acuerdan la Agenda. Nadie estaba preparado para la elaboración de las Agendas y pareciera que todos están ansiosos para su ejecución, no obstante, es importante aceptar que el crecimiento turístico desde una perspectiva territorial requiere de una estructura institucional competitiva en sus tres niveles, para facilitar los procesos de planificación y gestión, a fin de construir una mayor descentralización y una mejor coordinación entre las oficinas de turismo. Por tales motivos, destino sin oficina de turismo, recursos humanos calificados, programa de inversión, mecanismos de organización e instrumentos informáticos para la

gestión de la Agenda carecerá de los elementos necesarios para enfrentar el desafío de ser competitivo. No lo será.

Apostar al turismo implica una certeza y un desafío:

La certeza radica en que se apoya una actividad que promueve el desarrollo humano, es positiva y beneficia a las poblaciones que deciden emprenderla ya que mejora la calidad de vida de quien es visitado y de quien visita.

El desafío radica en comprenderle como un fenómeno complejo que se planifica y gestiona con la determinación, compromiso y responsabilidad de todos, por lo que, si bien es cierto es una actividad empresarial, también lo es que en su espíritu radica la esencia de la cooperación y la colaboración, de la conjunción de intereses y del logro de la continuidad como resultado de todo lo anterior, lo que la hace una actividad política.

Mtro. Jorge Trujillo Rincón
Coordinador General
Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas
Universidad Autónoma de Chiapas

INTRODUCCIÓN

La puesta en marcha del Proyecto Agenda de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT), corresponde a una nueva Política Turística Nacional, que tiene como propósito diagnosticar su situación y emprender un programa de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, para aprovechar el potencial turístico de México y generar una mayor derrama económica en el país. Las ACDT se alinean a la Estrategia 4.11.2 del Plan Nacional de Desarrollo (PND), relativo a “Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico”.

La Agenda de Competitividad es un instrumento analítico con alto perfil de contenido, que diagnosticará la situación por la que atraviesan los destinos turísticos del país. Como herramienta de planeación participativa, coordinará la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico. Será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del destino Tuxtla Gutiérrez y permitirá conocer el comportamiento de la competitividad de las localidades.

El desarrollo de las Agendas de Competitividad de los destinos turísticos se llevará a cabo mediante una planeación participativa, bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo en lo general; y la Coordinación de Turismo del Gobierno del Estado en particular, con la participación de la Institución Local de Educación Superior contratada.

El presente Diagnóstico Turístico del Destino Tuxtla Gutiérrez, responde a uno de los 44 destinos que fueron seleccionados por el Gobierno Federal y Gobiernos Estatales para el desarrollo de ADCT, mismo que permitirá conocer la capacidad del destino para atraer viajeros e inversión en infraestructura y equipamiento turístico, que impacte en la llegada de visitantes, incremente la ocupación y el gasto promedio, y permita generar beneficios reales para las comunidades locales, las empresas y los prestadores de servicios turísticos, además de favorecer la sostenibilidad del patrimonio natural.

ÍNDICE

Resumen ejecutivo	14
OBJETIVO GENERAL	24
OBJETIVOS PARTICULARES	24
Parte I Diagnóstico del Destino	26
CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL	26
1.1 Perfil socioeconómico.	26
a) Localización	26
b) Población	26
c) Recursos naturales	27
d) Infraestructura	28
e) Actividades económicas	28
1.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.	30
a) Oferta turística de Tuxtla Gutiérrez por tipología de atractivos	30
b) Oferta disponible para Turismo de sol y playa	31
c) Oferta disponible para turismo urbano	31
d) Oferta disponible para turismo de reuniones	32
e) Oferta disponible para turismo de naturaleza y aventura	33
f) Oferta disponible para otros tipos de turismo: Turismo Cultural	34
g) Experiencia que ofrece la oferta de atractivos turísticos	
Vivencia activa y vivencia contemplativa	36
h) Estado de atractivos en función de su comercialización	36
i) Atractivos por tipo de gestión	37
j) Análisis, evaluación y conclusiones cualitativas de la oferta principal de atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez	38
k) Identificación de unidades territoriales turísticas de Tuxtla Gutiérrez por localización de atractivos y su tipología	53
l) Recursos de interés turístico potencial	55
m) Jerarquización por unidades territoriales turísticas en función de su posición competitiva y estado de desarrollo de producto	55
1.3 Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje.	57
a) Oferta de cuartos, categoría, ubicación	57
b) Oferta de hospedaje en la zona de influencia	60
1.4 Especificación de la oferta complementaria.	62

a) Oferta gastronómica	62
b) Agencias de viajes receptoras	62
c) Oficinas de información	63
d) Guías turísticos	65
e) Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)	66
f) Servicios de transporte turístico	67
g) Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping)	68
h) Artesanías	69
i) Espectáculos nocturnos	70
j) Otros	71
k) Reporte de cuestionarios a empresas turísticas del destino	73
l) Reporte de entrevistas de profundidad a actores estratégicos.	140
1.5 El Factor Humano.	146
a) Actitudes y sensibilidades de la población local con respecto al turismo y a los turistas	146
1.6 Marco institucional, normativo y asociativo.	148
a) Leyes que inciden en el desarrollo del destino	148
1.7 Accesibilidad y movilidad.	150
a) Acceso terrestre y sistema de transporte	150
b) Acceso aéreo	152
c) Acceso marítimo	155
d) Movilidad dentro del destino	156
1.8 Infraestructura básica	158
a) Comunicaciones	160
b) Energía Eléctrica	161
c) Agua y Alcantarillado	162
d) Vivienda	165
1.9 Protección del territorio y del paisaje natural y urbano	168
a) Calidad de vida	168
b) Desarrollo sostenible y protección del medio ambiente	170
c) Protección y ordenación del paisaje	175
d) Instrumentos de ordenación territorial y del paisaje	176
e) Acciones de gestión territorial	176
f) Herramientas específicas de gestión para la sustentabilidad turística en Tuxtla Gutiérrez	177
1.10 Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística.	179
a) Identificación de áreas potenciales	179

1.11 Mercados actuales y potenciales.	180
a) Mercados actuales	180
Volumen	180
Características sociodemográficas	184
Hábitos de comportamiento	184
Grado de satisfacción	187
b) Mercados potenciales	188
Volumen	188
1.12 Promoción y Comunicación.	193
a) Acciones de promoción y comunicación	193
Nivel local	193
Nivel Estatal	195
Otros esfuerzos promocionales y de comunicación	199
1.13 Comercialización.	201
a) Comercialización directa (entre prestador de servicio y cliente)	201
b) Comercialización directa en la oferta de alojamiento turístico	201
c) Buen fin turístico	202
d) Comercialización indirecta (a través de intermediarios de algún tipo, es decir tour operadores, etc.)	203
e) Otras acciones	206
1.14 Identificación y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino.	207
a) Análisis del uso de las TIC's para promocionar el destino	207
Promoción en páginas web oficiales del destino	207
Análisis del uso de redes sociales para la promoción del destino Tuxtla Gutiérrez	209
Análisis del uso promocional de aplicaciones móviles para la promoción del destino Tuxtla Gutiérrez	210
CAPÍTULO 2. FODA POR LOS ACTORES LOCALES.	211
a) Fortalezas	211
b) Debilidades	212
c) Oportunidades	214
d) Amenazas	214
CAPÍTULO 3. LOS NUEVE FACTORES DE COMPETITIVIDAD.	216
3.1 FODA de Oferta turística	216
a) Fortalezas	216

b) Debilidades	217
c) Oportunidades	218
d) Amenazas	219
3.2 FODA de Democratización de la productividad turística.	220
a) Fortalezas	220
b) Debilidades	220
c) Oportunidades	221
d) Amenazas	222
3.3 FODA de Sustentabilidad turística.	223
a) Fortalezas	223
b) Debilidades	224
c) Oportunidades	226
d) Amenazas	227
3.4 FODA de Formación y certificación.	229
a) Fortalezas	229
b) Debilidades	229
c) Oportunidades	231
d) Amenazas	231
3.5 FODA de Accesibilidad e Infraestructura (Instalaciones y servicios).	232
a) Fortalezas	232
b) Debilidades	232
c) Oportunidades	234
d) Amenazas	234
3.6 FODA de Seguridad Patrimonial y Física.	235
a) Fortalezas	235
b) Debilidades	235
c) Oportunidades	235
d) Amenazas	236
3.7 FODA de Promoción y Comercialización.	237
a) Fortalezas	237
b) Debilidades	238
c) Oportunidades	239
d) Amenazas	239
3.8 FODA de Gestión del Destino.	240
a) Fortalezas	240
b) Debilidades	242
c) Oportunidades	245

d) Amenazas	245
3.9 FODA de TIC's e Información al turista.	246
a) Fortalezas	246
b) Debilidades	247
c) Oportunidades	248
d) Amenazas	248
Anexos	249
1.- Inventario de recursos, atractivos y productos turísticos	
2.- Formato propuesta ficha de evaluación de atractivos turísticos	
3. Fichas técnicas de indicadores y documentos soporte.	
Parte II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO.	251
CAPÍTULO 1. ALINEACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA	251
En los tres niveles de gobierno	
Ejes de la Política Nacional Turística - Plan Nacional de Desarrollo	
Lineamientos y Directrices Estratégicas - Plan Estatal de Desarrollo	
Lineamientos Sectoriales - Plan Municipal de Desarrollo	
CAPÍTULO 2. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA.	255
Inventario existente y propuestas	255
a) Marco Jurídico	255
b) De concertación y coordinación institucional	255
c) De promoción y comercialización	256
d) De financiamiento	256
CAPÍTULO 3. PLAN DE ACCIÓN.	257
3.1 Principales Nudos de Competitividad de Tuxtla Gutiérrez.	257
3.2 Misión	281
3.3 Visión	281
3.4 Productos esenciales y complementarios	281
3.5 Estrategia competitiva	282
3.6 Mapa conceptual para la construcción de la Agenda de Competitividad Turística del destino Tuxtla Gutiérrez	284
3.7 Ejes integradores	285
a. Eje integrador No. 1 Gestión Pública del turismo	285

Nudo de Competitividad	285
Proceso de Mejora	285
Propósito	285
Programa Estratégico	285
Línea de Acción	286
Acciones Propuestas	287
b. Eje integrador No. 2 Oferta Innovadora Turística	288
Nudo de Competitividad	288
Proceso de Mejora	288
Propósito	288
Programa Estratégico	288
Línea de Acción	289
Acciones Propuestas	290
c. Eje integrador No. 3 Gestión del Conocimiento y Talento Humano	291
Nudo de Competitividad	291
Proceso de Mejora	291
Propósito	291
Programa Estratégico	291
Línea de Acción	292
Acciones Propuestas	292
d. Eje integrador No. 4 Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos	294
Nudo de Competitividad	294
Proceso de Mejora	294
Propósito	294
Programa Estratégico	294
Línea de Acción	295
Acciones Propuestas	295
e. Eje integrador No. 5 Marketing	297
Nudo de Competitividad	297
Proceso de Mejora	297
Propósito	297
Programa Estratégico	297
Línea de Acción	298
Acciones Propuestas	299
f. Eje integrador No. 6 Sustentabilidad Turística	300
Nudo de Competitividad	300
Proceso de Mejora	300
Propósito	300

Programa Estratégico	300
Línea de Acción	301
Acciones Propuestas	301
CAPÍTULO 4. MATRIZ DE COMPROMISOS	303
CAPÍTULO 5. MATRIZ DE PROYECTOS DE INVERSIÓN	309
CAPÍTULO 6. ESQUEMA PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA	313
CAPÍTULO 7. TABLA DE INDICADORES DE CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN	315
CAPÍTULO 8. PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA ESTATAL Y MUNICIPAL	324
CAPÍTULO 9. RECOMENDACIONES PARA LA PLANEACIÓN, MOVILIDAD Y EL ORDENAMIENTO TERRITORIAL	328
ANEXOS.	334
1. Fichas del portafolio de proyectos de inversión.	
2. Minuta “Presentación de resultados de la Agenda de Competitividad Turística del destino Tuxtla Gutiérrez, al C. Secretario de Turismo, Lic. Mario Uvence Rojas” (23 de octubre de 2013).	
3. Archivo fotográfico de la presentación de resultados.	
Bibliografía	335

RELACIÓN DE FIGURAS.

Figura No. 1.	Factores de Competitividad.
Figura No. 2.	Mapa unidades territoriales por ubicación de atractivos turísticos.
Figura No. 3	Mapa conceptual para la construcción de la Agenda de Competitividad del destino turístico Tuxtla Gutiérrez.
Figura No. 4.	Estrategia competitiva.
Figura No. 5.	Segmentos esenciales del destino Tuxtla Gutiérrez
Figura No. 6.	Segmentos complementarios del destino Tuxtla Gutiérrez.
Figura No. 7.	Polígonos principales de distribución de la oferta hotelera en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.
Figura No. 8.	Matriz de selección de productos.
Figura No. 9.	Acciones de comercialización conjunta, 2012
Figura No. 10.	Eje integrador No. 1: Gestión pública del turismo.
Figura No. 11.	Eje integrador No. 2: Oferta turística innovadora.
Figura No. 12.	Eje integrador No. 3: Gestión del conocimiento y talento humano.
Figura No. 13.	Eje integrador No. 4: Desarrollo de Infraestructura y servicios públicos.
Figura No. 14.	Eje integrador No. 5: Marketing.
Figura No. 15.	Eje integrador No. 6: Sustentabilidad Turística.
Figura No. 16.	Matriz de compromisos.

RELACIÓN TABLAS.

Tabla No. 1.	Ejes integradores.
Tabla No. 2	Plazas disponible para turismo de reuniones.
Tabla No. 3.	Operadores turísticos que comercializan atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.
Tabla No. 4.	Matriz ADL modificada para el análisis estratégico de unidades territoriales del destino turístico Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
Tabla No. 5.	Oferta de cuartos
Tabla No. 6	Tarifas por categoría.
Tabla No. 7.	Ocupación hotelera.
Tabla No. 8.	Estadía promedio en Tuxtla Gutiérrez. Serie anual 2007 - 2012
Tabla No. 9	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Berriozábal. (A 21.5 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)
Tabla No. 10.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Chiapa de Corzo. (A 22 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).
Tabla No. 11.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Cintalapa. (A 75.29 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT)
Tabla No. 12.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Copainalá. (A 69.3 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)
Tabla No. 13.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Jiquipilas. (A 72.12 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).
Tabla No. 14.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Ocozocoautla. (A 36 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).

Tabla No. 15.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: Osumacinta (A 48.7 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)
Tabla No. 16.	Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez. Municipio: San Fernando. (A 17.7 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)
Tabla No. 17.	Oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.
Tabla no. 18.	Agencias de viajes.
Tabla No. 19.	Relación de agencias de viajes receptoras que ofrecen atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.
Tabla No. 20.	Módulos de información turística dependientes de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.
Tabla No. 21.	Puntos de información turística dependientes de la Secretaría de Turismo Estatal.
Tabla No. 22.	Gestión de refrendos o acreditación de guías generales.
Tabla No. 23.	Autobuses especiales de turismo.
Tabla No. 24.	Otros establecimientos que prestan servicios relacionados con el turismo por municipio al 31 de diciembre de 2010.
Tabla No. 25.	Instalaciones deportivas.
Tabla No. 26.	Valoración de servicios prestados en el destino.
Tabla No. 27.	Porcentaje de turistas atendidos según temporada.
Tabla No. 28.	Motivos más comunes de viajes en los visitantes.
Tabla No. 29.	Promedio de permanencia del visitante.
Tabla No. 30.	Actividades que ofrece el destino.
Tabla No. 31	Evaluación de las actividades ofrecidas en el destino.
Tabla No. 32.	Servicios complementarios ofrecidos.
Tabla No. 33	Rutas turísticas de las cuales han formado parte los entrevistados.
Tabla No. 34.	Fortalezas del destino
Tabla No. 35.	La variedad de actividades incrementa la afluencia de visitantes.
Tabla No. 36.	Relación compra – venta con empresarios del mismo destino de diferentes giros.
Tabla No. 37.	Distribución de beneficios económicos generados por el turismo.

Tabla No. 38.	Uso del capital invertido para nuevos proyectos turísticos.
Tabla No. 39.	Propuestas para mejorar la productividad del destino.
Tabla No. 40.	Propuestas para mejorar la relación entre empresarios y gobierno
Tabla No. 41.	Mercado laboral del destino.
Tabla No. 42.	Salario de personas dedicadas a actividades de turismo.
Tabla No. 43.	Registro Nacional de Turismo (inscritos).
Tabla No. 44.	Sujetos al cumplimiento de alguna norma ambiental.
Tabla No. 45.	Transportación o confinamiento de residuos sólidos.
Tabla No. 46.	Empresas con certificado de calidad ambiental.
Tabla No. 47.	Implementación de mejoras para ahorro de energía.
Tabla No. 48.	Aumento o disminución de contaminación.
Tabla No. 49.	Valoración de la educación ambiental y conservación del patrimonio cultural y natural.
Tabla No. 50.	Programa de separación de desechos.
Tabla No. 51.	Separación de basura en orgánica e inorgánica.
Tabla No. 52.	Consideración Cuidado del medio ambiente versus incremento de la afluencia de visitantes.
Tabla No. 53.	Cuidado del medio ambiente eleva afluencia de visitantes, notado por los entrevistados.
Tabla No. 54.	Acciones para el cuidado del medio ambiente y hacer competitivo el destino.
Tabla No. 55.	Existencia de propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.
Tabla No. 56.	Ejemplos de propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.
Tabla No. 57.	Distribución del nivel de escolaridad de los empleados que laboran en su empresa.
Tabla No. 58.	Cursos de capacitación impartidos al personal que labora en empresas turísticas.
Tabla No. 59.	Áreas en las que se concentraron los cursos de capacitación impartidos.
Tabla No. 60.	Aplicación de encuestas de satisfacción del cliente.
Tabla No. 61.	Aspectos que inciden en la productividad de la empresa.
Tabla No. 62.	¿Capacitación actual maximiza el potencial del destino?

Tabla No. 63.	Propuestas de capacitación para mejorar la competitividad del destino.
Tabla No. 64.	Evolución de la accesibilidad e infraestructura en el destino en los últimos 12 meses.
Tabla No. 65.	Valoración de la conectividad entre los medios de transporte del destino.
Tabla No. 66.	Existencia de proyectos de infraestructura en proceso.
Tabla No. 67.	Tipo de usuario que utiliza los medios de transporte del destino.
Tabla No. 68.	Propuestas de desarrollo urbano necesarias para elevar la conectividad del destino.
Tabla No. 69	Características de conectividad que afectan la competitividad del destino.
Tabla No. 70.	Frecuencia en la que los delitos afectan al turismo en el destino.
Tabla No. 71.	Incidencia delictiva como problema para la competitividad del destino, en el último año.
Tabla No. 72.	Tipos de incidencias delictivas presentada en el último año a percepción de los entrevistados.
Tabla No. 73.	Existencia de protocolo de manejo de situación de riesgos en empresas turísticas entrevistadas.
Tabla No. 73.	Existencia de protocolo de manejo de situación de riesgos en empresas turísticas entrevistadas.
Tabla No. 74.	Existencia de sistemas de seguridad en empresas turísticas entrevistadas.
Tabla No. 75.	Mejora de servicio por sistema de seguridad.
Tabla No. 76.	Causas de no suficiencia de los centros de salud en situación de riesgo.
Tabla No. 77.	Influencia de la percepción de la seguridad en las visitas al destino.
Tabla No. 78.	Iniciativas propuestas en materia de seguridad pública.
Tabla No. 79.	Fuente de recursos para la inversión en promoción.
Tabla No. 80.	Paquete de servicios.
Tabla No. 81.	Incremento de la demanda con la implementación de paquetes o descuentos.

Tabla No. 82.	Asociación con tour operadores.
Tabla No. 83.	Utilización de la variedad cultural y gastronómica en la mejora del servicio ofrecido.
Tabla No. 84.	Rubros varios a calificar.
Tabla No. 85.	Acceso a insumos necesarios.
Tabla No. 86.	Canales de venta de productos / servicios.
Tabla No. 86.	Promoción del destino favorece la diferenciación del mismo.
Tabla No. 87.	Propuestas de promoción del destino.
Tabla No. 88.	Presupuesto asignado al destino favorece el planteamiento de iniciativa de alto impacto.
Tabla No. 89.	Sugerencias para mejorar coordinación institucional en Tuxtla Gutiérrez
Tabla No. 90.	Acceso de internet público en el destino.
Tabla No. 91.	Propuestas para mejorar la conectividad tecnológica del destino.
Tabla No. 92.	Forma de Pago.
Tabla No. 93.	Estrategias de Competencia
Tabla No. 94.	Proyectos estratégicos de inversión.
Tabla No. 95.	Preguntas de opinión.
Tabla No. 96.	Longitud de la red carretera por municipio según tipo de camino. Al 31 de diciembre de 2010 (Kilómetros).
Tabla No. 97.	Movimiento de vehículos en las principales carreteras de cuotas concesionadas del país Tuxtla Gutiérrez – San Cristóbal de las Casas.
Tabla No. 98.	Autobuses comerciales y taxis.
Tabla No. 99.	Aeropuertos, longitud de pistas de aterrizaje, superficies de pistas, de plataformas y de rodajes de la aviación civil según municipio al 31 de diciembre de 2010.
Tabla No. 100.	Llegada de vuelos a los aeropuertos del país (2008 – 2012)
Tabla No. 101.	Llegada de vuelos a los aeropuertos del país año 2012.
Tabla No. 102.	Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país.
Tabla No. 103.	Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país.
Tabla No. 104.	Rutas del transporte colectivo y su conexión con puntos de interés.

Tabla No. 105.	Servicio de energía eléctrica en viviendas particulares habitadas, 2010.
Tabla No. 106.	Viviendas que no disponen de energía eléctrica años anteriores.
Tabla No. 107.	Tomas instaladas y localidades con el servicio de energía eléctrica por municipio al 31 de diciembre de 2010.
Tabla No. 108.	Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.
Tabla No. 109.	Viviendas que no disponen de excusado o sanitario, años anteriores.
Tabla No. 110.	Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.
Tabla No. 111.	Viviendas que no disponen de drenaje.
Tabla No. 112.	Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.
Tabla No. 113.	Viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública, años anteriores.
Tabla No. 114.	Viviendas que disponen de agua entubada, drenaje y energía eléctrica.
Tabla No. 115.	Viviendas habitadas por tipo de vivienda, 2010.
Tabla No. 116.	Viviendas particulares habitadas y ocupantes.
Tabla No. 117.	Ocupantes en viviendas particulares, 2010.
Tabla No. 118.	Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (pisos), 2010.
Tabla No. 119.	Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (techo), 2010.
Tabla No. 120.	Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (paredes), 2010.
Tabla No. 121.	Calidad de vida.
Tabla No. 122.	Situación de pobreza.
Tabla No. 123.	Comparativo: Llegadas a hoteles de Tuxtla Gutiérrez en 2012.
Tabla No. 124.	Comparativo: turistas noche por ciudad de referencia para el año 2012.

Tabla No. 125.	Comparativo: % ocupación para el año 2012 en destinos de referencia.
Tabla No. 126.	Ocupación hotelera en serie anual de 2007 a 2012.
Tabla No. 127.	Turistas atendidos según temporada.
Tabla No. 128.	Principales estados emisores de turismo a Tuxtla Gutiérrez, por servicios ofrecidos en los módulos de información turística de la SECTUR Chiapas en destino.
Tabla No.129.	Principales países emisores de turismo internacional a Tuxtla Gutiérrez por servicios ofrecidos en los módulos de información turística de la SECTUR Chiapas en destino
Tabla No. 130.	Motivos más comunes de viaje de los visitantes.
Tabla No. 131.	Nº de turistas diarios mes.
Tabla No. 132.	Comparativo: Estadía promedio en Tuxtla Gutiérrez. Serie Anual 2007 - 2012
Tabla No. 133.	Comparativo: Estadía promedio para el año 2012 en destinos de referencia.
Tabla No. 134.	Gasto (turista / día).
Tabla No. 135.	Incidencia campañas promocionales en el incremento de la derrama económica en Tuxtla Gutiérrez.
Tabla No. 136.	Incidencia de campañas promocionales en el incremento de la afluencia turística en Tuxtla Gutiérrez.
Tabla No. 137.	Agencias de viajes receptoras en Tuxtla Gutiérrez y los atractivos que comercializan.
Tabla No. 138.	Alineación de la Política Turística.
Tabla no. 139.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 1. Gestión Pública del Turismo.
Tabla no. 140.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 2. Oferta Turística Innovadora.
Tabla No. 141.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 2 Oferta Turística Innovadora.
Tabla No. 142.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 3. Gestión del Conocimiento y Talento Humano.
Tabla No. 143.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 4. Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos.
Tabla No. 144.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 5. Marketing.

Tabla No. 145.	Matriz de compromiso. Eje integrador No. 6. Sustentabilidad Turística
Tabla No. 146.	Matriz de Proyectos de Inversión para el destino Tuxtla Gutiérrez y jerarquización.
Tabla No. 147.	Indicadores de control: Eje integrador 1. Gestión pública del turismo.
Tabla No. 148.	Indicadores de Control: Eje Integrador 2. Oferta Turística Innovadora.
Tabla No. 149.	Indicadores de Control: Eje Integrador 3. Gestión del Conocimiento y Talento Humano.
Tabla No. 150.	Indicadores de Control: Eje Integrador 4. Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos.
Tabla No. 151.	Indicadores de Control: Eje Integrador 5. Marketing.
Tabla No. 152.	Indicadores de Control: Eje Transversal: Sustentabilidad Turística.
Tabla No. 153.	Propuesta de mejora regulatoria estatal y municipal.

RELACIÓN DE GRÁFICAS.

Gráfica No. 1	Porcentaje de atractivos por tipo de oferta.
Gráfica No. 2.	Porcentaje de atractivos por tipo de experiencia.
Gráfica No. 3.	Porcentaje de atractivos por tipo de gestión.
Gráfica No. 4.	Estado de conservación de la señalización externa.
Gráfica No. 5.	Estado de conservación de la señalización interna.
Gráfica No. 6.	Accesibilidad
Gráfica No. 7.	Estado en el que se encuentra la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.
Gráfica No. 8.	Estado de limpieza e imagen
Gráfica No. 9.	Estado en que se encuentra la recepción e información externa.
Gráfica No. 10.	Estado en el que se encuentra la información interna.
Gráfica No. 11.	Sanitarios y Otros Servicios Básicos.
Gráfica No. 12	Calidad de la alimentación ofrecida.
Gráfica No. 13.	Sostenibilidad Medioambiental
Gráfica No. 14.	Singularidad
Gráfica No. 15.	Desempeño la Seguridad
Gráfica No. 16.	Desempeño en Comunicación
Gráfica No. 17.	Periodicidad de capacitación
Gráfica No. 18.	Número de cursos impartidos por institución.
Gráfica No. 19.	Número de guías de turistas que operan en su negocio.
Gráfica No. 20.	Tipo de infraestructura para elevar la productividad del destino.
Gráfica No. 21.	Existencia de módulos de información turística.
Gráfica No. 22.	Sistemas de seguridad
Gráfico No. 23.	Suficiencia de elementos policiacos en el destino.
Gráfica No. 24.	Suficiencia de los centros de salud en el destino en caso de situación de riesgo.
Gráfica No. 25.	Inversión en Promoción.
Gráfica No. 26.	Segmentos a quienes se les ofrece descuentos especiales.
Gráfica No. 27.	Porcentaje de empresas que han recibido algún tipo de apoyo del ssector público.

Gráfica No. 28.	Contacto con Dirección de Turismo.
Gráfica No. 29.	Existencia de Comité u Organización de Turismo Sustentable
Gráfica No. 30.	Relación servidores públicos y empresarios
Gráfica No. 31.	Regularización de Comercio Ambulante
Gráfica No. 32.	Recursos de promoción.
Gráfica No. 33.	Existencia de aplicaciones especiales para dispositivos móviles en el destino.
Gráfica No. 34.	Rubros de inversión en el último año.
Gráfica no. 35.	Necesidad de importar material/ equipamiento especializado.
Gráfica No. 36.	Impacto de las Tic's en el desempeño del negocio.
Gráfica No. 37.	Medios de comunicación y diferenciación.
Gráfica No. 38.	Baja de precios por caída de demanda.
Gráfica No. 39.	Establecimiento de competidores del mismo giro.
Gráfica No. 40.	Sustitución de actividades por otros servicios.
Gráfica No. 41.	Baja de precio por amenaza de sustitución de actividades.
Gráfica No. 42.	Realiza campañas de promoción o marketing.
Gráfica No. 43.	Porcentaje de entrevistados que exportan su producto / servicio.
Gráfica No. 44.	Afectación por informalidad.
Gráfica No. 45.	Áreas prioritarias para mejorar su actividad.
Gráfica No. 46.	Factores que influyen en la competitividad del destino.
Gráfica No. 47.	Aspectos que favorece la competencia entre empresas.
Gráfica No. 48.	¿Ve favorable los acuerdos entre competidores?
Gráfica No. 49.	¿Quién debe implementar los proyectos mencionados?
Gráfica No. 50.	¿Quién debe financiar proyectos mencionados?
Gráfica No. 51.	Puntos fuertes del destino, mencionados
Gráfica No. 52.	¿Qué afecta a la imagen del destino?
Gráfica No. 53.	¿Qué mejoras motivarían mayor afluencia?
Gráfica No. 54.	Factores externos que afectan negativamente al destino

RELACIÓN DE IMÁGENES.

Imagen No. 1.	Estado de conservación de la señalización externa.
Imagen No. 2.	Estado de conservación de la señalización interna.
Imagen No. 3.	Accesibilidad.
Imagen No. 4.	Accesibilidad para personas con capacidades diferentes.
Imagen No. 5.	Estado de limpieza e imagen.
Imagen No. 6	Estado en que se encuentra la recepción e información externa.
Imagen No. 7.	Estado en el que se encuentra la información interna.
Imagen No. 8.	Estado en el que se encuentran los sanitarios y otros servicios básicos.
Imagen No. 9.	Calidad de la alimentación ofrecida.
Imagen No. 10.	Compras.
Imagen No. 11.	Sostenibilidad Medioambiental.
Imagen No. 12.	Singularidad.
Imagen No. 13.	Seguridad.
Imagen No. 14.	Desempeño en comunicación.
Imagen No. 15.	Artesanías de Tuxtla Gutiérrez, en proceso de extinción.
Imagen No. 16.	Instituto Casa Chiapas.
Imagen No. 17.	Artesanías comercializadas en el Parque Central de Tuxtla Gutiérrez.

Resumen Ejecutivo

El pasado 13 de febrero del año 2013, el Lic. Enrique Peña Nieto, Presidente de la República, anunció en Nayarit, las directrices de la nueva **Política Nacional Turística**. Como parte de las acciones definidas, se encuentra la construcción de las “**Agendas de Competitividad por Destinos Turísticos (ACDT)**” del país, cuyo propósito es diagnosticar su situación y emprender un plan de acciones, en coordinación estrecha entre la Federación y los gobiernos locales, con la participación de los actores del propio destino.

El 20 de mayo del año en mención, el Ejecutivo Federal presentó el Plan Nacional de Desarrollo 2013- 2018. En el **Eje 4. México Próspero**, se centran las acciones del ramo turístico y específicamente en el **Objetivo 4.11**. “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país”, bajo la **estrategia** de Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico y la **línea de acción**: Desarrollar agendas de competitividad turística como instrumento analítico con alto perfil de contenido que diagnosticará la situación por la que atraviesan los destinos turísticos del país. Tiene el potencial de convertirse en una poderosa herramienta de planeación participativa, que coordine la actuación de los tres órdenes de gobierno, en favor de mejorar el desempeño del sector turístico y será una base sólida para promover un desarrollo turístico local sustentable del propio destino.

Objetivo General:

Disponer de un Plan de Acción para el destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, que permita fijar las directrices y lineamientos de la colaboración y coordinación entre las diversas dependencias y entidades, entre los distintos actores de los sectores privado y social, y los propios destinos, bajo condición estricta de que exista congruencia con el PND y la Política Nacional Turística anunciada por la Presidencia de la República y alineación con el respectivo Plan Estatal de Desarrollo de Chiapas.

Objetivos Particulares.

- Construir un diagnóstico situacional del destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, con base en una serie de indicadores y criterios definidos soportados en un modelo de competitividad turística.
- Diseñar una Agenda con propuestas de acciones consensadas, con base en enfoques de planeación participativa y basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes, que respondan a la problemática particular del destino.
- Proponer un Tablero de Control de Competitividad para el destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, que será desarrollado por SECTUR-GEMES y servirá como una herramienta común, para evaluar avances y así contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.

Metodología

El estudio de competitividad turística se asume como una investigación descriptiva no experimental, transaccional. El modelo de competitividad planteado por SECTUR-GEMES promueve 126 variables de diversos tipos articuladas en 9 factores, a más de otras propuestas por el equipo técnico encargado del estudio:

Figura No. 1. Factores de Competitividad.



Fuente: Agenda de Competitividad de los Destinos Turísticos. Consideraciones Analíticas. SECTUR/GEMES. Junio 2013.

El proceso metodológico muestra la combinación de revisión de fuentes documentales con otros elementos de investigación de campo, entre los que destacan los siguientes:

A. Entrevistas a profundidad a actores estratégicos.

Cuestionario guía que consta de 12 preguntas abiertas que permiten la oportunidad a los agentes locales seleccionados de aportar su visión sobre la realidad cotidiana de diversos temas relativos a la competitividad turística del destino seleccionado. La relación de los actores locales seleccionados contempla una diversidad según se muestra a continuación:

- Presidente de la Asociación de Empresas de Turismo de Negocios.
- Directora de Turismo Municipal del Gobierno de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Representante del Colegio de Guías.
- Premio Nacional Restaurantero y Gastronomía.
- Presidente de la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo en Chiapas.
- Presidenta de la Asociación de Hoteles y Moteles del Centro de Chiapas.
- Vicepresidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Tuxtla Gutiérrez.
- Presidenta de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes en Chiapas.
- Representante de los Hoteles de Cadena en Tuxtla Gutiérrez.
- Gerente de Fomento Económico de Chiapas, A.C.

B. Cuestionarios a empresas turísticas del destino.

Este instrumento de investigación que contiene 133 preguntas, abiertas y cerradas, se aplicó a empresas del sector como hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transportadoras turísticas, otros actores estratégicos; en donde se abordaron temas relacionados con los nueve factores de competitividad referido, aspectos de la competencia, propuesta de proyectos, preguntas de opinión general, observaciones y comentarios.

C. Talleres de Planeación Participativa.

En el marco del Consejo Municipal de Turismo, se convocó a reuniones de trabajo con los integrantes que conforman este órgano colegiado de representación del sector turístico de Tuxtla Gutiérrez y otros actores estratégicos considerados por su relación con los factores y variables del diagnóstico. Se llevaron a cabo los siguientes:

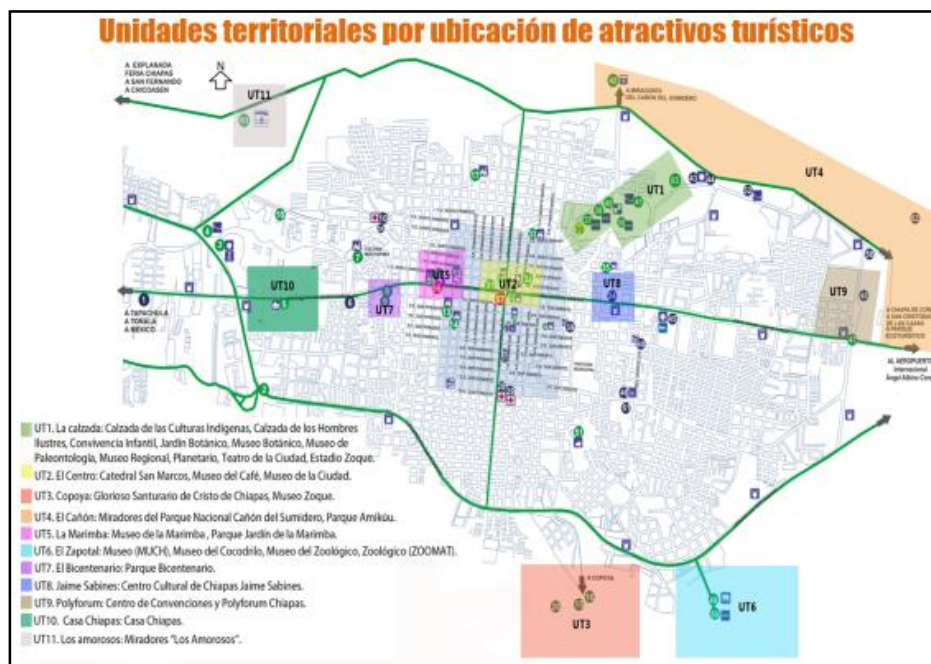
- 1er. Taller: Detección de Fortalezas y Debilidades de la Competitividad Turística de Tuxtla Gutiérrez y su jerarquización. Registro de asistentes 26 personas.
- 2º. Taller: Definición de Oportunidades y Amenazas e Identificación de Objetivos de competitividad, Productos Esenciales y Complementarios, así como Propuestas de Acciones para el Desarrollo y Competitividad de Tuxtla Gutiérrez. Registro de asistentes: 25 personas.
- 3er. Taller: Definición de Misión, Visión, Estrategia de competitividad del destino Tuxtla Gutiérrez. Registro de asistentes: 19 personas.
- 4º. Taller: Definición de Proyectos de Inversión y Normatividad Turística. Registro de asistentes: 13 personas.
- 4º bis. Taller de Definición de Proyectos de Inversión y Normatividad Turística. Registro de asistentes 12 personas.

D. Inventario de Recursos, Atractivos y Productos Turísticos.

Se realizó el diseño y aplicación de la cédula de levantamiento de información para la integración del inventario de Recursos, Atractivos y Productos Turísticos, que implica la identificación, descripción, clasificación, localización y evaluación de un total de 28 atractivos, incluyendo aspectos de ubicación geográfica, actividades que ofrece, evaluación de la calidad.

La distribución de los atractivos y recursos en el territorio dio pie a la configuración de unidades territoriales de la siguiente manera:

Figura No. 2. Mapa unidades territoriales por ubicación de atractivos turísticos.



Fuente: Elaboración propia con base en información de campo, 2013.

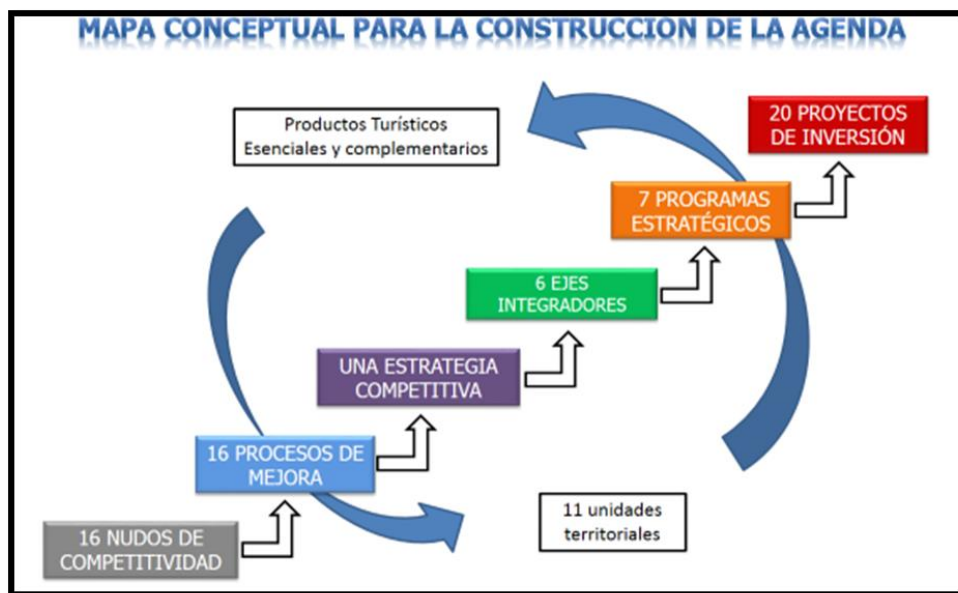
La Agenda de Competitividad Turística contempla una primer parte integrada por el **Diagnóstico del Destino**, que incluyó recolección de datos e información cuantitativa y cualitativa sobre la base de los nueve factores, en fuentes de instituciones oficiales, además de información que concentró datos estadísticos, análisis y evaluación de las variables de referencia y que junto con los resultados de los talleres, constituyeron el soporte para el análisis FODA.

La segunda parte está integrada propiamente por el **Plan de Acción**, en la que se abordan temas como la alineación e instrumentos de la política turística que inciden en el destino, la determinación de los nudos de competitividad (problemas) a partir del análisis de las causas, efectos, la definición de la misión, visión, productos esenciales y complementarios, y estrategia competitiva para la plaza. Así también el establecimiento de procesos de mejora, programas estratégicos y líneas de acción, esto último concentrado bajo el concepto de ejes integradores de la competitividad turística.

Resultados

El proceso de construcción de la Agenda de Competitividad Turística incluyó lo siguiente:

Figura No. 3 Mapa conceptual para la construcción de la Agenda de Competitividad del destino turístico Tuxtla Gutiérrez.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Misión.

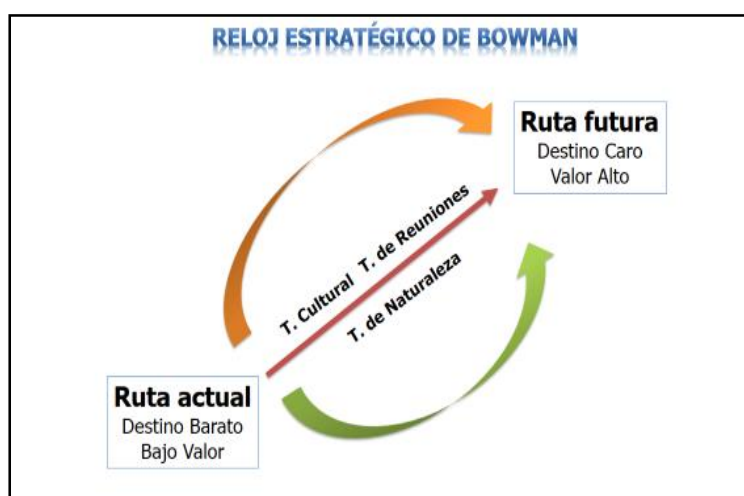
Somos empresarios y funcionarios de Tuxtla Gutiérrez, ciudad Capital de Chiapas cuya infraestructura y servicios de calidad le permiten vocación para el turismo de reuniones en el mercado nacional, y potencial en los segmentos de naturaleza y cultura, a fin de generar bienestar a su población.

Visión.

Seremos una ciudad Capital reconocida en el sureste de México por su atractivo y desempeño en el turismo de reuniones, eventos e incentivo; su dinámica, vanguardismo y funcionalidad bajo criterios de sustentabilidad para ofrecer servicios de calidad y su interés genuino en preservar la identidad cultural local con beneficios y bienestar a su población.

Estrategia Competitiva:

Figura No. 4. Estrategia competitiva.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Ruta actual.

Expresada como un destino que paulatinamente ha ido bajando el precio de sus servicios con alguna diferencia en cuanto al valor percibido –aunque todos en un nivel bajo- debido a aspectos como mal estado de las carreteras, nivel bajo de capacitación y concientización turística, infraestructura deficiente de la ciudad, competencia desleal entre prestadores de servicio y carencia de información al turista sobre los sitios de interés turístico de la ciudad.

Ruta futura.

Los participantes en el taller de planeación, analizaron y decidieron por la ruta de la **diferenciación del destino, sus productos, servicios y atractivos**. La apuesta hacia el futuro implica **un alto valor percibido y un precio acorde a la oferta turística de una ciudad capital situada por encima de los estándares de competitividad a nivel nacional**.

Productos esenciales y complementarios.

Productos determinados durante el segundo taller de planeación participativa con integrantes del Consejo Turístico Municipal y actores estratégicos del destino.

Figura No. 5. Segmentos esenciales del destino Tuxtla Gutiérrez.

Segmento	Prioridad
Turismo de reuniones	  
Turismo de naturaleza	  
Turismo cultural	 
Etnoturismo	

   **Esencial 1**
  **Esencial 2**
 **Esencial 3**

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

Figura No. 6 Segmentos complementarios del destino Tuxtla Gutiérrez.

Segmento	Prioridad
Turismo gastronómico	  
Turismo de interés especial	 
Turismo deportivo	 

   **Complementario 1**
  **Complementario 2**

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

Ejes Integradores

Tabla No. 1. Ejes integradores.

Eje integrador 1. Gestión pública del turismo	
Nudos de Competitividad	Procesos de Mejora
1. Debilidad Institucional municipal para gestionar el turismo.	1. Fortalecimiento de Instituciones Municipales para la Gestión Turística.
2. Falta de recursos económicos y tecnológicos en la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.	2. Gestión de mejores herramientas tecnológicas y de financiamiento.
3. Protección no efectiva y falta de aprovechamiento de áreas naturales (Cañón del Sumidero)	3. Protección y uso de las áreas naturales en el municipio
4. Gestión turística no integra parámetros de competitividad y sustentabilidad.	4. Gestión turística competitiva y sustentable.
5. Economía del municipio dependiente del gasto gubernamental.	5. Promoción de la diversificación de la economía municipal y la articulación regional

Eje integrador 2. Oferta Turística Innovadora	
Nudos de Competitividad	Procesos de Mejora
6. Oferta turística desintegrada y sin vocación clara.	6. Creación de una oferta turística integrada y con vocación clara.
7. Recursos, atractivos y actividades culturales desaprovechadas.	7. Aumento de valor turístico a actividades y atractivos culturales.
8. Pérdida progresiva de la identidad cultural, el patrimonio arquitectónico e identidad urbana.	8. Rescate y fortalecimiento de la identidad zoque y el patrimonio cultural del municipio.
9. Señalización e interpretación turística deficiente.	9. Mejora de la señalización e interpretación turística.

Eje integrador 3. Gestión del Conocimiento y Talento Humano.	
Nudos de Competitividad	Procesos de Mejora
10. Se desconocen efectos productivos y sociales del turismo en Tuxtla Gutiérrez.	10. Gestión de conocimiento de la importancia y los efectos productivos y sociales que genera el turismo en Tuxtla Gutiérrez.
11. La capacitación, formación académica y certificación no han sido factor de cambio en la calidad del servicio turístico.	11. Cruzada por la calidad turística.

Eje integrador 4. Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos.	
Nudos de Competitividad	Procesos de Mejora
12. Infraestructura de saneamiento y control ambiental insuficiente para atender las necesidades de la ciudad.	12. Infraestructura de saneamiento y control ambiental suficiente para atender las necesidades de la ciudad.
13. Infraestructura, equipamiento e imagen urbana de Tuxtla Gutiérrez presenta graves deficiencias.	13. Mejora de la imagen urbana, equipamiento e infraestructura en las UT's.
14. El transporte local es heterogéneo en cuanto a calidad, seguridad y atención al cliente, no favorece la integración de UT's.	14. Movilidad eficiente del transporte público de la ciudad permite con conexión de UT's de forma segura, fácil y confortable.

Eje integrador 5. Marketing	
Nudos de Competitividad	Procesos de Mejora
15. Promoción insuficiente, no diferenciada y cortoplacista.	15. Diseño e instrumentación de un plan de marketing en función de los segmentos relativos a los productos de naturaleza, cultural, reuniones.
16. El destino Tuxtla Gutiérrez es "ignorado" por los principales canales tradicionales de comercialización tanto receptivos como mayoristas a nivel nacional e internacional.	16. Incorporación del destino turístico Tuxtla Gutiérrez y sus líneas de productos esenciales a los canales de comercialización pertinentes.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Eje integrador 6. Sustentabilidad Turística.

Este eje integrador se convierte en un **criterio transversal**, que se prevé influya al total de nudos y procesos de mejora.

Programas estratégicos

Una vez definido lo anterior se determinaron siete programas estratégicos para la competitividad turística y veinticinco líneas de acción que los atienden.

- Programa Municipal de Competitividad Turística Institucional
- Programa de Integración y Dinamización de la Oferta Turística.
- Programa de Desarrollo de Nuevos Productos.
- Programa de Fortalecimiento del Talento Humano y Gestión del Conocimiento.
- Programa de Mejora de Infraestructura, Imagen Urbana y Servicios Públicos.
- Programa Integral de Marketing Turístico.
- Programa de fomento a la transversalidad de la sustentabilidad turística.

Con la finalidad de establecer un control y medición en el cumplimiento de los Programas Estratégicos y sus líneas de acción se proponen setenta y cuatro indicadores.

El presente estudio de competitividad culmina con una selección de proyectos de inversión priorizados por los actores locales estratégicos del destino, una matriz de compromisos para los tres niveles de gobierno, Consejo Municipal de Turismo y Oficina Municipal; propuesta de esquemas de inversión y recomendaciones para la planeación, movilidad y el ordenamiento territorial. A continuación se mencionan los cinco principales proyectos de inversión, no obstante existen doce más en el estudio:

- Proyecto para la construcción del centro de exposiciones de Tuxtla Gutiérrez.
- Proyecto para la construcción/rehabilitación de un recinto para la realización de noches temáticas.
- Proyecto Integral para la mejora del atractivo turístico Cañón del Sumidero.
- Proyecto de peatonalización y creación de andadores turísticos en área circundante del Parque de la Marimba.
- Proyecto de realización de andadores turísticos en zonas turísticas prioritarias de Tuxtla Gutiérrez.

“Cuando estaba en el gobierno, todo mundo debatía dos preguntas ¿qué vamos a hacer? y ¿cuánto vamos a gastar en eso? Tras mi presidencia, pretendía que la gente se uniera y enfocara en una pregunta más importante: sin importar lo que deseamos hacer o qué cantidad tengamos para gastar en eso, ¿cómo podemos maximizar nuestros esfuerzos y expandir nuestro impacto para que nuestras buenas intenciones se transformen en un cambio real?”

Bill Clinton
Fundador de la Fundación William Clinton y
Cuadragésimo Presidente de los Estados Unidos de América

Seidman, D. (2013) How. Editorial Aguilar. México, D.F.

OBJETIVO GENERAL

Disponer de un Plan de Acción para el destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, que permita fijar las directrices y lineamientos de la colaboración y coordinación entre las diversas dependencias y entidades, entre los distintos actores de los sectores privado y social, y los propios destinos, bajo condición estricta de que exista congruencia con el PND y la Política Nacional Turística anunciada por la Presidencia de la República y alineación con el respectivo Plan Estatal de Desarrollo de Chiapas.

OBJETIVOS PARTICULARES

Para efectos del estudio propuesto, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Construir un diagnóstico situacional del destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, con base en una serie de indicadores y criterios definidos soportados en un modelo de competitividad turística.
- Diseñar una Agenda con propuestas de acciones consensadas, con base en enfoques de planeación participativa y basadas en criterios e indicadores de competitividad comunes, que respondan a la problemática particular del destino.
- Proponer un Tablero de Control de Competitividad para el destino turístico seleccionado Tuxtla Gutiérrez, que será desarrollado por SECTUR-GEMES y servirá como una herramienta común, para evaluar avances y así contar con criterios sólidos para canalizar recursos a los destinos.

Impactos Proyectados.

Con base en los hallazgos, se podrá diseñar la Agenda de Competitividad Turística que se conforma por un Diagnóstico y un Plan de Acción (Agenda de Competitividad del destino turístico de Tuxtla Gutiérrez), que se estructurará con un contenido básico.

PARTE 1.

DIAGNÓSTICO DEL DESTINO

Parte I. Diagnóstico del Destino.

CAPÍTULO 1. DIAGNÓSTICO SITUACIONAL.

1.1 Perfil socioeconómico.

a) Localización.

El municipio de Tuxtla Gutiérrez está ubicado en la Depresión Central presentando relieve montañoso tanto al sur como al norte, sus coordenadas geográficas son 16° 45" N y 93° 07" W. Limita al norte con San Fernando y Osumacinta, al este con Chiapa de Corzo, al sur con Suchiapa y al oeste con Ocozocoautla y Berriozábal.

Su extensión territorial es de 412.40 km², lo que representa el 3.26 % de la región Centro y el 0.55% de la superficie estatal, su altitud es de 600 msnm.

b) Población.

El Plan de Desarrollo Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, en base al Censo General de Población y Vivienda 2010, señala que en el municipio de Tuxtla Gutiérrez residen 553,374 habitantes, que representan el 11.5% de la población total del Estado de Chiapas. De estos 52.3% son mujeres, mientras que el restante 47.7% son hombres. Tuxtla es un municipio “joven” en términos de edad de la población, encontrando que el 26.7% de la población es menor de 14 años, el 29.0% son jóvenes de 15 a 29 años, el 38.5% son adultos en edad productiva de 30 a 64 años y únicamente un 4.6% son adultos mayores de 64.

La población indígena del municipio es de 11,252 habitantes, lo que representa únicamente el 2.17 % de la población total del municipio. Y destaca que de este 2.17 % de población indígena, la mayoría es población migrantes de la región de los Altos (principalmente Tzotziles y Tzeltales), representando el grupo indígena característico del municipio, el Zoque, una remarcable minoría con sólo 636 personas.

Por último, mencionar que el mismo Plan de Desarrollo Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015, señala que en base a la tendencia de crecimiento demográfico observada en los últimos años, en el 2013 la población se estima en 593,906 habitantes.

c) Recursos naturales.

Existen cuatro áreas naturales protegidas en el destino Tuxtla Gutiérrez, dos de ellas situadas íntegramente en el municipio: El Centro Ecológico y Recreativo “El Zapotal” y La Reserva Estatal “Cerro Mactumatzá”, y dos áreas más que, aunque compartidas con otros municipios, abarcan porciones del territorio municipal de Tuxtla Gutiérrez: El Parque Nacional “Cañón del Sumidero” y la Zona Protectora Forestal Vedada “Villa Allende”. En total el municipio de Tuxtla Gutiérrez cuenta con 4,920.07 hectáreas de áreas naturales protegidas, que representan el 14.51 por ciento de la superficie municipal y 0.3 del territorio estatal.

Tuxtla Gutiérrez se enmarca en el estado considerado como segundo en biodiversidad a nivel nacional. Por poner un ejemplo, en cuanto a especies de mamíferos terrestres, Chiapas es el estado mexicano más diverso con 206 especies, 119 géneros, 29 familias y 11 órdenes, lo que representa el 42.7% de la riqueza nacional de mamíferos terrestres; siendo siete de estas especies endémicas del Estado (SEMAHN, “Estrategia para la conservación y usos sustentable para la diversidad biológica de Chiapas”). Asimismo, el Parque Nacional del Cañón del Sumidero, compartido por Chiapa de Corzo y Tuxtla Gutiérrez, es, según el Instituto Nacional de Ecología (INECC): “hábitat y uno de los últimos refugios de especies en inminente peligro de extinción, como es el hocofaisán (*Crax rubra*), el mono araña (*Ateles geoffroyi*) y el cocodrilo de río (*Croccodylus acutus*), así como especies amenazadas como el jaguarundi, ocelote y tepezcuintle, al venado cola blanca (*Odocoileus virginianus*), venado temazate (*Mazama americana*), oso hormiguero (*Tamandua tetradactyla*), hocofaisán (*Crax rubra*), zopilote rey (*Sarcorhampus papa*) (Expediente)” (Instituto Nacional de Ecología).

d) Infraestructura.

Las vías de la ciudad se encuentran en su mayoría pavimentadas. Con el resto del país la ciudad Capital, se encuentra comunicada por medio de una red de carreteras libres federales y por una red de autopistas que acortan el recorrido a ciudades como México, cuyo viaje se hace en un promedio de diez horas. Otras dos carreteras comunican a Tuxtla con Suchiapa y la región de la Frailesca, y con Chiapa de Corzo, San Cristóbal de las Casas, Comitán y la frontera con Guatemala. Existe una autopista de cuota que comunica con San Cristóbal de las Casas acortando el recorrido a 40 minutos. Por vía aérea se llega a través del Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo, ubicado en el municipio de Chiapa de Corzo, a 30 minutos aproximadamente de la Capital. No existen líneas ferroviarias de ningún tipo.

El medio de transporte público con mayor afluencia de usuarios es el sistema de transporte público, las cuales recorren diversas rutas y dan cobertura a la ciudad en su totalidad.

El municipio cuenta con servicios de energía eléctrica, agua potable, drenaje y alcantarillado, rastro, parques y jardines con alumbrado público, mercados, panteones, servicio de recolección de basura, seguridad pública, terminal de transporte de autobuses foráneos, cruz roja, estación de bomberos, oficina de correos, servicios financieros, estación de gasolina y rellenos sanitarios municipales, clínicas, canchas deportivas, unidad deportiva, gimnasios, albercas deportivas, escuelas de nivel básico, medio superior y superior, dentro de otros servicios.

e) Actividades económicas.

Distribución por sectores.

- En Tuxtla Gutiérrez, según el censo de población y vivienda 2010, el 80.4% de la PEA ocupada labora en el sector terciario, destacando el subsector servicios con un 57.5% y el subsector comercio con el 22.9%.

- El subsector comercio en Chiapas se encuentra conformado por 4,325 empresas, registradas en el SIEM, de las cuales 3,017 se encuentran en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuyos giros abarcan empresas destinadas a la construcción, servicio eléctrico, de cómputo, ropa, calzado, joyería, papelerías, textiles, hospedaje, alimentos, maquinaria pesada, medicinas, refacciones, etc.
- La industria manufacturera y la construcción solo ocupan un 17.2% de los trabajadores y 1.5% se dedica a las actividades agropecuarias, mostrando la incipiente participación del sector primario en la economía municipal.
- El principal cultivo en Tuxtla Gutiérrez, es el maíz, pudiendo encontrar sorgo en grano, café y limón.

Lo anterior abona para definir a Tuxtla Gutiérrez como el principal centro administrativo, comercial y financiero en Chiapas.

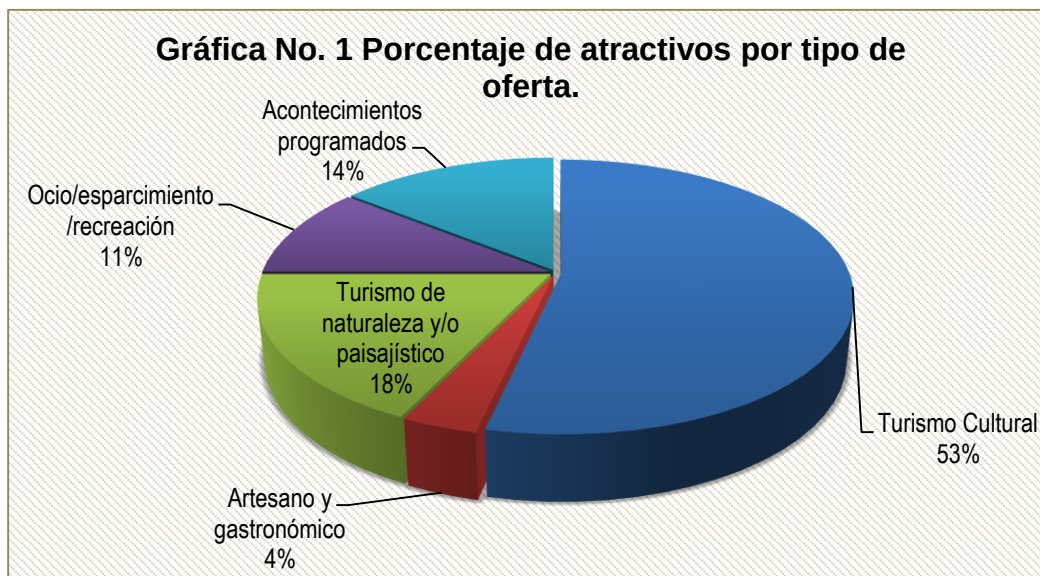
1.2 Identificación y análisis del potencial de los recursos turísticos.

El presente capítulo de identificación y análisis, busca ofrecer una imagen del estado actual de la oferta de recursos y atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez, además de valorar si se trata de una oferta turística organizada, entendiendo como oferta organizada a un conjunto de recursos, atractivos, equipamientos y servicios turísticos que funcionan de forma coordinada y ordenada, y están en condiciones de satisfacer las necesidades y expectativas actuales de potenciales visitantes y en condiciones de ser comercializada.

a) Oferta turística de Tuxtla Gutiérrez por tipología de atractivos.

Del análisis de la tipología observada en las diferentes unidades analizadas en el inventariado y evaluación de los atractivos turísticos de Tuxtla realizado con motivo de este estudio (cuyos atractivos evaluados están presentes en su mayoría en el inventario de oferta turística utilizado por la Dirección de Desarrollo Turístico Estatal y la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas), podemos extraer las siguientes conclusiones:

- ☞ La oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez está conformada en un **53%** por **atractivos de tipo cultural** (principalmente museos).
- ☞ Los **atractivos de tipo naturaleza y/o paisajístico** conforman un **18%** de la oferta total de atractivos turísticos.
- ☞ El **14%** son **atractivos de tipo acontecimientos programados** (culturales principalmente, pero también deportivos).
- ☞ El **11%** son atractivos de **ocio/esparcimiento y recreación**.
- ☞ Los **atractivos gastronómicos** representan un **4%** del total de las unidades inventariadas.



Ø

Fuente: Elaboración propia. 2013.

b) Oferta disponible para Turismo de sol y playa.

Como se desprende por el análisis de la tipología de los recursos presentes en el destino, Tuxtla Gutiérrez es un destino de tipo urbano que no ofrece en sí mismo recursos, atractivos y productos turísticos de Sol y Playa. No obstante, la ciudad se encuentra a una distancia razonable de destinos turísticos de sol y playa de la costa de Chiapas, como pueden ser los diferentes sitios cercanos al municipio de Tonalá: Puerto Arista, Boca del Cielo y El Madresal, todos ellos situados a una distancia de entre dos y tres horas de viaje en vehículos a motor.

c) Oferta disponible para turismo urbano.

Como capital del Estado de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez es un destino turístico de vocación claramente urbana, que presenta una oferta típica de este tipo de destinos, conformada por una gran variedad de atractivos por tipología y número como: museos y monumentos, una rica oferta gastronómica y de ocio, celebración de grandes eventos, exhibiciones y muestras artísticas en centros culturales; establecimientos para compras; existencia de espacios disponibles para la realización de eventos, reuniones y convenciones; y por último, un modo de vida actual y tradiciones culturales, en ocasiones ocultas, que hay que descubrir.

d) Oferta disponible para turismo de reuniones.

Como ciudad Capital y sede del gobierno del Estado de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez presenta una importante vocación como destino de turismo de reuniones, eventos e incentivos, lo cual queda confirmado por la existencia de infraestructura y equipamiento para la realización de este tipo de eventos. Además de una oferta de plazas hoteleras variada y de volumen significativo (ver apartado III: Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje), Tuxtla Gutiérrez ofrece un total de 56373 plazas para reuniones y eventos distribuidas parcialmente entre hoteles, plaza de toros, auditorios, etc., entre los que destaca el Centro de Convenciones con 1500 plazas disponibles en formato auditorio y el Auditorio Polyforum 3,875 espectadores. A estas plazas hay que añadir las plazas sumadas por el Centro de Convenciones Manuel Velasco Suarez de la Universidad Autónoma de Chiapas, de reciente creación.

Tabla No. 2 Plazas disponible para turismo de reuniones.

SITIO	PLAZAS
Centro de Convenciones	1,500 personas en montaje auditorio
Auditorio Polyforum	3,875 personas
Auditorio del Centro Cultural “Jaime Sabines”	184 personas
Plaza de Toros San Roque	5,000 personas
Teatro de la Ciudad “Emilio Rabasa”	1,187 personas
Auditorio del Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología	330 personas
Estadio de Fútbol Víctor Manuel Reyna	30,000 personas

Arena Metropolitana “Jorge Cuesy”	Aforo 2,856 personas
Autódromo Ovalo Chiapas	19,000 personas en gradas
Hotel Camino Real	Salones hasta para 900 personas en auditorio
Hotel HolidayInn	Salones hasta para 1,000 personas en auditorio
Hotel Fiesta Inn	Salones hasta para 300 personas en auditorio
Hotel City Express	Salones hasta para 110 personas en auditorio
Hotel QualityInn	Salones hasta para 250 personas en auditorio
Hotel Best Western palmareca	Salones hasta para 200 personas en auditorio
Hotel Howard Jonhson	Salones hasta para 120 personas en auditorio
Hotel María Eugenia	Salones hasta para 120 personas en auditorio

Fuente: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, 2013.

La infraestructura y equipamiento disponible para este segmento se ve acompañada por la existencia de empresas con alto nivel de especialización para la comercialización, organización y gestión de este tipo de eventos, como pueden ser diferentes DMC’S, y de empresas especializadas en servicios específicos para este perfil de cliente (Ej. Empresas de material y equipamiento de sonido y audiovisual).

Asimismo, como muestra el inventario y evaluación de atractivos turísticos existe una oferta de atractivos turísticos de tipología muy variada, destacada por su variedad, y en la que un importante porcentaje (14%) corresponde a atractivos relacionados con la celebración de eventos programados (Ej. Nascar, eventos deportivos de primer nivel, grandes conciertos, etc.), muy atractivos para este tipo de segmentos.

Por último, no podemos obviar la existencia de un organismo exclusivo dedicado al impulso de este segmento en Chiapas, con sede en Tuxtla Gutiérrez: la Oficina de Convenciones de Chiapas (OCV Chiapas).

e) Oferta disponible para turismo de naturaleza y aventura.

Como hemos mencionado ya, la oferta de **atractivos turísticos de naturaleza y/o paisajísticos** representa un **18%** del total de la oferta de atractivos inventariados para este estudio.

Es importante mencionar que parte del territorio del Parque Nacional Cañón del Sumidero y uno de los principales atractivos de éste, los miradores del “Cañón del Sumidero”, se encuentra en Tuxtla Gutiérrez, si bien se trata de una actividad de tipo contemplativo/paisajístico.

Asimismo, Tuxtla Gutiérrez dispone de otra área natural que se ha sido puesta en valor como atractivo turístico, la Reserva Ecológica El Zapotal, un espacio protegido de selva semi-húmeda de más de 100 hectáreas, en la que se encuentra el complejo conocido como el ZOOMAT, que integra al Zoológico Miguel Álvarez del Toro, el Museo Zoológico y el Museo del Cocodrilo. A lo mencionado añadimos la existencia de otras dos áreas naturales protegidas, el Cerro Mactumatzá y la Reserva Forestal Vedada Villa Allende, que no parecen generar atracción turística ni haber sido puestas en valor, y que son vistas como potenciales para el desarrollo de nuevos productos turísticos relacionados con la naturaleza y la aventura.

Por otra parte, la cercanía y situación estratégica de Tuxtla con respecto a Chiapa de Corzo, pueblo mágico y principal punto de acceso a los recorridos en lanchas por el Cañón, es vista como una fortaleza del destino que podría ser explotada a través de colaboraciones que permitan el desarrollo conjunto de nuevos productos turísticos relacionados con el turismo de naturaleza, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros.

Con respecto a atractivos de naturaleza que ofrezcan **actividades de aventura**, decir que se basa en el Parque Amikúu del Cañón del Sumidero, que combina una oferta de productos y servicios turísticos relacionados con el turismo de naturaleza, el turismo cultural y el **turismo de aventura de tipo soft** (tirolasas, escalada, rappel, kayak, etc.). Así también se cuenta dentro del Parque Natural con instalaciones para la práctica de Ciclismo de ruta y ciclismo de montaña.

f) Oferta disponible para otros tipos de turismo: Turismo Cultural.

Los atractivos de tipo cultural son mayoritarios en la oferta de atractivos turística de Tuxtla Gutiérrez, representando un 53% del total de atractivos en el inventario y la evaluación realizada con motivo del presente estudio. Además, del 14% de atractivos de tipo: “acontecimientos programados”, es necesario mencionar que más del 75% corresponden a eventos que se realizan en espacios de carácter cultural como: El Centro Cultural Jaime Sabines, El Polyforum y el Teatro de la Ciudad Emilio Rabasa.

De este 53%, que equivale a 15 atractivos, destaca la existencia de una oferta considerable de museos y actividades culturales de carácter muy diverso, y con cierto carácter diferenciado. Tuxtla Gutiérrez ofrece en total 12 museos distribuidos entre aquellos con contenidos de tipo general o en todo caso relacionados con la identidad regional (aunque adaptados al entorno en que se sitúan), como el Museo Paleontológico, el Museo del Café, o el ZOOMAT (fauna endémica de la región); hasta museos cuyo contenido está fuertemente enraizado en la realidad y cultura local, como el Museo Zoque o el Museo de la Ciudad. Los museos están integrados en la llamada Red de Museos de Chiapas, una red de carácter estatal cuya misión es “Contribuir al rescate, preservación y difusión de patrimonio cultural del Estado de Chiapas”.

Asimismo, y a pesar de que en Tuxtla Gutiérrez no existe declaratoria de zona de monumentos históricos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), el mismo organismo si señala la existencia de quince “Monumentos Históricos por Determinación de Ley” y dieciocho “Inmuebles tradicionales con características de arquitectura tradicional vernácula, que ameritan ser conservados”. No obstante destacar que **de dichos “monumentos” con valor histórico o de arquitectura tradicional sólo dos se encuentran incluidos en el inventario de atractivos turísticos** que guía las acciones e información de los responsables turísticos.

Por otra parte, el mencionado inventario de atractivos turísticos señala un total de 15 atractivos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial, en forma de eventos religiosos, culturales, tradicionales o étnicos. De ellos destacamos las Ferias tradicionales de San Roque, San Marcos y Feria Chiapas, aunque también

hay que mencionar la existencia de varios eventos religiosos y/o tradicionales íntimamente relacionados con la identidad de la cultura milenaria “zoque” que todavía pervive en el municipio, como: La Candelaria o “Bajada de las Copoyitas”, el “El Belén Zoque”, etc. No obstante, muchos de estos eventos parecen estar perdiendo notoriedad en los últimos años y algunos de los mencionados en el inventario parecen tener una afluencia y reconocimiento de la demanda muy débil. Dentro de las festividades del tipo comercial – recreativas, se menciona la Feria Chiapas la cual ha alcanzado fama internacional.

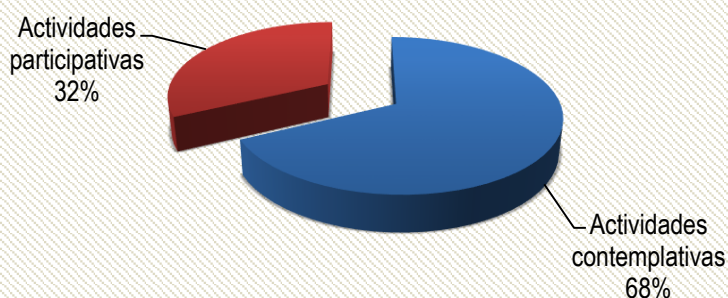
Por último decir que no existen zonas arqueológicas designadas por el INAH en Tuxtla Gutiérrez, pero como importante punto de entrada de flujos turísticos en Chiapas, se encuentra a una distancia razonable de la zona arqueológica de Chiapa de Corzo y en una posición estratégica con respecto a otras zonas arqueológicas del Estado como Toniná, Chincultik, Palenque, Yaxchilán y Bonampak.

g) Experiencia que ofrece la oferta de atractivos turísticos: Vivencia activa y vivencia contemplativa.

Con respecto al tipo de experiencia que ofrece la oferta de atractivos turísticos presentes en el destino Tuxtla Gutiérrez, se procedió a realizar una clasificación entre atractivos que ofrecen una vivencia activa, siendo estos aquellos cuya propuesta de actividades o experiencia se basan o incluyen un importante componente de interacción, y aquellos cuya oferta de actividades o producto está basado en la mera contemplación, sin que el turista se vea implicado a través de la acción o participación alguna en la experiencia.

En este sentido resaltar que un 68% de los atractivos presentes en el inventario y evaluación de atractivos realizado para este estudio son de tipo contemplativo, encontrando únicamente un 32% que ofrecen una propuesta de tipo participativo.

Grafica No. 2. Porcentaje de atractivos por tipo de experiencia.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

h) Estado de atractivos en función de su comercialización.

La mayoría de los atractivos turísticos no han conseguido ser incluidos en los paquetes turísticos ofertados por los operadores locales, con la salvedad de los Miradores del Cañón del Sumidero, el ZOOMAT y el Parque de la Marimba, que aparecen de forma frecuente en los paquetes comercializados por operadores locales.

A continuación se muestra una lista de operadores turísticos que comercializan atractivos de Tuxtla Gutiérrez, con información sobre los atractivos turísticos que incluye cada uno de ellos:

Tabla No. 3. Operadores turísticos que comercializan atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.

Nombre del operador	Atractivos de Tuxtla Gutiérrez incluidos en paquetes
Viaje por Chiapas	Miradores del Cañón del Sumidero
Tuchtlán Transportadora turística	Miradores del Cañón del Sumidero
Viajes Itzaá	Miradores del Cañón del Sumidero; Parque de la Marimba
Lacanjá tours	Visita a Miradores del Cañón del Sumidero.
Congretours	Botanero Tour
Viajes Kali	Zoológico y Miradores del Cañón
Bambú Travel Tours	Zoológico y Miradores del Cañón

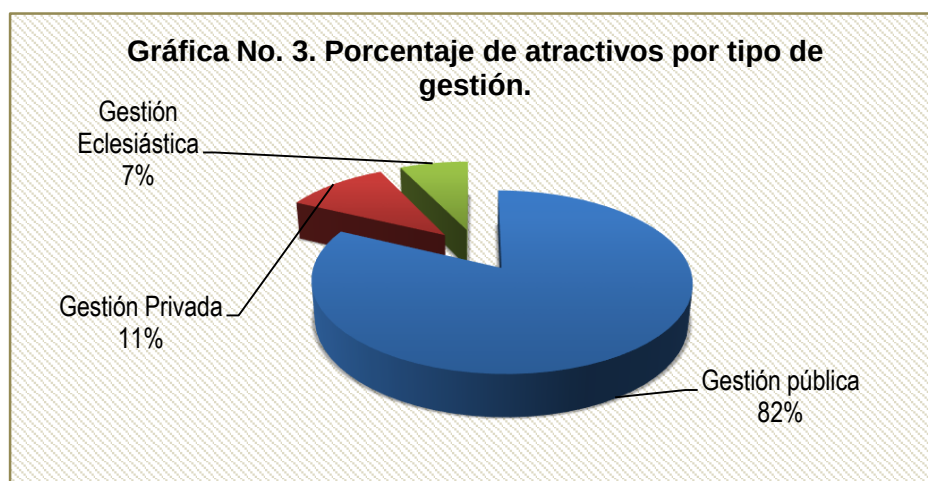
Chiapas Travel and Tours

Zoomat; museo regional; catedral; Casa Chiapas; Parque de la marimba; Miradores del Cañón del Sumidero (Es un paquete que incluye visitas a atractivos de Tuxtla durante los dos primeros días).

Fuente: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, 2013.

i) Atractivos por tipo de gestión.

En cuanto a la clasificación de los atractivos incluidos en el inventariado y evaluación realizada con motivo del presente estudio, destaca que prácticamente la totalidad de los atractivos en Tuxtla Gutiérrez presentan una gestión pública (82%); contando con un porcentaje residual de atractivos con gestión privada (11%) y gestión eclesiástica (7%).



Fuente: Elaboración propia, 2013.

j) Análisis, evaluación y conclusiones cualitativas de la oferta principal de atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.

Con motivo de conocer y evaluar la competitividad de la oferta de atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez, se han realizado visitas de evaluación mediante metodología elaborada por el equipo técnico responsable del presente estudio, en las que se realizaron estudios en los atractivos turísticos del destino Tuxtla Gutiérrez, aplicando una guía de observación se identificó cada uno de los recursos así como la descripción del mismo, dentro de esa guía y con el apoyo de una evaluación de calidad se midieron los siguientes factores:

➡ Señalización externa.

- ↪ Señalización interna.
- ↪ Accesibilidad.
- ↪ Accesibilidad para personas con capacidades diferentes.
- ↪ Limpieza e imagen.
- ↪ Recepción e información externa.
- ↪ Información interna.
- ↪ Sanitarios y otros servicios básicos.
- ↪ Alimentación.
- ↪ Compras.
- ↪ Sostenibilidad ambiental.
- ↪ Singularidad.
- ↪ Seguridad.
- ↪ Comunicación.

Calificándolos de acuerdo a la siguiente puntuación:

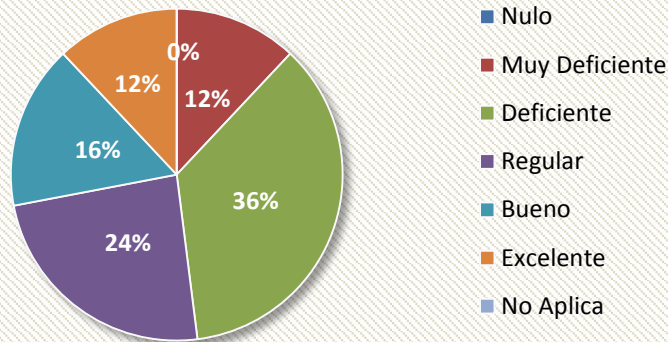
Valor	Nulo	Muy deficiente	Deficiente	Regular	Bueno	Excelente

En función de los resultados arrojados luego del análisis y evaluación de cada uno de los recursos, se han obtenido los siguientes resultados generales para cada uno de los puntos evaluados:

En cuanto a la **señalización externa**, los resultados de la evaluación muestran resultados negativos (36% de los atractivos fueron valorados con deficiente en este punto), lo que se explica por factores como:

- ✗ No existencia de señalética cercana a muchos de los sitios turísticos de Tuxtla Gutiérrez.
- ✗ En muchos casos la señalética existente se encuentra en mal estado de conservación.
- ✗ Algunas señales no pueden ser vistas fácilmente debido a estar tapadas por arbustos o árboles, por ejemplo.

Gráfica No. 4. Estado de conservación de la señalización externa.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

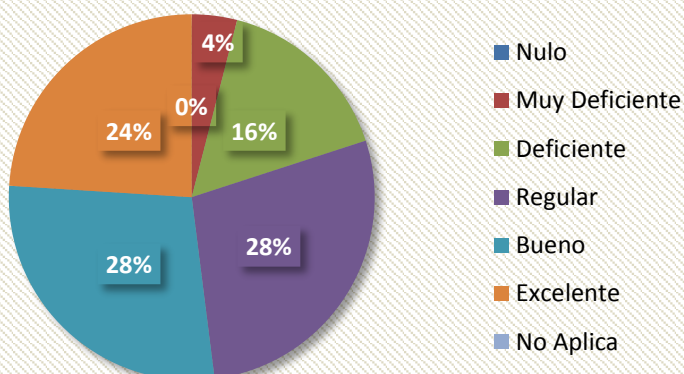
Imagen No. 1. Estado de conservación de la señalización externa.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Con respecto a la **señalización interna**, destaca por a su polarización en función del atractivo que se analice, encontrando que prácticamente la mitad de los atractivos presenta una señalización interna evaluada como buena o excelente, mientras que tenemos otra mitad de los atractivos con señalización interna valorada como regular o deficiente. Estos datos hablan de atractivos en los que la señalización interna supone un verdadero apoyo para la visita y otros atractivos en los que no existe una señalización que permita orientarse con facilidad y disfrutar al máximo de lo que el atractivo ofrece, con algunos casos en los que la señalización existente se encuentra en mal estado o presenta problemas de visibilidad. Mención especial merece el hecho de que prácticamente ningún atractivo de Tuxtla Gutiérrez ofrece señalización en idiomas extranjeros, como el inglés, mismo que supone una verdadera barrera para el turismo internacional.

Gráfica No. 5. Estado de conservación de la señalización interna.



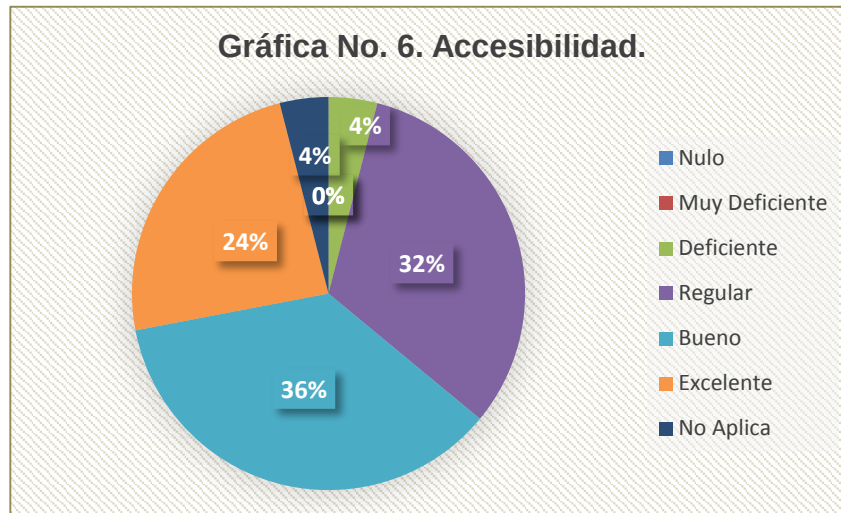
Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 2. Estado de conservación de la señalización interna.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

En cuanto a la **accesibilidad**, decir que más de la mitad de los atractivos de Tuxtla Gutiérrez fueron valorados en este punto con bueno o excelente, lo que parece indicar que en general la oferta de atractivos de Tuxtla presenta un buen acceso, lo cual puede explicarse por el hecho de tratarse de un destino urbano. No obstante, un 32% de los atractivos fueron valorados con regular en este punto, lo que indica que hay todavía un camino por recorrer para poder alcanzar la homogeneidad de toda la oferta de atractivos de la plaza en este punto. Mencionar que la accesibilidad de algunos atractivos situados en el centro de Tuxtla se complica por la estrechez de calles y la ausencia de estacionamiento propio.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 3. Accesibilidad.

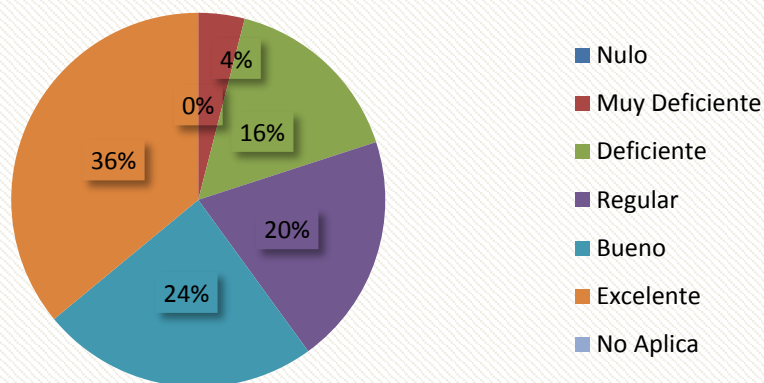


Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Ahora bien en la **accesibilidad para personas con capacidades** diferentes el 50% se encuentra catalogado en bueno, pero debe mejorar ya que en gran parte de los atractivos de Tuxtla Gutiérrez las medidas de accesibilidad están basadas

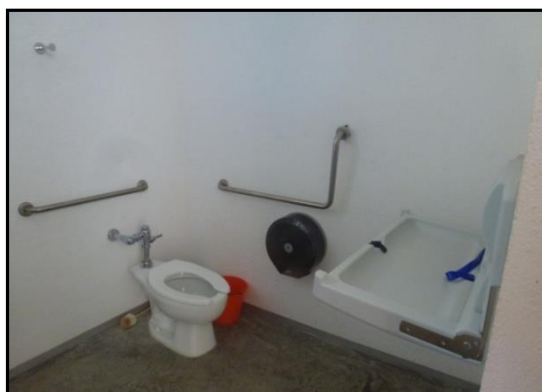
únicamente en la existencia de rampas de acceso para personas en silla de ruedas. En la mayoría de los atractivos no se cuenta con baños adaptados para personas en silla de ruedas, por poner un ejemplo, y existe una total ausencia de elementos y programas para permitir el disfrute de los atractivos a personas con otro tipo de discapacidad, como puede ser la visual. Con algunas excepciones, como el Planetario de Tuxtla Gutiérrez, el desempeño en accesibilidad para personas con capacidades diferentes en Tuxtla Gutiérrez tiene que optimizarse si el destino quiere contar con una oferta “accesible” para todos.

Gráfica No. 7. Estado en el que se encuentra la accesibilidad para personas con capacidades diferentes.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 4. Accesibilidad para personas con capacidades diferentes.

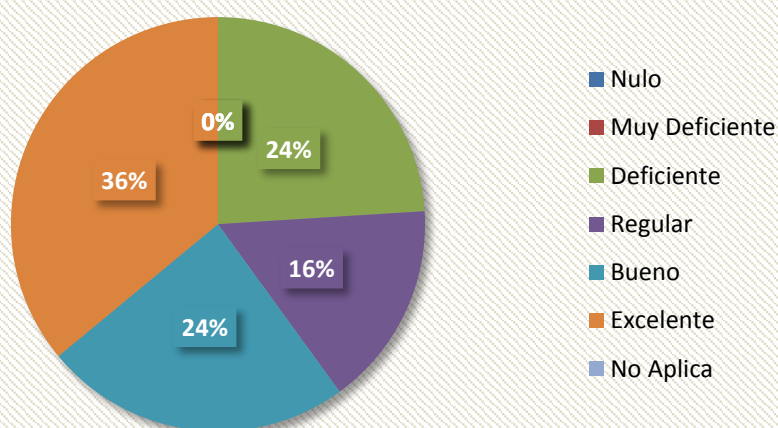


Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Un importante porcentaje de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez fue evaluado en **limpieza e imagen** con bueno o excelente, no obstante, un 24% de los atractivos fue valorado con deficiente y un 16% con regular, lo que parece

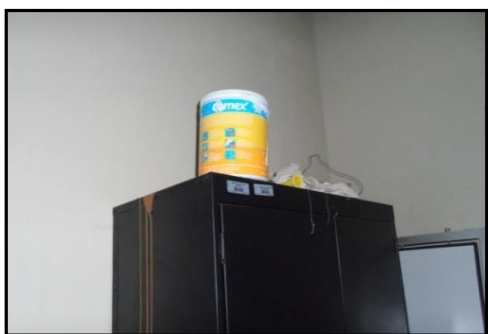
indicar que existe todavía un importante número de atractivos en los que la imagen y la limpieza son mejorables. Junto a algunos buenos ejemplos de imagen cuidada, buena limpieza y servicios higiénicos completos, se encontraron algunos casos en los que la dejadez de la gestión o el olvido de las instituciones son patente, con instalaciones en mal estado, cables eléctricos vistos, suciedad generalizada, etc.; que incluso en algunos casos llegan a cuestionar la seguridad de la visita. Estos son considerados puntos clave para la competitividad de la oferta, ya que limpieza y e imagen son claves en la experiencia turística, la satisfacción, recomendación el destino y fidelización.

Gráfica No. 8. Estado de limpieza e imagen.



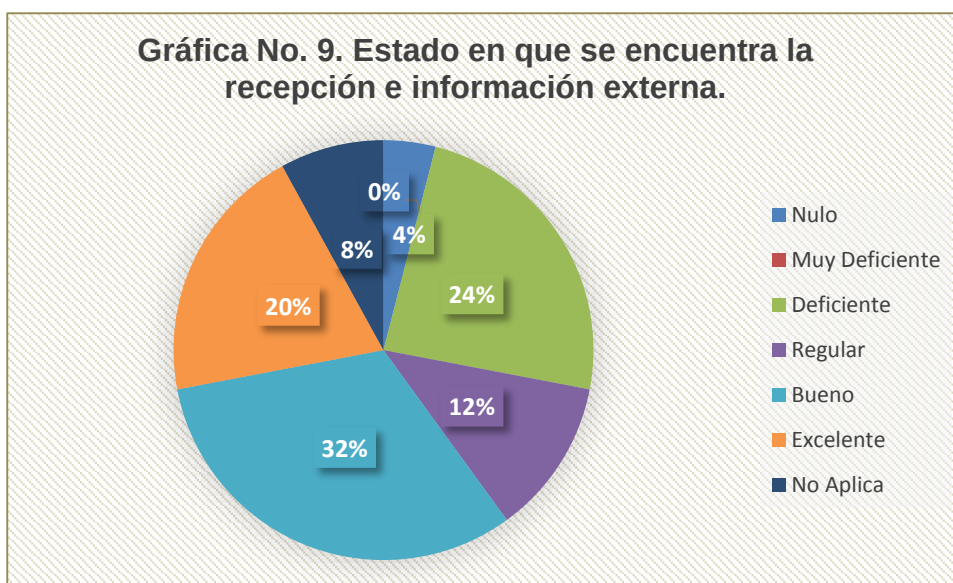
Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 5. Estado de limpieza e imagen.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Con respecto a **recepción** e **información externa**, destacamos que en más de la mitad de los atractivos se señaló como buena o excelente, expresando que en su mayoría tienen la información adecuada, entendible y completa en su exterior (horarios, información, etc.) No obstante, existe un importante de recursos evaluados como deficiente o regular en este punto, lo que de nuevo llama la atención sobre la necesidad de homogeneizar la calidad de los atractivos de Tuxtla en un aspecto tan importante como éste.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 6 Estado en que se encuentra la recepción e información externa.



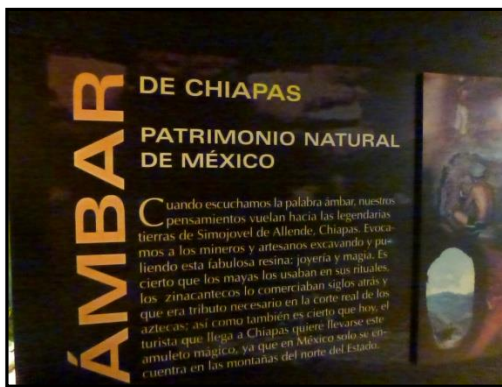
Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

En cuanto a la **Información interna**, es valorada positivamente en un 60% de los atractivos lo cual muestra que el desempeño en información e interpretación interna de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez es positivo. Destacar que en la mayoría de los museos tienen visita guiada, con guías por lo general bien capacitados que son capaces de resolver las dudas del visitante; y en el caso de no ofrecer visita guiada la gran parte de los atractivo presentan bloques o posters con información completa, detallada y entendible. Como aspecto negativo, destacar que en muchos de los atractivos la opción de contar con una visita guiada en idioma extranjero, como el inglés, es inexistente y que por lo general la información e interpretación interna tampoco suele aparecer en este idioma y otros idiomas internacionales.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 7. Estado en el que se encuentra la información interna.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Por lo que respecta el punto denominado: **sanitarios y servicios básicos**, destaca que un gran porcentaje de atractivos parece presentar una buena oferta de sanitarios y servicios básicos que faciliten la visita con un nivel adecuado de confort (aproximadamente un 50% valorado como excelente o bueno). No obstante, también existe un importante porcentaje de atractivos cuyo servicio de sanitarios y servicios básicos no fue valorado de forma muy positiva (32% regular y 16% muy deficiente) lo que indica la existencia de baños que no ofrecen el confort e higiene mínimos (papel, jabón, etc.) así como ausencia en algunos casos de servicios de apoyo a la visita, tales como bancas para el descanso, etc.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

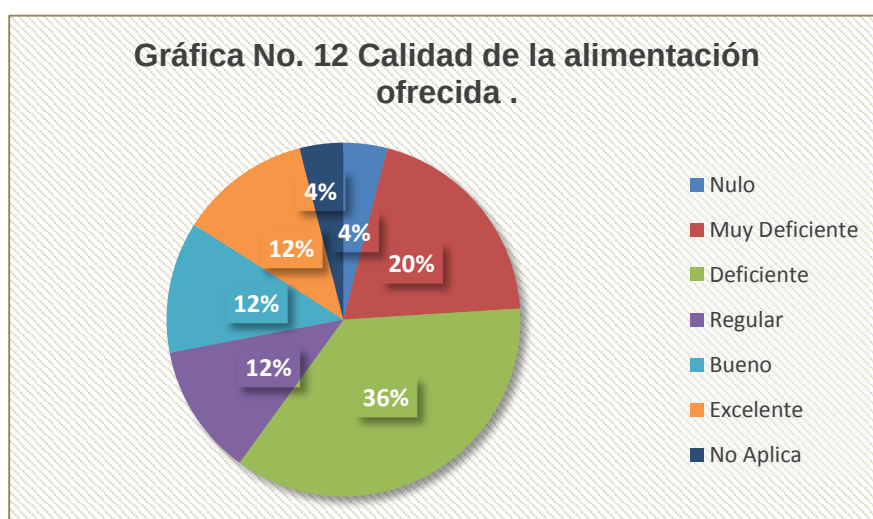
Imagen No. 8. Estado en el que se encuentran los sanitarios y otros servicios básicos.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Otro de los factores que se analizaron dentro de la guía de observación fue la calidad de la **alimentación** ofrecida en los atractivos de Tuxtla Gutiérrez. En este punto los resultados fueron muy negativos, siendo mayoritarios los atractivos cuyo servicio de alimentación fue valorado como muy deficiente, deficiente o regular. Algunos atractivos no ofrecen servicio de alimentación y la mayoría de los que lo ofrecen suelen estar limitados a la venta de comida rápida como tortas, quesadillas, sándwiches, etc., y presentan una decoración e instalaciones poco cuidadas.

No obstante, destacar que el carácter urbano del destino hace posible que muchos de los atractivos cuenten con una amplia oferta de establecimientos de comidas y bebidas en su entorno inmediato.



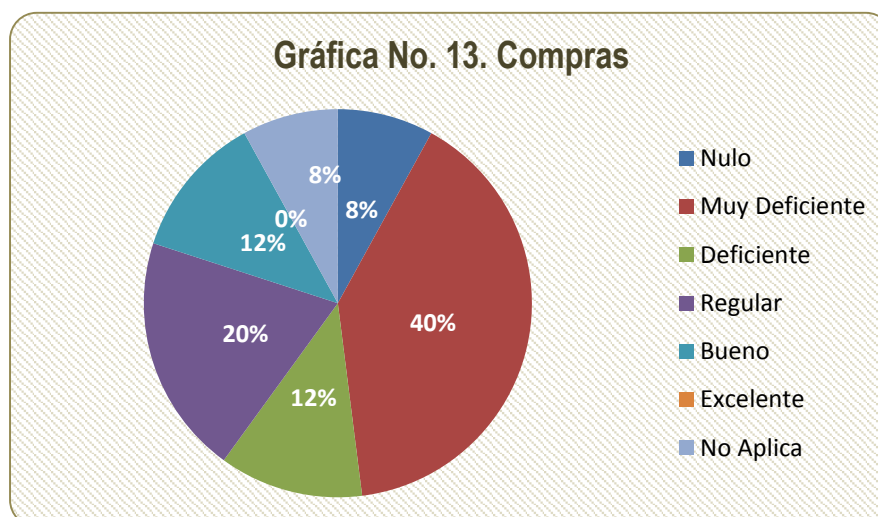
Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 9. Calidad de la alimentación ofrecida.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Con respecto al aspecto de **compras**, se considera uno de los puntos más débiles de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez. Los escasos atractivos que cuentan con algún servicio de tienda o venta de souvenirs suelen ofrecer productos muy similares y de tipo “estandarizado”, como: tazas, bolígrafos, playeras, llaveros; cuya diferenciación depende principalmente del giro que tenga el sitio (Ej.: Dinosaurios en Museo de Paleontología). Este punto resta competitividad al destino, puesto que está unido a aspectos clave como la derrama económica, o una mayor distribución del gasto y los beneficios ocasionados por el turismo. Asimismo, destacar que es difícil encontrar productos de artesanía puramente local, con algunas excepciones, más de tipo regional, como la bisutería de ámbar del Museo de Paleontología.



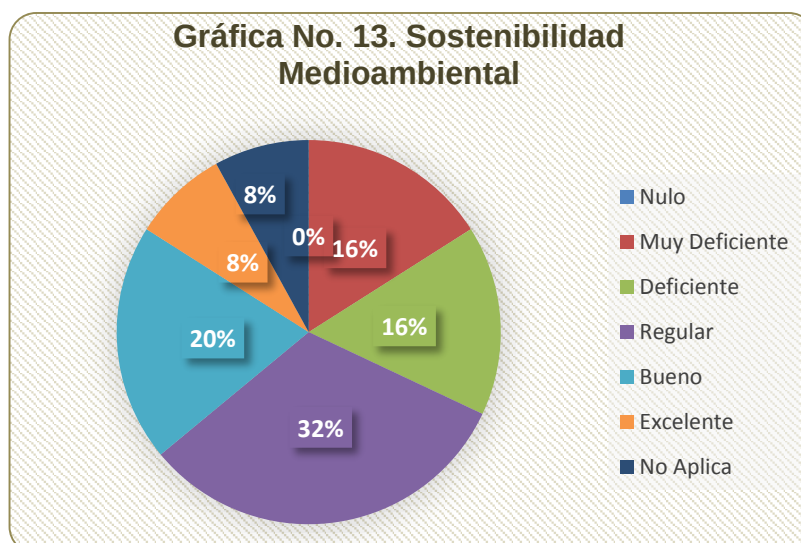
Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 10. Compras.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

En lo que respecta a la **sostenibilidad ambiental** de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez, puede calificarse como pobre, con más de un 60% de atractivos turísticos con evaluaciones entre muy deficiente, deficiente y regular. En algunos sitios no se observó interés en cuanto al cuidado del ambiente, la reducción de impacto medioambiental, la existencia de políticas de sostenibilidad y acciones de educación ambiental de cara a empleados y visitante, separación de residuos, ahorro energético, etc. Con algunas excepciones dignas de mencionar como el Museo de Paleontología Eliseo Palacios Aguilera y el Zoológico Miguel Álvarez del Toro, que entraron en proceso de acreditación como centros de educación ambiental por el SEMAHN, las políticas a este respecto son escasas. Mencionar que en parques públicos se registraron esfuerzos para hacer partícipes a los visitantes del cuidado del entorno.



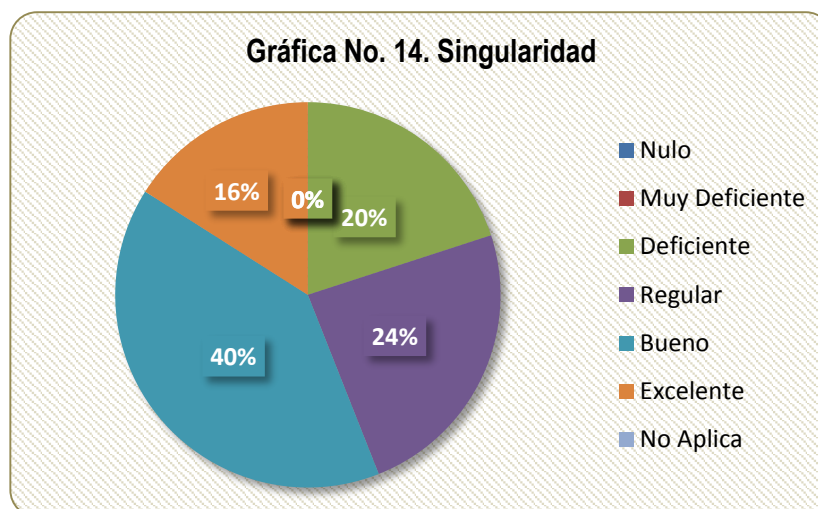
Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 11. Sostenibilidad Medioambiental.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013

La **singularidad** es un aspecto fundamental a la hora de evaluar la oferta de atractivos de Tuxtla, ya que atractivos con buen desempeño en calidad pero sin diferenciación y que no sean capaces de generar emoción en los visitantes y generar atracción de la demanda, difícilmente podrán conformar una oferta de atractivos turísticos competitiva. En este punto el desempeño de Tuxtla Gutiérrez es positivo con más de un 50% de atractivos cuya diferenciación fue evaluada entre buena y excelente. Muchos atractivos de Tuxtla pueden considerarse como singulares, con un importante presencia de atractivos y museos enfocados a temas relacionados con la identidad local, al menos a nivel regional, como el Museo de Paleontología Eliseo Palacios Aguilera (único en su tipo en el sureste de México), el ZOOMAT, que puede considerarse diferenciado por exhibir únicamente especies endémicas del lugar, o el Museo Zoque (cultura viva directamente relacionada con Tuxtla Gutiérrez).



Fuente: Elaboración propia, 2013.

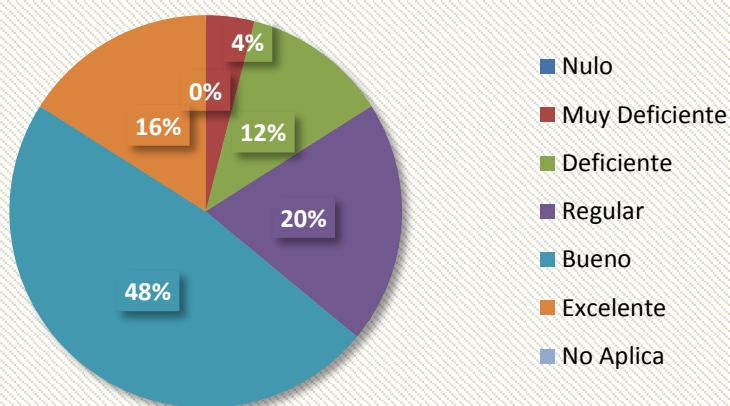
Imagen No. 12. Singularidad.



Fuente: Imagen tomada por el equipo de investigación del CITA, 2013.

En cuanto al desempeño en **seguridad** de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez, mencionar que en general fue evaluada de forma positiva. Con algunas excepciones, la visita a los atractivos no presenta ningún riesgo y en general cuentan con sistemas y procedimientos de seguridad tales como extintores, salidas de emergencia, información sobre cómo actuar en sismos, etc. tal y como exigen las autoridades mexicanas. Asimismo algunos lugares tienen teléfonos de emergencia y cámaras de seguridad.

Gráfica No. 15. Desempeño la seguridad.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

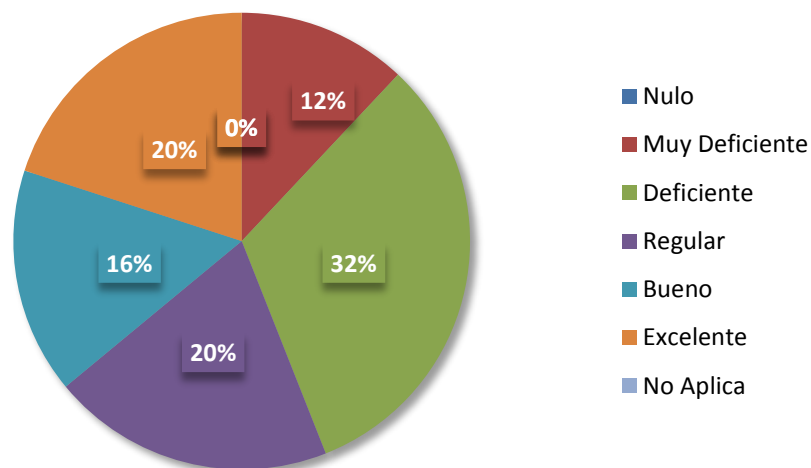
Imagen No. 13. Desempeño de la seguridad.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Por último, en lo que respecta al desempeño en **comunicación** de la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez, en general es valorado positivamente, principalmente porque la mayoría de los atractivos son de tipo urbano, y las posibilidades de comunicación son amplias. No obstante, queda mucho por avanzar en cuanto a existencia de wi fi gratuito y fallo de cobertura telefónica en algunos atractivos y museos, etc. Destacar que en algunos parques y plazas públicas de Tuxtla Gutiérrez existe conexión wi fi gratuita y que en general la disposición de teléfonos públicos es amplia.

Gráfica No. 16. Desempeño en comunicación.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Imagen No. 14. Desempeño en comunicación.



Fuente: Imágenes tomadas por el equipo de investigación del CITA, 2013.

Conforme a lo resumido y como **conclusión general** se puede definir que la oferta de los atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez presenta un buen desempeño en aspectos como diferenciación, accesibilidad, seguridad, y señalización e información. Por otra parte existen puntos críticos que a raíz de las conclusiones de la evaluación requieren de atención prioritaria para la mejora de la competitividad del destino como: señalética exterior, servicio de compras (suvenires y artesanía) y alimentación, y sustentabilidad medioambiental. Por último, existen tres puntos que aunque cuentan con un importante porcentaje de atractivos que buena evaluación presentan un desempeño muy polarizado y merecen también atención concreta para la homogeneización de la calidad de la oferta de Tuxtla Gutiérrez, siendo estos: Accesibilidad para personas con capacidades diferentes; sanitarios y servicios básicos y comunicación.

k) Identificación de unidades territoriales turísticas de Tuxtla Gutiérrez por localización de atractivos y su tipología.

Como parte del inventariado y evaluación de la oferta de atractivos del destino, se ha llevado a cabo una propuesta de unidades territoriales turísticas de Tuxtla Gutiérrez, dando como resultado la existencia de once UT's (Unidades Territoriales), agrupando cada una serie de atractivos de los presentes en el inventario:

UT1: La Calzada - Tipología: Cultural + ocio/esparcimiento/ recreación + acontecimientos programados.

- Calzada de las Culturas Indígenas.
- Calzada de los Hombres Ilustres.
- Centro de Convivencia Infantil y Recreación Familiar.
- Jardín Botánico Dr. Faustino Miranda.
- Museo Botánico Dr. Faustino Miranda.
- Museo de Paleontología Eliseo Palacios Aguilera.
- Museo Regional de Chiapas.
- Planetario Tuxtla Jaime Sabines Gutiérrez.
- Teatro de la Ciudad "Emilio Rabasa".
- Estadio Víctor Manuel Reyna o Estadio Zoque.

UT2: El Centro - Tipología: Cultural.

- ✚ Catedral de San Marcos.
- ✚ Museo del Café Chiapas.
- ✚ Museo de la Ciudad.

UT3: Copoya - Tipología: Cultural.

- ▶ Glorioso Santuario de Cristo de Chiapas.
- ▶ Museo Zoque.

UT4: El Cañón - Tipología: Naturaleza y/o paisajístico.

- ◆ Miradores del Parque Nacional Cañón del Sumidero.
- ◆ Parque Amikúu Cañón del Sumidero.

UT5: La Marimba - Tipología: ocio/esparcimiento + cultural.

- Museo de la Marimba "Zeferino Nandayapa"
- Parque Jardín de la Marimba.

UT6: El Zapotal - Tipología: Turismo cultural + naturaleza y/o paisajístico.

- Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología (MUCH).
- Museo del Cocodrilo.
- Museo del Zoológico "César Domínguez Flores".
- Zoológico "Miguel Álvarez del Toro" (ZOOMAT).

UT7: El Bicentenario - Tipología: ocio/esparcimiento y recreación.

- Parque Bicentenario.

UT8: Jaime Sabines - Tipología principal: Acontecimientos programados.

- ☀ Centro Cultural de Chiapas Jaime Sabines.

UT9: Polyforum - Tipología: Acontecimientos programados.

- Centro de Convenciones y Polyforum Chiapas.

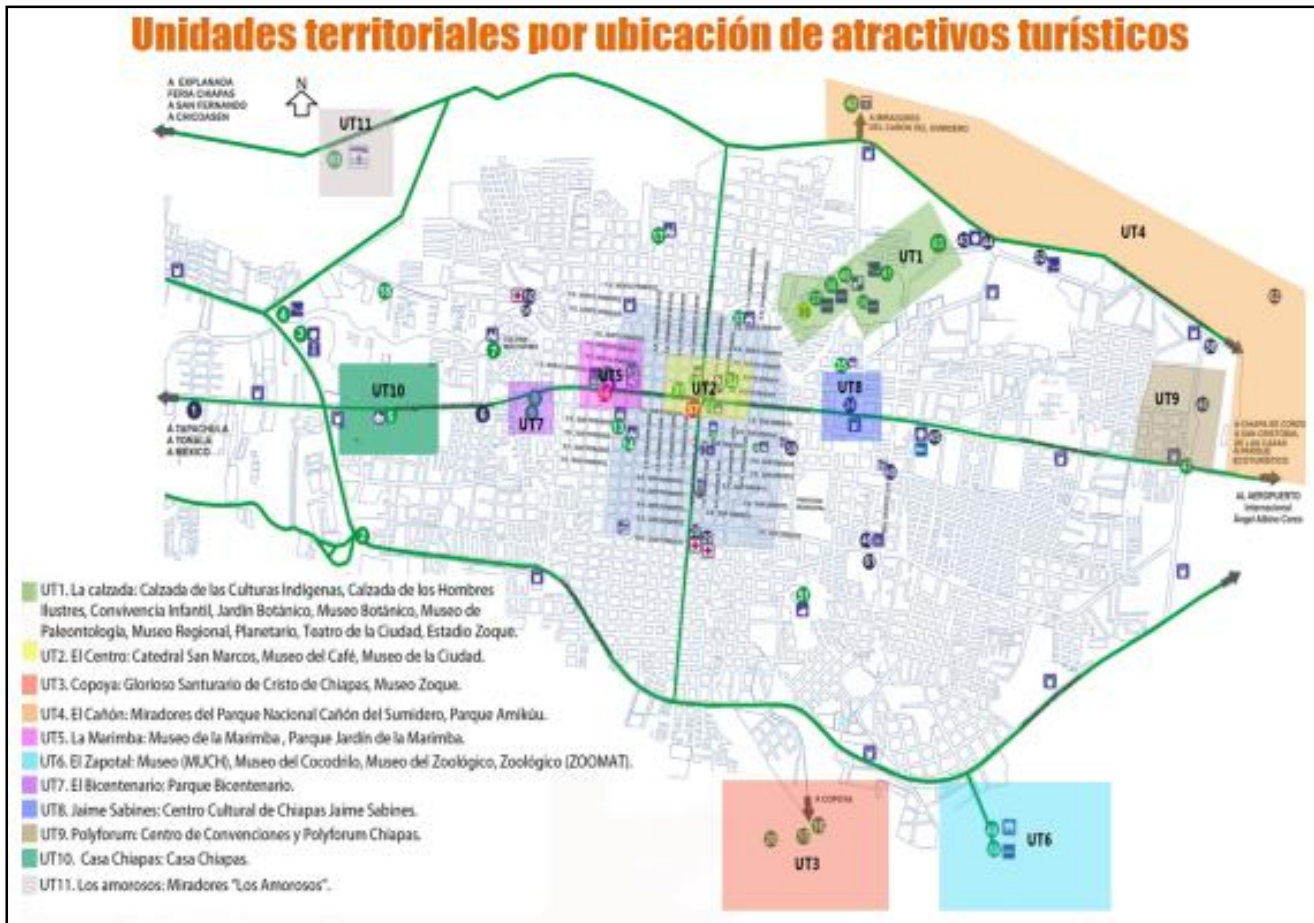
UT10: Casa Chiapas - Tipología: Artesano/gastronómico.

- ☼ Casa Chiapas.

UT11: Los Amorosos - Tipología: Naturaleza y/o paisajístico.

- ☀ Miradores "Los Amorosos".

Figura No. 2. Mapa unidades territoriales por ubicación de atractivos turísticos.



Fuente: Elaboración propia con base en información de campo, 2013.

I) Recursos de interés turístico potencial:

A pesar de que no han sido incluidos en el inventario y evaluación de atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez, el equipo técnico considera pertinente mencionar e incluir el presente estudio, dos atractivos que se consideran de interés turístico potencial:

- ☞ El autódromo de serie Nascar (Interés especial, fuera del municipio).
- ☞ Plaza del Mariachi (Ocio y cultura)

m) Jerarquización por unidades territoriales turísticas en función de su posición competitiva y estado de desarrollo de producto:

Una vez definidas las unidades territoriales turísticas, el equipo técnico responsable del presente estudio ha querido realizar una jerarquización de las mismas a través de una matriz de condición estratégica ADL (Arthur D. Little) modificada para tal efecto en el que se intenta averiguar la posición competitiva y posibles estrategias a seguir a través de la valoración de cada UT en función de dos parámetros: su posición actual en el mercado como: líder, competidor, favorable y marginal; y su grado de evolución como producto turístico, pudiendo estar entre: prospección (recurso turístico potencial no puesto en valor), despegue (atractivo turístico que genera visitas), crecimiento (atractivo turístico con un incipiente nivel de organización, cuya incipiente organización permite la generación de beneficios por las visitas), y madurez (producto turístico plenamente organizado).

Tabla No. 4. Matriz ADL modificada para el análisis estratégico de unidades territoriales del destino turístico Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.				
	Prospección (Recurso)	Despegue (Visitas)	Crecimiento (Negocios)	Madurez (Organización)
Líder			La Marimba, El Polyforum	
Competidor			El Zapotal, Autódromo Nascar.	
Favorable		El Centro	Casa Chiapas	El Cañón
Marginal	Jaime Sabines Los Amorosos	La Calzada; Copoya	El Bicentenario	
A defender				Estadio Zoque

Fuente: Elaboración propia, 2013.

1.3 Evaluación cuantitativa y cualitativa de la oferta de hospedaje.

a) Oferta de cuartos, categoría, ubicación

La ciudad de Tuxtla Gutiérrez, presenta un total de 120 establecimientos de hospedaje, con 4749 cuartos, ubicados dentro de la cabecera municipal, misma que se distribuye de la siguiente forma:

Tabla No. 5. Oferta de cuartos

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casas de Huéspedes y Posadas	1 Estrella	15	313
Hoteles	1 Estrella	27	580
Hoteles	2 Estrellas	31	1,018
Hoteles	3 Estrellas	13	824
Hoteles	4 Estrellas	7	584
Hoteles	5 Estrellas	5	717
Hoteles	Sin clasificar	17	619
Suites y Condominios	1 Estrella	1	12
Suites y Condominios	3 Estrellas	4	82
TOTAL		120	4,749

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento.

Las tarifas hoteleras presentan movilidad por temporada, siendo ésta en temporada alta un promedio en habitación sencilla de \$781.00, en habitación doble de \$860.20 y persona extra \$171.00. Durante la temporada baja, la tarifa promedio en habitación sencilla es de \$571.00, para la habitación doble \$619.00 y persona adicional \$163.00.

Tabla no. 6 tarifas por categoría.

Categoría	Temporada alta			Temporada baja		
	SGL	DBL	PAX adicional	SGL	DBL	PAX adicional
1 Estrella	185.00	235.00	35.00	185.00	235.00	35.00
2 Estrellas	340.00	426.00	150.00	300.00	380.00	110.00
3 Estrellas	490.00	540.00	100.00	490.00	540.00	100.00
4 Estrellas	890.00	1,000.00	160.00	790.00	850.00	160.00
5 Estrellas	2,000.00	2,100.00	410.00	1,090.00	1,090.00	410.00

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Tarifa Hotelera por categoría.

El comportamiento de la ocupación hotelera a lo largo de cinco años refleja un movimiento a la baja, únicamente en el año 2010, hubo un incremento a 44.91% y para el año 2012, baja a 41.46%. Así mismo se observa que los hoteles de cuatro estrellas son quienes presentan un mayor porcentaje de ocupación, seguido de los hoteles de cinco estrellas.

Tabla No. 7. Ocupación hotelera.

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1 estrella	37.25	35.78	30.69	33.23	31.52	33.13
2 estrellas	42.11	40.82	40.22	38.18	33.44	34.64
3 estrellas	31.91	34.39	35.8	36.24	35.41	33.32
4 estrellas	58.06	55.34	60.62	64.51	68.11	59.9
5 estrellas	55.03	53.54	60.96	64.09	60.28	51.23
Total	43.27	42.89	43.8	44.91	43.28	41.46

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo.
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera.

El comportamiento de la estadía promedio en Tuxtla Gutiérrez, se ha presentado como sigue, reportando para el año 2012 un promedio 1.4 días, reflejando una disminución a lo largo de esta tiempo.

Tabla No. 8. Estadía promedio en Tuxtla Gutiérrez. Serie anual 2007 - 2012

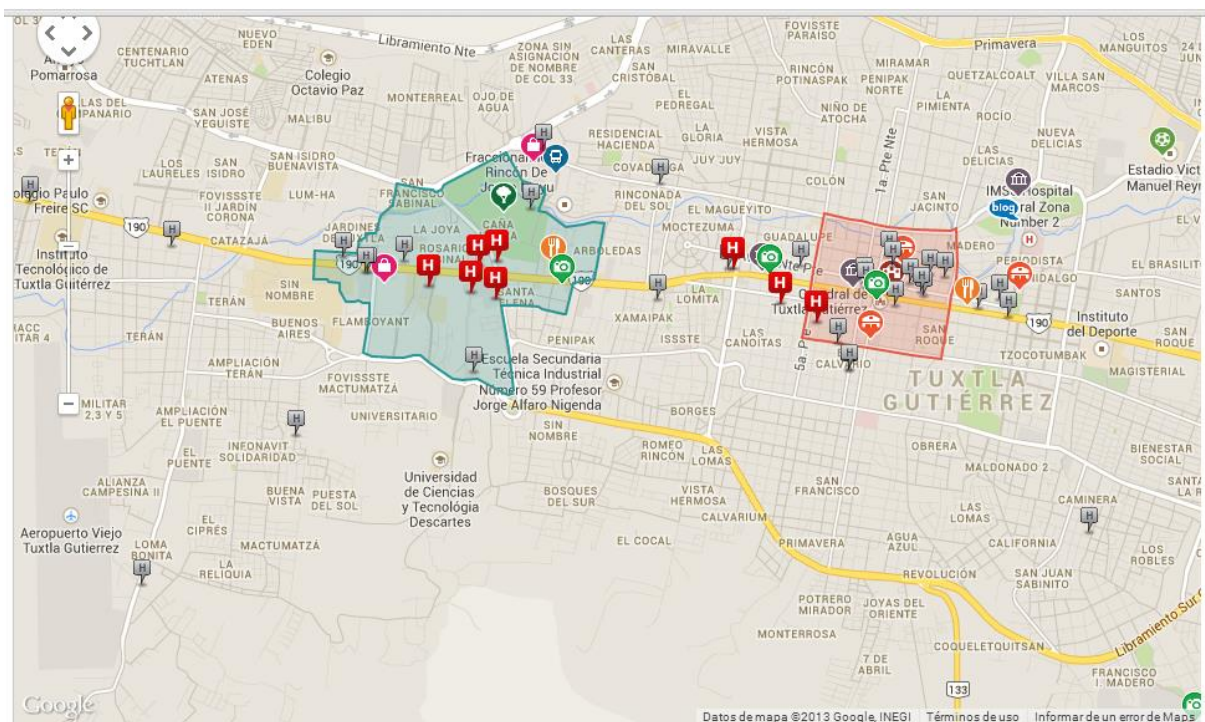
Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1 estrella	1.19	1.16	1.17	1.22	1.23	1.18
2 estrellas	1.39	1.39	1.38	1.41	1.44	1.32
3 estrellas	1.36	1.38	1.35	1.39	1.42	1.44
4 estrellas	1.4	1.48	1.56	1.56	1.62	1.6
5 estrellas	1.96	1.87	2	1.65	1.47	1.48
Total	1.43	1.43	1.47	1.44	1.44	1.4

Fuente: Datatur de la Secretaria de Turismo.
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Dentro de otros puntos importantes, se menciona al Hotel Fiesta Inn de Tuxtla Gutiérrez que cuenta con un Certificado de Calidad Ambiental Turística a fecha 2013. Y 8 establecimientos de alojamiento que cuentan con distintivo “M” vigente.

La ubicación de los hoteles en Tuxtla Gutiérrez podrían dividirse en dos polígonos principales, siendo el del centro, en donde se asientan aquellos hoteles tradicionales que en su época fueron los que albergaron a los turistas y eventos importantes de la plaza, así como hoteles que van desde posadas hasta tres estrellas en su mayoría pudiéndose localizar uno de cuatro estrellas. El polígono zona dorada al poniente de la ciudad, en donde se ubican hoteles de cadena, y de cuatro a cinco estrellas con mejores instalaciones y servicios, una de las variables que influye en el porcentaje de ocupación hotelera por polígonos. Presentando para el año 2012 un 59.9% de ocupación en hoteles de cuatro estrellas y un 51.23% para hoteles de cinco estrellas y en una línea de tiempo de cinco años atrás, estos hoteles han reflejado un mayor porcentaje en relación a los de establecimientos menores. (Ver tabla No. 7. Ocupación hotelera).

Figura No. 7. Polígonos principales de distribución de la oferta hotelera en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.



Fuente electrónica: <http://www.zonaturistica.com/hoteles-en/76/tuxtla-gutierrez-chiapas.mapa-ubicacion.html>.

b) Oferta de hospedaje en la zona de influencia.

En la zona de influencia del municipio de Tuxtla Gutiérrez, la oferta de establecimientos de hospedaje se observa en las tabla 9 a 16, contando con 41 establecimientos de hospedajes registrados en el Directorio de Alojamiento de la SECTUR Estatal y 671 cuartos, que van desde casas de huéspedes, posadas, hoteles de una a cuatro estrellas y villas y cabañas de cuatro estrellas.

**Tabla No. 9. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Berriozábal. (A 21.5 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez).**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casas de Huéspedes y Posadas	1 Estrella	1	10
Hoteles	Sin clasificar	1	14
TOTAL		2	24

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 10. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Chiapa de Corzo. (A 22 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casas de Huéspedes y Posadas	1 Estrella	3	27
Hoteles	1 Estrella	4	48
Hoteles	2 Estrellas	3	65
Hoteles	3 Estrellas	1	21
Hoteles	4 Estrellas	1	91
Villas y cabañas	4 Estrellas	1	10
TOTAL		13	262

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 11. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Cintalapa. (A 75.29 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT)**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casas de Huéspedes y Posadas	1 Estrella	8	101
Hoteles	1 Estrellas	2	21
Hoteles	2 Estrellas	6	99
Hoteles	Sin clasificar	3	56
TOTAL		19	277

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 12. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Copainalá. (A 69.3 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Hotel	1 Estrella	1	18
TOTAL		1	18

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 13. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Jiquipilas. (A 72.12 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Hotel	3 Estrella	1	18
TOTAL		1	18

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 14. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Ocozocoautla. (A 36 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez. SCT).**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Casas de Huéspedes y Posadas	1 Estrella	2	36
Villas y Cabañas	3 Estrellas	1	8
TOTAL		3	44

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 15. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: Osumacinta (A 48.7 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Hotel	1 Estrella	1	24
TOTAL		1	24

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento

**Tabla No. 16. Hospedaje en la zona de influencia de Tuxtla Gutiérrez.
Municipio: San Fernando. (A 17.7 kms. aprox. de Tuxtla Gutiérrez)**

Modalidad	Categoría	Establecimientos de hospedaje	Cuartos
Hotel	1 Estrella	1	4
TOTAL		1	4

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Alojamiento.

1.4 Especificación de la oferta complementaria.

a) Oferta gastronómica.

La riqueza de nuestro patrimonio cultural se refleja también en su gastronomía, rica y variada. En Tuxtla Gutiérrez se encuentra todo tipo de platillos y bebidas en donde se mezclan la herencia zoque y chiapaneca con la española y africana. Existen establecimientos que expenden comida típica, nacional e internacional, (española, italiana, argentina, china, japonesa, otros, así como platillos vegetarianos, pescados y mariscos). Dentro de otros establecimientos se cuenta con cafeterías, negocios de comida rápida, fondas y cocinas económicas, taquerías y torterías, bares.

Tabla No. 17. Oferta de establecimientos de alimentos y bebidas.	
Tipo	Cantidad
Restaurantes	192
Comida internacional	18
Cafeterías	46
Comida rápida	50
Fondas y cocinas económicas	7
Taquerías y torterías	38
Bares	55
TOTAL	406

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Directorio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas.

b) Agencias de viajes receptivas.

En Tuxtla Gutiérrez se cuenta con un total de 82 agencias de viajes, según directorio proporcionado por SECTUR Estatal al mes de julio 2013:

Tabla no. 18. Agencias de viajes.	
Tipo	Cantidad
Minorista	47
Mayorista	7
Tour Operadora	27
Agencia especializada	1
TOTAL	82

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Directorio de Agencias de Viajes.

*Turismo Municipal señala que al mes de junio 2013 se contaba con un total de 56 agencias de viajes, quedando distribuidas en: 6 mayoristas; 36 minoristas; y 14 Tour Operadoras.

La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez, señala que las agencias con base en Tuxtla, se caracterizan

de forma general por no incluir atractivos propios de la ciudad Capital en sus paquetes y vender otros destinos. No obstante, existe un número muy reducido de 8 agencias receptoras que sí ofrecen atractivos turísticos de Tuxtla, aunque de manera casi residual, tratándose principalmente de una visita a los Miradores del Cañón del Sumidero, antes de partir en dirección a San Cristóbal de las Casas, por ejemplo. Sólo existe una agencia que ofrece un paquete en el que todo el primer día y parte del segundo se centra en la visita de atractivos propios de Tuxtla Gutiérrez.

Tabla No. 19. Relación de agencias de viajes receptoras que ofrecen atractivos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.

1. Viaje por Chiapas
2. Tuxtla Transportadora turística
3. Viajes Itzaá
4. Lacanja tours
5. Congretours
6. Viajes Kali
7. Bambú Travel Tours
8. Chiapas Travel and Tours

Fuente: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

c) Oficinas de información.

Existe una Dirección de Desarrollo Turístico que depende de la Secretaría de Desarrollo Económico y ésta a su vez del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez. Es un área técnica con recursos limitados: gasto corriente concentrado en nómina y sin presupuesto anual de inversión.

Cuenta con dos módulos de información turística abiertos durante todo el año, Ambos módulos son atendidos por un total de 12 personas (6 en cada módulo en diferente horario), a quienes se les capacita con una plática sobre cultura turística y geografía turística de Tuxtla y del Estado en General. En estos módulos se brindan información turística de Tuxtla Gutiérrez y el estado de Chiapas, orientación general, así como la entrega de mapas de la ciudad y demás material promocional.

Tabla No. 20. Módulos de información turística dependientes de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

Módulos de información turística	Horario de atención
Módulo situado en el Parque Central	Lunes a domingo de 8:30 a 20:00 hrs.
Módulo al interior del Museo de la Marimba	Martes a domingo de 10:00 a 21:00 hrs.

Fuente: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

Existen otros cinco puntos de información turística dependientes de la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, aplicables al destino en estudio.

Tabla No. 21. Puntos de información turística dependientes de la Secretaría de Turismo Estatal.	
Módulos de información turística	Horario de atención
Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo (Km. 12,48 carretera Vergel Aeropuerto s/n Col. Francisco Sarabia, Chiapa de Corzo)	Lunes a domingo de 9:00 a 18:00 hrs.
Zoológico Miguel Álvarez del Toro (Calzada a Cerro Hueco s/n, Col. El Zapotal, Tuxtla Gutiérrez)	Martes a domingo de 9:00 a 17:00 hrs.
Caseta Poniente (Carretera Panamericana s/n, Col. Plan de Ayala, Tuxtla Gutiérrez. Salida poniente.)	Martes a domingo de 9:00 a 15:00 hrs.
Módulo OCC (Interior de la terminal de autobuses OCC. Calzada. Antonio Pariente Algarín esq. 5ª. Norte oriente))	Martes a domingo de 9:00 a 15:00 hrs.
Call Center (Ubicado en oficina de SECTUR estatal. Blvd. Andrés Serra Rojas No. 1090, 5to. Piso, Paso Limón, Tuxtla Gutiérrez)	Lunes a viernes de 8:00 a 16:00 hrs.
Atención al turista por medio del correo electrónico apoyoalturista@turismochiapas.gob.mx.	

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas.

Los servicios que ofrecen estos puntos son:

- 1.- Información y orientación sobre atractivos turísticos: Se proporciona material promocional y especializado de los destinos para conocimiento del turista.
- 2.- Generación de itinerarios. Se diseñan itinerarios de acuerdo a los días de permanencia del turista y de los lugares que quieren conocer, así mismo se proporcionan los números de emergencia, el call center de la SECTUR estatal.
- 3.- Proporcionar material promocional. Se maneja una gama de material promocional como mapas turísticos estatales, mapas urbanos de las siete ciudades principales del Estado, posters, trípticos y dípticos de diferentes segmentos.
- 4.- Promoción de lada nacional gratuita 01 800 2800 35 00 para información previa, durante y post el viaje. Se genera información personalizada de acuerdo a lo que requiera el turista como información de atractivos, datos de contacto de prestadores de servicios, recomendaciones de actividades, entre otras.
- 5.- Auxilio con número de emergencias. PROFECO, 066 emergencias, 089 denuncia anónima 119 centro de monitoreo de protección civil en caso de contingencias por fenómenos naturales.
- 6.- Atención al turista por medio del correo electrónico apoyoalturista@turismochiapas.gob.mx. Se genera información personalizada de acuerdo a lo que requiera el turista como información de atractivos turísticos, datos de contacto de prestadores de servicios, recomendaciones de actividades, itinerarios, entre otras.

Por último, resaltar que en el Portal de Servicios y Trámites ciudadanos del Gobierno del Estado señala “cinco módulos de atención y apoyo al turista en asistencia bilingüe”.

d) Guías turísticos.

Del año 2011 al 2013, se han presentado ante la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, la documentación correspondiente para la gestión de refrendos o acreditación (trámite inicial), ante la Secretaría de Turismo Federal y alta en el Registro Nacional de Turismo (RNT) bajo la modalidad de guía general, con domicilio en Tuxtla Gutiérrez, presentándose la siguiente estadística.

Tabla No. 22. Gestión de refrendos o acreditación de guías generales.

Trámite	Años			Total
	2011	2012	2013	
Refrendo	1	1	5	7
Acreditación inicial		5		5
Total trámites realizados	1	6	5	12

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Guías de Turistas Acreditados, 201, 2012, 2013.

e) Empresas de servicios de turismo especializado (cultural, reuniones, aventura, termalismo, etc.)

Dentro de la oferta del destino, se pueden mencionar las DMC'S que Según la Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, existen dos ubicados en Tuxtla Gutiérrez: Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido y Viajes Chiapas DMC. Ambos parecen ofertar una amplia red de servicios y productos, incluyendo aquellos localizados en Tuxtla Gutiérrez y colaboran atrayendo la celebración de eventos y convenciones de empresa, además de paquetes turísticos destinados al público en general hacia Chiapas, incluyendo Tuxtla Gutiérrez. Realizan publicidad del destino a través de Blit's por ciudad en los que se visitan principalmente empresas para promocionar Chiapas y Tuxtla Gutiérrez como destino de reuniones; envío de e-mails; presencia promocional en hoteles, participación en ferias especializadas en incentivos (ICOMEX), anuncios en directorios especializados en eventos y a través de su página web.

En ambos casos se cuentan con certificaciones como del Registro Nacional de Turismo (RNT) y el empleo de guías certificados; y Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido cuenta asimismo con el Programa de calidad

Moderniza de SECTUR. Destacar que mientras que Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido vende principalmente San Cristóbal y Palenque; Viajes Chiapas DMC incluye a Tuxtla Gutiérrez como uno de los destinos de venta principal (de nuevo junto a San Cristóbal de las Casas).

Según datos de la SECTUR Estatal de Chiapas, ambos ofertan una amplia gama de servicios que por su carácter incluyen presumiblemente la contratación de una gran variedad de prestadores de servicios locales. Estos son: Hospedaje; alimentos; espacios para sesionar; espacios para eventos; equipo audiovisual; noches tema; circuitos; edecanes; animadores; áreas de exposición; recorridos turísticos; entradas a parques; espectáculos o museos; eventos de experiencia como rallys, sensorama y contacto con fauna de la región; contacto con indígenas; espectáculos y museos.

Recientemente ambos DMC's han atraído a Chiapas eventos de empresas de gran importancia a nivel internacional como Montsanto; American Express; Nestlé; Pizza Hut; Universidad de Cancerología de México; etc. Trabajan principalmente con clientes nacionales, principalmente del Distrito Federal, pero también del Estado de México, Monterrey y Guadalajara, y un pequeño porcentaje de clientes internacionales.

f) Servicios de transporte turístico.

La ciudad cuenta con dieciséis empresas registradas bajo la modalidad de: Autobuses especiales de turismo, en el Directorio de Transportación a julio 2013, proporcionado por la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, que realizan recorridos al interior del estado, principalmente.

Tabla No. 23. Autobuses especiales de turismo.	
Nombre	
1.	Quetzal Operadora Turística
2.	Autobuses Turísticos de Chiapas AMO Tours
3.	Dimensión Reda
4.	Servicios Turísticos de Chiapas
5.	Torres Tours Viajes
6.	Ma Kech Tours
7.	Transportes Turísticos Chiapanecos
8.	Xanball Transportadora Turística S.A de C.V.

9. Transportes Turísticos México Transtur
10. Autotur
11. Transportadora Senda Maya
12. Chiapas Travel and Tours
13. Lys Tours Operadora de Turismo
14. Aexa Tours
15. Butron Travel and Tour
16. Autotransporte turismo y pasaje norte de Chiapas

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Directorio Transportación.

También se cuenta con empresas cuyas unidades pueden ser utilizadas por los visitantes para trasladarse a puntos turísticos tanto al interior como fuera del municipio, teniendo registradas en el mismo documento dieciséis autobuses comerciales y cinco empresas bajo la modalidad de taxis que además de uso interno, pueden realizar viajes especiales turísticos.

g) Oferta comercial susceptible de interés turístico (shopping).

Por ser la Capital del Estado, Tuxtla Gutiérrez es el principal centro administrativo, comercial y financiero en Chiapas. Aquí se concentran comercios de diversos giros, reportando el censo del 2010 la siguiente estadística:

Tabla No. 24. Otros establecimientos que prestan servicios relacionados con el turismo por municipio al 31 de diciembre de 2010.

Municipio	Balnearios	Empresas arrendadoras de automóviles	Campos de golf	Centro de convenciones
Tuxtla Gutiérrez	2	8	2	1
		9*		

Fuente: INEGI. Anuario Estadístico por Entidad Federativa 2010.

***Fuente:** Directorio de Arrendadoras. Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas.

Se cuenta con cinco centros comerciales grandes, en donde se ubican tiendas departamentales, boutiques, zapaterías, tiendas de mascotas, tecnología, música,

área de comida, salas de cine, bancos, tiendas de autoservicio, áreas recreativas, otros. Lugares que atienden tanto a la población como turistas.

Plaza Crystall y Galerías Boulevard, ubicadas al poniente de la ciudad, en la zona hotelera, Plaza Polyforum, al oriente de la ciudad, a la entrada de la capital, Plaza Las América, ubicada al norte oriente, junto a la terminal de autobuses OCC que realiza recorridos al interior del estado así como fuera de éste y Plaza Mirador, sobre el libramiento norte poniente.

Por mencionar otros comercios de interés turístico: tiendas de artesanías (Casa Chiapas del Gobierno del Estado y otras particulares), de productos regionales y suvenires, bancos, casas de cambio, gasolineras, farmacias, estacionamientos privados para automóviles, negocios de periódicos y revistas, zapaterías.

h) Artesanías.

Nuestras artesanías son el producto de un largo período de desarrollo cultural, obras de arte hechas por artesanos indígenas o mestizos, elaboradas como complemento de otras actividades culturales o como utensilios para uso cotidiano, con un exquisito gusto para mezclar colores: Algunas comunidades producen artículos toscos y sencillos, otras combinan formas tradicionales con diseños actuales.

En Tuxtla Gutiérrez, con el transcurso de los años ha ido desapareciendo el trabajo artesanal, un ejemplo de esto es el telar de cintura zoque, utilizado para la elaboración de textiles, así como los trabajos en ixtle, en menor medida la filigrana en oro o plata, la construcción de tambores, flautas de carrizo, y marimbas. La talabartería que aún es posible hallar objetos al interior del mercado Juan Sabines Guerrero al igual que la hojalatería.

Imagen No. 15. Artesanías de Tuxtla Gutiérrez.



TAMBOR ZOQUE



MARIMBA DOBLE TECLADO



HOJALATERÍA



FILIGRANA EN ORO
Y PLATA

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Sin embargo es posible encontrar artesanías de diferentes partes del estado como textiles, alfarería, juguetería popular, ámbar, cestería, jarciería, talla en madera, laca, papelografía, lapidaria, hierro forjado, instrumentos musicales, entre otras, que se expenden en plazas públicas y tiendas establecidas del tipo productos regionales. Tal es el caso del Instituto Casa Chiapas, a través del cual el Gobierno del Estado, ha creado el concepto de Tienda Casa Chiapas, para la venta de artesanías y productos regionales.

Imagen No. 16. Instituto Casa Chiapas.



Fuente: <http://www.casachiapas.gob.mx/>

El impacto que ha tenido ha trascendido a nivel internacional. Casa Chiapas es el centro de acopio, exhibición y venta a través del cual, el sector artesanal del

estado se beneficia con la aplicación de políticas públicas que se traducen en apoyos para la capacitación, organización productiva y de diseño de los artesanos y productores. Dentro de su registro de artesanías estatales se señala la Región I Centro, a la cual pertenece Tuxtla Gutiérrez, como la zona de mayor producción artesanal, sin embargo la presencia de la ciudad Capital, no se refleja.

Mención merece la introducción de artesanías de Centro y Sudamérica, misma que se confunde con la producida en el Estado, específicamente textiles, cuyo bajo costo y colorido han sido adoptadas por los comerciantes. Así también nos encontramos con ropa confeccionada en Oaxaca cuya comercialización cada vez abarca más puntos de venta.

Imagen No. 17. Artesanías comercializadas en el Parque Central de Tuxtla Gutiérrez.



Fuente: <http://www.tablet.noticiasnet.mx/principal/59965-venta-artesantias-aumenta-hasta-80>

i) Espectáculos nocturnos.

En relación a espectáculos nocturnos, estos son producidos principalmente por empresas privadas, quienes han puesto en escena obras de teatro, conciertos de artistas del momento, eventos de lucha libre, box, corridas de toros, otros. Ocasionalmente algunos restaurantes o centros “botaneros”, presentan espectáculos musicales. Sólo una empresa restaurantera de comida típica, cuenta con un show de danzas tradicionales de Chiapas, de manera regular.

En el Parque Jardín de la Marimba todos los días del año excepto en Semana Santa, se presentan grupos de marimbas de 19:00 a 21:00 hrs. Asimismo en el

parque 5 de Mayo es posible disfrutar de eventos culturales tales como grupos de música moderna y el club del danzón, a más de La Plaza del Mariachi.

Otro de los eventos nocturnos de forma regular, es el espectáculo de la proyección del mosaico cultural, un show multimedia (mapping) que busca resaltar mediante un juego de luces la cultura, música y tradiciones del estado de Chiapas, con duración de 10 minutos, presentado sobre la fachada principal de la Catedral de San Marcos, en el centro de la ciudad. Los días jueves a domingo a partir de las 20:00 hrs. con intervalos de 20 minutos.

Sin embargo la ciudad cuenta con una cartelera de eventos, a cargo del Consejo Estatal para las Culturas y las Artes de Chiapas del Gobierno del Estado, algunos museos, así como la Asociación de Escritores y Poetas de Chiapas A. C., Asociación de Cronistas del Estado de Chiapas A.C., por señalar algunos. Ejemplo de estos eventos se puede mencionar: 7° Premio Nacional de Novela Negra, Festival Nacional de Títeres, Show Nacional de Danzas Orientales, Festival de Danza Contemporánea, de Baile Moderno, de Canto y Música Tradicional y Popular Mexicana, 4° Festival de las Artes, la Cultura y la Ciencia, Festival Internacional de Marimbistas, Encuentros Nacionales de Literatura, Rondas Literarias de Café y Poesía, Premio Internacional de Poesía Jaime Sabines, Concursos de pintura, de cuentos, exposiciones temporales de pinturas, grabados, esculturas, conciertos de música clásica, presentaciones de libros, muestras de cine.

Dentro de otros eventos se pueden señalar los deportivos en el Estadio Zoque de fútbol, encuentros de baloncesto en el Auditorio Municipal y en el Autódromo Óvalo Chiapas, (ubicado en el municipio de Ocozocoautla de Espinosa a 10 minutos de la ciudad Capital). Además de las salas de cine con las cuenta el municipio: Cinépolis Plaza Mirador, Cinépolis Plaza Polyforum, Cinépolis Plaza Las América, Cinemark Galerías Boulevard.

j) Otros.

Plazas disponibles para convenciones, congresos y eventos (culturales y deportivos).

El destino de Tuxtla Gutiérrez cuenta con una capacidad de 56373 plazas disponibles (ver Tabla No. 2 Plazas disponible para turismo de reuniones).

Asimismo se cuenta con otros espacios para la realización de eventos varios, como las instalaciones de la Feria Chiapas (La Palapa, el Lienzo Charro Esteban Figueroa Burguete y Palenque de gallos, éste último en uso solo en el mes de diciembre), el Teatro al Aire Libre Bonampak dentro del complejo del Centro de Convivencia Infantil y Recreación Familiar y el auditorio del Museo Regional de Chiapas, Sala de Cine Amanda del Llano, Auditorio del Centro Cultural Jaime Sabines, Casa de la Cultura Luis Alaminos Guerrero, Salón Pañuelo Rojo del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez, Foro Descartes y Salas del Museo de la Ciudad, entre otros.

En el rubro deportivo se mencionan los siguientes:

Tabla No. 25. Instalaciones deportivas.	
Instalaciones	Deportes
Arena Metropolitana Jorge Cuesy	Boxeo, Taekwondo, Judo, Karate, Lucha, baloncesto, voleibol, gimnasia, conciertos y eventos gubernamentales. Capacidad para 2,500 espectadores, pudiendo ampliarse a 3,000 aprox.
Estadio de futbol Victor Manuel Reyna	Campo para futbol y pista para atletismo
Villa Deportiva del INDEPORTE	Natación, patinaje, baloncesto, levantamiento de pesas, voleibol, atletismo, otros
Domo del ISSTECH	Natación, nado sincronizado, wáter polo, clavados, aerobics, voleibol, taekwondo, karate, gimnasia y gimnasia rítmica, velódromo a cielo abierto.
Centro Deportivo de Alto Rendimiento de Tenis "Chiapas"	Tenis
Polyforum	Baloncesto, voleibol, box.
Auditorio Municipal "Efraín Fernández Castillejos"	Baloncesto, voleibol, lucha libre, eventos culturales.
Autódromo Chiapas	Carrera de autos, serie Nascar.

Centro Deportivo “Caña Hueca”	Fútbol, baloncesto, voleibol, raquetbol, ciclismo, tenis, aerobics, atletismo.
Estadio de béisbol municipal	Béisbol, softbol.
Estadio “Flor del Sospó”	Fútbol, softbol, eventos culturales.
Estadio “Samuel León Brindis”	Fútbol americano
Parque “Noquis” Enoch Cancino Casahonda	Ciclismo BMX, rampas para patinetas
Parque Natural “Cañón del Sumidero “	Ciclismo de ruta y ciclismo de montaña
Unidad Deportiva “Panchón Contreras” IMSS	Natación, baloncesto, fútbol, voleibol, softbol, raquetbol, atletismo, otros.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Tuxtla_Guti%C3%A9rrez

Parques recreativos:

También se encuentran los siguientes parques en donde es posible realizar actividades recreativas y deportivas: Parque Central Joaquín Miguel Gutiérrez, Parque Bicentenario José Ma. Morelos y Pavón, Parque de la Juventud, Parque Joyo Mayu, Parque Caña Hueca, Parque del Oriente, Parque del Barrio de San Roque, Centro de Convivencia Infantil y Recreación Familiar, Parque 5 de Mayo y el Parque Enoch Cancino Casahonda, por mencionar algunos

Centros de Cuidados de la Salud.

Tuxtla Gutiérrez, presenta 129 unidades médicas en servicio de las instituciones del sector público de salud, (según censo 2010). Consulta externa: 122, De hospitalización general: 6 y de hospitalización especializada 1, pertenecientes a IMSS, ISSSTE, ISSTECH, SSA, DIF, lo que corresponde al 9.82% del total en Chiapas de 1314, seguido de Tapachula con 118 unidades médicas.

k) Reporte de cuestionarios a empresas turísticas del destino.

1. Información general.

Los resultados generales de los cuestionarios en profundidad realizados a prestadores turísticos de Tuxtla Gutiérrez, reportan lo siguiente:

- La mayoría presenta por lo general una **antigüedad** considerable operando, presentando una media de 15 años de operación hasta la fecha del estudio.
- El **origen de sus recursos para inicio de operaciones** provinieron en su mayoría de recursos propios, con muy poca presencia de recursos provenientes de préstamos, y casi nula presencia de recursos proveniente de participación extranjera, donaciones o subsidios, y programas públicos.
- El **origen de los recursos que permiten la operación actual** proviene en su gran mayoría de la venta de producto/contratación de servicio (más de un 40% de los entrevistados señalaron que el 100% de sus recursos actuales eran obtenidos por esta vía); con muy poca presencia de recursos propios, y una prácticamente nula presencia de subsidios o donaciones, programas públicos u otros.
- Los **empleos generados** por ellos durante el último año han sido en más de un 90% de tipo asalariado, con sólo un 2.5 % de empleos ocasiones, de corto plazo y estacionales.
- La **distribución de los empleos por género** es equitativa, siendo el 50% empleos generados ocupados por hombres y el 50% restante de empleos generados ocupados por mujeres.
- En cuanto a la **distribución de empleados por tipo**, destacar más del 80% de empleos generados fueron del tipo: “Empleados de dirección y que desempeñan labores de oficina: Incluye personal de ventas y atención al público”, destacando un que el porcentaje de mujeres ocupando estos puestos de nueva creación fue ligeramente mayor al de hombres.
- El 85% de los entrevistados dispone de **uniformes diferenciados por tipo de empleo**.

- Únicamente el 35% de los entrevistados **había cumplido alguna Norma Oficial Mexicana** durante el último año, aunque se observa cierta confusión por la mención de normas oficiales como la NOM-TUR-2002-07, junto con distintivos voluntarios como el M o el H. Destacar que el 35% de los entrevistados no contestó a esta pregunta.
- Aproximadamente el 64% de los prestadores de servicios encuestados manifiesta contar con una agenda **de servicios**.
- Más del 90% de las empresas encuestadas manifiesta contar con **reglamentos y/o manuales internos**.
- El 100% de los encuestados manifiesta **dar a conocer** a sus empleados las **medidas de seguridad** necesarias para llevar a cabo su actividad.
- Más de un 60% de los encuestados manifiesta definir su **balance entre ingresos y gastos** como equilibrado o positivo.
- El 50% de los encuestados manifestó haber **subcontratado alguna parte de los servicios que proporcionó** en el último año.
- El 85% de los encuestados manifestó que la forma en que ha operado desde que inició su negocio **ha hecho más competitiva la oferta de servicios en su destino** en comparación con otros destinos.
- Aproximadamente un 50% de los entrevistados coincidió en mencionar la capacitación y/o mejora del recurso humano, como una de las **mejoras en su producción necesaria a llevar a cabo para lograr mejores resultados en términos ingresos netos**. Aproximadamente un 35% mencionó la publicidad/promoción/marketing como vía para la consecución del mismo objetivo.

- Aproximadamente un 71% coincide en considerar que el **volumen de sus gastos influye en la calidad de su servicio**.
- El 85% de los entrevistados opina parece **asociar una productividad mayor al tipo de empleado** que tenga, mencionando como aspectos importantes como: capacitación, innovación, experiencia, especialización, etc.

2. Factor Oferta:

Valoración de servicios prestados en el destino.

- Como se puede apreciar en tabla No. 26, la valoración de la oferta de museos y monumentos es negativa.
- La oferta de restaurantes y bares es mayoritariamente considerada como regular, con un porcentaje significativo de prestadores que la consideran como buena.
- La oferta de agencias de viajes es mayoritariamente valorada como regular, aunque con un porcentaje de prestadores muy significativo que la consideran como buena.
- Parece haber un consenso amplio de los entrevistados a la hora de valorar la oferta de alojamiento como buena o excelente.
- Las áreas arqueológicas, probablemente referidas a áreas arqueológicas que no se encuentran en el destino como Palenque, Bonampak y otras, son valoradas de forma muy positiva.
- No parece haber mucho entusiasmo a la hora de valorar lugares patrimonio cultural, establecimientos comerciales, lugares de cambio de divisas y discotecas, que de forma mayoritaria son valoradas como regular.

Tabla No. 26. Valoración de servicios prestados en el destino.

Servicios en destino	Valoración						Valoración general
	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	N/C	
Museos	7%	14%	35%	28%	0%	16%	Negativa
Monumentos	7%	14%	50%	14%	0%	15%	Negativa
Restaurantes	14%	28%	42%	14%	0%	2%	Media
Bares	7%	29%	50%	14%	0%	0%	Media
Agencias de viajes	0%	43%	50%	0%	0%	7%	Media
Zonas arqueológicas	7%	43%	29%	7%	0%	14%	Positiva
Alojamiento	14%	50%	21%	14%	0%	0%	Positiva
Lugares declarados patrimonio cultural	7%	14%	27%	14%	7%	31%	Media
Establecimientos comerciales	7%	29%	50%	7%	0%	7%	Media
Instituciones de cambio de divisas	7%	14%	57%	7%	0%	15%	Media
Discotecas	7%	21%	64%	0%	0%	8%	Media

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Turistas atendidos según temporada.

La demanda actual del destino mencionada por los entrevistados señala un destino turístico dominado por el turismo local y el nacional, con un porcentaje muy pequeño de turistas extranjeros que visitan el destino.

Tabla No. 27. Porcentaje de turistas atendidos según temporada.

Tipo	Temporada alta %	Temporada baja %
Turismo local	27%	41%
Turismo nacional	65%	51%
Turismo internacional	8%	8%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Motivos más comunes de viajes en los visitantes.

Según los entrevistados los motivos más comunes de visita al destino son: los motivos vacacionales, de recreo y ocio, y por otros negocios y motivos profesionales, ambos con similar importancia.

Tabla No. 28. Motivos más comunes de viajes en los visitantes.

Motivo	%
Vacaciones, recreo y ocio	33%
Negocios y motivos profesionales	33%
Visitas a familiares y amigos	15%
Educación y formación	9%
Salud y atención médica	0%
Religión/peregrinaciones	3%
Compras	0%
Tránsito	6%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Promedio de permanencia del visitante:

Según los entrevistados la permanencia promedio del visitante es similar entre los turistas mexicanos que visitan Chiapas desde otros Estados de México (1.4 noches) y los turistas internacionales (1.3); y menor en el caso de los turistas que vienen a Tuxtla desde diferentes territorios del mismo Estado de Chiapas (1.3).

Tabla No. 29. Promedio de permanencia del visitante.

Tipo	Permanencia

Turismo local	1 noche
Turismo nacional	1.4 noches
Turismo internacional	1.3 noches

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Actividades que ofrece el destino.

Como muestra la tabla No. 30, el destino de Tuxtla Gutiérrez, en su condición de destino de tipo urbano y ciudad capital del Estado de Chiapas, ofrece una gran variedad de actividades de diferente índole.

Tabla No. 30. Actividades que ofrece el destino.	
Tipo	%
Actividades de servicio de comidas	92%
Actividades de servicio de bebidas	78%
Actividades de juegos de azar y apuestas	7%
Parques de atracciones y parques temáticos	57%
Actividades de operadores turísticos	92%
Actividades recreativas, artísticas y de entretenimiento	64%
Alquiler de equipo recreativo y deportivo	42%
Museos y de conservación de lugares y edificios históricos	64%
Jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	78%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Evaluación de las actividades ofrecidas en el destino.

Con respecto a la valoración de las actividades ofrecidas en el destino, **las actividades mejor valoradas son aquellas relacionadas con los jardines botánicos, zoológico y reservas naturales**, lo que parece traslucir una opinión positiva sobre la oferta de actividades del Jardín Botánico de Tuxtla, el Zoológico Miguel Álvarez del Toro y el Parque Nacional del Cañón del Sumidero.

También son **bien valoradas en general las actividades del servicio de comidas**, de bebidas.

Las **actividades recreativas, artísticas y de entretenimiento**, así como las **actividades que llevan a cabo los operadores turísticos**, son valoradas mayoritariamente con un **regular**, aunque con un **porcentaje significativo de valoraciones positivas**.

El **resto de actividades son valoradas de forma muy poco entusiasta**, con poca homogeneidad en las respuestas por parte de los entrevistados, llamando la atención el caso de las actividades de museos, conservación de lugares y edificios históricos que una total heterogeneidad en las valoraciones, con similares porcentajes para valoraciones positivas, regulares y negativas.

Tabla No. 31 Evaluación de las actividades ofrecidas en el destino.

Tipo	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	No sabe
Actividades de servicio de comidas		57%	21%		14%	7%
Actividades de servicio de bebidas		50%	29%		14%	7%
Actividades de juegos de azar y apuestas		8%	16%	33%		41%
Parques de atracciones y parques temáticos	8%	15%	31%	15%	8%	23%
Actividades de operadores turísticos	7%	29%	43%	21%		
Actividades recreativas, artísticas y de entretenimiento		25%	50%	8%	8%	8%
Alquiler de equipo recreativo y deportivo		21%	7%	29%	7%	37%
Museos y de conservación de lugares y edificios históricos	7%	21%	29%	21%	7%	14%

Jardines botánicos, zoológicos y reservas naturales	15%	46%	15%	15%	8%	

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Servicios complementarios ofrecidos.

Un importante porcentaje de los encuestados ofrece servicios de Internet, teléfono fijo y estacionamiento, y pocos ofrecen servicios de valet parking, teléfono público y caseta de control.

Tabla No. 32. Servicios complementarios ofrecidos.	
Servicio	% de encuestados que ofrece
Internet	79%
Teléfono fijo	77%
Teléfono público	33%
Estacionamiento	62%
Caseta de control	20%
Valet parking	18%
Otro	0%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Ha sido parte de alguna ruta turística en el último año.

Dentro del rubro de las rutas turísticas se mencionan únicamente dos: la “Ruta del café” (7.1% de los entrevistados), y la “Ruta botanera” (14.2 % de los entrevistados). Destacar que **la mayoría de los entrevistados no mencionó haber formado parte de alguna ruta en el último año.**

Tabla No. 33 Rutas turísticas de las cuales han formado parte los entrevistados.	
Ruta Turística	Porcentaje
Ruta del café	7.1%
Ruta botanera	14.2%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Oferta del Destino es más competitiva respecto a otros destinos similares.

Un 50% de los entrevistados considera que la oferta turística es más competitiva respecto a otros destinos similares.

Fortalezas del Destino.

Las fortalezas prioritarias que deben ser apoyadas para mejorar la competitividad turística del destino Tuxtla Gutiérrez son: en primer lugar **la gastronomía**, y posteriormente y con similar porcentaje: **la diversidad cultural, el turismo de negocios, los congresos y convenciones, y la infraestructura de acceso.**

Tabla No. 34. Fortalezas del destino.		
Fortalezas del Destino	Frecuencia	Porcentaje
Capacidad hotelera	2	6.6%
Diversidad cultural	3	10%
Destino verde	1	3.3%
Espacios p/eventos masivos	2	6.6%
Turismo de negocios	3	10%
Turismo de aventura	1	3.3%
Congresos y convenciones	3	10%
Infraestructura de acceso	3	10%
Zoológico Miguel Álvarez del Toro	1	3.3%
Gastronomía	5	16.6%
Promoción del destino	1	3.3%
Seguridad	1	3.3%
Ubicación estratégica	2	6.6%
Cañón del sumidero	1	3.3%
Aeropuerto/accesibilidad	1	3.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Variedad de actividades incrementa la afluencia de visitantes.

Un importante porcentaje de los entrevistados considera que la variedad de actividades incrementan la afluencia de visitantes al destino

Tabla No. 35. La variedad de actividades incrementa la afluencia de visitantes.

Actividades incrementan turismo	Porcentaje
SI	64.3%
NO	35.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

3. Democratización de la actividad turística.

Relación compra-venta con empresarios del mismo destino de diferente giro.

Prácticamente la mayoría de los entrevistados afirmó mantener una relación de compra-venta con empresarios del mismo destino pero de diferente giro.

Tabla No. 36. Relación compra – venta con empresarios del mismo destino de diferentes giros.

Compra-venta con empresarios	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	92.9%
NO	1	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Distribución de beneficios económicos generados por el turismo.

Prácticamente la totalidad de los entrevistados opina que la distribución de los beneficios económicos del turismo no es adecuada.

Tabla No. 37. Distribución de beneficios económicos generados por el turismo.

Beneficios económicos del turismo.	Frecuencia	Porcentaje
SI	1	9.1%
NO	10	90.9%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

El uso de capital que se ha invertido para nuevos proyectos turísticos.

Una débil mayoría de los entrevistados considera que el capital invertido para nuevos proyectos turísticos se ha usado para generar los servicios en el destino.

Tabla No. 38. Uso del capital invertido para nuevos proyectos turísticos.

Proyectos mejoran los servicios del destino	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	50%
NO	5	35.7%
NC	2	14.3

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas para mejorar la productividad del Destino.

El 57.1% de los prestadores expusieron algunas propuestas las cuales son mencionadas en la tabla No. 38:

Tabla No. 39. Propuestas para mejorar la productividad del destino.

Propuesta	Frecuencia	Porcentaje
Capacitación para la calidad del servicio	3	14.28%
Certificaciones	1	4.7%
Utilizar el 2% de impuesto sobre hospedaje	1	4.7%
Disminuir tarifas en vuelos	1	4.7%
Generar productos turísticos	3	14.28%
Mejorar infraestructura	6	28.57%
Trabajo en conjunto con Gobierno	1	4.7%
Seguridad	1	4.7%

Promoción	3	14.28%
Mejorar la imagen urbana	1	4.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Los entrevistados mencionan como puntos clave para lograr incrementar la productividad del destino, los siguientes:

- **Mejorar la infraestructura (1º)**
- **Promoción.**
- **Generar productos turísticos.**
- **Capacitación** para la mejora del servicio.

Propuestas para mejorar la relación entre empresarios y gobierno.

Los entrevistados mencionan algunas propuestas para mejorar la relación entre empresarios y gobierno:

- La aplicación de normas.
- La creación de un consejo consultivo o comités que consigan a mejorar la relación entre las instituciones de gobierno y los empresarios con la finalidad de fortalecer la competitividad del destino.

Tabla No. 40. Propuestas para mejorar la relación entre empresarios y gobierno.

Propuestas	Frecuencia	Porcentaje
Aplicar normas	2	20%
Apoyo económico	1	10%
Consejo consultivo o comités	2	20%
Convenio de política-pública	1	10%
Difusión turística	1	10%
Reuniones de trabajo	1	10%
Mejorar certificaciones	1	10%
Relación directa entre gobierno y empresarios	1	10%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Mercado laboral del Destino.

Aproximadamente el **80%** de los entrevistados considera que en este momento el mercado laboral del destino no permite a su población lograr un **nivel de bienestar aceptable**, y ningún entrevistado respondió afirmativamente a esta pregunta. Los siguientes factores fueron mencionados como responsables de la negativa situación:

- **El desempleo y la ausencia de oferta laboral fue el factor más mencionado** como causante de la negativa situación del empleo turístico.

Tabla No. 41. Mercado laboral del destino.		
Factores	Frecuencia	Porcentaje
Desempleo o poca oferta laboral	3	37.5%
No hay crecimiento económico	1	12.5%
Bajos salarios	1	12.5%
Capacitación y certificación en normas técnicas	1	12.5%
Falta de regulación fiscal	1	12.5%
No hay inversión turística	1	12.5%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Salario de personas dedicadas a actividades de turismo.

Las respuestas de los entrevistados aparecen divididas de forma similar entre los que opinan que en el último año se elevó el salario promedio de las personas dedicadas a alguna actividad relacionada con el turismo y las que no.

Tabla No. 42. Salario de personas dedicadas a actividades de turismo.		
Elevación de salario	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	35.7%
NO	5	35.7%
NO RESPONDIO	4	28.6%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

4. Sustentabilidad turística.

Registro Nacional de Turismo.

La mayoría de los entrevistados se encuentran inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

Tabla No. 43. Registro Nacional de Turismo (inscritos).		
Registro Nacional de Turismo	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64.3%
NO	3	21.4%
NO RESPONDIO	2	14.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Normas Ambientales:

En relación a si están sujetos al cumplimiento de alguna norma ambiental, la mayoría de los entrevistados afirman estar sujetos; llama la atención un considerable porcentaje de entrevistados que contestan en forma negativa.

Tabla No. 44. Sujetos al cumplimiento de alguna norma ambiental.		
Sujeta a Normas Ambientales	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	64.3%
NO	4	28.6%
NO RESPONDIO	1	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Transportación o confinamiento de residuos sólidos.

Solo el 50% de los entrevistados paga por el manejo de los residuos sólidos de su empresa, el resto del porcentaje no respondió o no recurre a la transportación de sus residuos.

Tabla No. 45. Transportación o confinamiento de residuos sólidos.

Residuos Sólidos	Frecuencia	Porcentaje
SI	7	50%
NO	4	28.6%
NO RESPONDIO	3	21.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Certificados de Calidad Ambiental.

Ningún entrevistado manifestó contar con certificados de calidad ambiental.

Tabla No. 46. Empresas con certificado de calidad ambiental.

Certificación ambiental	Frecuencia	Porcentaje
NO	10	71.4%
NO RESPONDIO	4	28.6%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013

Implementación de mejoras para ahorro de energía.

Un importante porcentaje de los entrevistados manifestó haber implementado mejoras para el ahorro energético durante el último año, mencionando los siguientes ejemplos de acciones llevadas a cabo:

Tabla No. 47. Implementación de mejoras para ahorro de energía.

Mejoras para ahorro de energía	Porcentaje
Ahorro de energía	18.1%
Intercambio de Focos Led	27.27%
Control y análisis de productividad	9.1%
Paneles solares	9.1%
Utilizar transformador	9.1%
Desconectar aparatos	9.1%
No respondieron	18.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013

Se observa que la medida para el ahorro energético más destacada es el **intercambio de focos tradicionales por los de tipo Led**, conocidos como focos ahorradores.

Aumento o disminución de contaminación.

La mayoría de los entrevistados consideran que **durante el último año la contaminación aumento en todas sus formas de manera generalizada.**

Tabla No. 48. Aumento o disminución de contaminación.

Tipo	Aumento	Disminución
Contaminación del agua	91.6%	8.3%
Contaminación del aire	90.9%	9.1%
Contaminación del suelo	90%	10%
Contaminación acústica	81.8%	18.1%
Contaminación lumínica	66.6%	33.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Pérdida de biodiversidad en el destino.

El **71% de los entrevistados** menciona haber notado una **pérdida de biodiversidad** en el destino.

Tabla No. 49. Pérdida de biodiversidad en el destino.

Pérdida de biodiversidad	porcentaje
SI	71.4%
NO	7.1%
NO RESPONDIERON	21.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Educación ambiental y conservación del patrimonio cultural y natural.

La valoración de aspectos como educación ambiental del personal turístico y de la comunidad en general, así como aspectos relativos a la conservación del patrimonio cultural y natural son valorados mayoritariamente de forma negativa.

Resalta que aproximadamente **un 36% de los entrevistados valora la conservación del patrimonio natural en el destino como pésima.**

Tabla No. 49. Valoración de la educación ambiental y conservación del patrimonio cultural y natural.

Valoración de:	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	N/C
Educación ambiental del personal activo	7.1%	14.3%	21.4%	42.9%	7.1%	7.1%
Educación ambiental de la comunidad	7.1%	14.3%	21.4%	42.9%	14.3%	0%
Conservación de Patrimonio Cultural	7.1%	28.6%	21.4%	35.7%	7.1%	0%
Conservación de patrimonio Natural	7.1%	7.1%	42.9%	7.1%	35.7%	0%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Separación de desechos.

Una **mayoría de los entrevistados señala no contar con programas de separación de desechos**, aunque existe un importante porcentaje que menciona contar con este tipo de programas.

Tabla No. 50. Programa de separación de desechos.

Separación de desechos	Porcentaje
SI	42.8%
NO	57.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Al nivel de los ejemplos de programas mencionados, **la mayoría se basa en separación de basura orgánica e inorgánica.**

Tabla No. 51. Separación de basura en orgánica e inorgánica.

Acciones	Frecuencia	Acciones
Separación de basura orgánica inorgánica	4	28.5%
Separación de aceites, equipo atrapa grasas	2	14.2%
Sin Comentarios o acciones	8	57.14%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Consideración respecto al cuidado del medio ambiente versus incremento de la afluencia de visitantes.

La gran mayoría de los entrevistados **considera** que el cuidado por el medio ambiente no eleva la afluencia de visitantes.

Tabla No. 52. Consideración cuidado del medio ambiente versus incremento de la afluencia de visitantes.

Cuidado del Medio Ambiente aumenta visitas	Porcentaje
SI	7.1%
NO	92.9%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Se ha notado aumento de visitantes por cuidado del medio ambiente.

Existe una división clara entre los entrevistados que **han notado** que la afluencia de visitantes debido al cuidado del medio ambiente ha aumentado, mencionando casos de buenas prácticas como el ZOOMAT, y aquellos que consideran lo contrario mencionando causas como la falta de cuidado del medio ambiente por parte del gobierno y la existencia de demasiada basura en sitios turísticos.

Tabla No. 53. Cuidado del medio ambiente eleva afluencia de visitantes, notado por los entrevistados.

Mayor afluencia de visitantes debido al cuidado del ambiente	Porcentaje	Comentarios
SI	46.1%	⇒ Se observa en sitios como el ZOOMAT, áreas naturales. ⇒ Por la imagen y conciencia hacia los recursos.
NO	53.8%	⇒ No existe cuidado por parte de gobierno. ⇒ Demasiada basura en sitios turísticos.

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Procesos para mejorar el medio ambiente.

La mayoría de los entrevistados manifiestan estar dispuestos a realizar inversiones en equipo y/o procesos para mejorar el medio ambiente, sugiriendo algunas medidas como:

- ✚ Aprovechar el agua de lluvia.
- ✚ El uso de la luz solar a través de los paneles solares.
- ✚ Uso de focos ahorradores.
- ✚ Separación de residuos sólidos.

Tabla No. 54. Procesos para mejorar el medio ambiente.

Inversión para mejorar el medio ambiente	Porcentaje
SI	57.1%
NO	21.4%
N/R	14.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Acciones para el cuidado del medio ambiente y hacer competitivo el destino.

De la gran variedad de acciones mencionadas para mejorar la competitividad del destino a través del cuidado al medio ambiente, sobresalen ligeramente tres:

- ✿ Limpieza del destino.
- ✿ Reforestar diferentes áreas.
- ✿ Capacitar y concientizar a las personas para el cuidado del ambiente.

Tabla No. 54. Acciones para el cuidado del medio ambiente y hacer competitivo el destino.

Acciones para el cuidado del Ambiente	Porcentaje
Cuidado y limpieza del cañón	9.5%
Recolección de basura	9.5%
Limpieza del destino	14.2%
Quitar espectaculares	4.7%
Reforestación	14.2%
Difusión de logros	4.7%
Paneles solares	9.5%
Separar basura	9.5%
Reducir uso de luz	4.7%
Manejo de residuos	4.7%
Concientización y capacitación	14.2%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Infraestructura actual cuida el medio ambiente.

Un importante porcentaje de los entrevistados considera que con la infraestructura actual no se favorece el cuidado de la calidad ambiental del destino, mencionando causas como:

- ✿ No existe un trato adecuado al deshecho de residuos.
- ✿ No existen suficientes depósitos de basura en las calles.
- ✿ Existe un descuido por parte del gobierno.

Propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.

La mayoría de los entrevistados afirmó tener propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.

Tabla No. 55. Existencia de propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.

Propuestas	Porcentaje
Si	85.7%
No	14.2%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Siendo algunos ejemplos los siguientes:

Tabla No. 56. Ejemplos de propuestas para el cuidado de la energía y el medio ambiente.

Propuestas	% de entrevistados que mencionan
Campañas de limpieza	23.8%
Concientización y educación a los ciudadanos	19%
Programas de ahorro de energía	9.5%
Mejora de la imagen urbana	4.7%
Utilización de enotécnicas	4.7%
Uso de lámparas LED	4.7%
Separación de desechos	4.7%
Uso de celdas o paneles solares	19%
Reciclaje	4.7%
Energía eólica	4.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La propuesta en las que más coinciden los entrevistados a la hora de mejorar el cuidado de la energía y el medio ambiente es la **realización de campañas de limpieza**.

5. Formación y Certificación.

Distribución de nivel de escolaridad de los empleados que laboran en su empresa.

Únicamente un 29% de los empleados reportados por los entrevistados presentan un nivel de escolaridad superior.

Tabla No. 57. Distribución del nivel de escolaridad de los empleados que laboran en su empresa.

Nivel	No. de personas	Porcentaje
Primaria	29	13.7%
Secundaria	60	28.4%
Media superior	60	28.4%
Superior	62	29.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Capacitación especializada a los empleados.

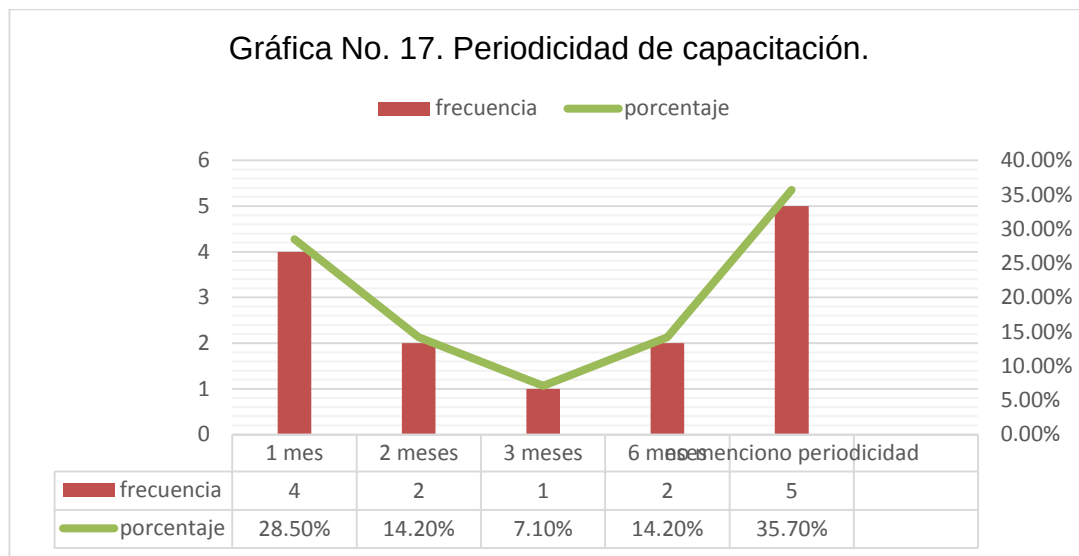
La gran mayoría de los entrevistados afirma ofrecer capacitación especializada a sus empleados.

Tabla No. 58. Capacitación especializada a los empleados.

Capacitación	Porcentaje
SI	92.9%
NO	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La periodicidad con la que se realizan las capacitaciones se señala en la gráfica No. 17.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Cursos de Capacitación.

A partir de la respuesta a la solicitud de mención de cursos que han recibido los empleados de los entrevistados, se ha elaborado la siguiente tabla de cursos mencionados:

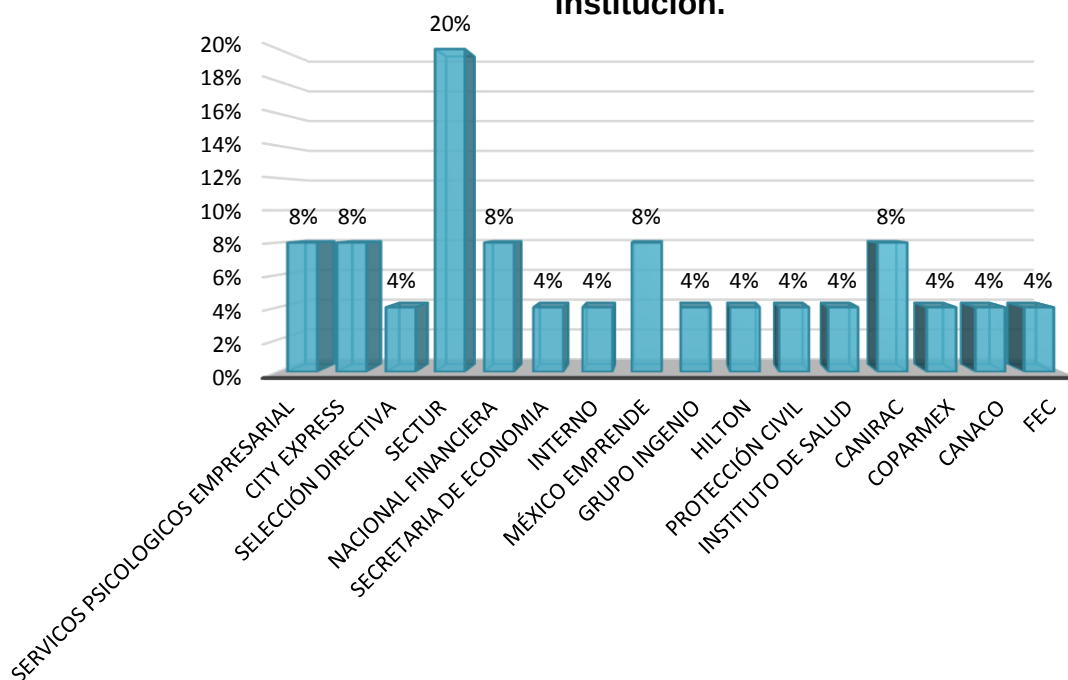
Tabla No. 58. Cursos de capacitación impartidos al personal que labora en empresas turísticas.

Cursos	
Responsabilidad de líder en ventas	Manejo higiénico
Atender y servir al cliente	Alimentos
Pruebas psicométricas	Relaciones publicas
Cursos internos	Concientización turística
Ventas para pequeñas empresas	Curso básico de cocina
Técnicas de inversión	Manejo de redes de actividad fiscal
13 pasos para plan de negocio	Primeros auxilios
Hábitos buenos	Ventas
Distintivo M	Manejo de personal
Posicionamiento de negocio	Promoción y ventas
Competitividad empresarial	Manejo de redes sociales
Moderniza	Vendedores alto rendimiento
Mercadotecnia 2.0	Elaboración de manual de protección civil
Reciclaje	

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La gráfica No. 18, muestra la importancia de las instituciones a nivel de número de cursos impartidos de los mencionados por los entrevistados:

Gráfica No. 18. Número de cursos impartidos por institución.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Por último, la tabla No. 59, muestra las áreas en las que se concentraron los diferentes cursos de capacitación, siendo la de mayor porcentaje la administrativa, seguida por las de ventas, cocina y cursos de capacitación generales impartidos a todos los empleados.

Tabla No. 59. Áreas en las que se concentraron los cursos de capacitación impartidos.

Área	% de entrevistados que mencionan
Ventas	14.2%
Gerencia general	3.5%
Atención a clientes	3.5%
Recursos humanos	3.5%
Ama de llaves	3.5%
Recepción	7.1%
Administración	25%
Área operativa	3.5%
General (todos los empleados)	14.2%
Meseros	7.1%
Cocina	3.5%
Servicios	10.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Satisfacción del Cliente.

La mayoría de los entrevistados manifiesta aplicar encuestas para conocer a través de ellas datos sobre satisfacción por parte de sus clientes.

Tabla No. 60. Aplicación de encuestas de satisfacción del cliente.	
Aplicación de encuestas	Porcentaje
SI	85.7%
NO	14.3%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Métodos de aplicación de encuestas.

Los métodos más comunes son los de formato simple, los buzones de quejas y sugerencias y los cuadernos de sugerencias.

También se mencionan métodos opcionales como: uso de redes sociales, realización de encuestas o sugerencias por correo electrónico, encuestas por internet, encuestas en pantalla PC y a recopilación de información a través del contacto directo con el cliente.

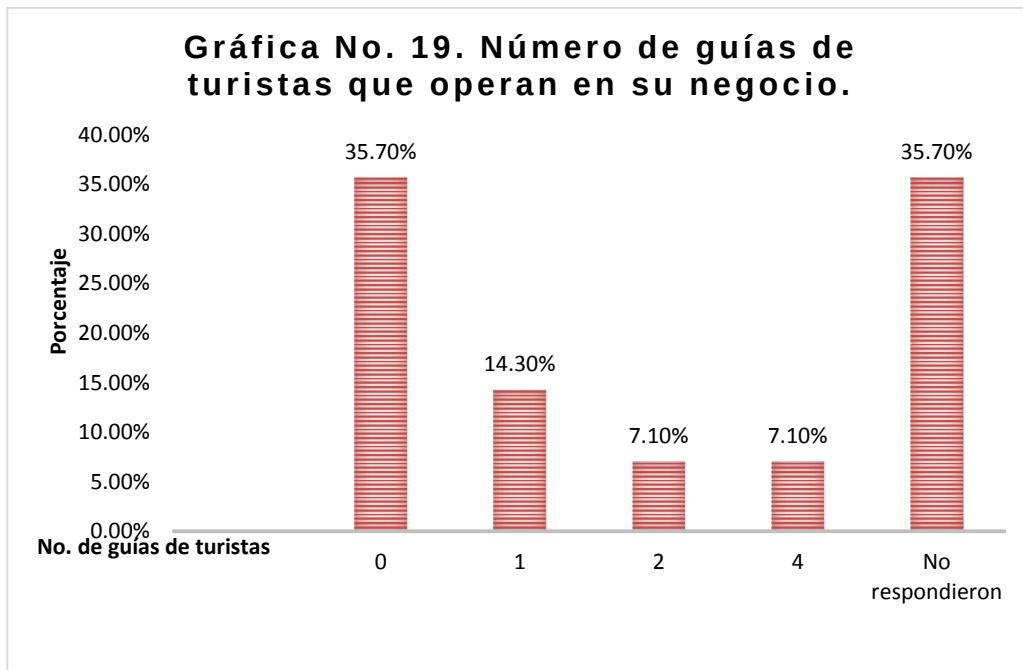
Tabla No. 61. Método de aplicación de encuestas.	
Método	Porcentaje
Formato simple	24.13%
Buzón de quejas y sugerencias	20.6%
Cuaderno de sugerencias	20.6%
Otro	34.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Guías de turistas.

La gráfica No. 19, muestra las respuestas a la pregunta: ¿Cuántos guías de turistas operan en su negocio?

La mayor parte de los entrevistados respondió cero o no respondió.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Efectos de la productividad.

Luego de pedir a los entrevistados que valoraran su nivel de productividad de acuerdo con cuatro diferentes razones por las que su negocio es más competitivo, se obtuvieron los resultados que se muestran en la tabla No. 61. :

Tabla No. 61. Aspectos que inciden en la productividad de la empresa.				
Productividad por efecto de:	Indiferente	Desacuerdo	Muy de Acuerdo	N/R
Grado de estudio de empleados	35.7%	28.6%	28.6%	7.1%
Capacitación en temas turísticos	28.6%	50%	21.4%	0%
Conocimiento de idiomas	28.6%	50%	14.3%	7.1%
Atención de quejas y sugerencias	14.3%	64.3%	14.3%	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La opción en la que más entrevistados manifestaron estar como muy de acuerdo en cuanto a la influencia en su nivel de competitividad fue el **grado de estudio de los empleados**, seguida de la **capacitación en temas turísticos**.

Dominio de otro Idioma.

Aproximadamente el 70% de los entrevistados tiene de cero a tres empleados que hablan un idioma diferente al español o a su lengua materna entre sus empleados.

Nivel de capacitación actual y su relación con competitividad del destino.

Aunque por ligera diferencia, la mayoría de los entrevistados consideran que con el nivel de capacitación actual de las personas dedicadas a actividades relacionadas con el turismo se aprovecha el potencial del destino.

Tabla No. 62. ¿Capacitación actual maximiza el potencial del destino?	
Respuesta	Porcentaje de respuesta
SI	57%
NO	43%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas de capacitación para mejorar la competitividad.

En la tabla No. 63, se muestran las propuestas temáticas para la mejora de la competitividad a través de la capacitación y el porcentaje de entrevistados que coinciden en cada propuesta:

Tabla No. 63. Propuestas de capacitación para mejorar la competitividad del destino.	
Propuestas	Porcentaje
Capacitación	30%
Conocimiento de inglés básico	10%
Servicio al cliente	5%
Información turística	10%
Certificación	10%
Cuidado del ambiente y reservas naturales	10%
Facilidad de horarios	5%
Medición de la satisfacción	5%
Que no haya vendedores ambulantes	5%
Conocimiento de destinos turísticos e infraestructura	10%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

De las diferentes propuestas, la que más número de coincidencias tuvo fue la capacitación, sin especificar el tipo o área.

6. Accesibilidad e Infraestructura.

¿Cuál ha sido la evolución de los siguientes conceptos en los últimos 12 meses?

Tabla No. 64. Evolución de la accesibilidad e infraestructura en el destino en los últimos 12 meses.

Concepto	Deterioro	Mejora	No sabe/no contestó
Aéreo			
Vuelos regulares	14.3%	71.4%	14.3%
Aeronaves privadas	7.1%	14.3%	78.6%
Acuático			
Líneas de transbordadores y pasajeros	0%	21.4%	78.6%
Cruceros	7.1%	21.4%	71.4
Yates	7.1%	14.3%	78.6%
Terrestre			
Ferrocarril	7.1%	14.3%	78.6%
Autobuses y otros medios de transporte público	28.6%	42.9%	28.6%
Taxis, limusinas y alquiler de vehículos	21.4%	35.7%	42.9%
Otros medios de transporte terrestre: caballo, bicicleta, motocicleta	14.3%	28.6%	57.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Una mayoría de los entrevistados consideran que, en los últimos doce meses, dos aspectos fundamentales para el acceso al destino como son los vuelos regulares y los autobuses y otros medios, mejoraron.

Conectividad de los medios de transporte (¿Cómo calificaría la conectividad entre los medios de transporte de su destino al exterior?)

Una mayoría de los entrevistados valora de excelente (35.7%) a bueno (21.4%) la conectividad aérea, aunque existe también un importante porcentaje que la valora como regular (42.9%).

La valoración de la conectividad terrestre es muy heterogénea, aunque el porcentaje de valoraciones entre regular y mala es ligeramente mayor.

Tabla No. 65. Valoración de la conectividad entre los medios de transporte del destino.

Medios de transporte	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo	N/C
Aéreos	35.7%	21.4%	42.9%	-	-	-
Terrestre	21.4%	21.4%	35.7%	14.3%	-	7.1%
Acuáticos	7.1%	14.3%	7.1%	21.4%	14.3%	35.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Proyectos de infraestructura (¿Existen proyectos de infraestructura turística en proceso?).

La respuesta acerca de los proyectos de infraestructura no nos deja conclusiones muy claras, aunque podría indicar un conocimiento débil por parte de los entrevistados de las acciones al respecto. Destacar que los únicos proyectos que se mencionan son: la Carretera de Palenque y la del Libramiento Sur para hacer conexión con el aeropuerto.

Tabla No. 66. Existencia de proyectos de infraestructura en proceso.

Existencia proyectos de Infraestructura	Porcentaje
SI	21.4%
NO	28.6%
NO RESPONDIERON	50%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Tipo de usuario de medios de transporte (¿En su opinión, que tipo de usuario es el que más utiliza los medios de transporte con los que cuenta el destino?)

Los usuarios que más utilizan el transporte que ofrece el destino son, por orden de importancia los siguientes: visitantes de negocios y por motivos profesionales, pasajeros en tránsito, y estudiantes

Tabla No. 67. Tipo de usuario que utiliza los medios de transporte del destino.

Tipo de usuario	Frecuencia	Porcentaje
Nacionales que residen en el extranjero	1	2.5%
Pasajeros en tránsito	10	25.6%
Tripulaciones	1	2.5%
Pasajeros de cruceros y de embarcaciones de recreo	2	5.1%
Personas que cruzan con frecuencia la frontera	1	2.5%
Estudiantes	9	23.07%
Pacientes	3	7.6%
Visitantes de negocios y por motivos profesionales	12	30.7%

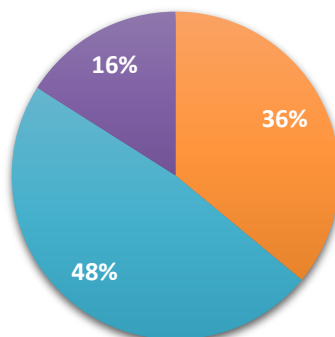
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Tipo de Infraestructura para elevar la Productividad (¿Qué tipo de infraestructura se requiere para elevar la productividad?)

La infraestructura turística más mencionada como la necesaria para mejorar la competitividad turística del destino fue la terrestre, seguida de cerca por la aérea.

Gráfica No. 20. Tipo de infraestructura para elevar la productividad del destino.

■ AEREA ■ TERRESTRE ■ MARÍTIMA

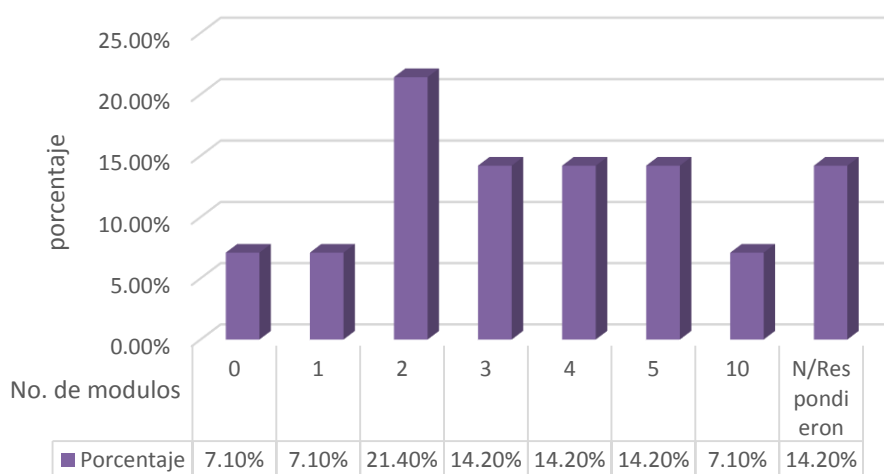


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Módulos de Información Turística (¿Cuántos módulos de información turística existen en su destino?).

La elevada heterogeneidad de las respuestas de los entrevistados sugiere un desconocimiento por parte de estos acerca del número de módulos de información presentes en el destino, lo que indica posible **desconexión entre los esfuerzos públicos y privados al nivel de la información turística.**

Gráfica No. 21. Existencia de módulos de información turística.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas de Desarrollo Urbano (¿Qué planes de desarrollo urbano considera que son necesarios para elevar la conectividad de su destino?).

Las respuestas mayoritarias para la mejora de la conectividad a través del desarrollo de planes de desarrollo urbano en Tuxtla Gutiérrez fueron:

☞ Arreglar carreteras que comunican el destino (Veracruz y Tabasco).

☞ Mejora de calles.

La tabla No. 68, muestra las diferentes respuestas y el porcentaje de coincidencias:

Tabla No. 68. Propuestas de desarrollo urbano necesarias para elevar la conectividad del destino.	
Propuestas de desarrollo	Porcentaje
Arreglar carreteras que comunican al destino (Veracruz y Tabasco)	20%
Nuevas vías de acceso	8%
Mejora de calles	12%
Transporte urbano	4%
Lograr proyecto carretero Tuxtla-San Cristóbal-Palenque	8%
Desagüe pluvial	8%
Estructura de estacionamiento p/unidades turísticas	8%
Mejora señalética	8%
Reforestación	4%
Mejorar accesos viales	4%
Limpieza de la ciudad	4%
Mejorar imagen urbana	4%
N/R	8%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Conectividad del Destino (¿Considera usted que la conectividad de su destino hacia diferentes regiones afecta a su competitividad?).

El 64.2% de los entrevistados contestaron que la conectividad de Tuxtla Gutiérrez hacia otros lugares afecta a su competitividad como destino turístico. El mal estado de las carreteras fue la causa más identificada de este problema.

Tabla No. 69 Características de conectividad que afectan la competitividad del destino.

Características	Porcentaje
Pocas líneas aéreas	11.1%
Mal estado de las carreteras	55.5%
Accesibilidad	11.1%
Carencia de buena conectividad	11.1%
Cuotas excesivas a profesionistas	11.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

7. Seguridad Patrimonial y Física.

Frecuencia en la que los delitos afectan al turismo en el destino (Evalúe la frecuencia con la que los siguientes delitos afectan al turismo en su destino).

Los entrevistados consideran que delitos como: asalto a mano armada, delitos contra la salud y homicidios dolosos, ocurren de forma ocasional en el destino.

Delitos como secuestros, robos y extorsiones son más comunes, siendo los dos últimos marcados de forma alarmante.

Tabla No. 70. Frecuencia en la que los delitos afectan al turismo en el destino.

Tipos de delito	Muy frecuente	Regular	Ocasionalmente	Nunca
Asalto a mano armada	0%	35.7%	64.28%	0%
Robo	21.4%	71.4%	7.1%	0%
Delitos contra la salud	7.1%	21.4%	71.4%	0%
Homicidios dolosos	21.4%	14.2%	64.2%	0%
Secuestro	0%	42.8%	57.14%	0%

Extorsión	21.4%	42.8%	35.7%	0%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Incidencia Delictiva (¿Considera que la incidencia delictiva ha sido un problema en el último año?).

Una importante mayoría de los entrevistados considera que la **incidencia delictiva** ha sido un **problema para la competitividad** del destino en el último año.

Tabla No. 71. Incidencia delictiva como problema para la competitividad del destino, en el último año.

Incidencia delictiva	Porcentaje
SI	71.4%
NO	21.4%
N/R	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Dentro de los tipos de incidencias delictivas presentadas en el último año, el más mencionado fue el aumento de “feminicidios, secuestros, asaltos y delitos”.

Tabla No. 72. Tipos de incidencias delictivas presentada en el último año a percepción de los entrevistados.

Tipos de incidencias	Porcentaje
Estado con bandas	10%
Inseguridad produce desconfianza del visitante	20%
Problemas de inseguridad	20%
Mala imagen del destino	20%
Feminicidios, secuestros, asaltos y delitos que han ido en aumento	30%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Manejo de Situaciones de Riesgo (¿Cuenta con protocolo de manejo de situaciones de riesgo?).

Únicamente un 35.7% de los entrevistados cuenta con un protocolo de manejo de situaciones de riesgo, mencionando:

- Normas de Protección Civil (60%)
- Plan Corporativo de Emergencias (20%).
- Plan de contingencia (20%).

Tabla No. 73. Existencia de protocolo de manejo de situación de riesgos en empresas turísticas entrevistadas.

Protocolo de riesgo	Porcentaje
SI	35.7%
NO	42.8%
N/R	21.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Sistemas de Seguridad (¿Cuenta con algún sistema de seguridad en su negocio?)

El 71.4% de los entrevistados cuenta con algún sistema de seguridad en su negocio.

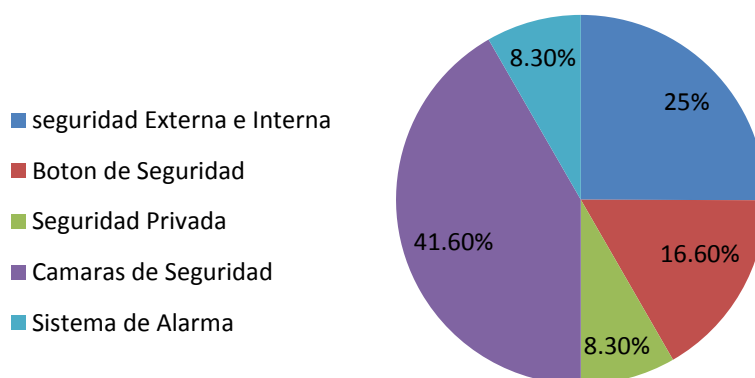
Tabla No. 74. Existencia de sistemas de seguridad en empresas turísticas entrevistadas.

Sistema de seguridad	Porcentaje
SI	71.4%
NO	28.5%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a Empresas turísticas del destino, 2013.

De los sistemas de seguridad mencionados, el mayor fue el de cámaras de seguridad, como muestra el siguiente gráfico:

Gráfica No. 22. Sistemas de seguridad.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Mejora de Servicio por sistemas de Seguridad. ¿Considera que la cantidad de éstos sistemas le han permitido mejorar su servicio?

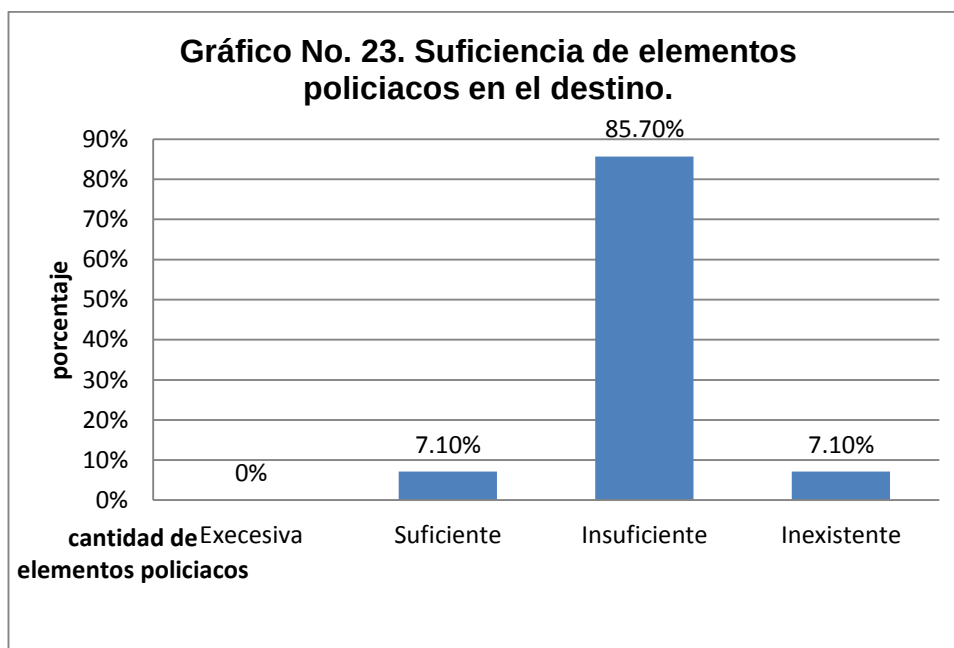
Aproximadamente la mitad de los encuestados considera que los sistemas de seguridad le han permitido mejorar su servicio.

Tabla No. 75. Mejora de servicio por sistema de seguridad.	
Mejora el servicio	Porcentaje
SI	50%
NO	21.4%
N/R	28.5%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Elementos policiacos del Destino Turístico. ¿Considera que la cantidad de elementos policiacos en su destino es?

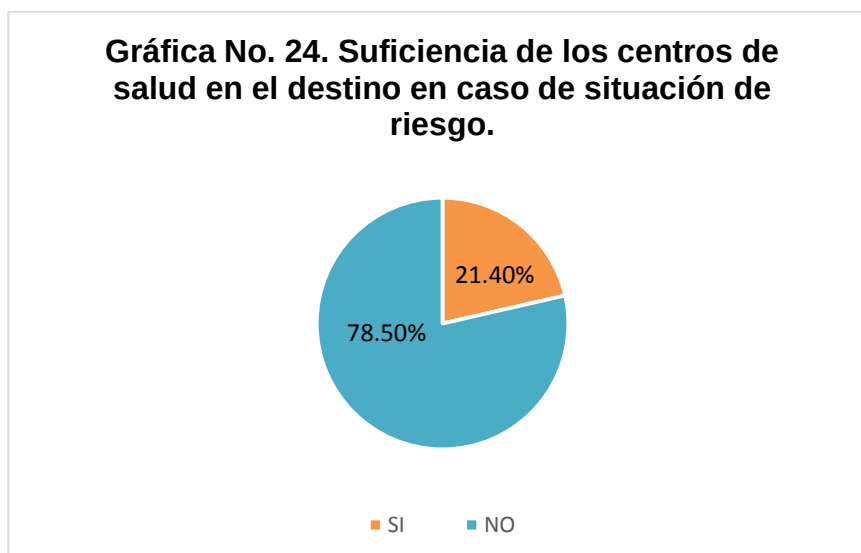
La gran mayoría de los entrevistados considera que la cantidad de activos policiacos presentes en el destino es insuficiente.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Centros de Salud.

La gran mayoría de los entrevistados considera que los **centros de salud presentes en el destino no serían suficientes** en caso de una situación de riesgo.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La causa más mencionada es la **falta de hospitales e infraestructura**, seguida de la **falta de servicios suficientes**, tal y como se muestra en la tabla No. 76.

Tabla No. 76. Causas de no suficiencia de los centros de salud en situación de riesgo.

Causas	Porcentaje
Sector de salud ha mejorado	9.0%
Faltan hospitales e infraestructura	45.4%
No hay suficientes servicios	27.2%
Espacios insuficientes	9.0%
Centros de salud en malas condiciones	9.0%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Percepción de Inseguridad (¿Considera que debido a la percepción de la seguridad su destino ha sido menos visitado en el último año?)

La mitad de los encuestados considera que el destino fue menos visitado durante el último año debido a la percepción de inseguridad.

Las razones más mencionadas son: la **mala imagen o mala publicidad del destino debido a la situación de seguridad**, y el **carácter amarillista de la prensa**.

Tabla No. 77. Influencia de la percepción de la seguridad en las visitas al destino.

Destino menos visitado por seguridad	Porcentaje
SI	50%
NO	42.8%
N/R	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas de Iniciativas de Seguridad (¿Qué iniciativas en materia de seguridad pública propondría para mejorar la distinción de su destino como un lugar seguro?)

La tabla No. 78, muestra las diferentes iniciativas propuestas para la distinción de Tuxtla Gutiérrez como destino seguro, siendo la más mencionada el **aumento del número de elementos policiacos**.

Tabla No. 78. Iniciativas propuestas en materia de seguridad pública.

Propuestas de Iniciativa	Porcentaje
Mayor número de elementos policiacos	25%
Más alumbrado público	12.5%
Leyes más estrictas	4.1%
Capacitación a los elementos policiacos	12.5%
Constante patrullaje	8.3%
Crear policía turística	8.3%
Policía y tránsito del estado que apoye al turista	4.1%
Implementar más cámaras de seguridad	4.1%
Combatir la delincuencia	8.3%
Operativos constantes	4.1%
Atención inmediata a las llamadas de emergencia	4.1%
Mejores hospitales y personal de emergencia capacitados	4.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

8. Promoción y Comercialización.

Inversión (¿Realizó inversión en los últimos doce meses? ¿En que invirtió?).

Aproximadamente un 80% de los entrevistados manifestó haber realizado inversión en los últimos doce meses. El rubro de inversión más señalado por los entrevistados fue en equipo, seguido de publicidad y otros negocios, con un porcentaje muy reducido para partidas relacionadas con la innovación y las TIC's.

A continuación se muestra en la gráfica No. 25, las principales partidas de inversión de los mismos y su porcentaje de importancia:



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013

Fuente de recurso de la inversión. ¿Cuál fue la principal fuente de recursos que le permitió llevar a cabo esta inversión (puede elegir más de una)?

Con respecto a la fuente de financiación que permitió a los entrevistados realizar la inversión señalada en la pregunta anterior, la mayoría mencionó **recursos propios (50%)**, seguido de **créditos de instituciones financieras (31.25%)**.

Tabla No. 79. Fuente de recursos para la inversión en promoción.

Fuente de recursos	Porcentaje
Crédito de institución financiera	31.25%
Crédito de proveedores	12.5%
Recursos propios	50%
Programa gubernamental	0%
Otro	6.25%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Paquetes de Servicios (¿Ofrece paquetes de servicios?).

Como muestra la siguiente tabla, **más del 50% de los entrevistados ofrecen paquetes de servicios a sus clientes.**

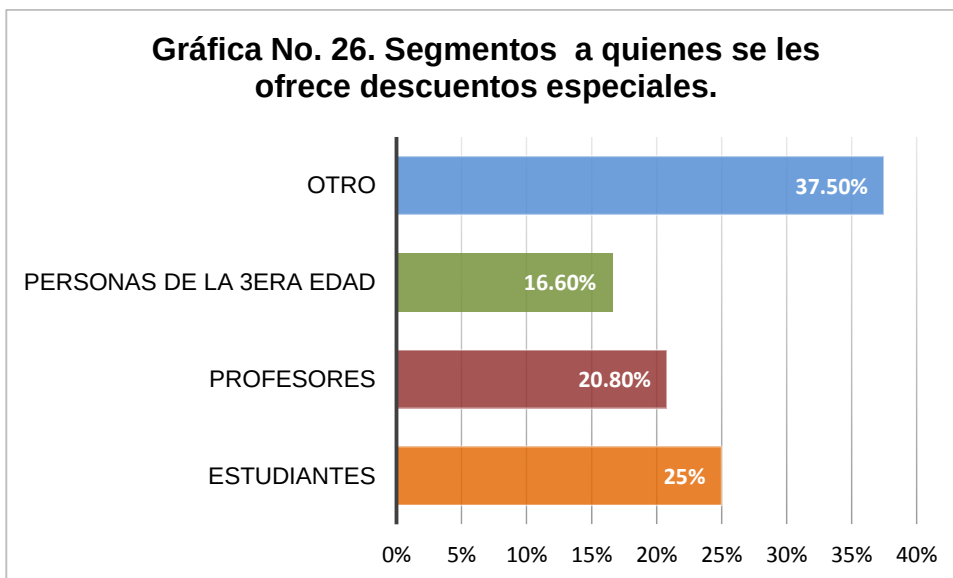
Tabla No. 80. Paquete de servicios.

Ofrece paquetes de Servicios	Porcentaje
SI	57.14%
NO	28.5%
N/R	14.2%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Descuentos Especiales (Elija el segmento de personas para los que usted ofrece descuentos especiales).

Más del 80% de los entrevistados ofrece algún tipo de descuento. Los segmentos por tipo se muestran en la gráfica No. 26.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

El tipo de descuento mayoritariamente ofrecido por los entrevistados es el **de Otros**, en el que se mencionan diversos tipos de descuentos a: instituciones de educación y beneficencia, a público en general, a agencias de viajes, descuentos a gobierno, menores de edad, a empresas, a grupos y frecuentes, y a organizaciones con las que se tiene convenio.

Le siguen, por orden de importancia, los **descuentos a estudiantes**, a **profesores** y a **personas de la tercera edad**.

Incremento de Demanda (¿Ha incrementado la demanda con la implementación de estos paquetes o descuentos?).

La **mayoría de los entrevistados (64.2%) consideran que la demanda ha incrementado**, debido a la implementación de los paquetes y descuentos mencionados, tal y como muestra la tabla No.81.

Tabla No. 81. Incremento de la demanda con la implementación de paquetes o descuentos.	
Incremento de demanda	Porcentaje
SI	64.2%
NO	28.5%
N/R	7.1%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Asociados con tour operadores (¿Está asociado a algún tour operador?).

El porcentaje de entrevistados asociados a tour operadores es minoritario (35.7 %).

Tabla No. 82. Asociación con tour operadores.

Asociación a TTOO	Porcentaje
SI	35.7%
NO	57.1%
N/R	7.1 %

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Variedad cultural y gastronómica (¿Utiliza la variedad cultural y/o gastronómica para mejorar el servicio que ofrece?)

Una mayoría de entrevistados menciona utilizar la variedad cultural y/o gastronómica para mejorar el servicio que ofrece, tal y como muestra la siguiente tabla.

Tabla No. 83. Utilización de la variedad cultural y gastronómica en la mejora del servicio ofrecido.

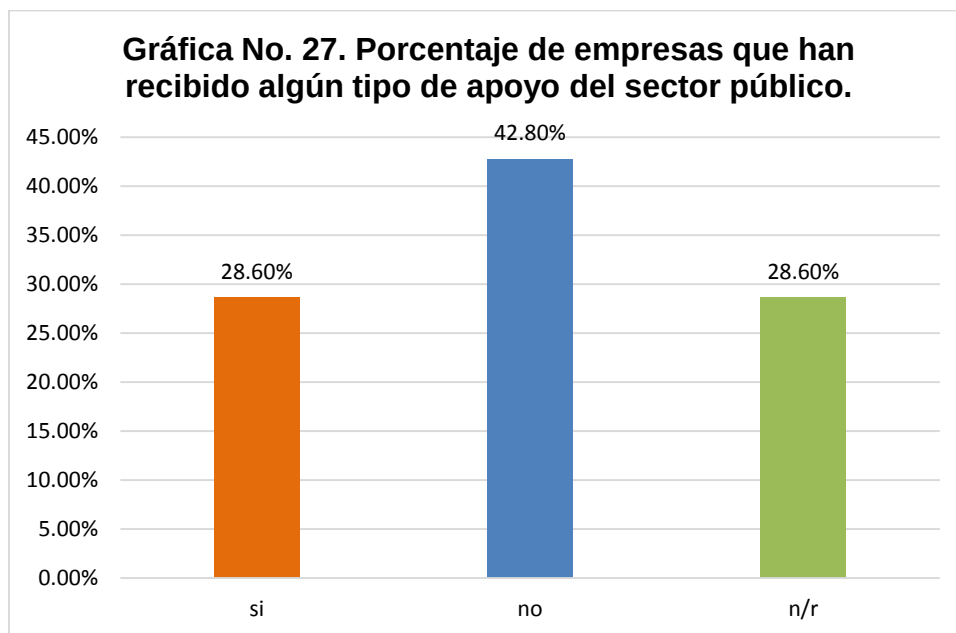
Variedad Cultural y Gastronómica	Porcentaje
SI	57.1%
NO	28.5%
N/R	14.2%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Apoyos de Programa de Sector Público (¿Ha recibido algún apoyo del programa sector público?).

La siguiente gráfica muestra que un importante porcentaje de los entrevistados manifiesta no haber recibido apoyo de programas del sector público (48%).

De entre los que manifestaron sí haber recibido algún apoyo (28.60%), se mencionaron programas como: Préstamo FOFOE, Moderniza, Marca 2.0, y Turismo Difusión.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Rubros (Califique los siguientes rubros).

Tabla No. 84. Rubros varios a calificar.					
Rubros	Excelente	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
Acceso a crédito de la banca comercial	11.1%	66.6%	11.1%	11.1%	-
Banca de Desarrollo	-	55.5%	11.1%	33.3%	
Facilidad para iniciar negocio en su localidad	-	30%	40%	10%	20%
Nivel de retorno de la inversión inicial	-	30%	40%	20%	10%
Acceso a servicios básicos	-	40%	40%	20%	-
Promoción del destino turístico al que pertenece	-	30%	50%	10%	10%
Coordinación con organismos turísticos regionales	-	50%	10%	30%	10%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas Del destino, 2013.

Una mayoría de los entrevistados **evalúa de forma positiva** aspectos importantes para la iniciativa privada como: el **acceso a crédito de la banca comercial y el acceso a servicios básicos**.

La evaluación del **acceso a la banca de desarrollo** y la **coordinación con organismos turísticos oficiales** es valorada de forma más dispar, con un volumen proporcional de valoraciones positivas y regulares/negativas.

Aspectos como la facilidad para el inicio de nuevos negocios, el **acceso a servicios básicos**, el **nivel de retorno de la inversión inicial** y la **promoción del destino** son valorados mayoritariamente de forma poco positiva (regular/negativa/pésima).

Acceso a Insumos (¿Tiene acceso a los insumos necesarios para llevar a cabo su actividad en los plazos adecuados?).

La mayoría de los entrevistados manifiesta tener acceso a los insumos necesarios para llevar a cabo su actividad en los plazos adecuados, tal y como muestra la siguiente gráfica.

Tabla No. 85. Acceso a insumos necesarios.	
Acceso	Porcentaje
SI	71.4%
NO	7.1%
N/R	21.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Canal de ventas de productos/servicios (¿Cuenta con un canal de venta de los productos/servicios que ofrece?).

Una gran mayoría de los entrevistados manifiesta contar con canales de venta de sus productos y servicios.

Dentro de estos canales de venta, **domina la venta personalizada y la venta directa**, tal y como muestra la siguiente tabla.

Tabla No. 86. Canales de venta de productos / servicios.

Canales de Ventas	Porcentaje
Personalizada	38%
Recomendación	23.8%
Directa	33.3%
Otro	4.7%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Promoción del Destino. ¿Considera que la promoción de su destino permite que este sobresalga en relación a otros destinos del mismo tipo?

Tal y como muestra la tabla No. 87, un importante porcentaje de entrevistados considera que la **promoción de su destino favorece la diferenciación del mismo** con respecto a destinos similares.

Tabla No. 86. Promoción del destino favorece la diferenciación del mismo.

Promoción	Porcentaje
SI	64.3%
NO	14.2%
N/R	21.4%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas de Promoción del Destino (¿Tendría alguna propuesta para mejorar la promoción de su destino que lo haga ser más competitivo?)

Las propuestas que más sobresale es la realización de **campañas de mercadotecnia**, seguida de la **mejora de la imagen del destino** y la **promoción de los principales sitios turísticos**.

La tabla No. 87, muestra las propuestas realizadas por los entrevistados para la mejora de la competitividad del destino a través de su promoción:

Tabla No. 87. Propuestas de promoción del destino.

Propuestas	Porcentaje
Campañas de mercadotecnia	23.0%
Definir vocación el destino	7.6%
Identificar atractivos	7.6%
Mejorar imagen del destino	15.3%

Personal capacitado	7.6%
Promoción de los PST	15.3%
Limpieza del cañón	7.6%
Participación en eventos	7.6%
Rescate de fiestas populares	7.6%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

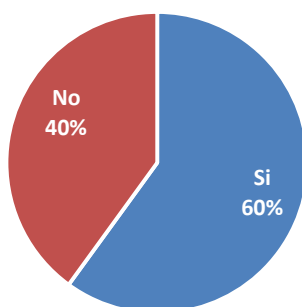
9. Gestión del Destino.

Contacto con Dirección de Turismo. ¿Tiene contacto con la dirección de Turismo estatal o regional?

Una mayoría de los entrevistados (60%) manifiesta tener contacto con la Dirección de Turismo del Destino, que en el caso de Tuxtla Gutiérrez puede hacer referencia a la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez o a la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Dentro de los beneficios que obtienen al tener comunicación y contacto con dicho organismo se mencionó: Capacitación, promoción coordinada y proyección.

Gráfica No. 28. Contacto con Dirección de Turismo.

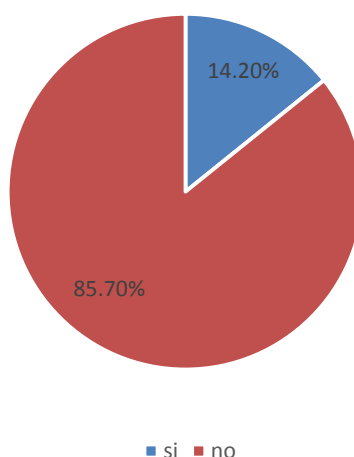


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a Empresas turísticas del destino, 2013.

Comité de Turismo Sustentable. ¿Se cuenta con algún comité u organización de turismo sustentable?

Las respuestas acerca de la existencia de un Comité u Organización de Turismo Sustentable en el destino fueron mayoritariamente negativas (85.70%), de lo que se deduce que no existe un organismo tal y en caso de que exista no ha sido identificado por la mayoría de los entrevistados.

Gráfica No. 29. Existencia de Comité u Organización de Turismo Sustentable.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Composición de Comité (Divida la composición del Comité u Organización en número de personas).

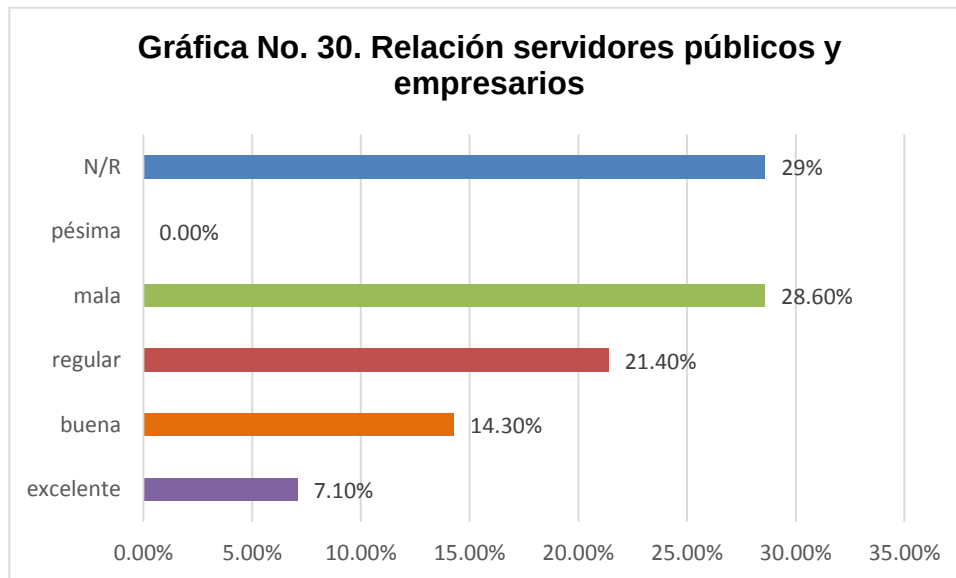
Debido a que la mayoría no tiene conocimiento de la existencia de un comité u organización de Turismo Sustentable, no se obtuvo este dato.

Relación entre servidores públicos y empresarios del sector turístico. ¿Cómo calificaría la relación entre los servidores públicos y los empresarios del ramo turístico para atraer visitantes?

Una mayoría de los entrevistados (50%) define la relación entre servidores públicos como regular (21.4%) o mala (28.6%).

Sólo una minoría de los entrevistados la define como buena (14.3%) o excelente (7.1 %).

Llama la atención también un significativo porcentaje de abstención entre los entrevistados (29%).



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Planteamientos de iniciativa de alto impacto. ¿Considera que el presupuesto asignado a su destino favorece el planteamiento de iniciativas de alto impacto? ¿Por qué? Especifique.

Como muestra en la tabla No. 88 la mayor parte de los entrevistados (83.3%) consideran que el actual presupuesto asignado al destino no favorece el planteamiento de iniciativas de alto impacto.

Tabla No. 88. Presupuesto asignado al destino favorece el planteamiento de iniciativa de alto impacto.	
Favorecen iniciativas	Porcentaje
SI	16.6%

NO	83.3%

Fuente:

Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Dentro de las especificaciones de aquellos que contestaron que no, encontramos coincidencias entre aquellas que no hacen referencia a la cantidad asignada, sino a la forma en la que se usa, como: **“No se tiene un plan de inversión”**, **“falta enfocar los objetivos”**, o **“no se usa para lo que dicen que se usa”**.

Encontramos otras respuestas que hacen mención al **desconocimiento del presupuesto**, a la **ausencia de recursos para promoción**, y a la **“necesidad de una gran inversión inicial** para atacar el problema de una sola vez”

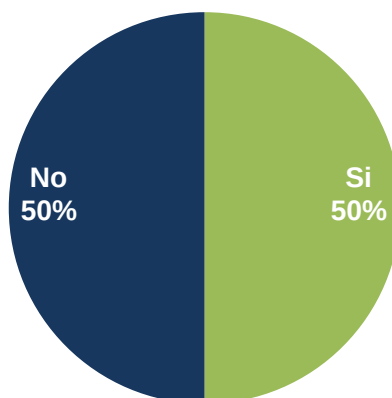
Regularización de comercio ambulante. ¿En su destino se han implementado iniciativas para regularizar el comercio ambulante?

Como muestra la gráfica No. 31, existe una importante disparidad de opiniones entre aquellos que contestaron a esta pregunta, con una mitad que manifiesta que no se han implementado iniciativas y otra mitad manifiesta que sí.

De los que contestaron de forma afirmativa, llama la atención que se repiten menciones que hacen referencia a que las acciones realizadas carecen de continuidad: **“de forma esporádica”** o **“solo han sido chispazos”**.

Existe un significativo porcentaje de entrevistados que no contestaron a esta pregunta, quizás por desconocimiento.

Gráfica No. 31. Regularización de Comercio Ambulante



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Iniciativas para mejorar la coordinación institucional. ¿Qué iniciativas se deberían implementar para mejorar la coordinación institucional?

En respuestas a la pregunta de este apartado, los entrevistados mencionaron algunas sugerencias de acción para mejorar la coordinación institucional, que se exponen en la siguiente tabla:

Tabla No. 89. Sugerencias para mejorar coordinación institucional en Tuxtla Gutiérrez

✓ Comunicación entre instituciones gubernamentales y PST.
✓ Comités formales
✓ Planes estratégicos
✓ Menos burocracia
✓ Municipios presenten planes de Turismo
✓ Realizar tianguis turístico
✓ Aplicar Ley Estatal de Turismo
✓ Continuidad del Consejo Municipal de Turismo
✓ Mayor vinculación entre Gobierno y Empresas

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

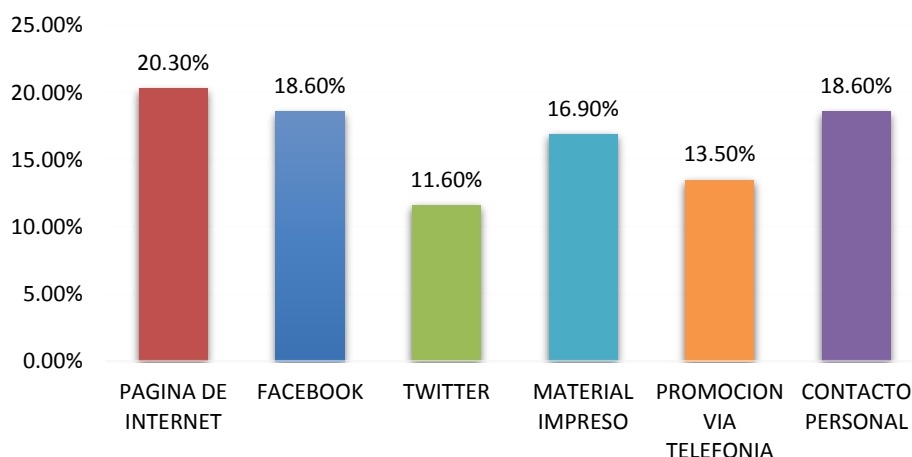
10. TIC'S e Información al Turista.

Recursos para dar a conocer servicio o producto. ¿Cuál de los siguientes recursos utiliza para dar a conocer su producto/servicio?

Como se aprecia en la gráfica de este apartado aproximadamente el **50% de los entrevistados mencionaron utilizar algún recurso relacionado con las TIC's para dar a conocer sus productos/servicios**, tales como página de Internet, Facebook o Twitter.

No obstante **el otro 50% restante de los entrevistados mencionó utilizar recursos considerados como tradicionales**, como el material impreso, la promoción vía telefónica y el contacto personal.

Gráfica No. 32. Recursos de promoción.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Acceso a internet público en el destino. ¿Existe acceso a internet público en su destino turístico?

Una mayoría muy débil (57%) de los entrevistados manifiesta que en su destino existe acceso a Internet público.

Un importante porcentaje contesta de forma negativa a esta pregunta, tal y como muestra la siguiente tabla.

Tabla No. 90. Acceso de internet público en el destino.	
Acceso a Internet Público	Porcentaje
Si	57%
No	42.9%

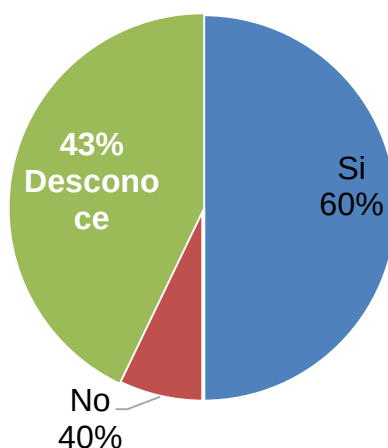
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Aplicaciones para Dispositivos Móviles. ¿Su destino turístico cuenta con aplicaciones especiales para dispositivos móviles?

Una **mayoría de los entrevistados manifiesta que el destino cuenta con aplicaciones para dispositivos móviles**, y se menciona principalmente la aplicación “**Visit Chiapas App**”, desarrollada por la iniciativa privada. También existe una mención a la aplicación “**Tuxrecomienda app**”.

Llama la atención que **un porcentaje significativo de los encuestados manifiesta no conocer la existencia de aplicaciones en el destino**, lo que parece indicar que las mismas no son conocidas ni han sido adoptadas por la generalidad de los entrevistados.

Gráfica No. 33. Existencia de aplicaciones especiales para dispositivos móviles en el destino.

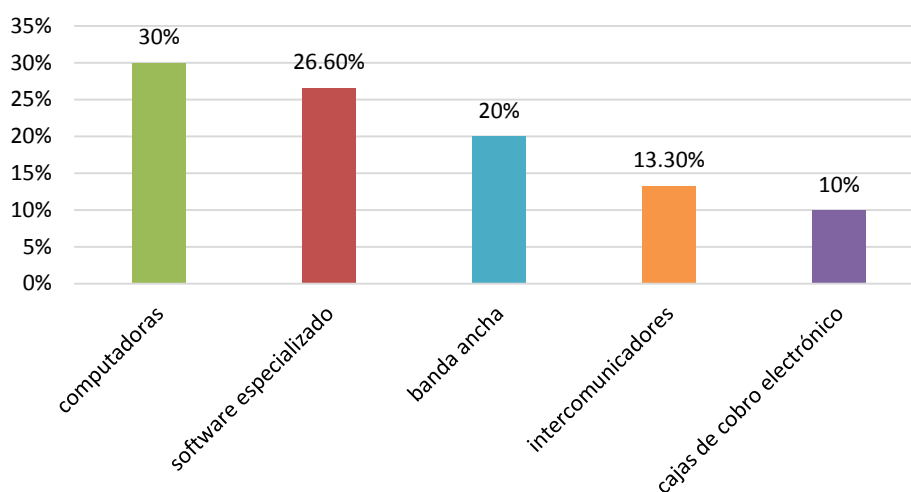


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Rubros de Inversión (Indique los rubros en los que ha invertido en el último año).

El rubro de inversión en el que más invirtieron los entrevistados fue el de **computadoras**, seguido de cerca por **software especializado** y **banda ancha**.

Gráfica No. 34. Rubros de inversión en el último año.



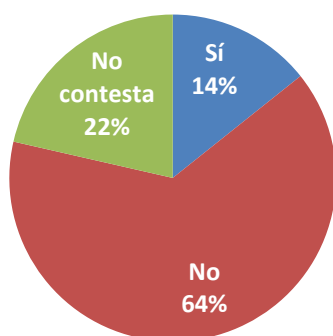
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Material o Equipo Especializado. ¿Ha tenido que importar material o equipo especializado para llevar a cabo sus actividades?

Tal y como muestra la gráfica de este apartado, **un importante porcentaje de los entrevistados manifestó no haber tenido que importar material o equipo especializado para llevar a cabo sus actividades.**

Del escaso porcentaje de entrevistados que contestó de forma afirmativa, todos dejaron en blanco el espacio: ¿Cuál?

Gráfica no. 35. Necesidad de importar material/ equipamiento especializado.



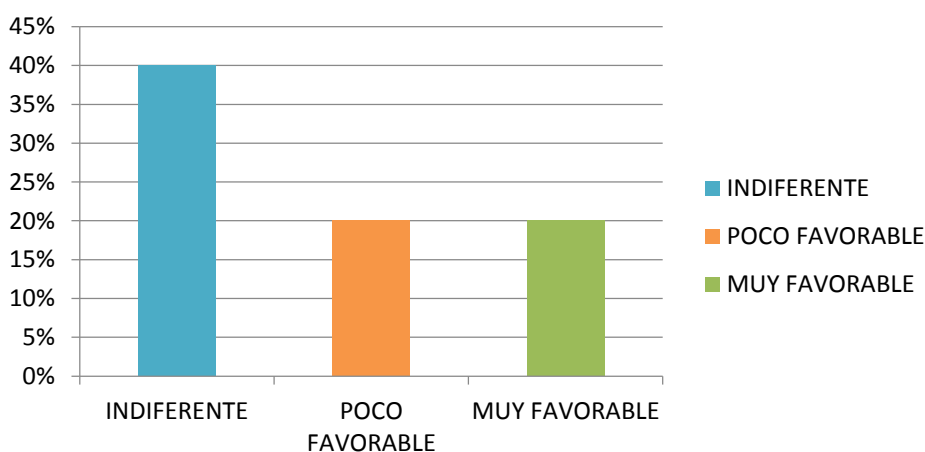
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Impacto de TIC's. ¿Cómo ha sido el impacto de las TIC's en el desempeño de su negocio?

El **40%** de los entrevistados manifestó que el **impacto de las TIC's en el desempeño de sus negocios fue indiferente.**

Sólo un 20% consideró que el impacto de las TIC's había sido **positivo.**

Gráfica No. 36. Impacto de las Tic's en el desempeño del negocio.

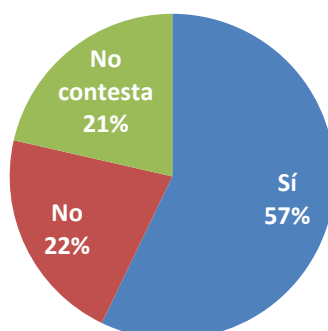


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Medios de Comunicación. ¿Considera que la promoción de su destino vía medios de comunicación permite que este sobresalga en relación a otros destinos del mismo tipo?

Tal y como muestra la gráfica No. 37, una mayoría de entrevistados considera que la **promoción del destino a través de medios de comunicación, abona a la diferenciación** de este con respecto a destinos similares.

Gráfica No. 37. Medios de comunicación y diferenciación.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Propuestas de Mejora de Conectividad Tecnológica. ¿Tendría alguna propuesta para mejorar la conectividad tecnológica de su destino y que le permita ser más competitivo?

Las principales propuestas por parte de los entrevistados para la mejora de la conectividad tecnológica del destino se muestran en la siguiente tabla:

Tabla No. 91. Propuestas para mejorar la conectividad tecnológica del destino.	
✓	App del segmento.
✓	Uso de tecnologías.
✓	Atlas Turístico.
✓	Infraestructura Digital.
✓	Manejo de redes.
✓	Capacitación en TIC's.
✓	Créditos accesibles.

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a Empresas turísticas del destino, 2013.

11. Competencia.

Formas de Pago.

- ✚ El pago con tarjeta de crédito/débito se encuentra en un nivel de utilización todavía comparable al pago en efectivo, según las respuestas de los entrevistados que se muestran en las tablas de este apartado.
- ✚ Llama la atención que los cheques son todavía considerablemente utilizados.
- ✚ Los vales y las transferencias electrónicas muestran niveles de utilización muy dispares entre los entrevistados.

Tabla No. 92. Forma de Pago.

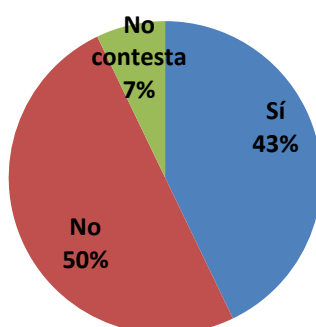
Ocasionalmente	Regularmente	Casi siempre	Siempre	Nunca
Tarjeta de débito / crédito				
11.10%	33.30%	22.20%	33.30%	
Efectivo				
18.18%	18.18%	45.40%	9.09%	9.09%
Cheques				
33.30%	9.09%	27.20%	18.18%	18.18%
Vales				
22.20%	22.20%	22.20%	22.20%	11.10%
Transferencia electrónica				
36.30%	9.09%	27.20%	18.18%	9.09%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Baja de precios por caída de demanda (¿Ha tenido que bajar sus precios debido a la caída de demanda?)

Un importante porcentaje (43%) de los entrevistados manifiesta haber tenido que bajar precios debido a una disminución en la demanda, aunque los entrevistados que manifiestas no haberlo notado son ligeramente mayoritarios (50%).

Gráfica No. 38. Baja de precios por caída de demanda.

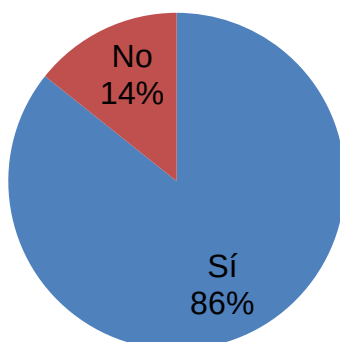


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Competidores del mismo sector o grupo. ¿Se han establecido más competidores en el mismo giro?

La gran mayoría de los entrevistados menciona que ha habido un incremento de competidores trabajando en su mismo rubro, tal y como muestra la siguiente gráfica.

Gráfica No. 39. Establecimiento de competidores del mismo giro.

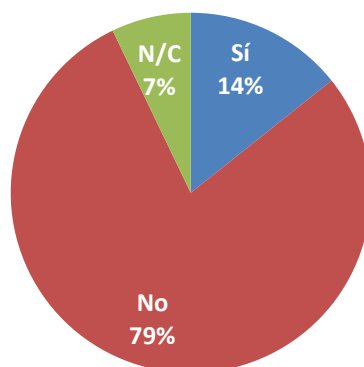


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Sustitución. ¿Ha notado que su actividad está siendo o puede ser sustituida por otro servicio?

La mayoría de los entrevistados (79%) no ven que su actividad esté en riesgo de sustitución por la aparición de otros servicios.

Gráfica No. 40. Sustitución de actividades por otros servicios.

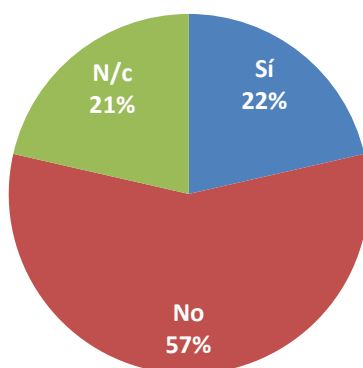


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Baja de precios por sustitución. ¿Debido a esto, ha tenido que bajar sus precios?

La mayoría de los entrevistados manifestó no haber tenido que bajar precios debido a la amenaza de sustitución, tal y como muestra la siguiente gráfica.

Gráfica No. 41. Baja de precio por amenaza de sustitución de actividades.

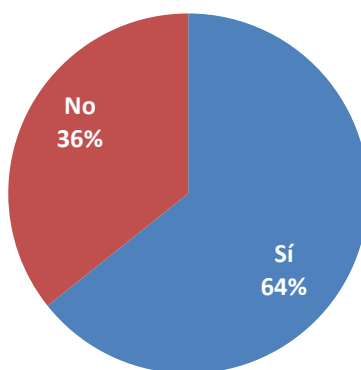


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Campañas de promoción. ¿Utiliza campañas de promoción o marketing?

Una **mayoría de los entrevistados utiliza campañas de promoción o marketing**, aunque el porcentaje de aquellos que no las utilizan es significativo.

Gráfica No. 42. Realiza campañas de promoción o marketing.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

La tabla No. 92, muestra el tipo de **campañas más mencionadas** por los entrevistados:

Tabla No. 92. Campañas de Promoción	
Internet	

Redes Sociales

Página web

Volantes

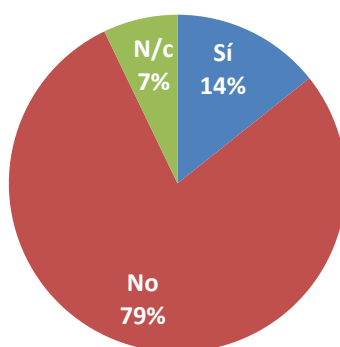
Lonas

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Exportación de productos o servicios. ¿Exporta su producto/servicio?

La mayor parte de los entrevistados (79%) no exportan sus productos.

Gráfica No. 43. Porcentaje de entrevistados que exportan su producto / servicio.

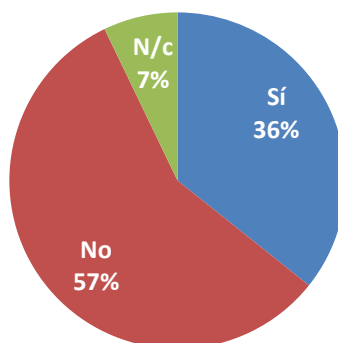


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Afectaciones por negocio informal. ¿Se ha visto afectado por la informalidad?

Una mayoría muy ajustada de los entrevistados manifiesta no verse afectado por el comercio informal, aunque un porcentaje nada desdeñable de entrevistados manifiesta sí verse afectados.

Gráfica No. 44. Afectación por informalidad.



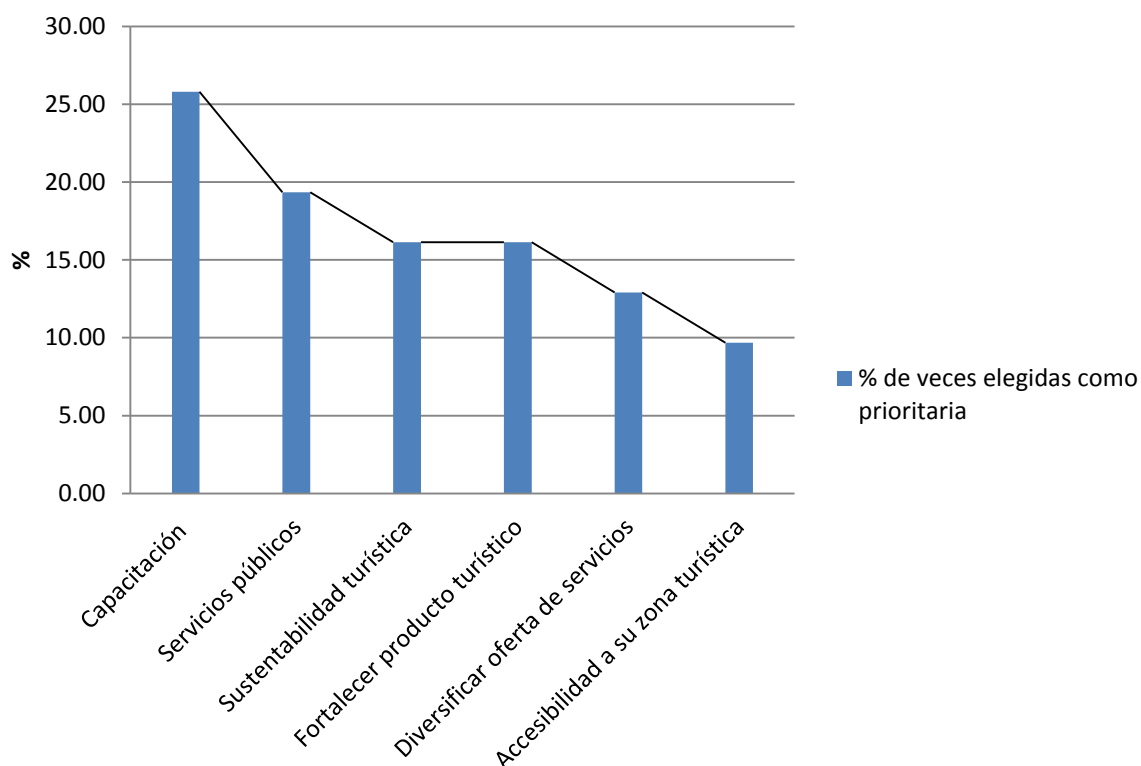
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Áreas prioritarias para mejorar su actividad. ¿En su opinión cuáles serían las 3 áreas prioritarias para mejorar su actividad y promover las utilidades de su negocio?

Las **áreas prioritarias** más mencionadas por los entrevistados, fueron por orden:

- ✓ **La capacitación (1º)**
- ✓ **La mejora de los servicios públicos (2º)**
- ✓ **Y compartiendo el tercer lugar: la sustentabilidad turística (3º) y el fortalecimiento de la oferta de productos turísticos (4º).**

Gráfica No. 45. Áreas prioritarias para mejorar su actividad.

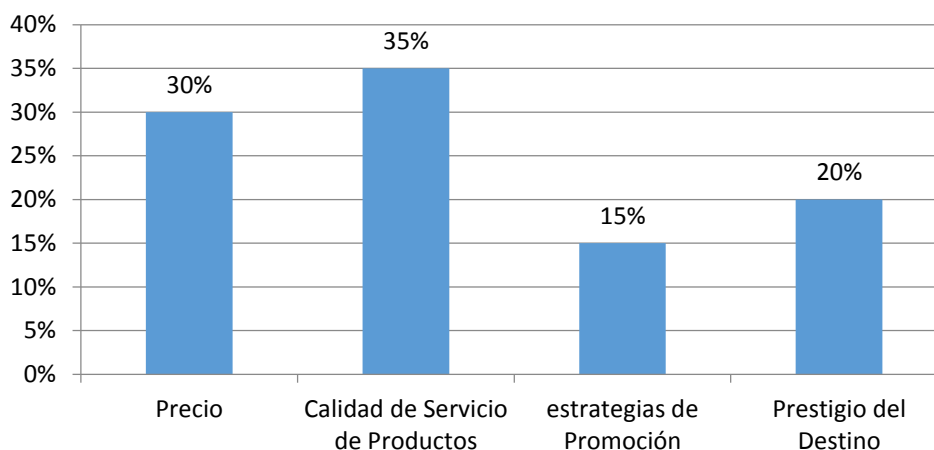


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Factores de Competitividad. (Indique el orden en que cada uno de los siguientes factores influyen en la competitividad de su destino).

Como muestra la gráfica No. 46, para los entrevistados el factor que más influye en la competitividad de Tuxtla Gutiérrez como destino es la **calidad de servicios/productos**.

Gráfica No. 46. Factores que influyen en la competitividad del destino.



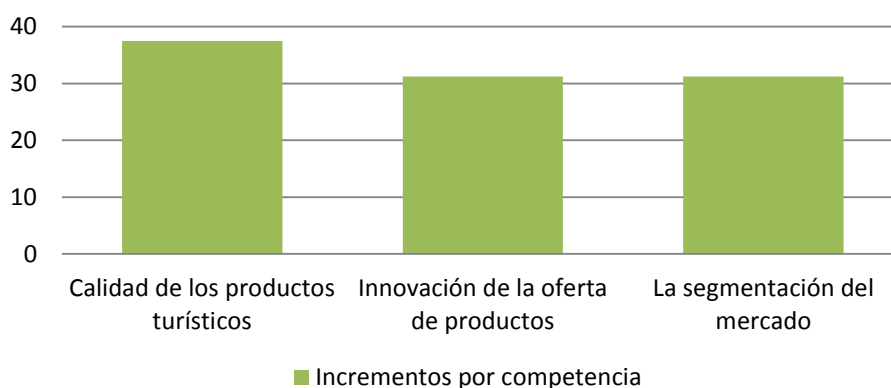
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Competencia entre empresas. ¿Considera que la competencia entre empresas del mismo destino ha fomentado que se incremente?

Como se puede apreciar en la gráfica No. 47, los entrevistados consideraron que la competencia entre empresas del mismo destino influye en mayor medida en la calidad de los productos turísticos.

Muchos también consideraron que la misma también influye en otros aspectos como la innovación y la segmentación del mercado.

Gráfica No. 47. Aspectos que favorece la competencia entre empresas.

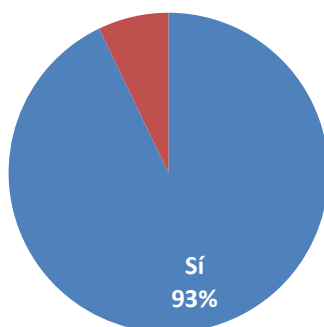


Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Acuerdos entre competidores. En su opinión, ¿Debería haber acuerdos en términos de competencia para lograr la mejora del producto del destino?

Existe unanimidad total entre los entrevistados en ver los acuerdos entre competidores como positivos para la mejora del producto del destino.

Gráfica No. 48. ¿Ve favorable los acuerdos entre competidores?



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Estrategias de Competencias. ¿Propondría estrategias que hagan de la competencia un proceso favorable para su destino?

Los entrevistados propusieron las siguientes estrategias para una competencia sana y positiva para el destino.

Tabla No. 93. Estrategias de Competencia.

Control de Tarifas

Involucrado de todos los actores

Mejora Continua

Publicidad

Aplicar Ley de Turismo

Infraestructura

Capacitación

Unificar Criterios de sana competencia

Certificación de Empresas

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

12. Proyectos.

Proyectos de Inversión para mejorar Competencia. Señale 3 proyectos estratégicos de inversión necesarios para mejorar la competitividad de su destino.

A continuación se muestran los proyectos estratégicos señalados por los entrevistados:

Tabla No. 94. Proyectos estratégicos de inversión.
Calidad en el servicio
Infraestructura de Carreteras
Expansión en área industrial
Limpieza
Mejorar imagen urbana
Museo etnográfico
Promoción
Rescate de identificación tuxtleca
Regularización de transporte público y alumbrado público
Capacitación e inversión
Fomento de folklore y cultura
Mercado de artesanías
Publicidad
Renovar Centro de Convenciones
Parques temáticos
Señalética

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

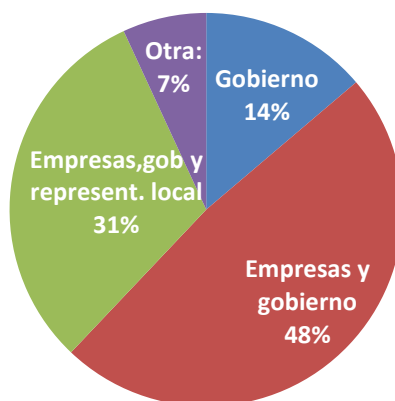
Responsabilidades. ¿Quién podría ser el responsable? Escoja una opción.

El binomio empresas y gobierno fue señalado como responsable en más proyectos de los sugeridos por los actores.

Le siguieron aquellos proyectos en los que el responsable señalado fue el trinomio empresas, gobierno y representantes locales.

Los proyectos en los que el gobierno fue señalado como el único responsable fueron los menos, indicando un compromiso del sector privado con el desarrollo turístico y la competitividad en el destino.

Gráfica No. 49. ¿Quién debe implementar los proyectos mencionados?



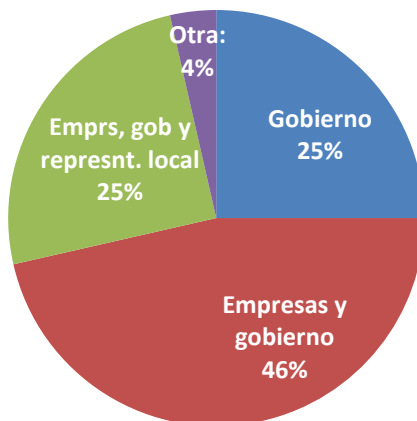
Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Responsables de financiación. ¿De dónde deberían provenir los recursos necesarios?

Los proyectos en los que el **binomio empresas/gobierno** fue señalado como responsable de la financiación, fueron mayoritarios (**46%**).

Aquellos proyectos en los que se señalaba como responsable de financiación al trinomio empresas, gobierno y población local, por una parte, y al gobierno, por otra, obtuvieron un mismo porcentaje (25% respectivamente).

Gráfica No. 50. ¿Quién debe financiar proyectos mencionados?



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

13. Preguntas de Opinión.

Las respuestas a las preguntas de opinión, que pueden observarse en la tabla 95, nos dejan las siguientes conclusiones generales:

- La mayoría de entrevistados considera que el **destino no ha mejorado en competitividad ni en posicionamiento** en el último año.
- En general los entrevistados consideran que las **instituciones locales se preocupan por el medio ambiente**.
- La mayoría de los entrevistados llama la atención acerca de la **ineficiencia de los servicios públicos de recolección de basura**.
- Existe una división en cuanto a la valoración de la relación entre oferta turística y la satisfacción de los visitantes.
- Una importante % de entrevistados piensan que el visitante regresa gracias a la eficiencia en el servicio, aunque es mayor el conjunto de aquellos muy en desacuerdo o indiferentes.

- La falta innovación es vista como un punto débil del destino.
- La mayoría de los entrevistados **no son positivos a la hora de esperar una mejora futura en el transporte público del destino.**

Tabla No. 95. Preguntas de opinión.

Mi destino turístico se ha mejorado durante el último año y se ha posicionado competitivamente sobre otros destinos de la misma región				
Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
	33.30%		44.40%	22.20%

Instituciones locales se preocupan por el cuidado del ambiente.			
Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	Muy en desacuerdo
11.10%	55.50%	22.20%	11.10%

Servicios Públicos en la recolección de basura son eficientes.		
Muy desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente
20%	70%	10%

La oferta Turística ha dejado satisfecho al visitante			
Muy desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo
10%	40%	10%	40%

Visitantes regresan por el eficiente servicio		
Muy en desacuerdo	Indiferente	De acuerdo
22.20%	33.30%	44.40%

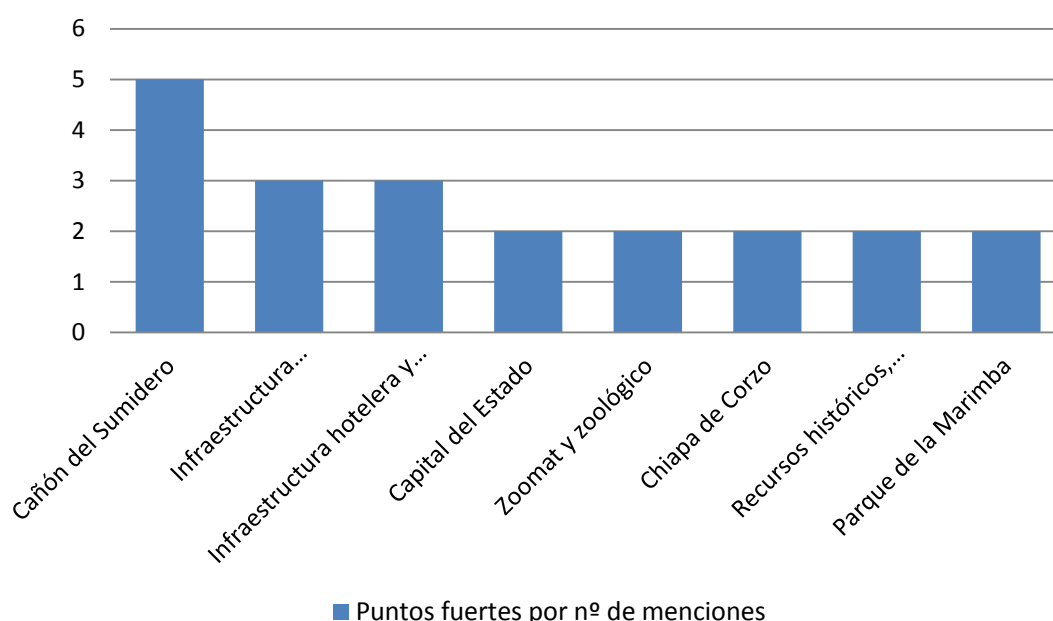
Hemos innovado con actividades para prepararnos para el turista			
Muy desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo
30.70%	23%	30.70%	15.30%

En un futuro mi destino contará con mejor servicio de transporte			
Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
46.10%	23%	23%	7.60%

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Puntos fuertes de tu municipio (Mencione tres puntos fuertes de su municipio para el turismo).

Gráfica No. 51. Puntos fuertes del destino, mencionados.



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Otros puntos fuertes mencionados fueron: Cristo de Copoya, nuevos atractivos turísticos, Parque de la Marimba, calidad de su Gente, seguridad en carreteras, conectividad aérea, gastronomía, versatilidad de atractivos culturales y naturales, atractivos únicos por naturales, seguro, parques, monumentos.

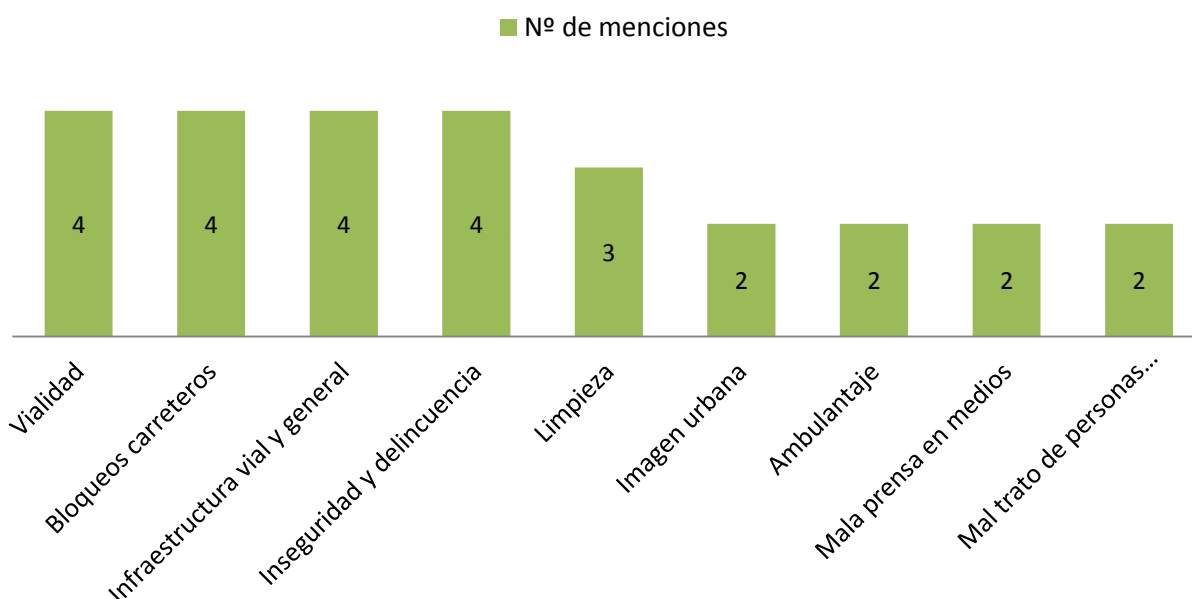
Que afecta la imagen del Destino.

Como se puede apreciar en la gráfica No. 52, las principales causas que afectan a la imagen del destino según los entrevistados son: la **vialidad** (baches, mal estado de pavimento, etc.), los **bloqueos carreteros**, la **infraestructura** y la **inseguridad y delincuencia**. Le siguen en importancia la **limpieza**, la **imagen**

urbana, el ambulante, la mala prensa en medios y la falta de concientización turística de la población.

Otras menciones fueron: altas tarifas en aerolíneas, falta de promoción, la falta de capacitación a empresas y la falta de identidad turística.

Gráfica No. 52. ¿Qué afecta a la imagen del destino?



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

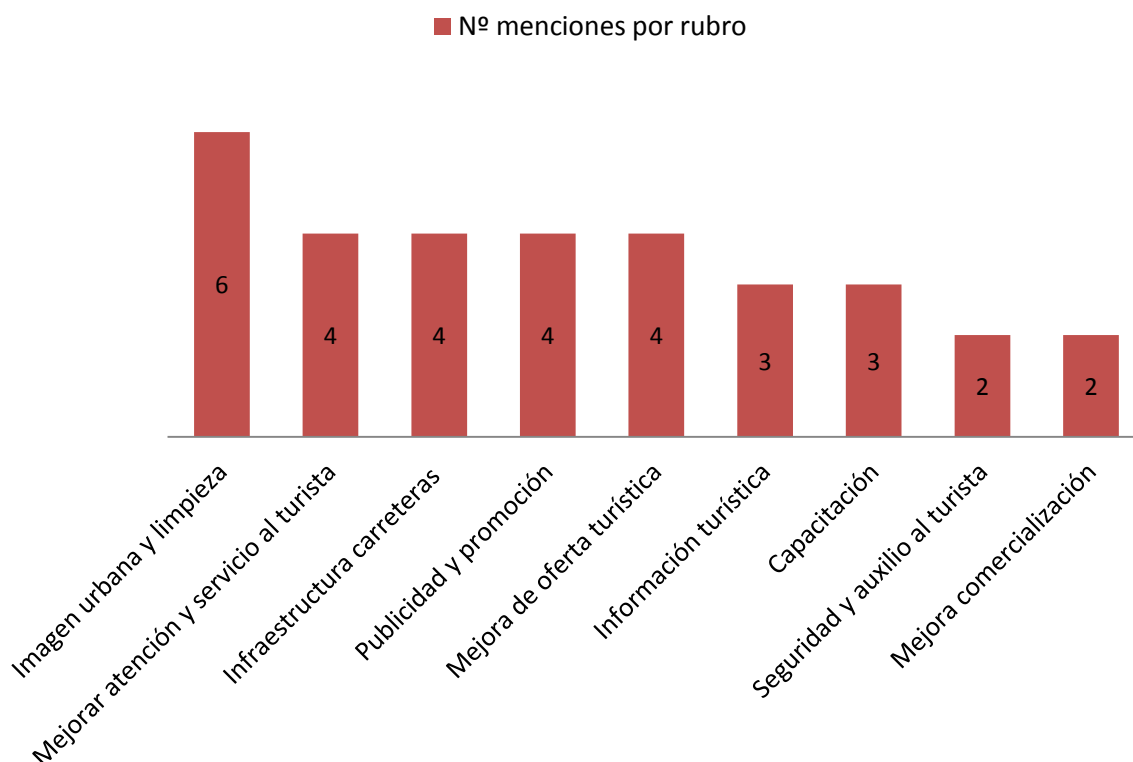
Propuestas de motivación y mejora de destino.

El rubro de mejoras a realizar para motivar mayor afluencia en el que más coincidieron los entrevistados fue: **imagen urbana y limpieza**, seguido de **atención y servicio al turista, infraestructura de carreteras, publicidad y promoción, y oferta turística**.

Información turística, capacitación, formarían el segundo grupo en importancia, seguido de comercialización y seguridad y auxilio al turista.

Por último, hubo otras menciones como: calles, impacto en medios digitales, lograr identidad y promoverla, limpieza Cañón del Sumidero, señalización de atractivos y servicios, la regularización de prestadores de servicios y la reforestación.

Gráfica No. 53. ¿Qué mejoras motivarían mayor afluencia?



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Factores Externos que afectan al Destino

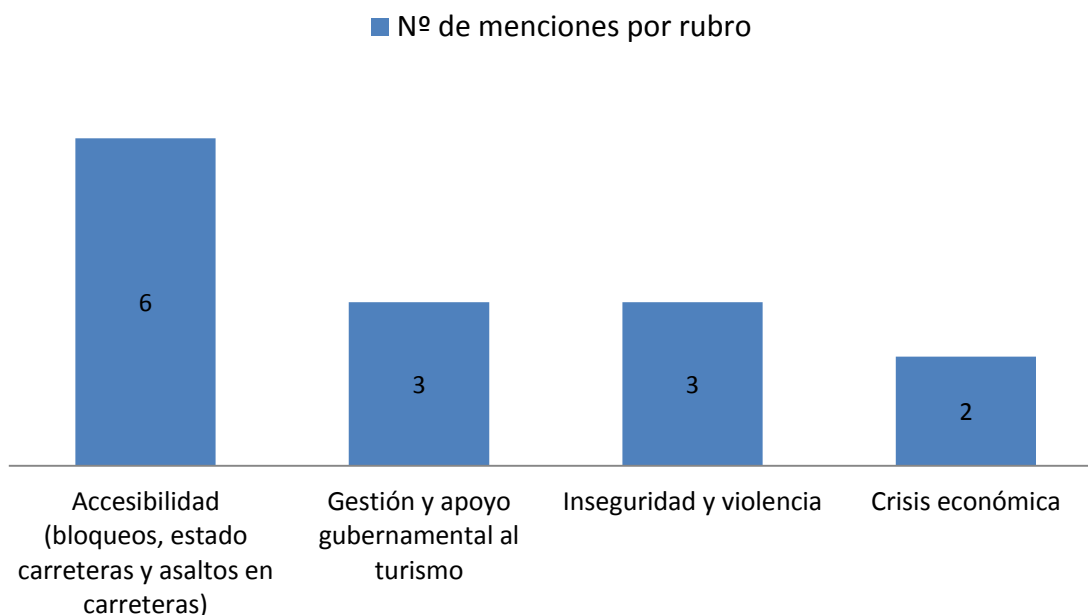
Como factores externos que afectan negativamente al destino los entrevistados mencionaron prioritariamente problemas en la accesibilidad, debido a diferentes razones, como el mal estado de carreteras, los asaltos en carretera y los bloqueos.

Le siguen en importancia las menciones que hacen referencia a la falta de atención del gobierno al turismo en Tuxtla Gutiérrez (a nivel de inversión y de proyectos y programas de SECTUR), la inseguridad y la violencia, y la crisis económica.

Por último, fueron mencionados otros factores como: existencia de agencias piratas, información turística de baja calidad, condiciones climáticas negativas,

falta de difusión en medios nacionales e internacionales, ciudad muy descuidada, percepción del municipio a nivel nacional e internacional, y la falta de inclusión de comercialización de Tuxtla Gutiérrez por parte de las grandes agencias que trabajan con Chiapas.

Gráfica No. 54. Factores externos que afectan negativamente al destino



Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

I) Reporte de entrevistas de profundidad a actores estratégicos.

Mediante la aplicación de un cuestionario ejecutivo para agentes estratégicos que contiene un total de 12 preguntas abiertas, del modelo GEMES, los agentes locales seleccionados tuvieron la oportunidad de aportar su visión sobre diversos temas relativos a la competitividad turística del destino.

La relación de los actores hacen un total de diez incluyendo funcionarios públicos, representantes de diversos giros de negocios turísticos, sociedad civil y líderes empresariales del destino que proyectan sus conocimientos de la realidad cotidiana sobre los aspectos considerados en la encuesta.

Lista de personas entrevistadas:

- 1) Presidente de la Asociación de Empresas de Turismo de Negocios.
- 2) Directora de Turismo Municipal del Gobierno de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- 3) Representante del Colegio de Guías.

- 4) Premio Nacional Restaurantero y Gastronomía.
- 5) Presidente de la Asociación Mexicana de Turismo de Aventura y Ecoturismo en Chiapas.
- 6) Presidenta de la Asociación de Hoteles y Moteles del Centro de Chiapas.
- 7) Vicepresidente de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Tuxtla Gutiérrez.
- 8) Presidenta de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes en Chiapas.
- 9) Representante de los Hoteles de Cadena en Tuxtla Gutiérrez.
- 10) Gerente de Fomento Económico de Chiapas, A.C.

Dentro de los puntos abordados se menciona:

1. La situación actual de su giro económico considerando ventas, empleo, inversión.
2. Principales problemas que enfrenta su negocio: seguridad, poca demanda, situaciones de riesgo natural, capacitación del personal.
3. Percepción sobre el nivel de competitividad respecto a otros competidores de su destino y de otros destinos turísticos.
4. Causas que han deteriorado o impactado el nivel de competitividad del destino y de su negocio o sector en particular.
5. La eficiencia y oportunidad de los servicios públicos e infraestructura.
6. Cuidado del medio ambiente, la flora y fauna en el destino turístico, y su afectación a la competitividad.
7. Impacto de la calidad, precio y diversidad de los servicios turísticos en la competitividad del destino.
8. Relación empresas-gobierno-sociedad civil, en función de la competitividad de la zona turística.
9. Normatividad gubernamental para las inversiones y la operación de los negocios y como mejorarla.
10. Sugerencia de proyectos de inversión pública, privada o social requeridos en el destino para mejorar su competitividad.
11. Acciones o actividades que recomendaría al gobierno, a los empresarios y a la sociedad civil para elevar la capacidad competitiva de su destino turístico.
12. Otros aspectos a comentar.

1.5 El Factor Humano.

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

No se han encontrado antecedentes sobre la medición de las actitudes y la sensibilización de la población con respecto al turismo y a los turistas, sin embargo tanto la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal como la Secretaría de Turismo del Estado, han llevado a cabo programas de capacitación y concientización turística dirigidos al personal de contacto, (policías, personal de mercados, gasolineras, personal operativo de empresas turísticas, otros), así como trabajos con niños de nivel primaria como es el caso de la Cartilla Turística Escolar, y cursos a estudiantes de universidades

quienes estudian carreras relacionadas con la actividad turística. Dentro de los temas abordados en los diferentes cursos se mencionan: Sensibilización turística, calidad en el servicio, imagen y personalidad, comunicación efectiva, geografía turística, buenas prácticas de higiene y calidad, manejo higiénico de los alimentos, inglés turístico básico, otros.

Desde la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, se manifiesta haber realizado tres campañas de Concientización Turística, en la que se logró llegar a 225 personas desde que comenzó la presente administración en 2012. Los instrumentos son: Curso de verano: “Peques turisteando”, “Yo quiero un Tuxtla Limpio” y Curso a personal de contacto en el Ejido de Copoya. Lo anterior muestra un cierto interés de las autoridades por llevar a cabo acciones en beneficio para el desarrollo de la actividad turística en el municipio.

Así también las empresas en el afán de lograr la optimización de las labores a desempeñar buscan la oportunidad de capacitar a su personal, obteniendo un 92.9% de empresas que capacitan a su personal (dato tomado de las encuestas de profundidad aplicadas). Un dato que muestra el interés por mejorar las actitudes y el desempeño así como su sensibilidad respecto al desarrollo de la actividad turística.

No obstante, existen algunas observaciones importantes entorno a esta labor. Por ejemplo, el Parque de la Marimba es una de las Unidades Territoriales de la actividad turística más reconocida en la capital. En esta, es importante reconocer que la población se entrega al disfrute de la música y el baile, y permite que los visitantes se incorporen de forma abierta, mezclándose unos con otros. La participación se motiva desde un maestro de ceremonias quien se da a la tarea de que preguntar sobre la procedencia de los asistentes. Esto hace que se reconozcan entre sí, desde diversas partes de la República y compartan con los habitantes de la ciudad su patrimonio cultural inmaterial. La actitud de la acogida es positiva. No se advierten condiciones negativas que distorsionen los efectos de la actividad turística.

La principal limitación radica en el alcance del programa de concientización turística, ya que 225 personas en un número reducido en un contexto de más de medio millón de habitantes. Por otro lado, los esfuerzos del municipio en coordinación con el Estado en este sentido no existen.

Identificación de las necesidades de recursos humanos y de capacitación para los diversos subsectores vinculados al turismo

También en esta identificación hay ausencia de evidencia sobre un ejercicio sistemático de detección de necesidades y de que los trabajos realizados en esta materia estén articulados a una planeación estratégica del desarrollo turístico del destino, por lo que se carece de elementos que nos den orientación en cuanto a los alcances del Programa de Capacitación de la Secretaría de Turismo y sus efectos en la capital del Estado, mismo que dispone de recursos federales para su implementación, sin embargo en el primer taller de planeación participativa con actores locales se dejó sentir la opinión en relación a las debilidades de la plaza en materia de capacitación, señalando la falta de detección de necesidades en una gran cantidad de empresas turísticas heterogéneas en su tamaño, categoría y giro. El hecho de que el programa de capacitación no sea armónico con las necesidades de la demanda, reduce el efecto de esta y se genera una distancia considerable entre la actuación de la Secretaría de Turismo estatal y la solución de problemas de las empresas turísticas del destino.

Otro de los aspectos por demás importantes es la falta de control de gestión del proceso de capacitación, en términos de la ejecución de los programas de acuerdo a la calidad esperada y la evaluación de cada ejercicio y de sus efectos esperados.

Asimismo se cuenta con datos en relación al nivel de escolaridad de los empleados que laboran en empresas relacionadas directamente con la actividad turística, obtenidos de las encuestas de profundidad en donde se observa que un 29.3% cuentan con estudios de nivel superior, un 28.4% con estudios de nivel secundaria y media superior y un 13.7% nivel primaria.

Lo anterior nos plantea un mercado laboral con un bajo nivel de estudios. Por lo tanto, el programa de capacitación necesita considerar entre sus variables la flexibilidad en contenidos, modalidades, competencias, etc.

1.6 Marco institucional, normativo y asociativo.

a) Leyes que inciden en el desarrollo del destino.

Leyes y Reglamentos.

- Ley General de Turismo.
- Ley para el Desarrollo y Fomento al Turismo en el Estado de Chiapas.
- Reglamento para el Fomento y Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez.
- Reglamento Interno del Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Es el órgano de consulta, asesoría y planeación, y representativo del sector cuyas funciones, se encuentran debidamente establecidas en el Reglamento del propio Consejo Municipal y son plenamente reconocidas para fines del Reglamento para el Fomento y Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez. Su objetivo fundamental es impulsar de forma

coordinada con el Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez el desarrollo integral del sector turístico de la ciudad.

Planes estratégicos y operativos de corto, mediano y largo plazo.

- Plan Nacional de Desarrollo.
- Plan Estatal de Desarrollo.
- Plan Municipal de Desarrollo de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015.

Documento de planeación del Gobierno Municipal, que establece los ejes, política pública, programa, objetivos, estrategias, proyectos operativos y líneas de acción, que permita solucionar problemas e impulsar el desarrollo municipal. Este documento se alinea a las políticas, ejes y estrategias de los planes Nacional y Estatal de Desarrollo

Se definen seis ejes temáticos que buscan impulsar al municipio hacia la consolidación de su desarrollo presente y sentar las bases de un desarrollo sustentable, con certidumbre, transparencia, competitividad y prosperidad.

1. Tuxtla con Desarrollo Urbano y Servicios Públicos de Calidad.
 2. Tuxtla Equitativa e Incluyente
 3. Tuxtla Competitiva y Próspera
 4. Tuxtla Verde
 5. Tuxtla Segura y en Paz
 6. Tuxtla con Gobernanza, Transparente y Funcional.
- Acuerdo de motivos, compromisos y participantes del Pacto por Tuxtla.

Programas y diagnósticos en materia turística.

- Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015 (Eje temático 3: Tuxtla Competitiva y Próspera. Programa: Fomento al Turismo Municipal. Proyectos: infraestructura turística, promoción turística, capacitación y sensibilización turística, vinculación con el sector turístico empresarial).

- Programa de Trabajo del Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez
- Chiapas 2015. “Plan y Estrategia de Desarrollo Turístico Clústeres de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo”. Fundación UNTWO THEMIS. (Abril 2009).
- Proyecto Chiapas Visión 2020. Actualización 2012. Fomento Económico de Chiapas A.C.

Identificación de problemáticas del marco institucional, normativo y asociativo

- En cuanto al marco institucional, el aparato gubernamental municipal no corresponde a la pro-actividad e interés de la iniciativa privada. La atención gubernamental hacia el programa de fomento, el consejo municipal y la oficina resulta marginal. De ahí que la competitividad institucional sea uno de los aspectos fundamentales a trabajar en el plan de acción.
- En el caso del marco normativo se registraron contradicciones en el sentido de que por un lado se promueve el 2% del impuesto por servicios de hospedaje para promover la actividad turística a través de un organismo público y por la otra se promueve que la recaudación sea administrada desde el Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado. Esa y otras partes más han motivado la coordinación empresarial de los diversos gremios existentes en el Estado a fin de gestionar la intervención del Congreso para reformar la Ley de Fomento y Desarrollo Turístico con el propósito de que sea un instrumento más eficiente y apegado a los criterios de la actividad turística.
- Por otro lado, el marco asociativo muestra problemas de representación empresarial y regional, llegando al grado de carecer de algunas representaciones importantes como la de la Asociación de Hoteles y Moteles de Chiapas, quedando en representaciones de tipo local como la de Centro, Altos, Costa, por ejemplo.

- Así también el documento tiene en sí mismo otros apartados que amplían la información sobre las problemáticas institucionales, normativas y asociativas, tal es el caso del capítulo II, los nueve factores de competitividad, en su apartado FODA Gestión del Destino; parte II Agenda de Competitividad del Destino, capítulo 1, 2, 3 y 4 .

1.7 Accesibilidad y movilidad.

a) Acceso terrestre.

Tuxtla Gutiérrez se encuentra comunicada con el resto del país por medio de una red de carreteras libres federales y por una red de autopistas acortando las distancias con destinos cercanos (Carretera Tuxtla Gutiérrez - San Cristóbal; y con focos emisores de turistas de importancia a nivel nacional ej. autopista federal Tuxtla Gutiérrez vía Cosoleacaque, que conecta con el Distrito Federal). No obstante la infraestructura terrestre todavía presenta deficiencias en cuanto a su estado de conservación y debido a los ocasionales bloqueos que ocurren a nivel regional.

Para el año 2010, la ciudad contaba con una red de carreteras de 54 kms., siendo la principal la carretera federal 190 o Panamericana, que recorre la República Mexicana, cruzando por el estado de Chiapas para conectarse con el país de Guatemala.

Tabla No. 96. Longitud de la red carretera por municipio según tipo de camino. Al 31 de diciembre de 2010 (Kilómetros).

Municipio	Total	Troncal federal a/	Alimentadoras estatales b/			Caminos rurales	
			Pavimentada	Revestida	Terra-cería	Revestida	Terra-cería
Tuxtla Gutiérrez	54	29	15	0	0	11	0

Fuente: Agenda Estadística del Estado de Chiapas. 2011a/ También es conocida como principal o primaria, tiene como objetivo específico servir al tránsito de larga distancia. Comprende caminos de cuota pavimentados (incluidos los estatales) y libres (pavimentados y revestidos).

A manera ilustrativa, se presenta el movimiento de vehículos en la carretera Tuxtla Gutiérrez de cuota concesionada, en años completos de 2008 a 2012.

Tabla No. 97. Movimiento de vehículos en las principales carreteras de cuotas concesionadas del país Tuxtla Gutiérrez – San Cristóbal de las Casas.

	2008	2009	2010	2011	2012	Total
Automóviles	2,926,846	3,127,876	3,164,912	3,263,495	3,306,494	15,789,623
Autobuses	217,743	242,278	122,621	92,776	85,109	760,527
Camiones de Carga	106,543	105,938	261,049	314,300	317,108	1,104,938
Total	3,251,132.00	3,476,092.45	3,548,582.00	3,670,571.00	3,708,711.00	17,655,088.45

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012.

Observándose un incremento en el movimiento de automóviles con una disminución anual en el tránsito de autobuses.

Sistemas de Transporte.

El Municipio cuenta con sistema de transporte terrestre y aéreo. El medio de transporte público con más afluencia de usuarios es el sistema de transporte colectivo, cuya red de rutas recorren el municipio, mediante las cuales es posible

acceder a los sitios turísticos de la ciudad, no así a los más distantes. Respecto a los recorridos internos que realizan los autobuses, se cuenta con el “conejobus” cuyas unidades cruzan la ciudad por sus dos arterias principales: Blvd. Ángel Albino Corzo – Av. Central – Blvd. Belisario Domínguez que corre de oriente a poniente y Calle Central que recorre la ciudad de norte a sur; así mismo existen autobuses que conectan a algunas colonias de la ciudad y taxis que mediante agrupaciones denominadas radiotaxis o taxis libres realizan traslados internos o viajes especiales.

Se cuenta con una Central de Autobuses cuyas unidades realizan recorridos al interior del Estado, y terminales con recorridos foráneos al centro y sureste del país.

Según el Directorio de Transportación a julio 2013, proporcionado por la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, reporta la existencia de 16 empresas de autobuses comerciales y cinco bajo la modalidad de taxis, aunque existen otros más.

Tabla 98. Autobuses comerciales y taxis.

Tipo	Nombre
Autobuses Comerciales	Viajes Miguel Angel
	Omnibus Rumbo al Sol
	Transportes Ejecutivos Fronterizos Chiapas Tijuana
	Sociedad de Transporte Dr. Rodolfo Figueroa
	Transportes de Carga Cuxtepeques
	Transportes de Pasajes La Angostura S.A. de C.V.
	Omnibus de Chiapas S.A de C.V.
	Transportes Gómez y Castellanos
	Omnibus Cristóbal Colón
	Autotransportes Rápidos del Sur
	Autotransportes Tuxtla Chiapa de Corzo
	Autotransportes Tuxtla Gutiérrez S.A de C.V
	Autotransportes Villaflores S.A. de C.V.
	Autobuses de Oriente ADO de primera clase
	Sociedad Cooperativa de Transportes Urbanos Chiapas SCL
	Autobuses Expreso Azul
Taxis	Radio Taxis Safari

	Radio Taxis 9 de diciembre
	Transporte y Servicios Terrestres Mactumatzá
	Radio Taxis Jaguar Plus
	Radio Taxis River's

Fuente: Secretaría de Gobierno del Estado de Chiapas. Directorio de Transportación.

El sistema de transporte aéreo constituido por el aeropuerto internacional Ángel Albino Corzo opera desde junio del 2007, es el primer aeropuerto del país que divide las llegadas y salidas de sus usuarios en dos niveles para facilitar el acceso a sus instalaciones, cuenta con estacionamiento público para hasta 600 coches. Cinco puntos de contacto, cuatro directos y uno remoto, para dar una capacidad de 350 operaciones diarias. La zona de terminal tiene una capacidad 276 pax por hora. Cuenta con tres calles de rodamiento de aviones; la A de 1,000 metros X 23, la B de 528 metros X 23 y la C de 490 metros X 23; cuenta con tres plataformas para el estacionamiento de aeronaves, (<http://www.aeropuertomexico.com/content/view/282/329/>).

El traslado al aeropuerto es de aproximadamente 30 minutos, pudiendo realizarse por medio de taxis o autobuses de Omnibus Cristóbal Colón (OCC) con servicio en diversos horarios por la mañana y hasta las 17:30 hrs.

Las instalaciones cuentan con rampas y baños adaptados para minusválidos, existe la disponibilidad de sillas de ruedas (previa reserva con la compañía aérea o agencia) y aparcamiento reservado en el área de estacionamiento.

Al interior existen oficinas de alquiler de autos de compañías tales como Alamo, Hertz, Europcar, otras. Así también Restaurante, snack bar, cafetería y comidas regionales, tienda de artesanías y suvenires, tabaco, joyería y textiles. Cajero automático, teléfono público y acceso a internet Wi Fi. Agencia de viajes, módulo de información turística.

Aeropuertos, longitud de pistas de aterrizaje, superficies de pistas, de plataformas y de rodajes de la aviación civil según municipio al 31 de diciembre de 2010.

Tabla No. 99. Aeropuertos, longitud de pistas de aterrizaje, superficies de pistas, de plataformas y de rodajes de la aviación civil según municipio al 31 de diciembre de 2010.

Concepto	Chiapa de Corzo Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo	Palenque	Tapachula
Aeropuertos	1	1	1
Longitud de pistas de aterrizaje(Metros)	2 500	1 500	2 000
Superficie de pistas(Miles de metros cuadrados)	113	38	90
Superficie de plataformas(Miles de metros cuadrados)	43	6	29
Superficie de rodajes(Miles de metros cuadrados)	40	1	23

Fuente: Agenda Estadística del Estado de Chiapas. 2011

Cabe señalar que no existen líneas férreas de ningún tipo.

b) Acceso aéreo.

Tuxtla Gutiérrez, en su calidad de capital económica y política del Estado de Chiapas, tiene buena conectividad aérea con destinos nacionales e incluso uno internacional (Houston, Texas-U.S.A) a través del “Aeropuerto Ángel Albino Corzo”, ubicado en el municipio de Chiapa de Corzo, a 30 minutos aproximadamente de Tuxtla Gutiérrez, que ofrece conexión aérea con importantes focos emisores de turistas a nivel nacional: de ocho a diez vuelos con 1248 plazas diarias a Ciudad de México; tres vuelos semanales de 148 plazas a Monterrey; tres vuelos semanales de 148 plazas a Guadalajara, tres vuelos semanales de 148 plazas a Cancún, además de conexión internacional mediante dos vuelos semanales de 50 plazas a Houston. Las empresas que operan los antes mencionados son: Aeroméxico, Interjet, Volaris, United Airlines, y Viva Aerobus.

El traslado al aeropuerto puede realizarse mediante taxis con servicio tipo especial o colectivo, o por medio de autobuses Omnibus Cristóbal Colón (OCC) con salidas hasta las 17:00.

En la siguiente tabla se muestra el movimiento de las llegadas de vuelos que ha reportado el Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo en años completos de 2008 a 2012, observando que en el año 2008 se tuvieron 5766 vuelos lo cual decreció para los siguientes, llegando al 2012 con 4,198 vuelos.

Tabla No. 100. Llegada de vuelos a los aeropuertos del país (2008 – 2012).					
	2008	2009	2010	2011	2012p/
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	5766	4148	3635	3,991	4,198
Nacionales	5765	4148	3575	3,887	4,090
Internacionales	1	0	60	104	108
Regulares	5726	4110	3603	3,961	4,163
Nacionales Regulares	5726	4110	3543	3,857	4,056
Internacionales Regulares	0	0	60	104	107
Charters	40	38	32	30	35
Charters Nacionales	39	38	32	30	34
Charters Internacionales	1	0	0	0	1

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012. **p/ Preliminar**

Para el año 2012, el movimiento de vuelos en el Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo presenta el mayor número en el mes de julio, octubre y diciembre, siendo el mes de marzo el representativo para vuelos chartes tanto nacional como internacional.

Tabla No. 101 Llegada de vuelos a los aeropuertos del país año 2012.													
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2012p/
(3) (Tuxtla Gutiérrez, Chis.)	338	314	349	337	343	343	367	359	349	373	357	369	4,198
Nacionales	330	305	337	329	335	334	359	350	340	363	349	359	4,090
Internacionales	8	9	12	8	8	9	8	9	9	10	8	10	108

Regulares	337	312	342	332	339	340	365	357	346	369	355	369	4,163
Nacionales Regulares	329	303	331	324	331	331	357	348	337	359	347	359	4,056
Internacionales Regulares	8	9	11	8	8	9	8	9	9	10	8	10	107
Charters	1	2	7	5	4	3	2	2	3	4	2	0	35
Charters Nacionales	1	2	6	5	4	3	2	2	3	4	2	0	34
Charters Internacionales	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012. p/ Preliminar

Nota 3.- Chiapa de Corza y Terán, Chis. Se incluye en el lugar de Tuxtla Gutiérrez, Chis. a partir de julio de 2006, ya que este último cerró sus operaciones civiles

En el caso de pasajeros para el año 2008 se presenta un movimiento de 401,340, decreciendo para los siguientes, cerrando el año 2012 con 396,171. Visualizando que el año 2011 se incrementa el número de pasajeros a 403,923. En relación a vuelos charters, el año 2010 presenta el mayor movimiento de pasajeros 1514 personas.

Tabla No. 102 Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país.

	2008	2009	2010	2011	2012p/
Tuxtla Gutiérrez, Chis.	401,340	337,690	329,841	403,923	396,171
Nacionales	401,305	337,690	327,012	399,828	392,606
Internacionales	35	0	2,829	4,095	3,565
Regulares	400,651	336,481	328,327	403,113	394,816
Nacionales Regulares	400,651	336,481	325,498	399,018	391,266

Internacionales Regulares	0	0	2,829	4,095	3,550
Charters	689	1,209	1,514	810	1,355
Charters Nacionales	654	1,209	1,514	810	1,340
Charters Internacionales	35	0	0	0	15

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012.p/ Preliminar

Para el año 2012, la mayor llegada de pasajeros se presenta en los meses de julio, agosto y diciembre y para vuelos charters en el mes de marzo con 370 pasajeros.

Tabla No. 103. Llegada de pasajeros a los aeropuertos del país.

	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	2012p/
(1) Tuxtla Gutiérrez, Chis.													
	29,763	28,862	34,067	31,944	30,706	29,774	36,520	34,599	32,065	34,289	33,636	39,946	396,171
Nacionales	29,457	28,545	33,745	31,694	30,459	29,383	36,163	34,287	31,955	34,071	33,316	39,531	392,606
Internacionales	306	317	322	250	247	391	357	312	110	218	320	415	3,565
Regulares	29,722	28,710	33,697	31,847	30,568	29,739	36,445	34,518	31,981	34,099	33,544	39,946	394,816
Nacionales Regulares	29,416	28,393	33,390	31,597	30,321	29,348	36,088	34,206	31,871	33,881	33,224	39,531	391,266
Internacionales Regulares	306	317	307	250	247	391	357	312	110	218	320	415	3,550
Charters	41	152	370	97	138	35	75	81	84	190	92	0	1,355
Charters Nacionales	41	152	355	97	138	35	75	81	84	190	92	0	1,340

Charters Internacionales	0	0	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15

Fuente: Compendio Estadístico del Turismo en México 2012. **p/ Preliminar**

Nota 1.- Chiapa de Corza y Terán, Chis. se incluye en el lugar de Tuxtla Gutiérrez, Chis. a partir de julio de 2006, ya que este último cerró sus operaciones civiles

c) Acceso marítimo.

No aplica al destino.

Sin embargo a 384.41 km. aproximadamente (SCT), se localiza Puerto Chiapas, en el litoral del Océano Pacífico. A 43 kilómetros del Puerto se encuentra la frontera entre México y Guatemala conocida como Suchiate II, el cual permite el intercambio de mercancías entre el Sureste mexicano y Centroamérica, a través de la carretera interestatal 200, que lo comunica con las principales ciudades del Estado y País. Puerto de altura que recibe todo tipo de embarcaciones. A éste han arribado cruceros de las líneas Holland America, Line Inc, Radisson Seyen, Seas Cruises, Celebrity Cruises, Norgwegian Cruise Lines, por mencionar algunos.

d) Movilidad dentro del destino.

El medio de transporte con mayor afluencia de usuarios es el sistema de transporte público, con diversas rutas que dan cobertura a la ciudad en su totalidad. El sistema de transporte local se encuentra organizado por: Combis: 1672 unidades (ruta 1 a ruta 126), taxis: 2660 unidades, "Conejobus" ruta 1 (Avenida Central): 47 unidades regulares más 2 unidades con rampa para usuarios con capacidades diferentes, "Conejobus" ruta 2 (calle central): 21 unidades más 1 con rampa para usuarios con capacidades diferentes.

Ejemplo de algunas rutas del transporte colectivo, muestran la conexión que existe con los sitios de interés turístico, bien sea con descenso exacto en el lugar o próximo a estos; no así a sitios distantes tal es el caso del Glorioso Santuario del Cristo de Chiapas, Miradores del Cañón del Sumidero y Mirador Los Amoroso, lugares a donde es necesario trasladarse en vehículo particular, taxi viaje especial y en el caso del Cristo de Chiapas, al trasladarse en transporte público hasta el

poblado, hacer el recorrido a pie, aproximadamente 10 minutos de manera ascendente.

Tabla No. 104. Rutas del transporte colectivo y su conexión con puntos de interés.

Ruta	Origen	Destino	Sentido	Puntos de interés
1 “Conejo bus”	Escuela de Trabajo Social	Juan Crispín / Carreta	Oriente – Poniente Poniente - Oriente	→ Escuela de Trabajo Social → Polyforum Chiapas → UNICACH (Rectoría) → Centro Cultural Jaime Sabines → Palacio Federal y Estatal de Gobierno → Parque Central → Museo de la Ciudad → Casa Chiapas → Parque de la Marimba → Parque de la Juventud → Parque Bicentenario “Morelos” → Plaza Crystal → UNACH → Instituto Tecnológico
2	Colonia Albania Alta	Colonia Potrero Mirador	Norte – Sur Sur – Norte	→ Palacio Federal y Estatal de Gobierno → Parque Central y Catedral de San Marcos → Mercado Centro.
3	Mercado Centro	Cobach 1	Oriente – Poniente Poniente – Oriente	→ Cobach 1 → Plaza Crystal → Deportivo caña hueca → Parque Joyo Mayu → Plaza de las Américas → Teatro de la Ciudad y Calzada Hombres Ilustres (Jardín Botánico, Museo Regional, Museo de Paleontología) → Convivencia Infantil → Calzada Las Etnias → Ciudad Deportiva → Estadio Víctor Manuel Reyna → Mercado de los Ancianos → Mercado centro → UNACH

6	Colina El Vergel	Mercado Centro	Oriente – Poniente Poniente – Oriente	→ Mercado Centro → Parque del Oriente → COBACH → IMSS → Parque Central → Centro Cultural Jaime Sabines.
8	Colonia Mirador	Mercado Centro	Norte – Sur Sur - Norte	→ Mercado Centro → Parque de la Marimba → Sistema Chiapaneco de Radio y Televisión → Oficinas COMCAFE → DIF
11	Mercado Centro	Escuela Los Trabajadores	Norte – Sur Sur - Norte	→ Mercado de los Ancianos → Zona Centro → ZOOMAT → Panteón Municipal → Terminal de Transporte → Tuxtla

Fuente: Secretaría de Transportes. 17 de septiembre 2012.

1.8 Infraestructura básica.

a) Comunicaciones.

Resaltar en este punto que el Estado de Chiapas es el Estado de México con menor número de líneas por cada 100 hab. (Puesto 32 de 32 estados). 5.2 líneas telefónicas por cada 100 habitantes en 2012 (Datos para el estado de Chiapas). No encontrándose el dato municipal hasta el momento.

En relación a teléfonos móviles, se tiene un registro estatal de 4.5 líneas por cada 100 habitantes en el 1er semestre de 2012 y 58.3 suscripciones por cada 100 habitantes para el 2º semestre de 2012.

El municipio de Tuxtla Gutiérrez ofrece Internet wi fi gratuito disponible tanto para turistas como para población local en al menos tres parques públicos identificados: El “Parque de la Juventud”, situado en el centro de la ciudad y cerca de los principales atractivos turísticos; el “Centro de Convivencia Infantil”, ubicado en la

ruta turística denominada “Calzada de los Hombres Ilustres” y el “Parque de la Marimba”, el atractivo turístico más reconocido del centro de la ciudad. El equipo técnico comprobó en campo el funcionamiento de algunos de estos dispositivos. Así también es posible el acceso a internet en Parque 5 de mayo, parque Bicentenario, Parque Central y Parque Caña Hueca. Cabe hacer mención que en espacios privados tales como restaurantes, hoteles se cuenta con el servicio.

b) Energía Eléctrica.

De un total de 140,984 viviendas particulares habitadas (99.40%) que tienen luz eléctrica, solo 532 carecen de este servicio, lo que representa el 0.38% del total (Tabla No 105), un dato que refleja mejoría en comparación a años anteriores (Tabla No. 106, año 2000, 1.90% y 2005 4.36% CONAPO). Asimismo se señalan 324 viviendas con electricidad no especificada.

Cabe hacer mención que 117,618 viviendas cuentan con agua, drenaje y electricidad.

Tabla No. 105. Servicio de energía eléctrica en viviendas particulares habitadas, 2010.

Tipo de servicio	Número de viviendas particulares habitadas	%
Disponen de energía eléctrica	140,984	99.40
No disponen de energía eléctrica	532	0.38
No se especifica disponibilidad de energía eléctrica	324	0.23

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 106. Viviendas que no disponen de energía eléctrica años anteriores.

Clave del municipio	Municipio	Viviendas que no disponen de energía eléctrica		
		2000	2005	2010
07101	Tuxtla Gutiérrez	1.90	4.36	0.37

Fuente. Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.
<http://www.conapo.gob.mx>

Tabla No. 107. Tomas instaladas y localidades con el servicio de energía eléctrica por municipio al 31 de diciembre de 2010.

Municipio	Total	Tomas instaladas de energía eléctrica		Localidades con el servicio a/
		Domiciliarias b/	No domiciliarias c/	
Tuxtla Gutiérrez	200 483	199 727	756	81

Fuente: Agenda Estadística del Estado de Chiapas. 2011

a/ La información está referida a la definición de localidad utilizada por las fuentes que la generan, por lo que no es comparable con la correspondiente a la información censal.

b/ Comprende domésticas, industriales y de servicios.

c/ Comprende agrícolas, alumbrado público y bombeo de aguas potables y negras.

c) Agua y Alcantarillado.

Excusado o sanitarios: De un total de 140,687 viviendas particulares habitadas, el 99.19% de la población disponen de excusado o sanitarios según datos del INAFED 2010 (tabla No. 108), y el 0.86% no disponen del servicio, según estimaciones del CONAPO (tabla No. 109) en donde también es posible observar el comportamiento de la no disponibilidad del servicio en relación al año 2000 con un 5.45% y 2005 con un 5.01%, una variación bastante considerable en relación a cobertura para el año 2010.

Tabla No. 108. Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.

Tipo de servicio	Número de viviendas particulares habitadas	%
Disponen de excusado o sanitario	140,687	99.19

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 109. Viviendas que no disponen de excusado o sanitario, años anteriores.

2000	2005	2010
5.45	5.01	0.86

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.
<http://www.conapo.gob.mx>

Drenaje: De un total de 140,319 viviendas particulares habitadas, el 98.93% disponen del servicio de drenaje, y el 0.66% (tabla No. 110) carecen del mismo (INAFED). Según estimaciones de la CONAPO, el porcentaje de cobertura ha aumentado, siendo que para el año 2000, el 5.57% no disponían de este servicio y para el 2005 el 0.83% (tabla No. 111)

Tabla No. 110. Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.

Tipo de servicio	Número de viviendas particulares habitadas	%
Disponen de drenaje	140,319	98.93
No disponen de drenaje	941	0.66
No se especifica disponibilidad de drenaje	580	0.41

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 111. Viviendas que no disponen de drenaje.

2000	2005	2010
5.57	0.83	0.66

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.
<http://www.conapo.gob.mx>

Agua entubada de la red pública: El 86.54% disponen de agua entubada de un total de 122,743 viviendas particulares habitadas y el 13.10% no disponen del servicio. Existe un 0.37% que no especifica la disponibilidad (INAFED, tabla No. 112).

La CONAPO señala que el 16.36% no disponen del servicio al 2010, presentándose en ambas fuentes una variación para el mismo año (tabla No. 113).

Tabla No. 112. Viviendas particulares habitadas por tipo de servicios con los que cuentan, 2010.

Tipo de servicio	Número de viviendas particulares habitadas	%
Disponen de agua entubada de la red pública	122,743	86.54
No disponen de agua entubada de la red pública	18,576	13.10
No se especifica disponibilidad de drenaje de agua entubada de la red pública	521	0.37

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 113. Viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública, años anteriores.

2000	2005	2010
21.26	16.57	16.36

Fuente: Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010. <http://www.conapo.gob.mx>

Es importante mencionar que el 82.92% disponen de agua entubada de la red pública, servicio de drenaje y energía eléctrica (tabla No. 114).

Tabla No. 114. Viviendas que disponen de agua entubada, drenaje y energía eléctrica.

Tipo de servicio	Número de viviendas particulares habitadas	%

Disponen de agua entubada de la red pública, drenaje y energía eléctrica	117,618	82.92

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Así mismo el municipio cuenta con 114,811 tomas de agua potable (según anuario estadístico por entidad federativa 2012, con dato al 2009).

d) Vivienda.

Tuxtla Gutiérrez, es la ciudad más poblada, con 553,734 habitantes (Censo 2010), mismos que se encuentran distribuidos de la siguiente manera: el mayor número de viviendas (tabla No. 115) se presentan del tipo **casa independiente (90.12%)**, departamento en edificio (4.46%), vivienda o cuarto en vecindad (3.59%), vivienda o cuarto de azotea (0.04), local no construido para habitación (0.03%), vivienda móvil (0.004%), refugio (0.01%) y clase no especificada (1.73%), vivienda colectiva (0.02%).

Tabla No. 115. Viviendas habitadas por tipo de vivienda, 2010.

Tipos de vivienda	Número de viviendas habitadas	%
Total viviendas habitadas⁽¹⁾	143,886	100.00
Vivienda particular	143,852	99.98
Casa	129,664	90.12
Departamento en edificio	6,411	4.46
Vivienda o cuarto en vecindad	5,165	3.59
Vivienda o cuarto en azotea	63	0.04
Local no construido para habitación	48	0.03
Vivienda móvil	7	0.004
Refugio	8	0.01
No especificado	2,486	1.73
Vivienda colectiva	34	0.02

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. [Http://www.snim.rami.gob.mx/](http://www.snim.rami.gob.mx/) (1) Incluye viviendas particulares y colectivas.

Contando con 143,852 viviendas particulares, en las cuales habitan en promedio 3.85 personas (tabla No. 116), con un 92.02% de la población en casas y el resto en departamentos, viviendas o cuartos en vecindad, viviendas o cuartos en azotea, locales no construidos para habitación, vivienda móvil, refugio, viviendas colectivas, no especificado (tabla No. 117).

Tabla No. 116. Viviendas particulares habitadas y ocupantes.

Municipio	viv_particular_hab a/	ocu_vph b/	promedio_ocu_vph c/
Tuxtla Gutiérrez	143852	552611	3.85

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

a/ viv_particular_hab. Viviendas particulares habitadas de cualquier clase: casa independiente, departamento en edificios, vivienda o cuarto en vecindad, vivienda o cuarto de azotea, local no construido para habitación, vivienda móvil, refugio y clase no especificada. Incluye las viviendas particulares habitadas sin información de ocupantes.

b/ ocu_vph (Ocupantes en viviendas particulares habitadas (personas que residen en viviendas particulares habitadas). Excluye la estimación del número de personas en viviendas particulares sin información de ocupantes.

c/ promedio_ocu_vph (Promedio de ocupantes en viviendas particulares habitadas. Resultado de dividir el número de personas que residen en viviendas particulares habitadas, entre el número de esas viviendas. Excluye la estimación del número de personas y de viviendas particulares sin información de ocupantes.

Tabla No. 117. Ocupantes en viviendas particulares, 2010.

Tipos de vivienda	Ocupantes	%
Viviendas habitadas⁽¹⁾	553,358	100.00
Viviendas particulares	552,611	99.87
Casa	509,201	92.02
Departamento	19,530	3.53
Vivienda o cuarto en vecindad	15,694	2.84
Vivienda o cuarto en azotea	176	0.03
Locales no construidos para habitación	138	0.02
Vivienda móvil	20	0.00
Refugio	20	0.00
No especificado	7,832	1.42
Viviendas colectivas	747	0.13

Promedio de ocupantes por vivienda	3.9	No Aplica

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. [http://www.snim.rami.gob.mx/\(1\)](http://www.snim.rami.gob.mx/(1)) Incluye viviendas particulares y colectivas.

El material de construcción (tabla No. 118) de las viviendas varían desde **piso de cemento o firme (61.43%) el mayor porcentaje**, piso de tierra (4.88%), de madera, mosaico u otro material (33.20%); en relación a **los techos** (tabla No. 119) **la mayoría presentan losa de concreto (79.65%)**, de teja (1.61%), lámina metálica, de asbesto, palma, paja, madera o tejamanil (17.63%), material de desecho o lámina de cartón (0.83%); y respecto a paredes (tabla No. 120) las de **tabique, ladrillo, block, piedra, cantera, cemento o concreto (92.15%) son el porcentaje mayor**, de madera o adobe (3.84%), embarro o bajareque, lámina de asbesto o metálica, carrizo, bambú o palma (2.21%), lámina de cartón o material de desecho (1.64%).

Tabla No. 118. Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (pisos), 2010.

Materiales de construcción de la vivienda (pisos).	Número de viviendas particulares habitadas ⁽¹⁾	%
Piso de tierra	6,927	4.88
Piso de cemento o firme	87,130	61.43
Piso de madera, mosaico u otro material	47,084	33.20
Piso de material no especificado	699	0.49

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 119. Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (techo), 2010.

Materiales de construcción de la vivienda (techo).	Número de viviendas particulares habitadas⁽¹⁾	%
Techo de material de desecho o lámina de cartón	1,198	0.83
Techo de lámina metálica, lámina de asbesto, palma, paja, madera o tejamanil	25,460	17.63
Techo de teja o terrado con viguería	2,319	1.61
Techo de losa de concreto o viguetas con bovedilla	115,044	79.65
Techo de material no especificado	418	0.29

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Tabla No. 120. Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (paredes), 2010.

Materiales de construcción de la vivienda (paredes)	Número de viviendas particulares habitadas⁽¹⁾	%
Pared de material de desecho o lámina de cartón	2,371	1.64
Pared de barro o bajareque, lámina de asbesto metálica, carrizo, bambú o palma	3,195	2.21
Pared de madera o adobe	5,545	3.84

Tabla No. 120. Viviendas particulares habitadas por características en materiales de construcción (paredes), 2010.

Pared de tabique, ladrillo, block, piedra, cantera, cemento o concreto	133,105	92.15
Pared de material no especificado	222	0.15

Fuente: SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal. Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Cabe señalar que la ciudad cuenta con algunas construcciones antiguas cuyo uso actual se relaciona con casa-habitación, comercio, institutos, oficinas con características de arquitectura tradicional vernácula y monumentos históricos por determinación de Ley, que ameritan ser conservados por el INAH.

1.9 Protección del territorio y del paisaje natural y urbano.

a) Calidad de vida.

A pesar de que Tuxtla Gutiérrez, se encuentra en el Estado de Chiapas, uno de los más rezagados de México en niveles de bienestar, es necesario destacar que el destino, por ser capital del Estado presenta una condición de isla en cuanto a niveles de bienestar y resultados significativamente mejores en cuanto a indicadores de bienestar que el resto de municipios de Chiapas.

El dato de *rezago social fue calificado en 2010 de **muy bajo ocupando el puesto 2087 en rezago social del total de 2440 municipios existentes en México**, siendo el primer puesto para el municipio con mayor grado de rezago social de México. Esto contrasta con el hecho de que el Estado de Chiapas a nivel global presente un grado de rezago social calificado como Muy alto.

Asimismo, Tuxtla Gutiérrez presenta un *grado de marginación calificado de **Muy Bajo**, ocupando el puesto 2254 del total de municipios nacionales (2440) y el puesto 118 del total de los municipios del Estado de Chiapas (118) (tabla No. 121).

*El grado de rezago social tiene en cuenta los siguientes factores: Pobreza alimentaria, pobreza de capacidades, pobreza de patrimonio, % de población de 15 años o más analfabeta, % de población de 6 a 14 años que no asiste a la escuela, % de población de 15 años y más con educación básica incompleta, % de hogares con población de 15 a 29 años con algún habitante con menos de 9 años de educación aprobados, % de población sin derecho-habienencia a servicios de salud, % de viviendas particulares habitadas con piso de tierra, % de viviendas particulares habitadas que no disponen de excusado o sanitario, % de viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública, % de viviendas que no disponen de drenaje, % de viviendas particulares que no disponen de energía eléctrica, % de viviendas que no disponen de lavadora, y % de viviendas que no disponen de refrigerador.

*El grado de marginación tiene en cuenta los siguientes factores: % de población de 15 años o más analfabeta, % de población de 15 años o más sin primaria completa, % ocupantes en viviendas sin drenaje ni excusado, ocupantes en viviendas sin energía eléctrica, ocupantes en viviendas sin agua entubada, % de viviendas sin algún nivel de hacinamiento, % de ocupantes en viviendas con piso de tierra, Población en localidades con menos de 5 000 habitantes, Población ocupada con ingresos de hasta 2 salarios mínimos.

No obstante, según datos recogidos de los perfiles municipales de la CEIEG para Tuxtla Gutiérrez, el municipio presentaba en el año 2010 un porcentaje del 43.3 % de su población en situación de pobreza, del que el 35.3 se encontraba en pobreza moderada y el 8 % en pobreza extrema.

Tabla No. 121. Calidad de vida.

Concepto	Índice	Grado	Lugar Estatal	Lugar Nacional
Marginación	-1.3448	Muy bajo	118	2 254
Rezago Social	-1.1399	Muy bajo	118	2 176
Desarrollo Humano	0.8550	Alto	1	140

% de Población en Pobreza Alimentaria	9.27	N/A	118	2 243
% de Población en Pobreza de Capacidades	16.00	N/A	118	2 207
% de Población en Pobreza de Patrimonio	40.12	N/A	118	2 156

Fuente: CONAPO. Estimaciones con base en el Censo de Población y Vivienda 2010.
CONEVAL. Estimaciones con base en el Censo de Población y Vivienda 2010.
PNUD. Índice de Desarrollo Humano Municipal 2000-2005.
CONEVAL. Estimaciones con base en el MCS-ENIGH 2008 y 2010.

Tabla No. 122. Situación de pobreza.		
Concepto	Porcentaje	Número de Personas
Población en Situación de Pobreza	43.30	225 392
Población en Situación de Pobreza Moderada	35.30	183 776
Población en Situación de Pobreza Extrema	8.00	41 616

Fuente: CONEVAL. Estimaciones con base en el Censo de Población y Vivienda 2010.
CONEVAL. Estimaciones con base en el MCS-ENIGH 2008 y 2010.

En lo que se refiere al empleo, en 2010 Tuxtla Gutiérrez presentaba una tasa de población desocupada del 2.95% de la población económicamente activa, porcentaje significativamente menor que la media nacional para el mismo año (2010), que fue de 4.54 pero mayor que la del Estado de Chiapas para el mismo año, que fue de 2.33.

En lo que respecta a la contribución de la actividad turística al bienestar de la población del destino y la calidad de vida local, decir que lamentablemente no existen sistemas automáticos de medida de los impactos sociales y productivos de la actividad turística y tampoco se conocen datos básicos como la contribución de esta actividad al PIB de Tuxtla Gutiérrez, tanto de forma directa, como de forma indirecta e inducida.

b) Desarrollo sostenible y protección del medio ambiente.

Para la realización del análisis de este punto, el equipo técnico se ha centrado en la interpretación de variables relacionadas sugeridas por la metodología del presente estudio y algunas añadidas por el equipo técnico, que versan sobre temas importantes como la gestión de residuos, el tratamiento de aguas residuales, la calidad del aire, la gestión de aguas residuales, y otras, a partir de las cuales se han elaborado los siguientes análisis por apartado:

Tratamiento de residuos sólidos.

En lo que respecta al tratamiento de residuos sólidos, datos del “Sistema de Consulta de Estadísticas Ambientales de INEGI” para el año 2010, Tuxtla Gutiérrez cuenta con servicios de recolección y disposición de residuos, y además a fecha del dato estadístico (2010), era el único municipio de Chiapas con servicio asimismo de tratamiento de residuos. Según la misma estadística se recolectaron en Tuxtla Gutiérrez en 2010, 472000 KG de residuos de los cuales el 100% fue recolectado de manera no selectiva. El municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuenta con una concesión a la empresa, Proactiva Medio Ambiente México, que, según fuentes de la propia empresa: “atiende el 100% de población, 90% de comercios totales y utilización de infraestructura de manera regional”. Asimismo la empresa ostenta las certificaciones ISO 14001 (2004) y ISO 9001 (2008), además de la certificación municipal: “Calidad Ambiental en Manejo de Residuos” ante la Autoridad Federal Medioambiental (PROFEPA).

En cualquier caso, es patente que existe un problema en la gestión de residuos de residuos en las vías públicas de Tuxtla Gutiérrez, probablemente causado por una ausencia de educación ambiental unida a la escasez de botes de basura en vías públicas, y que afecta no sólo a la imagen y por ende a la calidad ambiental del municipio, sino que contribuye al empeoramiento de problemas de drenaje de la capital así como a la contaminación de las cuencas presentes en el municipio.

Tratamiento de aguas residuales.

En lo que se refiere al tratamiento de aguas residuales, el “Inventario nacional de plantas municipales y de tratamiento de aguas residuales en operación, 2011” del

SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales), habla de la existencia de tres plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en Tuxtla Gutiérrez: La planta de Copoya; La Planta del Cobo; y la Planta Tuxtla Gutiérrez (Paso Limón).

El mismo informe menciona que la primera trataba en fecha del estudio sólo 6.6 l/s del total de su capacidad de 10.83; la segunda trataba en fecha del estudio 3 l/s del total de su capacidad de 5 l/s; y la tercera trataba 488 l/s del total de su capacidad de 800 l/s, funcionando en conjunto a aproximadamente un 60% de su capacidad. No ha sido posible conseguir a fecha de elaboración del reciente estudio un dato actual y fidedigno del funcionamiento de las plantas y el porcentaje de agua residual que es tratada en Tuxtla, además de haber recibido informaciones contradictorias de fuentes oficiales que afirman que no existe tratamiento de aguas residuales en Tuxtla y que algunas plantas están en construcción, como la mencionada Paso Limón.

Esta información no ha sido tomada en cuenta de forma oficial en el análisis, pero se subraya como un aspecto de importancia crítica en relación con la sostenibilidad del Tuxtla Gutiérrez como ciudad en general y como destino turístico en particular.

Por otra parte, en referencia tanto al tratamiento de residuos sólidos, como al tratamiento de aguas residuales y pluviales, es importante señalar que, tal y como menciona el Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (Pág. 142-143) “los cuerpos de agua de la subcuenca y micro cuencas del municipio han sido contaminados por depósitos clandestinos de basura, así como, por la construcción de drenaje sanitario sin la supervisión, ni aprobación de la autoridad municipal; además de las alteraciones en la capacidad de filtración en la superficie ocasionada por la deforestación y el cambio de uso de suelo. Un estudio de la CONAGUA en el año 2009, expuso que sobre distintos puntos del cauce del río Sabinal se supera en un 75% los límites máximos permitidos por las normativas para contaminantes”.

Calidad del aire.

El “reporte de calidad de aire” presentado por la Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno de Chiapas tiene como resultado una calidad de aire considerada como “buena” en función de los puntos IMECA. No obstante resaltar que esta valoración se realiza en base a las mediciones con respecto a la concentración de contaminantes durante 24 horas en un único momento durante el año, el 28 de Agosto de 2012, lo que no permite evaluar la calidad del aire de Tuxtla Gutiérrez en otros momentos durante el año donde es muy posible que la calidad del aire sea menor, como durante la época de quemas.

Educación medioambiental.

A nivel de educación medioambiental en el destino, decir que existe una base normativa que le sirve de sustento, la cual es amplia en el caso estatal (“Ley de Ambiental para el Estado de Chiapas”) y más débil en el caso municipal (“Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano de Tuxtla Gutiérrez”).

Por lo que respecta a la ejecución de educación medioambiental, se cuenta con las **acciones de Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno del Estado de Chiapas**, que promueve la educación ambiental para el estado y lleva a cabo algunas acciones que afectan al destino como el “**Programa de Educación Ambiental para la Cuenca del Río Sabinal**”, que, puesto que el Sabinal es el río que cruza la ciudad de Tuxtla Gutiérrez y que es afluente del Río Grijalva, mismo que transcurre por el Parque Nacional Cañón del Sumidero, atractivo turístico de primer orden del destino. Asimismo, destacar que dentro del Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 (Pág. 146) se encuentra el “Programa de fomento ambiental”, que consta de subprogramas para la educación ambiental enfocados a escuelas, organizaciones, empresas y sector gubernamental; además de población en general, grupos y ONG.

Desempeño en sostenibilidad de la oferta turística.

Existen buenos ejemplos en cuanto a la participación de la oferta de atractivos turísticos en la sostenibilidad general del destino. Por una parte encontramos dos atractivos turísticos que ejercen un importante papel en el estudio y la puesta en

valor de la biodiversidad en Chiapas: el Zoológico Miguel Álvarez del Toro, que promueve el conocimiento, la valoración y el estudio de la fauna silvestre del Estado, y el Museo y Jardín Botánico, dedicado al estudio de la flora y vegetación de Chiapas.

Asimismo, tenemos ejemplos positivos como el Museo de Paleontología, entre otras cosas está acreditado como Centro de Educación Ambiental por el CECADESU (Centro de Capacitación y de Educación para el Desarrollo Sustentable) de la SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales).

En cuanto al desempeño de la oferta de servicios turísticos de Tuxtla Gutiérrez en materia de sostenibilidad aplicada, resaltar que no ha sido posible obtener información exhaustiva que permita realizar un análisis en profundidad que sustente unas conclusiones con base metodológica fuerte. No obstante es importante mencionar una serie de factores que parecen hablar de una debilidad en cuanto a la ausencia de participación de la oferta de la plaza en programas y certificaciones en materia de sostenibilidad, principalmente de tipo ambiental:

- ➡ **No se han encontrado empresas con certificado de calidad ambiental turística vigente en Tuxtla Gutiérrez.** No obstante sí existen tres empresas con certificado de calidad estrictamente ambiental (sin especificación turística) en Tuxtla Gutiérrez: Proactiva Medio Ambiente Tuxtla; Zona de Distribución Tuxtla; y la Sociedad Operadora del Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo, esta última digna de mención por tratarse de la principal infraestructura de comunicación asociada a Tuxtla como destino turístico.
- ➡ **Únicamente se ha encontrado un hotel, El Fiesta Inn, que ostente un certificado de calidad ambiental turística vigente en Tuxtla Gutiérrez.**
- ➡ **No existe ningún alojamiento turístico que ostente el sello Green Globe;** una certificación internacional con presencia en alojamientos de México que mide el desempeño de los hoteles en consumo energético, gasto de agua, contribución a la economía local, etc.

Como conclusión a este último punto, podemos destacar que una oferta de servicios equipamiento turística con políticas de sostenibilidad clara en cuanto a tratamiento de residuos, gasto energético, reducción y mejor tratamiento de aguas residuales, manejo responsable de sustancias tóxicas, etc. sería un gran apoyo para la sostenibilidad general de un municipio y destino turísticos que como vemos presenta ya de por sí problemas de infraestructura y control medioambiental debido a aspectos como el crecimiento poblacional y urbano.

c) Protección y ordenación del paisaje.

Existen **cuatro áreas naturales protegidas** en el destino Tuxtla Gutiérrez, dos de ellas situadas íntegramente en el municipio: El Centro Ecológico y Recreativo “El Zapotal” y La Reserva Estatal “Cerro Mactumatzá”, y dos áreas más que, aunque compartidas con otros municipios, abarcan porciones del territorio municipal de Tuxtla Gutiérrez: El Parque Nacional “Cañón del Sumidero” y la Zona Protectora Forestal Vedada “Villa Allende”.

En total el municipio de Tuxtla Gutiérrez cuenta con 4,920.07 hectáreas de áreas naturales protegidas, que representan el 14.51 por ciento de la superficie municipal y 0.3 del territorio estatal. No obstante, en este punto cabe destacar que áreas tan importantes como el Parque Nacional Cañón del Sumidero se están viendo amenazadas por la construcción incontrolada y la actividad extractiva de empresas (caleras). Además, tal y como afirma el Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 del H. Ayuntamiento Tuxtla Gutiérrez (Pág. 141), al interior del Parque Nacional Cañón del Sumidero, la reserva más grande del municipio, existen asentamientos humanos irregulares que 142 afectan a 659.56 hectáreas, que ya han ocasionado la pérdida del 13.40% de la superficie de las reservas naturales totales del municipio.

Llama la atención que el Parque Nacional Cañón del Sumidero, así como el resto de áreas naturales protegidas del municipio de Tuxtla Gutiérrez no parecen disponer de Planes de Manejo de Áreas Naturales Protegidas, puesto que no se encuentran incluidas en la lista de planes de manejo de áreas naturales facilitada

en la web de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/programa_manejo.php).

d) Instrumentos de ordenación territorial y del paisaje.

Además del nombramiento y gestión de áreas naturales protegidas citadas anteriormente, existen otros instrumentos de ordenación territorial y del paisaje que afectan a Tuxtla Gutiérrez:

■ **Legislación y reglamentos en materia ambiental:** “Ley de Ambiental para el Estado de Chiapas” y “Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano de Tuxtla Gutiérrez”.

■ **Programas de Ordenamiento ecológico territorial:** A nivel estatal existe el Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para el Estado de Chiapas. A nivel municipal, no existe un Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial Municipal exclusivo para Tuxtla Gutiérrez, pero sí existe un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal, que aunque de manera parcial, afecta a parte del municipio de Tuxtla Gutiérrez, además de a otros municipios pertenecientes a la subcuenca como: Berriozábal, Ocozocoautla de Espinosa y San Fernando.

■ **Programas de manejo de riesgo (nivel estatal):** Plan Operativo de Protección Civil por Riesgo Sísmico; Programa Conjunto de Agua y Saneamiento del Gobierno Mexicano y el Sistema de las Naciones Unidas en México, para el Logro de los Objetivos del Milenio; Plan de Protección Civil para la Temporada de Lluvias y Ciclones Tropicales; Programa Preventivo de Protección Civil PP5Reducción Comunitaria de Riesgos de Desastres.

e) Acciones de gestión territorial.

Con respecto a programas y acciones concretas de gestión territorial, el presente estudio se ha basado en la identificación de aquellas relacionadas con la protección y conservación del patrimonio natural y paisajístico.

En primer lugar, es importante mencionar que a nivel local, la orientación de la gestión territorial ambiental municipal queda definida por el Plan Municipal de Desarrollo **Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015** del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, que contempla un eje temático completo denominado Tuxtla Verde (Eje temático 5), que incluye programas y medidas de protección del medio ambiente municipal y el paisaje natural y que presenta varios programas de actuación y cuyos programas con mayor componente de gestión territorial son: El Programa de acción climática municipal, El Programa de consolidación de las acciones de monitoreo de la calidad del aire, El Programa Reforestando por un Tuxtla Verde y Sustentable, el Programa de Rescate de la cuenca del Río Sabinal, el Programa Integral de Limpia y Aseo Público Municipal y el Programa de Recertificación de Tuxtla como Municipio Limpio.

Por otra parte, fuentes del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez manifiestan haber realizado campañas de reforestación, reciclaje; limpieza y atención a denuncias de derribo, desarmes, ruido, aguas residuales e incendios.

Por último, recientemente la SEMAHN (Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural) ha firmado un convenio de colaboración para la limpieza del Cañón del Sumidero con la asociación civil “El Cañón nos une” que busca sumar y coordinar esfuerzos para llevar a cabo acciones de conservación y limpieza que ya realiza la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) en el Parque Nacional del Sumidero. (http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/noticias/ver_noticia/19).

f) Herramientas específicas de gestión para la sustentabilidad turística en Tuxtla Gutiérrez.

En lo que respecta al marco de gestión y políticas de sustentabilidad aplicadas específicamente a la actividad turística, decir que en este punto la metodología de la ACDT (Agenda de Competitividad) valora la importancia de contar con estudios y planes estratégicos, fundamentales a la hora de llevar a cabo una gestión y políticas turísticas que aseguren un desarrollo turístico alineado con criterios de

sostenibilidad a medio y largo plazo. Al respecto, podemos resaltar que Tuxtla Gutiérrez no cuenta con estudio de FONATUR (Fondo Nacional de Fomento al Turismo) que guíe su desarrollo turístico, pero en cambio fue uno de los destinos incluidos en el “Plan de Estrategia y Competitividad Turística para los Clústers de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo”, elaborado en Abril de 2009, en colaboración con la Fundación Themis de la Organización Mundial del Turismo y la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas.

Por otra parte, los planes y programas que orientan la gestión turística municipal, como el Programa de fomento al turismo municipal (Eje Tuxtla Competitiva y Próspera del Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015), o el Plan de Acción del Consejo Municipal de Turismo, no parecen incluir una gran preocupación por la gestión sostenible del turismo.

Por último, en este punto es importante resaltar que ni desde el nivel municipal (Secretaría de Desarrollo Turístico) ni desde el nivel estatal (Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas), se aplica un sistema de indicadores que permitan evaluar regularmente que el desarrollo del turismo se realiza en base a criterios de sostenibilidad y que mida regularmente el desempeño de la actividad en cuanto a sostenibilidad medioambiental, económica, social y/o cultural.

1.10 Identificación de áreas sensibles de protección ambiental y paisajística.

a) Identificación de áreas potenciales

Existen cuatro áreas naturales protegidas en Tuxtla Gutiérrez que ya han sido mencionadas en puntos anteriores del estudio: el Parque Nacional Cañón del Sumidero, la Reserva Ecológica el Zapotal, el Cerro Mactumatzá y la Reserva Forestal de Villa Allende.

A parte de estas áreas que ya están sujetas a algún tipo de protección, el equipo técnico no ha identificado nuevas áreas potenciales susceptibles de ser protegidas. No obstante, se ha identificado que áreas protegidas, como por ejemplo el Cañón del Sumidero no son protegidas de forma efectiva (a pesar de

su rango de Parque Nacional), con lo que pueden ser consideradas áreas prioritarias de protección efectiva potencial.

Identificación de problemáticas de las áreas sensibles de protección ambiental y paisajista.

Como ya se ha mencionado en el apartado c (protección del territorio y del paisaje natural y urbano) del punto X (Protección del Territorio y del Paisaje Natural y Urbano), los principales problemas que afectan a las áreas naturales de Tuxtla Gutiérrez son la deforestación, el crecimiento descontrolado de asentamientos de viviendas ilegales, las actividades extractivas, y los vertidos descontrolados de residuos, tanto sólidos como líquidos, a las mismas.

1.11 Mercados actuales y potenciales.

a) Mercados actuales

Volumen:

Como se puede apreciar en la tabla No. 123, el volumen de llegadas a hoteles de Tuxtla Gutiérrez sumó un total de 670,626 personas, de las cuales un 97% procedían del nivel nacional y sólo un 3% eran de procedencia extranjera. Esto nos demuestra que la demanda turística actual del destino, es marcadamente nacional.

Tabla No. 123. Comparativo: Llegadas a hoteles de Tuxtla Gutiérrez en 2012.

Procedencia	Nacionales	Extranjeros	Total

Llegadas	649,582	21,044	670,626
Porcentaje	97%	3%	100%

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

En lo referente al total de pernoctaciones, Tuxtla Gutiérrez parece presentar buenos resultados si se compara de nuevo con un destino de referencia a nivel Estatal como es San Cristóbal de las Casas, aunque la comparación no es tan positiva si se compara con otras ciudades capitales de tamaño similar como Morelia, Mérida, Oaxaca o Villahermosa.

Tabla No. 124. Comparativo: turistas noche por ciudad de referencia para el año 2012.

Tuxtla Gutiérrez	Morelia	Mérida	Oaxaca	Villahermosa	Cuernavaca	San Cristóbal de las Casas
911,464	1,030,227	1,934,764	1,578,667	1,276,937	874,455	837,841

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo.
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Con respecto a los datos de ocupación, encontramos que Tuxtla Gutiérrez, presenta un porcentaje de ocupación que, si bien es de nuevo menor que otras ciudades capital como Guadalajara o Mérida, es considerablemente mayor que el porcentaje de ocupación medio para el Estado de Chiapas y que el porcentaje de ocupación de un destino de referencia a nivel estatal, San Cristóbal de las Casas. Es destacable asimismo que los establecimientos de cuatro y cinco estrellas presentan resultados de ocupación significativamente mayores que los de tres, dos y una estrella, que puede indicar la preferencia del segmento de reuniones, eventos e incentivos por hoteles de categoría superior.

Tabla No. 125. Comparativo: % ocupación para el año 2012 en destinos de referencia.

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo

Destino	Tuxtla Gutiérrez	Guadalajara	Mérida	Oaxaca	San Cristóbal de las Casas	Estado de Chiapas
% ocupación	41.46	48.21	54.26	41.21	37.89 %	37.58%

http://www.simmt.com/es/simmt/siim_ocupacion_hotelera

Tabla No. 126. Ocupación hotelera en serie anual de 2007 a 2012.

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1 estrella	37.25	35.78	30.69	33.23	31.52	33.13
2 estrellas	42.11	40.82	40.22	38.18	33.44	34.64
3 estrellas	31.91	34.39	35.8	36.24	35.41	33.32
4 estrellas	58.06	55.34	60.62	64.51	68.11	59.9
5 estrellas	55.03	53.54	60.96	64.09	60.28	51.23
Total	43.27	42.89	43.8	44.91	43.28	41.46

Tabla No. 127. Turistas atendidos según temporada.

Tipo	Temporada alta %	Temporada baja %
Turismo local	27%	41%
Turismo nacional	65%	51%
Turismo internacional	8%	8%

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo

http://www.simmt.com/es/simmt/siim_ocupacion_hotelera

Fuente: Elaboración propia. Reporte basado en los cuestionarios a empresas turísticas del destino, 2013.

Con respecto a la procedencia de los visitantes actuales a Tuxtla Gutiérrez, se han podido extraer datos únicamente de dos fuentes: las encuestas realizadas a

prestadores de servicios turísticos de la plaza y los datos sobre número de servicios proporcionados a turistas en los módulos de información turística de la SECTUR Estatal presentes en Tuxtla Gutiérrez.

Con respecto a los datos obtenidos de las entrevistas a actores locales, decir que el volumen de visitas de Tuxtla Gutiérrez es principalmente nacional, con un porcentaje también importante de turismo local que crece en la temporada baja (Estado de Chiapas) y un porcentaje muy reducido de turismo internacional.

Tabla No. 128. Principales estados emisores de turismo a Tuxtla Gutiérrez, por servicios ofrecidos en los módulos de información turística de la SECTUR Chiapas en destino.

Estado de procedencia	% del total	Posición
Distrito Federal	26%	1
Estado de México	10%	2
Chiapas	9%	3
Veracruz	8%	4
Oaxaca	6%	5
Tabasco	4%	6
Guanajuato	4%	7
Jalisco	3%	8
Nuevo León	3,00%	9
Tamaulipas	3%	10

Fuente: Elaboración propia, con base en datos proporcionados por la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Departamento de Apoyo al Turista. 2012, versión electrónica.

Por otra parte, los datos obtenidos de los servicios prestados en módulos de información parecen confirmar esta tendencia, **presentando un 91% de turistas procedentes de México (incluido el mismo Estado de Chiapas) comparado con el 9% de turistas internacionales**. De la misma fuente, se han obtenido también porcentajes y rankings por estado de procedencia de los turistas nacionales, tal y como muestra la siguiente tabla:

Se puede apreciar que una parte importante de los visitantes de México que llegan a Tuxtla proceden del Distrito Federal (26%) y del Estado de México (10%), principales focos emisores de turistas a la plaza.

También se observa que los visitantes procedentes del mismo estado de Chiapas, así como de Estados limítrofes como Veracruz, Oaxaca y Tabasco les siguen en

importancia, quedando por último otros focos emisores de importancia a nivel nacional como Guanajuato, Jalisco (Guadalajara), Nuevo León (Monterrey) y Tamaulipas.

Por otra parte, la tabla No. 129, muestra porcentajes y rankings de turistas internacionales por país de procedencia:

Tabla No. 129. Principales países emisores de turismo internacional a Tuxtla Gutiérrez, por servicios ofrecidos en los módulos de información turística de la SECTUR Chiapas en destino

País de procedencia	% del total	Posición
Estados Unidos	17%	1
España	12%	2
Francia	12%	3
Italia	10%	4
Alemania	7%	5
Canadá	5%	6
Holanda	4%	7
Argentina	4%	8
Australia	3%	9
Bélgica	2%	10
Guatemala	2%	11
Chile	2%	12
Israel	2%	13
Venezuela	2%	14
Inglaterra	2%	15
Brasil	1%	16
Japón	1%	17
Suiza	1%	18
Resto países	11%	

Fuente: Elaboración propia, con base en datos proporcionados por la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Departamento de Apoyo al Turista. 2012, versión electrónica.

Con respecto a los principales países emisores de turismo internacional, observamos que en primer lugar encontramos aquellos procedentes de EE.UU, siendo el principal foco emisor de turistas a la plaza, y posteriormente

encontramos a España, Francia, Italia, Alemania y Canadá. Destacar también la importancia de países de América del Sur como Argentina y la importancia como foco emisor de un país vecino y muy cercano a Chiapas, Guatemala.

Características sociodemográficas.

A pesar de que el presente estudio no ha podido obtener datos sobre el perfil socioeconómico de los visitantes actuales a través de encuestas realizadas en destino, se presenta a continuación un breve párrafo con las características sociodemográficas del segmento del turismo de reuniones, considerado como el principal de la plaza en la actualidad, junto al vacacional, de carácter más heterogéneo:

- Según la OMT (Turismo: Panorama 2020), “el segmento de reuniones y conferencias se caracteriza por contar con clientes de gran categoría, poder adquisitivo y rendimiento”.
- Según el mismo organismo (OMT, Turismo: Panorama 2012), en 1988, en el Reino Unido, los visitantes de las reuniones y conferencias gastaron un promedio de 186 dólares de los Estados Unidos al día, en comparación con el gasto medio de los turistas de ocio, equivalente a 73 dólares diarios.
- Asimismo, el mismo informe señala que el 40% de los visitantes de reuniones y conferencias regresan al lugar de destinos acompañados de sus familias, colegas o amigos.

Hábitos de comportamiento.

Con respecto a los hábitos de comportamiento de la demanda actual, se han podido obtener algunas consignas a través de diferentes fuentes.

De los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a empresa turísticas de Tuxtla Gutiérrez se han obtenido las principales motivaciones que mueven a los turistas para visitar Tuxtla Gutiérrez, las cuales se pueden observar en el siguiente gráfico:

Tabla No. 130. Motivos más comunes de viaje de los visitantes.

Motivo	%
Vacaciones, recreo y ocio	33%
Visitas a familiares y amigos	15%
Educación y formación	9%
Salud y atención médica	0%
Religión/peregrinaciones	3%
Compras	0%
Tránsito	6%
Negocios y motivos profesionales	33%

Fuente: Elaboración propia. Reporte de entrevistas realizadas a empresas Turísticas del destino, 2013.

Como conclusión acerca de las motivaciones de viaje de la demanda actual, podemos decir que responde principalmente a dos motivaciones: la visita por negocios o motivos profesionales (elegida por el 33% de prestadores de servicios turísticos entrevistados) y la visita por motivo vacacional, de recreo y ocio (elegida también por el 33% de los prestadores de servicios turísticos entrevistados).

Esto parece ir en sintonía con los resultados mostrados por el índice de estacionalidad calculado a través de los datos de ocupación de la plaza en 2012 procedentes de Datatur, mostrados en la tabla No. 131, que presenta un índice de estacionalidad cuya dispersión no es muy pronunciada, lo que parece de nuevo indicar su vocación como destino de turismo de reuniones y eventos, un tipo de segmento menos susceptible a las “temporadas turísticas” tradicionales. No obstante, al mismo tiempo se aprecia que los meses de vacaciones de Semana Santa (abril), verano (julio y agosto) y Navidad (diciembre) siguen presentando los datos más altos de ocupación, con lo que el componente de turismo de tipo vacacional parece seguir siendo líder en destino; circunstancia esta que no puede ser desestimada.

Tabla No. 131. N° de turistas diarios mes.

E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
No. de turistas por mes en promedio.											

1965,58	2016	2276,8	2934,9	2217,8	2248,9	3339	2645,2	2399,1	2364,4	2547,7	2968,1
Índice de estacionalidad turística											
0,78	0,8	0,9	1,17	0,8	0,9	1,3	1,05	0,96	0,94	1,02	1,18

Fuente: Cálculo propio en base a datos estadísticos de Datatur de la Secretaría de Turismo.

http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Cálculo: N° medio de turistas/día de la temporada entre n° medio de turistas/día del año.

Por otra parte, parece ser que la estancia promedio de Tuxtla Gutiérrez se encuentra en proceso de disminución desde el año 2010 y se puede considerar relativamente baja si se compara con el de otras ciudades capitales a nivel nacional, como Mérida, Guadalajara y Oaxaca. No obstante, llama la atención que es significativamente superior a la estadía promedio del Estado de Chiapas a nivel global y la de un destino turístico de referencia en Chiapas en particular, como es San Cristóbal de las Casas. Esto parece indicar que la condición de ciudad capital de Tuxtla Gutiérrez y su vocación como destino de reuniones, eventos y congresos, le sitúa en una posición competitiva a nivel Estatal en lo que respecta a estadía promedio, pero cuyo desempeño es potencialmente mejorable si se le compara con destinos urbanos de similar vocación a nivel nacional, tal y como se puede apreciar en las tablas 132, 133.

Tabla No. 132. Comparativo: Estadía promedio en Tuxtla Gutiérrez. Serie Anual 2007 - 2012

Categoría	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Total	1.43	1.43	1.47	1.44	1.44	1.4

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo

http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Tabla No. 133. Comparativo: Estadía promedio para el año 2012 en destinos de referencia.

Destino	Tuxtla Gutiérrez	Guadalajara	Mérida	Oaxaca	San Cristóbal	Estado de Chiapas

					de las Casas	
Total	1.4	1.84	1.82	1.66	1.16	1.23

Fuente: Datatur de la Secretaría de Turismo
http://www.simmt.com/es/simmt/siim_ocupacion_hotelera

En lo que respecta al gasto, datos de la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas, muestran que los turistas que visitan Tuxtla Gutiérrez, parecen gastar cada vez más desde el año 2010, aunque las cifras de gasto siguen siendo modestas, tal y como muestra la tabla No. 134:

Tabla No. 134. Gasto (turista / día).	
Año	Resultado de la variable
2013	\$ 1,1196 (turista/día)
2012	\$ 1,117
2011	\$ 1,099
2010	\$ 962

Fuente: Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Grado de satisfacción.

No se han encontrado datos que permitan medir ni el grado de satisfacción, ni otros datos similares como el porcentaje de visitantes y turistas que regresan o el porcentaje de turistas que recomiendan el destino.

La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal no realiza preguntas relativas a la satisfacción de los visitantes/turistas en las encuestas que realiza en los módulos municipales de información turística. Por otra parte, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas manifiesta no contar tampoco con este tipo de información, aunque afirma que se pretende empezar a recabar este tipo de datos a través de sus módulos de información turística.

b) Mercados potenciales.

Volumen.

En el marco del segundo taller de planeación del destino de Tuxtla Gutiérrez se llevó a cabo un cuestionario en el que se pidió a los actores que mencionaran cuál era su opinión en los segmentos/productos prioritarios para la plaza, teniendo en cuenta no sólo su actual vocación sino su potencial, dentro de las siguientes opciones:

- ✚ Turismo Cultural (visita a museos, folklore, arquitectura civil, religiosa, etc.).
- ✚ Turismo de Naturaleza (actividades en áreas naturales, ecoturismo, aventura, etc.).
- ✚ Turismo de Reuniones (Congresos, convenciones y viajes de incentivo a empresas, exposiciones).
- ✚ Turismo de Interés Especial (eventos musicales, científico, etc.).
- ✚ Turismo Deportivo (competencias de carreras de autos, natación, maratones, etc.).
- ✚ Enoturismo (interacción con comunidades indígenas, tradiciones y cultura viva).
- ✚ Turismo gastronómico (visita a sitios c/alimentos y bebidas de la identidad local).

De las respuestas de los actores sociales, se obtuvieron un total de cuatro segmentos de turismo que eran considerados esenciales para la plaza, siendo estos el **turismo de reuniones**, el **turismo de naturaleza**, el **turismo cultural** y el **enoturismo**, ordenados en orden de prioridad/potencial, tal y como muestra la siguiente tabla:

Figura No. 5 Segmentos esenciales del destino Tuxtla Gutiérrez	
Segmento	Prioridad
Turismo de reuniones	★ ★ ★

Turismo de naturaleza	
Turismo cultural	
Etnoturismo	


Esencial 1


Esencial 2

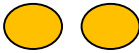

Esencial 3

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

Parece haber unanimidad a la hora de señalar el segmento de turismo de reuniones, eventos e incentivos como un segmento actual y potencial prioritario para la plaza. Además, el turismo de naturaleza, segmento que no se encuentra muy desarrollado en la plaza, con contadas excepciones como el ZOOMAT y el Parque Amikúu, parece ser visualizado con el mismo nivel de prioridad que el segmento de reuniones. Posteriormente tendríamos el segmento cultural, para el que como ya hemos visto Tuxtla cuenta con un importante oferta de recursos y atractivos turísticos, y por último el segmento del etnoturismo, que en el caso de Tuxtla Gutiérrez parece concentrarse en las posibilidades y el potencial de desarrollo de productos relacionados con la identidad zoque que permanece viva aunque en peligro en el destino. Estos son los segmentos definidos como esenciales para la plaza, ordenados por orden de prioridad/potencial, que deberían ser prioritarios a la hora de asignar recursos, tiempo e inversión para el desarrollo y fortalecimiento de la oferta turística y la promoción y comercialización por segmentos de mercado.

Por otra parte, como muestra la siguiente tabla, se obtuvieron un total de tres productos/segmentos complementarios para la plaza: el turismo gastronómico, el turismo de interés especial y el turismo deportivo; que también han sido ordenados en función de su prioridad/potencial. Los resultados indican que los actores locales señalan como segmento/producto complementario más prioritario a la hora de concentrar recursos, tiempo e inversión, al desarrollo y consolidación de productos gastronómicos (Ej: Botanero Tour) y a la promoción comercialización enfocada a

este segmento. Asimismo, posteriormente tendríamos al turismo de interés especial y al turismo deportivo, que pueden ser segmentos/productos complementarios de interés, en especial para los segmentos de turismo de reuniones y de naturaleza.

Figura No. 6 Segmentos complementarios del destino Tuxtla Gutiérrez	
Segmento	Prioridad
Turismo gastronómico	
Turismo de interés especial	
Turismo deportivo	



Complementario 1

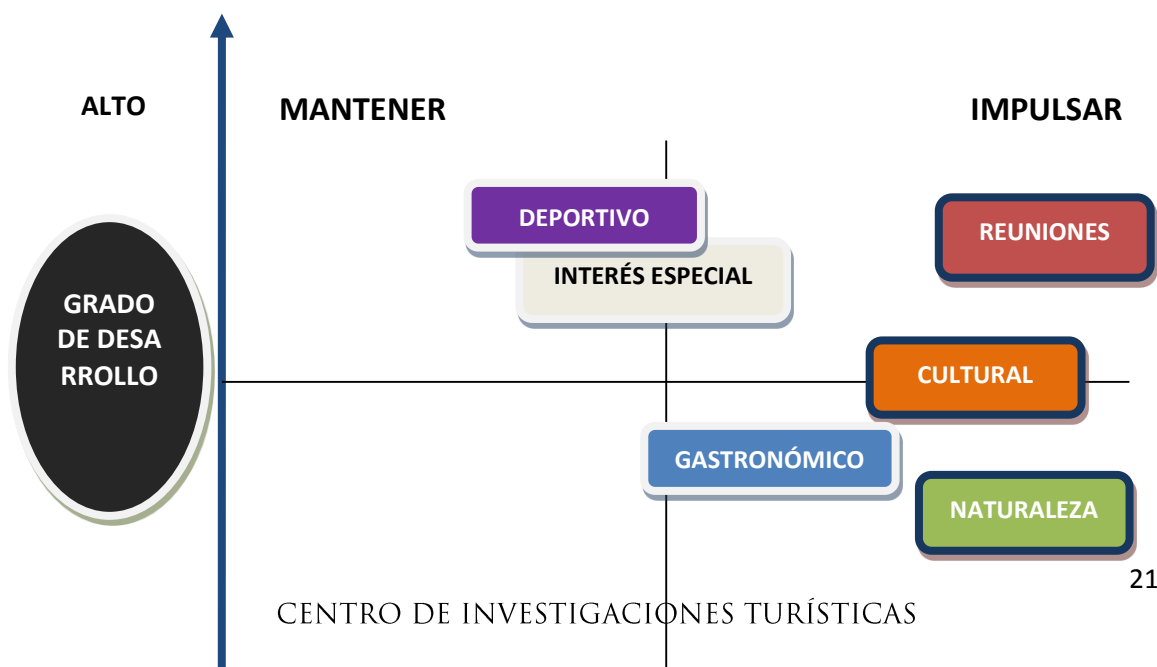


Complementario 2

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

Por último, los diferentes segmentos/productos identificados, tanto esenciales como complementarios, se han situado en una matriz de selección de productos modificada que ha cruzado el nivel de desarrollo de cada segmento en el destino con su prioridad/potencial, con el fin de guiar las acciones de desarrollo de productos y segmentos turísticos en el destino:

Figura No. 8. Matriz de selección de productos.





Fuente: Elaboración propia, 2013.

Las conclusiones principales obtenidas hablan de la necesidad:

- ✂ **Priorizar el impulso del producto/segmento de reuniones**, que tiene un grado de desarrollo considerable en la plaza pero que todavía debe ser impulsado para exprimir todo su potencial.
- ✂ **Priorizar el aprovechamiento del potencial del turismo de naturaleza a nivel de recursos turísticos** y potenciar aquellos productos y segmentos de turismo de naturaleza con los que ya cuenta la plaza.
- ✂ **Prestar atención a la puesta en valor y el aprovechamiento de la amplia oferta de productos/segmentos de turismo cultural** con los que ya cuenta la plaza, teniendo en cuenta que gran parte de esta se encuentra desaprovechada.
- ✂ **Contemplar la posibilidad de aprovechar el potencial de segmentos/productos turísticos de etnoturismo**, que pongan en valor el importante recurso de la “cultura zoque” que pervive en el destino y que puede suponer una oportunidad de diversificación de la oferta turística del destino y el fomento de una diferenciación y fortalecimiento de la identidad.
- ✂ No olvidar la importancia de **fomentar y mantener la atención y la oferta de productos/segmentos complementarios** prioritarios, principalmente

aquellos relacionados con la **gastronomía** en primer plano, y con el **turismo deportivo y de interés especial**, que sin duda actuarán como refuerzo para los productos/segmentos esenciales de la plaza, como el Turismo de Reuniones.

1.12 Promoción y Comunicación.

Como es propio de un destino turístico de la envergadura y las características de Tuxtla Gutiérrez, los esfuerzos, estrategias y acciones de promoción y comunicación que le afectan, se encuentran dispersas y canalizadas a través de diferentes organismos públicos, principalmente como el Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas, la Secretaría de Turismo Estatal, la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, la Oficina de Convenciones y Visitantes Chiapas (OCV), además de los prestadores de servicios turísticos y las diferentes cámaras gremiales relacionadas con el sector. Por ello, este apartado intenta describir y analizar todos los esfuerzos documentados realizados que influyen en el conocimiento, difusión e imagen de Tuxtla Gutiérrez en su demanda actual y potencial.

a) Acciones de promoción y comunicación.

Nivel local.

En cuanto al nivel local e institucional, destacar que las campañas de promoción y comunicación turística son lideradas por la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, dependiente del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, institución que, en sus propias palabras: “no cuenta con presupuesto para elaborar un plan de marketing que pueda incluir elaboración de campañas, compra de espacios en medios o revistas especializadas, etc.”. Y esto nos habla en primer lugar de que los principales responsables de la promoción y comunicación turística de Tuxtla Gutiérrez, que son los que más pueden llevar a cabo acciones segmentadas y “hechas a la medida” del destino a nivel institucional, no disponen de presupuesto necesario ni tampoco de un Plan de Marketing que guíe los esfuerzos hacia objetivos concretos, bien planificados y que maximicen los resultados de las campañas promocionales.

No obstante, dentro de sus limitaciones la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal ha puesto en marchas diferentes acciones de promoción y comunicación basadas en las siguientes acciones:

- Unión de esfuerzos con los prestadores de servicios turísticos locales y asociaciones gremiales turísticas del nivel local para promocionar el destino en conjunto a través de las llamadas “caravanas turísticas”, acciones de marketing en las que participan tanto empresarios turísticos como los responsables turísticos municipales y en las que se viaja a los principales focos emisores de turistas nacionales con el fin de promocionar el destino. Esos focos son de orden regional (Coatzacoalcos, Villahermosa, Distrito Federal, entre otros).
- Acciones de marketing directo como envío de boletines electrónicos a agencias de viajes de la República Mexicana.
- Envío de representación municipal en aquellos eventos en los que participa SECTUR O la OCV Chiapas (Ej.: “Blitz” promocionales de cara a meeting planners).

Estas acciones y campañas de promoción y comunicación llevadas a cabo por la Dirección de Turismo Municipal plantean segmentaciones básicas, a nivel geográfico, con el impacto de sus caravanas turísticas en importantes destinos emisores a nivel regional ubicados en la zona del Golfo de México y algunas partes del Pacífico sur (aunque se carece de estudios de demanda para sustentar la elección de los lugares de impacto).

Con respecto a la segmentación por perfil socioeconómico, no existe evidencia de información sobre demanda ni la realización de campañas adaptadas enfocadas a un target socioeconómico determinado. La única campaña focalizada en función de segmento poblacional, es la llamada “Peques Turisteando”, enfocada a un perfil de edad muy concreto, niños, a los que se buscaba dar a conocer los principales atractivos de la ciudad.

Asimismo, la segmentación por grupos prioritarios para la plaza parece ser también débil, si bien existe en las campañas denominadas como “Blitzs” en las que turismo municipal participa de la mano de la OCV Estatal y que se basan en visitas rápidas únicamente a “meeting planners” con el fin de promocionar específicamente a Tuxtla Gutiérrez como destino de reuniones y eventos de empresa. Fuera de este ejemplo no parece haber la información de base necesaria ni casos de campañas y acciones dirigidas a los targets de interés del destino.

La carencia de campañas y acciones promocionales y de comunicación con segmentación adecuada, puede explicarse en la ausencia de un plan de marketing para la plaza, la ausencia de presupuesto asignado para acciones de promoción y comunicación, así como la ausencia de estudios de demanda actual y potencial del destino, actuales y exhaustivos, que permitan a los responsables turísticos el conocimiento de sus mercados objetivos. Este último punto referente a la ausencia de información de base sobre demanda se considera puede incidir en las posibilidades de la Dirección de Desarrollo Turístico de contar con herramientas para la toma de decisiones estratégicas en lo que se refiere a promoción y comercialización.

Por último, que la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal manifiesta la "imposibilidad de realizar campañas de promoción que permitan medir con datos sus alcances". Esto indica que no parecen llevarse a cabo mediciones de satisfacción y efectividad de las campañas promocionales y de comunicación realizadas, a excepción de la acción de envío de boletines electrónicos promocionales, para el que la Dirección de Turismo Municipal dispone de un sistema que les permite analizar datos sobre % de leídos y no leídos, lo cual se reconoce como una medida, aunque básica, de medición de alcance de acciones de promoción.

Nivel estatal.

Con respecto al nivel estatal, decir que desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas llevan a cabo numerosas acciones de promoción y comunicación que se consideran incluyen al destino Tuxtla Gutiérrez, de manera directa e indirecta, puesto que promueven el conocimiento del destino y la imagen de Chiapas a nivel general, del que el destino es capital e importante punto de entrada al Estado por parte de flujos turísticos.

Uno de los aspectos de orden administrativo importantes de señalar es aquél que define al Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas como el concentrador de los recursos estatales para la promoción y que es responsable de la estrategia de comunicación estatal, articulando todas las acciones de las secretarías a un eje. En este sentido, la fortaleza de administrar el gasto público para la promoción institucional y económica de la entidad ha cumplido el objetivo para lo cual fue creado, no obstante, lo anterior ha dejado fuera a los municipios de los esquemas de coordinación para esta misma función incluyéndolos en los esquemas estatales a través de una estrategia que apoye el desarrollo de lo local-municipal para fortalecer lo estatal.

En este sentido, de la información facilitada por la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado, se aprecia que muchas de las campañas promocionales llevadas a cabo en los años 2010, 2011 y 2012, se realizaron en colaboración con el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México). Estas se basaron

principalmente en la promoción de lo “maya” en el Estado de Chiapas, en la que destaca la campaña promocional denominada “Profecías Mayas” en la que se realizaron acciones promocionales a nivel nacional (Televisa); internacional (Presencia en FITUR - Madrid, España; Adventure in Travel Expo - Chicago, USA Bolsa Internacional de Turismo BIT - Milán, Italia; Vitrina Turística Anato - Bogotá, Colombia; New York Times Travel-New York, USA; ITB -Berlín, Alemania; Sea Trade, Cruise Shipping - Miami, Florida; MITT, Feria Internacional de Viajes y Turismo de Moscú - Moscú, Rusia; COTMM, China outbound travel and tourism market - Beijing, China - etc.)

Es importante decir que la visión del CPTM es de alcance internacional según los productos a los que haya lugar. Subir a una entidad como Chiapas a ese circuito implica tener claro que la oferta tiene las condiciones para motivar los flujos turísticos desde Europa o Asia. Para el caso que nos ocupa, Tuxtla Gutiérrez no está identificado ni ubicado dentro de lo que son las regiones mayas del Estado, tales como los altos o la selva. Por lo tanto, ha quedado fuera de los esquemas de promoción que se definieron para el CPTM.

Como vemos estos esfuerzos promocionales fueron dirigidos a países de importancia como focos actuales de emisores de turistas a México, como España y Estados Unidos, así como países emisores considerados emergentes y de importancia creciente en el mercado turístico mundial, como Rusia y China; demostrando una preocupación por la segmentación no sólo por mercado geográfico.

Asimismo, en estas campañas se aprecian estrategias de segmentación por mercado turístico, como demuestra la diversidad de medios en los que se tuvo presencia, muchos de ellos claramente orientados a un perfil concreto de mercado turístico, como por ejemplo demuestra la presencia en 2012 durante la Campaña “Profecías Mayas” en un especial sobre el Mundo Maya de la Revista National Geographic (orientada claramente a perfiles de cliente muy concretos; turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo cultural); combinadas con presencia en la feria Sea Trade (Cruise Shipping Miami), realizada en el contexto de la misma campaña “Profecías Mayas”, pero enfocada claramente al segmento de mercado “cruceros”, etc.

Por otra parte, decir que la segmentación por tipo de mercado turístico parece más débil cuando revisamos las campañas realizadas por la Secretaría de Turismo de Chiapas de forma unilateral, en las que a pesar de observarse una gran diversificación de medios (prensa, tv, ferias, revistas, apps, Internet, etc.) y una segmentación geográfica (principalmente nacionales), no se aprecia claramente una diferenciación por tipo de mercado turístico, siendo estas de carácter más general o masivo (Ej. los programas de Hoy en Canal 2 y Ventaneando en el canal 13; Campaña Promocional durante el concierto de Miguel Bosé en Auditorio Nacional en 2012). Así pues, se aprecia un esfuerzo de promoción, sobre todo durante 2012, en la promoción del carácter “maya” de Chiapas, y cierta segmentación para el segmento de reuniones, donde la información facilitada por la SECTUR Chiapas menciona lo siguiente: “Chiapas estuvo en la página de Reuniones en el mes de octubre como “Destino del Mes”.

Un aspecto a considerar es el relativo al hecho de que los programas de televisión abierta en los canales 2 (Televisa) y 13 (TV Azteca) programaron eventos para cada día de la semana (lunes a viernes) en los que cada ciudad tenía un programa, el primero por la mañana y el segundo después del mediodía. No obstante, en estos programas, aunque se presentaba a Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, San Cristóbal de las Casas, Comitán de Domínguez y Palenque, cuando se presentaban los atractivos de cada uno de estos destinos, solo se colocaba la referencia del sitio de interés turístico pero no del destino en el que se encontraba. (Ej.: el Cañón del Sumidero y su referencia a Chiapas, pero no a Tuxtla Gutiérrez y/o Chiapa de Corzo).

En lo referente a la información sobre demanda que permita realizar campañas y acciones de forma estratégica, destacar que a través de la información proporcionada por la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas, se ha comprobado la existencia de estadísticas completas que miden la procedencia de los visitantes a los módulos de información turística gestionados por Sectur Estatal repartidos por los destinos turísticos del Estado y que atiende no sólo a su procedencia nacional e internacional sino midiendo de forma concreta la el Estado de Procedencia a nivel México, y el país concreto a nivel internacional.

Esto es visto como una herramienta clave para la segmentación por mercado geográfico. No obstante, aparte de la información estratégica sobre procedencia geográfica de la demanda actual del destino, no se ha podido obtener información sobre estudios completos de demanda actual y potencial que permitan actuar como herramientas estratégicas para la toma de decisiones sobre promoción y comunicación.

En lo que respecta a la realización de campañas segmentadas demográficamente, desde la Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta “vender productos enfocados a pensionados, estudiantes, turismo de aventura, investigadores y público en general debido a nuestra biodiversidad”; y de la descripción de alcance de campañas se pueden obtener datos que indican la definición de un target de campañas promocionales dirigidas a “hombres y mujeres de 24 a 55 años” y de perfiles socioeconómico ABC+. No obstante, no queda claro si este target es definido para la generalidad de las campañas o se realiza una definición para cada campaña promocional en función de sus objetivos estratégicos.

Con relación a aspectos relativos a la planificación y medición del impacto deseado y obtenido por las campañas y acciones de promoción, existen algunos indicios que hablan de una medición de datos del alcance a nivel geográfico (Nacional, Internacional, etc.); y para algunas acciones como los anuncios promocionales en revistas especializadas, existe un nº de tiraje promedio total en las revistas en las que se ha tenido presencia, siendo este de 35,000 a 100,000 ejemplares.

Por otra parte existen datos facilitados por SECTUR Chiapas, que miden resultados de impacto en función de: la incidencia de las campañas de promoción realizadas a nivel estatal en 2010, 2011 y 2012, con el incremento de la afluencia turística a Tuxtla Gutiérrez para los mismos años; y la incidencia de las mismas campañas en el incremento de la derrama económica en el destino Tuxtla Gutiérrez. En este punto, y a pesar de que no existe claridad sobre la unidad de medida utilizada en el dato de impacto por derrama económica (millones de pesos, miles de pesos, etc.) ni el método de cálculo utilizado, llama la atención que la

derrama económica en Tuxtla Gutiérrez haya aumentado de forma muy significativa (tabla No. 135) sin ir acompañada de un aumento similar en el número de visitantes (tabla No. 136) ni en el gasto promedio.

Fuente: Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Tabla No. 135. Incidencia campañas promocionales en el incremento de la derrama económica en Tuxtla Gutiérrez.

Destino	2010	2011	2012	2013 (ene-jun)
Tuxtla Gutiérrez	1,354.77	2,609.79	3,553.62	1,805.26

Tabla No. 136. Incidencia de campañas promocionales en el incremento de la afluencia turística en Tuxtla Gutiérrez.

Destino	2010	2011	2012	2013 (ene-jun)
Tuxtla Gutiérrez	663,358	688,623	708,148	332,050

Fuente: Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Como conclusión podemos afirmar que los esfuerzos promocionales y de comunicación de la Secretaría de Turismo a pesar de enfocarse a promover la generalidad del Estado y haber concedido mucha importancia a la promoción de lo “maya”, lo cual no tiene mucha correspondencia con la imagen y la oferta turística de Tuxtla Gutiérrez, parecen haber incidido en la mejora del conocimiento de Chiapas como destino global, lo que redundará en una influencia para el destino Tuxtla Gutiérrez.

Otros esfuerzos promocionales y de comunicación.

A nivel institucional, existe un organismo que se une a los esfuerzos promocionales y de comunicación tanto del Estado de Chiapas a nivel general como de Tuxtla Gutiérrez a nivel particular (como principal destino turístico de reuniones en el Estado), la OCV u Oficina de Convenciones y Visitantes Chiapas (<http://www.ocvchiapas.com/>), con sede en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, y cuyas principales actividades son:

- Define el mercado meta.

- Representa los intereses de las empresas del sector turístico del destino para generar tráfico de visitantes.
- Maneja hábilmente las relaciones públicas para el éxito del destino.
- Evalúa el desarrollo de la capacidad instalada y potencial del destino.
- Apoya a determinar productos estrella y productos complementarios.
- Impulsa la atracción y cierre de eventos nacionales e internacionales: grupos, congresos, convenciones, ferias y expos.
- Otorga asesoría y servicio a grupos de visitantes potenciales o para eventos
- Mantiene una búsqueda continua de alternativas de clientes potenciales para el destino a través de cámaras, asociaciones, sociedades públicas, privadas nacionales e internacionales.

Por otra parte, existen DMC's (Destination Management Companies) en Tuxtla Gutiérrez, cuyo papel en la promoción y comunicación de la oferta de atractivos y servicios turísticos en Tuxtla Gutiérrez parece ser significativa y que en muchos casos se enfoca a segmentos de turismo especializado. Asimismo, continuando en el sector privado y asociativo, hay que mencionar las acciones de promoción y comunicación llevadas a cabo de forma unilateral o en colaboración con los responsables institucionales turísticos para la promoción de la plaza de las diferentes empresas y asociaciones gremiales del rubro turístico, con ejemplos como el denominado "Buen Fin Turístico", en la que diferentes empresas se unen para ofrecer atractivos descuentos e impulsar la demanda en determinados periodos del año.

1.13 Comercialización.

a) Comercialización directa (entre prestador de servicio y cliente).

El presente estudio no ha realizado un análisis en profundidad de la situación de los canales y estrategias de comercialización directa del sector turístico en Tuxtla Gutiérrez, tales como centrales de reservas o call centers, la estructuración de la oferta de servicios en paquetes atractivos y de valor añadido; la realización de acciones comerciales directas, sistemas y estrategias de revenue management, etc.; principalmente debido a que las variables sugeridas por la metodología del presente estudio no prestaban especial atención a este punto. No obstante, el equipo técnico del presente ha querido rescatar dos puntos de interés que merecen ser destacados por su importancia para la competitividad turística del destino:

b) Comercialización directa en la oferta de alojamiento turístico.

Existe una importante diferencia en cuanto a la comercialización directa a través de motor de reservas propio en cuanto a su uso por la oferta hotelera en Tuxtla Gutiérrez. Esto indica que la importante brecha que existe entre hoteles de cadena y otros situados en zonas como el Boulevard Belisario Domínguez y aquellos

hoteles independientes y de menor tamaño situados en el centro de Tuxtla Gutiérrez, no se deja ver sólo en calidad de servicio e instalaciones, sino también en aspectos tan importantes para la comercialización turística como es la utilización de estrategias y herramientas de venta online, lo que puede abonar la importante diferencia que se aprecia en los porcentajes de ocupación de uno y otro grupo.

Esto es aplicable a otros canales de comercialización directa de importancia fundamental en la actualidad, como el posicionamiento en buscadores (Ej.: Google adwords), la comercialización a través de redes sociales (Ej.: Facebook, Youtube, etc.), y otros, que parece ser más utilizada por los hoteles de cadena situados fuera del centro.

c) Buen fin turístico.

Existe un ejemplo muy significativos de acción de comercialización conjunta que unió a la Secretaría de Turismo Estatal del Gobierno del Estado de Chiapas, a la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal y a un amplio espectro de asociaciones gremiales, como la FEDETUR (Federación Turística de Chiapas) y diferentes prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias, etc.) de Tuxtla Gutiérrez, denominado “Un Buen Fin Turístico”. Esta acción consistió en el trabajo conjunto de toda la plaza para ofrecer interesantes descuentos y paquetes de cara a incentivar la venta turística durante un fin de semana del año 2012.

Figura No. 9. Acciones de comercialización conjunta, 2012.

Fuente: <http://www.chis.mx/evento/buen-fin-turistico-en-tuxtla-gutierrez-feb2012/>

d) Comercialización indirecta (a través de intermediarios de algún tipo, es decir tour operadores, etc.)

Este apartado analiza la situación actual de la comercialización turística indirecta en el destino de Tuxtla Gutiérrez, realizada principalmente a través de intermediarios como las agencias mayoristas y minoristas.

En primer lugar, decir que en Tuxtla Gutiérrez se cuenta con un total de 82 agencias de viajes, según directorio proporcionado por SECTUR Estatal al mes de julio 2013.

No obstante, a pesar de esta considerable cantidad de intermediarios turísticos, únicamente se han identificado tres agencias mayoristas que comercializan los atractivos presentes en el propio destino Tuxtla Gutiérrez: *Turismo Palenque; Coexperiencias y Miramar Travel Shop*. Los paquetes de estos parecen cubrir con amplitud la oferta turística del Estado de Chiapas, pero en el caso del destino Tuxtla Gutiérrez se quedan en la comercialización de un número reducido de atractivos como el Cañón del Sumidero y en algún caso de atractivos asociados como el Parque Amikúu.

Asimismo, según información de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, a pesar de que las agencias con base en Tuxtla se caracterizan de forma general por no incluir atractivos propios de Tuxtla Gutiérrez en sus paquetes y vender únicamente otros destinos, existe un número muy reducido de ocho **agencias receptoras que comercializan el destino Tuxtla Gutiérrez**, aunque de manera casi residual, tratándose principalmente de una visita a los Miradores del Cañón del Sumidero, antes de partir en dirección a San Cristóbal de las Casas, por ejemplo. Sólo existe una agencia que ofrece un paquete en el que todo el primer día y parte del segundo se centra en la visita de atractivos propios de Tuxtla Gutiérrez. En la tabla No. 37 se ofrece una relación de agencias receptoras que comercializan en algún grado la oferta propia de Tuxtla Gutiérrez y los atractivos que incluyen:

Tabla No. 137. Agencias de viajes receptoras en Tuxtla Gutiérrez y los atractivos que comercializan.	
Nombre	Atractivos de Tuxtla incluidos en paquetes
Viaje por Chiapas	Miradores del Cañón del Sumidero
Tuchtlán Transportadora turística	Miradores del Cañón del Sumidero
Viajes Itzaá	Miradores del Cañón del Sumidero; Parque de la Marimba
Lacanjá tours	Visita a Miradores del Cañón del Sumidero.
Congretours	Botanero Tour

Viajes Kali	Zoológico y Miradores del Cañón
Bambú Travel Tours	Zoológico y Miradores del Cañón
Chiapas Travel and Tours	Zoomat; museo regional; catedral; Casa Chiapas; Parque de la marimba; Miradores del Cañón del Sumidero (Es un paquete que incluye visitas a atractivos de Tuxtla durante los dos primeros días)

Fuente: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

Por otra parte, la situación parece diferente para aquellos segmentos de turismo especializado como el turismo de reuniones, eventos y convenciones.

Según la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, existen dos DMC's ubicados en Tuxtla Gutiérrez: Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido; y Viajes Chiapas DMC. Ambos parecen ofertar una amplia red de servicios y productos, incluyendo aquellos localizados en Tuxtla Gutiérrez, y colaboran atrayendo la celebración de eventos y convenciones de empresa, además de paquetes turísticos destinados al público en general hacia Chiapas, incluyendo Tuxtla Gutiérrez. Realizan publicidad y comercialización del destino a través de: Blit's por ciudad en los que se visitan principalmente empresas para promocionar Chiapas y Tuxtla Gutiérrez como destino de reuniones, envío de e-mailings, presencia promocional en hoteles, participación en ferias especializadas en incentivos (ICOMEX), anuncios en directorios especializados en eventos, y a través de su página web.

En ambos casos se cuentan con certificaciones como del Registro Nacional de Turismo (RNT) y el empleo de guías certificados; y Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido cuenta asimismo con el Programa de calidad Moderniza de SECTUR. Destacar que mientras que Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido vende principalmente San Cristóbal y Palenque; Viajes Chiapas DMC incluye a Tuxtla Gutiérrez como uno de los destinos de venta principal (de nuevo junto a San Cristóbal de las Casas).

Asimismo, según datos de la SECTUR Estatal de Chiapas, ambos ofertan una amplia gama de servicios que por su carácter incluyen presumiblemente la

contratación de una gran variedad de prestadores de servicios locales. Estos son: Hospedaje; alimentos; espacios para sesionar; espacios para eventos; equipo audiovisual; noches tema; circuitos; edecanes; animadores; áreas de exposición; recorridos turísticos; estradas a parques; espectáculos o museos; eventos de experiencia como rallies, sensorama y contacto con fauna de la región; contacto con indígenas; espectáculos y museos.

Recientemente ambos DMC's han atraído a Chiapas eventos de empresas de gran importancia a nivel internacional como Montsanto; American Express; Nestlé; Pizza Hut; Universidad de Cancerología de México; etc. Trabajan principalmente con cliente nacional, principalmente del Distrito Federal, pero también del Estado de México, Monterrey y Guadalajara, y un pequeño porcentaje de clientes internacionales.

Por último, a nivel de comercialización indirecta, y aunque puede considerarse no pertenezca a este tipo, es necesario resaltar el papel que desempeña la Oficina de Congresos y Visitantes Chiapas, que entre sus funciones registra un importante componente de trabajo de comercialización, como se muestran los siguientes puntos extraídos de su página web:

- “Impulsa la atracción y cierre de eventos nacionales e internacionales: grupos, congresos, convenciones, ferias y expos”.
- “Mantiene una búsqueda continua de alternativas de clientes potenciales para el destino a través de cámaras, asociaciones, sociedades públicas, privadas nacionales e internacionales”.

e) Otras acciones

Con respecto a otras acciones de comercialización, y aunque serán desarrolladas con mayor extensión en el apartado de y análisis de las TIC's disponibles y utilizadas en el destino, mencionar que en los últimos tiempos la iniciativa privada ha desarrollado la aplicación turística para smartphones en la que un incipiente número de prestadores de servicios han comenzado a comercializar sus servicios.

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

a) Análisis del uso de las TIC's para promocionar el destino.

El uso de las TIC's para promocionar el destino Tuxtla Gutiérrez se basa principalmente en:

- 🖥 El uso de herramientas web, tanto desde la página de turismo municipal www.turismo.tuxtla.gob.mx como desde la página www.turismo.chiapas.gob.mx, en la que Tuxtla Gutiérrez cuenta con sección propia.

-  La utilización de redes sociales a nivel institucional, principalmente Facebook y Twitter.
-  La introducción muy incipiente de aplicaciones de aplicaciones móviles para la promoción y la información turística del destino.
-  Una presencia del destino en redes sociales tan importantes como “Trip Advisor”, liderada por la iniciativa privada y poca presencia institucional.

Promoción en páginas web oficiales del destino.

A nivel de promoción institucional a través de páginas web, decir que La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez, cuenta con un portal web exclusivo para el destino con información sobre atractivos y servicios turísticos presentes en la ciudad, así como información turística general sobre gastronomía, historia y consejos para el viaje y la visita (www.turismo.tuxtla.gob.mx). Se trata de una página de fácil acceso y que puede ser localizada a través de buscadores tradicionales, pero que presenta un hándicap a la hora de ser utilizada como herramienta de promoción efectiva al existir obstáculos que impiden a la Dirección de Desarrollo Turístico actualizarla de manera ágil y regular, principalmente debido problemas de acceso a Internet de su personal y a depender de otras instancias municipales para la realización de ciertas actualizaciones que no siempre son respondidas con la agilidad necesaria para hacer de www.turismotuxtla.gob.mx una herramienta dinámica. Durante el periodo de realización del presente estudio hubo varios eventos de importancia turística, como la Feria del Tamal, celebrada en el Parque de la Marimba, sobre la cual no existía promoción e información en la principal herramienta promocional del destino. Durante el mismo periodo, algunos de los eventos promocionados en la sección de noticias habían ocurrido ya desde hacía meses.

Asimismo, destacar que los responsable de la gestión de la página web www.turismo.tuxtla.gob.mx, la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, manifiesta no contar con la posibilidad de medir aspectos básicos con respecto a la efectividad de la promoción y la comunicación web como pueden ser el nº de visitas, el número de páginas vistas, las secciones más visitadas, etc. Fuentes de la misma institución manifiestas no contar con

presupuesto para la realización de acciones de mejora del posicionamiento SEO (search engine optimization) Y SEM (search engine marketing) de la web www.turismo.tuxtla.gob.mx.

Por otra parte, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, presenta una sección exclusiva dedicada a Tuxtla Gutiérrez en su página web www.turismochiapas.gob.mx, en donde es posible entre otras cosas, realizar una visita virtual a los principales atractivos del destino, en sus seis secciones incluidas: Aventúrate, apartado: turismo de reuniones. Conoce, apartado: lugares de interés que debes conocer. Vive Chiapas, apartado: Caminando, corriendo, bailado, comprando, conociendo. Descubre, apartado: Gastronomía, calzada de las etnias. Diviértete, apartado: Ferias tradicionales, espectáculos, eventos deportivos, con información actualizada de manera regular durante todo el año y que si demostró actuar como herramienta de promoción de eventos ocurridos en el destino, como la Feria del Tamal 2012.

Asimismo, los gestores de la web www.turismochiapas.gob.mx pudieron ofrecer datos sobre la efectividad de la sección concreta dedicada a Tuxtla Gutiérrez, manifestando que desde la creación de la página web el pasado 26 de abril del 2013, se ha registrado 1033 visitas al portal del destino, permitiendo obtener datos estadísticos de análisis de la efectividad de la web como herramienta promocional y de comunicación del destino. Se pudieron obtener datos por ejemplo de los atractivos cuyo espacio web había recibido más visitas hasta la fecha, siendo estos por orden: “Los Miradores del Sumidero” (184 views); “La Sima de las Cotorras” (180 views), el ZOOMAT (151 views), el “Parque de la Marimba” (107 views), el Parque Bicentenario (97 views), el Museo del Café (94 views), la “Catedral de San Marcos” (91 views), el “Museo de la Marimba” (70 views), etc. Asimismo, fuentes de la Secretaria de Turismo del Estado de Chiapas manifestaron llevar a cabo una actualización de la sección dedicada al destino con una periodicidad bimestral para la mayoría de las secciones.

Análisis del uso promocional de redes sociales para la promoción del destino Tuxtla Gutiérrez.

A nivel de uso de las redes sociales como herramienta de promoción del destino, destacar que la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez cuenta con un perfil oficial de Facebook para el destino de Tuxtla Gutiérrez, que se actualiza regularmente con noticias, promoción de eventos turísticos y relacionados, promoción de atractivos y servicios turísticos, etc. No obstante, fuentes de la misma institución manifiestas tener problemas para realizar estas actualizaciones por los problemas con el acceso a Internet en sus oficinas. Se observa que la interacción y la participación activa de usuarios y visitantes potenciales además de la interacción entre estos y los gestores del perfil es todavía incipiente.

Existe presencia del destino en otras redes sociales de gran importancia en la actualidad, como Trip Advisor, aunque en este último caso parece existir nula presencia institucional, siendo liderada por la iniciativa privada. Atractivos como el Zoológico Miguel Álvarez del Toro, el Parque de la Marimba, o los Miradores del Cañón, tienen presencia en la red social incluyendo información, comentarios y valoraciones, quedando el ZOOMAT como el atractivo turístico mejor valorado del destino. Asimismo, destacar que existen buenos ejemplos de prestadores de servicios turísticos, como hoteles y restaurantes, que tienen una presencia activa en trip advisor y que interactúan con los usuarios respondiendo a comentarios positivos y negativos, consultas, etc., si bien esta no parece ser una práctica generalizada para el sector privado del destino.

Análisis del uso promocional de aplicaciones móviles para la promoción del destino Tuxtla Gutiérrez.

El destino presenta un App de descarga gratuita para Iphone o Android, denominado Visit Chiapas, generado por la iniciativa privada, que aunque no es exclusivo para Tuxtla Gutiérrez, cuenta con sección exclusiva para el destino que incluye georreferenciación de principales atractivos turísticos, así como espacio para la promoción de hoteles, restaurantes y otros prestadores de servicios turísticos del destino. No obstante, la aplicación se encuentra en fase de despegue y la participación de los prestadores de servicios turísticos del destino es todavía muy débil debido quizás a ser una plataforma promocional de pago que quizás no es vista por el sector como un medio efectivo y rentable para promocionar sus servicios y ser más visible de cara al mercado potencial.

Asimismo, el Gobierno del estado en coordinación con la Función Pública y la Secretaría de Turismo, manifiesta encontrarse en fase de desarrollo de una aplicación para smartphones, denominada “Chiapas mi aventura”, en el que se encuentra incluido el destino Tuxtla Gutiérrez, considerándose en el apartado de Ciudades (descripción), atractivos turísticos (listado) y servicios (listado de prestadores: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías, transportación, arrendadoras, compras, discotecas y bares).

En términos generales, la atención en la promoción turística “off line” y “on line” ha sido concentrada en la marca territorial Chiapas – México – Original desde donde se desprende una división de turismo que trabaja en dos niveles fundamentalmente: primero, el estatal y segundo, los sitios de interés turístico más representativos y reconocidos por el mercado (el Cañón del Sumidero, el Pueblo mágico de San Cristóbal de las Casas y la Zona Arqueológica de Palenque, entre otros). El desafío para los segmentos objetivo sean definidos geográfica, demográfica o mercadotécnicamente, se refiere a que el Museo de Belisario Domínguez, la Ruta del Café, Iglesia Vieja y otros muchos más, quedan posicionados en la mente del turista potencial y ubicados en Chiapas pero no en los municipios de Comitán de Domínguez, Tapachula o Tonalá en Chiapas.

El esquema de promoción no ha incluido dentro de los convenios de concertación a los Gobiernos Municipales como corresponsables. Por otro lado, la preeminencia del Instituto de Comunicación Social y sus intereses de comunicación ofrecen la oportunidad a la Secretaría de Turismo estatal de “elección” sobre una oferta controlada de oportunidades pero que no responde a los requerimientos de un plan de marketing de los destinos, incluida la capital de Chiapas.

Lo anterior demuestra que el criterio para definir las campañas e instrumentos promocionales de los destinos queda sujeto a las habilidades y pericia de la gestión de la Secretaría de Turismo pero también a los intereses y márgenes de actuación permitidos por el Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado. Situación que se repite con el Consejo de Promoción Turística de México mismo que define y ofrece una serie de condiciones que operan para los destinos

internacionales de México pero que deja al margen a destinos como Tuxtla Gutiérrez por mercado, estrategia, medios y capacidad de aportación local.

CAPÍTULO 2 FODA POR LOS ACTORES LOCALES:

a) Fortalezas.

1. Es un destino con versatilidad de atractivos turísticos: naturales, culturales, actividades programadas (automovilísticas, fútbol).
2. Oferta gastronómica amplia, variada y diferenciada con marcada influencia de Centro y Sudamérica.
3. Se cuenta con recursos naturales y culturales de alto potencial (cultura viva zoque, Parque Nacional Cañón del Sumidero).
4. El destino dispone de una oferta de museos y actividades culturales, que representan la identidad cultural local.
5. La ciudad dispone de un Centro de Convenciones con capacidad para 3,700 personas, cómodamente sentadas y área de exposiciones para competir por reuniones de hasta 400 personas.

6. La ciudad tiene un equipamiento hotelero con una oferta de 900 cuartos en su zona poniente.
7. Su población muestra calidez y habilidad para relacionarse con la gente que visita.
8. La permanencia de la inversión privada en el destino permite sostener las condiciones actuales de la actividad turística y sus beneficios en materia de empleo.
9. Destino con oferta de programas académicos con orientación al sector turismo.
10. Conectividad aérea mediante el aeropuerto internacional.
11. Existencia de infraestructura apropiada para acoger eventos, convenciones, otros.
12. Se percibe a la ciudad como un destino seguro para la inversión y la ciudadanía, lo que mejoró con la reciente certificación de comunidad segura.
13. Chiapas fue objeto de una campaña sistemática de promoción institucional en medios masivos que logró el mayor reconocimiento y posicionamiento en el mercado turístico nacional.
14. En la época reciente, el destino de Tuxtla Gutiérrez gestionó eventos nacionales e internacionales de todo tipo que estimularon las visitas a la plaza.
15. Su ubicación geográfica y su carácter de capital del Estado le otorgan un perfil funcional y vocaciones económicas, administrativas importantes para su desarrollo.
16. El nivel de participación e interés del sector empresarial en la gestión del destino es alto y dinámico.
17. El manejo de estrategias de promoción 2.0 (redes, aplicaciones) está creciendo de forma importante en el sector empresarial y gubernamental, de la actividad turística en el destino, lo que permite una mayor accesibilidad comercial y una relación directa con el cliente.

b) Debilidades.

1. La oferta turística no se encuentra integrada, y la idea de productos turísticos es inexistente.
2. Existe desaprovechamiento de atractivos culturales, actividades, festivales y eventos de la ciudad.
3. La oferta turística no dispone de una estrategia de promoción que integre a todos los prestadores de servicios en torno al destino Tuxtla Gutiérrez y su horizonte de corto, mediano y largo plazo.
4. La ciudad carece de identidad urbana, su imagen no corresponde a las características de la identidad cultural local.
5. Falta de conciencia de la población con relación a la importancia de sus beneficios económicos.
6. El crecimiento urbano de la ciudad supera la capacidad de los servicios de saneamiento, generando presión y contaminación en las reservas naturales.
7. Falta de concientización en la población local sobre un comportamiento ético y de respeto hacia el medio ambiente.
8. Bajo nivel de capacitación turística y trato al visitante.
9. Falta de cultura turística y de servicio.
10. Deficiencia en los procesos de aplicación de la normatividad para evitar la existencia de falsos prestadores de servicios turísticos, (certificaciones piratas).
11. Deficiente imagen urbana (limpieza, desorden, comercio informal en crecimiento, estado de deterioro de calles y aceras, iluminación, edificios en mal estado).
12. Deficiente acceso por carreteras en mal estado y bloqueos.
13. Falta de señalética turística.
14. Recientemente, los niveles de inseguridad se han incrementado en la percepción de la población.

15. La calidad y la cantidad de la información dirigida a la orientación de los visitantes es baja, se carece de un cuerpo de policía especializado en la atención al turista.
16. La promoción y comercialización del destino ha sido insuficiente y no responde a un plan de marketing para el destino.
17. Falta promocionar y diferenciar a Tuxtla Gutiérrez.
18. Carencia de marco regulatorio eficiente que alinee a los niveles estatal y municipal al de la federación y responda a las condiciones de competitividad global.
19. Falta de transparencia y comunicación entre el sector privado y público (gobernanza).
20. Ausencia de capacidad de gestión y definición en competencias de cargos públicos.
21. Ausencia de homogeneidad, profesionalización, actualización y coordinación de la información turística del destino, tanto online, como offline.
22. Se carece de un plan de marketing para el destino turístico Tuxtla Gutiérrez.
23. Falta de posicionamiento en internet y buscadores.

c) Oportunidades.

1. Tendencia global hacia el turismo de reuniones, negocios e incentivo.
2. Tendencia global hacia el turismo cultural, etnoturismo y religioso. Mayor apreciación del valor del patrimonio material e inmaterial.
3. Tendencia nacional e internacional hacia el turismo de naturaleza y aventura.
4. Existencia de opciones de financiamiento por parte de organismos nacionales e internacionales, para proyectos de protección, conservación y mejora de la naturaleza y biodiversidad.
5. Reconocimiento del Cañón del Sumidero como área natural protegida a nivel internacional.
6. Destinos turísticos internacionales con similar vocación, más caros que Tuxtla Gutiérrez.

7. Creciente existencia de planes y programas de desarrollo turístico a nivel federal y coordinación gubernamental (Creación de la ACDT).
8. Existencia de destinos turísticos colindantes, que pueden ser asociados al destino Tuxtla Gutiérrez.
9. Fortalecimiento del Certificado de Comunidad Segura a nivel Internacional.
10. Destino atractivo para las inversiones por bajos costos operativos.
11. Apertura a nuevos vuelos.
12. Apoyo a PYMES.
13. Cambios y mejoras en las políticas migratorias.

d) Amenazas.

1. Falta de continuidad en las políticas de desarrollo turístico debido a cambios de gobierno y administración.
2. Progresiva pérdida de identidad cultural del destino.
3. Crisis y contracción de la económica nacional.
4. Creciente violencia en México, afecta imagen del destino.
5. Las corrientes migratorias de Centroamérica influyen en la Inseguridad en el destino.
6. Crisis económica europea, (principal mercado emisor a Chiapas).
7. Aumento de discriminación racial y de género, podría generar mala imagen del destino.
8. Contaminación creciente en la Cuenca del río Grijalva y Cañón del Sumidero, ocasionada por los desechos de los municipios aledaños, generan deterioro y una mala imagen del destino.
9. Deficientes medios de acceso al destino y especial incertidumbre en el acceso terrestre.
10. Mayor competencia entre ciudades vecinas a Tuxtla Gutiérrez.
11. Próxima apertura del aeropuerto de Palenque.

12. No existe apreciación real del costo del destino.

13. Endeudamiento de Gobierno.

14. Crecimiento desordenado de la población.

CAPÍTULO 3. LOS NUEVE FACTORES DE COMPETITIVIDAD.

El modelo de competitividad sobre el cual se plantea el diagnóstico está referido a 9 factores y a 126 variables sobre las cuales se hizo la recolección de datos e información cuantitativa y cualitativa en fuentes institucionales oficiales, misma que fue el soporte, junto a los resultados de los talleres con actores locales, para realizar el análisis FODA con los resultados siguientes.

3.1 FODA de Oferta turística

a) Fortalezas.

- ◆ Existencia de un inventario de atractivos turísticos manejado por la Dirección de Turismo Municipal y la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

- ◆ Existencia de un número importante de museos de carácter muy diverso y diferenciado, potencialmente aprovechables para el desarrollo de productos turísticos culturales.
- ◆ Oferta de actividades de ocio propia de una ciudad capital de tamaño medio.
- ◆ Cuenta con el Cañón del Sumidero (miradores), un atractivo turístico conocido a nivel nacional e internacional, imagen de Chiapas como destino turístico.
- ◆ Un número importante de plazas disponibles para reuniones de empresas, convenciones, congresos y equipamiento específico para este tipo de eventos.
- ◆ Buena oferta de plazas hoteleras con opciones para todos los perfiles (incluyendo turismo de exigencia alta).
- ◆ Amplia y variada oferta de establecimientos de comidas y bebidas, incluyendo opciones de cocina internacional, cocina típica y establecimientos para paladares exigentes.
- ◆ Existencia de una amplia red de intermediación turística, incluyendo minoristas, mayoristas y turoperadoras (aunque principalmente no comercializan el destino)
- ◆ Tuxtla Gutiérrez presenta un índice de estacionalidad de dispersión reducida (diferencia de ocupación entre temporadas no es muy destacada).
- ◆ Existencia de una primera iniciativa que ha creado un producto turístico basado en la oferta gastronómica de Tuxtla Gutiérrez (Botanero Tour).

b) Debilidades.

- ➡ Tuxtla Gutiérrez no cuenta con declaratoria de zona de monumentos históricos del INAH y la gran mayoría de monumentos/inmuebles con valor reconocido por el INAH por su importancia histórica o por su importancia como ejemplos de arquitectura tradicional vernácula no están puestos en valor, ni contemplados en el inventario de atractivos turísticos usado por los responsables turísticos estatales y locales.
- ➡ El destino no cuenta con zonas arqueológicas propias.

- Tuxtla Gutiérrez no cuenta con un transporte municipal con la suficiente calidad y seguridad para satisfacer a distintos perfiles de turistas, ni preparado para articular una oferta turística atomizada.
- El destino no cuenta con rutas, áreas y corredores turísticos urbanos definidos y puestos en valor (atomización de la oferta).
- Si se le compara con otros destinos de Chiapas (Chiapa de Corzo; San Cristóbal de las Casas; Comitán de Domínguez, etc.), Tuxtla Gutiérrez se encuentra en desventaja en cuanto a riqueza patrimonial material (monumentos históricos, bienes patrimonio material e inmaterial de CONECULTA; zonas arqueológicas; etc.).
- El destino no forma parte de ninguna ruta turística identificada a nivel estatal/regional, reconocida y puesta en valor.
- El número de intermediadoras que comercializan el propio destino Tuxtla Gutiérrez es marginal.
- El gasto promedio turista/día y la estancia promedio en Tuxtla Gutiérrez son bajos (la estancia se encuentra en descenso desde el año 2010).
- La oferta de actividades de ocio del destino parece no estar enfocada y organizada para un consumo turístico, más allá del mercado local y regional.

c) Oportunidades.

- ⊕ El destino se sitúa en una posición estratégica con respecto a zonas arqueológicas de importancia, como Palenque, Toniná, Bonampak, etc.
- ⊕ El municipio se encuentra en las inmediaciones de Chiapa de Corzo, Pueblo Mágico, que recibe flujos turísticos de importancia relacionados con el turismo cultural y el turismo de naturaleza y que pueden ser asociados al destino Tuxtla Gutiérrez.

- ✚ La oferta de plazas hoteleras supera la demanda durante gran parte del año, de manera que el destino está en posición de absorber una mayor demanda sin la necesidad de invertir en nueva infraestructura de alojamiento.
- ✚ El turismo de negocios, reuniones y congresos es un segmento en crecimiento, que ayuda a diversificar la oferta turística, muestra baja estacionalidad y alto gasto promedio. Como ciudad capital Tuxtla Gutiérrez concentra la actividad política y económica del Estado y dispone de un número de plazas y equipamiento preparado para atender reuniones y eventos de cierta magnitud. Esta posición estratégica es vista como una oportunidad aprovechable a través de la mejora de la competitividad de cara a este segmento estratégico.
- ✚ La oferta de actividades de ocio del destino (festivales, ferias, eventos) presenta un potencial de aprovechamiento turístico, que podría ser explotado con una mejor estructuración, previsión y comunicación-promoción de espectáculos.
- ✚ Tuxtla Gutiérrez comparte el Parque Nacional del Cañón del Sumidero con Chiapa de Corzo, que presenta potencial para el desarrollo y diversificación de nuevos productos de turismo de naturaleza.
- ✚ Posibilidad de desarrollar productos turísticos alrededor de la variada oferta de establecimientos de alojamientos y bebidas de la ciudad (Ej.: Nuevo “Botanero Tour”).

d) Amenazas.

- El destino se encuentra cerca de importantes centros turísticos más competitivos en segmentos como el turismo cultural y de naturaleza (Chiapa de Corzo; Comitán; San Cristóbal de las Casas), de manera que una confianza en la inversión en estos segmentos como prioritarios puede no asegurar una posición de ventaja competitiva a medio plazo.

- La ausencia de protección efectiva de muchos monumentos históricos de la ciudad, supone un riesgo de pérdida de los últimos ejemplos de patrimonio cultural material histórico y tradicional que tiene la ciudad.
- Tuxtla Gutiérrez asiste a un proceso preocupante de pérdida de identidad cultural (artesanía, gastronomía, historia, etc.).

3.2 FODA de Democratización de la productividad turística.

a) Fortalezas.

- ◆ Tuxtla Gutiérrez presenta una tasa de población desocupada de 2.85% con relación a la población económicamente activa. Esto significa un porcentaje significativamente menor que la media nacional para el mismo año (2010), que fue de 4.54%.
- ◆ El grado de rezago social del municipio de Tuxtla Gutiérrez para 2010 fue calificado de muy bajo (ocupando el puesto 2176 en rezago social del total de 2440 Municipios existentes en México), lo que contrasta fuertemente con el grado de rezago social a nivel estatal (Chiapas) para 2010*, que fue considerado como Muy alto (ocupando el primer puesto en rezago social del total de estados de para esa fecha).

- ◆ Tuxtla Gutiérrez se ubica en el índice de marginación en un grado muy bajo, ocupando el puesto 2254 del total de municipios nacionales (2440) y presentando el índice más reducido del total de 118 municipios de Chiapas (puesto 118).
- ◆ Particularmente, en el caso del turismo de reuniones (congresos, convenciones y viajes de incentivo) se ha construido una red de colaboración para generar el barómetro de turismo de negocios en la que participan la Oficina de Visitantes y Convenciones, la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal y los empresarios del sector integrados en la Asociación de Empresas de Turismo de Reuniones (AETNE).
- ◆ En el mismo tema de turismo de reuniones, la Asociación de Empresas de Turismo de Negocios ya ha integrado un número de empresas de diversos giros entorno a los eventos. Imprentas, papelerías, florerías, montaje, proyecciones, ordenadores, etc.

b) Debilidades.

- La cotización del salario promedio para el Estado de Chiapas durante el año 2012 (\$ 202,81) muestra que es considerablemente más bajo al de la media nacional para el mismo año (\$ 235,78).
- Datos como el número de empleos, el Producto Interno Bruto y el encadenamiento productivo generados por la actividad turística no están disponibles, lo que muestra un desinterés por monitorear los impactos productivos del turismo en el destino. La Secretaría de Economía ofreció algunos datos con relación al empleo generado por algunas empresas de reciente creación en la capital en las que tuvo injerencia debido a que fue la contraparte gubernamental en el proceso de inversión.
- Así mismo, la inexistencia de un sistema automático de medida de los impactos sociales y productivos de la actividad turística en el nivel municipal y estatal sobre los mismos destinos abona en la idea de que no se conoce el tamaño de la actividad y sus efectos en la economía local.

c) Oportunidades.

- ✚ La creación del Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas (CITA) de la Universidad Autónoma de Chiapas ofrece una oportunidad a los destinos de Chiapas a fin de que por medio de un convenio específico de colaboración se pueda concretar un cuadro de mando integral que provea de datos al sector turístico estatal.
- ✚ La existencia de un consejo consultivo de turismo, que podría fomentar la ampliación del espectro de integrantes (asociaciones productivas, artesanales, culturales, etc.) para favorecer un mayor encadenamiento productivo del sector.
- ✚ Un futuro desarrollo turístico de Tuxtla enfocado no sólo a los límites municipales, sino a municipios situados en su área de influencia, podrían significar la diversificación de productos turísticos y la mejora de las condiciones de vida en zonas fuera de Tuxtla cuyos datos de pobreza y bienestar son mucho más bajos que los de la capital del Estado.

d) Amenazas.

- La falta de información estratégica, confiable, sistemática y expedita obstaculiza la toma de decisiones encaminada a favorecer y mejorar las condiciones de la actividad turística en Chiapas a fin de hacerla competitiva.
- La ausencia de información y sistemas de medición sobre el impacto de la actividad turística en la economía y el bienestar locales puede conllevar a un desarrollo y gestión turísticas desconectadas de un aspectos tan importante como es la distribución equitativa de los beneficios del turismo entre toda la población y el fomento del turismo como actividad generadora de bienestar social.

3.3 FODA de Sustentabilidad turística.

a) Fortalezas.

- ◆ Tuxtla Gutiérrez cuenta con un servicio de recolección de residuos sistematizado que atiende al 100% de la población del municipio (según datos de la empresa responsable).
- ◆ Recientemente el gobierno municipal en colaboración con el gobierno Estatal, ha puesto en marcha acciones de intercambio de residuos sólidos reciclables por alimentos y útiles escolares, como parte del programa “Yo Quiero un Tuxtla Limpio” que buscan fomentar la participación y concienciación ciudadana en el reciclaje y el respeto al medio ambiente.

- ◆ La empresa Proactiva Medio Ambiente México, responsable de la recolección y tratamiento de residuos sólidos en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, ostenta las certificaciones ISO 14001 (2004) y ISO 9001 (2008), además de la certificación municipal: “Calidad Ambiental en Manejo de Residuos” ante la Autoridad Federal Medioambiental (PROFEPA).
- ◆ Casi la totalidad de las viviendas de Tuxtla Gutiérrez cuenta con sistema de drenaje y excusado. En 2010 el % de cobertura del sistema de drenaje era del 92.45%.
- ◆ Existen reglamentos de protección ambiental que afectan a Tuxtla Gutiérrez, tanto a nivel municipal (Reglamento Protección Ambiental y Aseo Urbano), como a nivel Estatal (Ley Ambiental para el Estado de Chiapas).
- ◆ La ley Ambiental del Estado de Chiapas contempla de manera significativa en su contenido la importancia de la educación y concienciación ambiental.
- ◆ Existen cuatro áreas naturales con algún nivel de protección en Tuxtla Gutiérrez, representando el 14.51% del territorio municipal.
- ◆ Existen dos OET's (Ordenamientos Ecológicos territoriales) que afectan a Tuxtla Gutiérrez, el OET Chiapas y el OET Cuenca del Río el Sabinal (vital para el destino puesto que es el Río que atraviesa el centro de la ciudad).
- ◆ A nivel nacional y estatal se disponen de varios planes de manejo de riesgos por desastres naturales.
- ◆ En épocas recientes se han realizado programas de educación medioambiental en un lugar crítico para Tuxtla Gutiérrez y la región en general, la “Cuenca del Río el Sabinal”.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez formó parte del “Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clústeres de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo”; y guía su gestión turística en torno a otros ejes como: Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015 (Eje temático 3: Programa de Fomento al Turismo Municipal); el Programa de Trabajo del

Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez; y “Proyectos del Plan Municipal de Desarrollo”. Secretaría de Desarrollo Económico. Dirección de Desarrollo Turístico”.

- ◆ El aeropuerto principal asociado al destino, el Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo, ostenta un certificado de calidad ambiental vigente.

b) Debilidades.

- El 100% de la recolección de residuos en Tuxtla Gutiérrez se realiza de forma no selectiva.
- Las plantas de tratamiento de aguas residuales no funcionan al 100% de su capacidad, mientras que hay aguas residuales que no son tratadas en el municipio.
- El Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano del Municipio de Tuxtla Gutiérrez contempla de manera muy débil los objetivos de educación ambiental de la población.
- El equipo técnico ha recibido información contradictoria de fuentes oficiales sobre las plantas de tratamiento de aguas, y a día de hoy no es posible saber que plantas de las tres mencionadas funcionan de forma efectiva y cuál es el % de agua residual que recibe tratamiento en el municipio.
- El cañón del sumidero se encuentra contaminado por residuos sólidos (PET principalmente).
- Tuxtla Gutiérrez no cuenta con certificado de municipio limpio vigente en la actualidad.
- Tuxtla Gutiérrez no cuenta con ningún estudio de FONATUR que guíe su desarrollo turístico.
- No existe ningún sistema de indicadores que mida aspectos relativos a sustentabilidad de la actividad turística del destino Tuxtla Gutiérrez ni por parte de autoridades turísticas municipales ni estatales.

- ➡ La oferta turística de Tuxtla Gutiérrez presenta un grado muy bajo en cuanto a nº de establecimientos que ostentan certificaciones y aplicación de programas que midan y apoyen la mejora del desempeño medioambiental y en sostenibilidad general (Cert. Calidad Ambiental Turística; Certificado Green Globe; otros).
- ➡ La actividad de empresas extractoras (caleras y trituradoras), gasolineras e inmobiliarias, han afectado fuertemente las condiciones medioambientales del municipio, modificando el paisaje, debido al cambio del uso del suelo de zonas verdes, la recarga de acuíferos y la generación de riesgos potenciales en las cercanías del río Sabinal y sus afluentes (Plan Municipal de Desarrollo del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015. Pág. 68).
- ➡ Edificios históricos de la ciudad se encuentran en mal estado de conservación, con excepción de la Catedral, el Museo del Café (CONECULTA), etc.
- ➡ Existen deficiencias en cuanto a la disponibilidad de “botes de basura” en las vías públicas de Tuxtla Gutiérrez que no ayudan a evitar la descarga descontrolada de residuos sólidos por parte de la población en la vía pública.
- ➡ Al interior del Parque Nacional Cañón del Sumidero, la reserva más grande del municipio, existen asentamientos humanos irregulares que 142 afectan a 659.56 hectáreas, lo que representan la pérdida del 13.40% de la superficie de las reservas naturales totales del municipio.
- ➡ Cuerpos de agua de la ciudad (subcuenca y micro cuencas) han sido contaminados por abandono descontrolado de desechos sólidos, y la construcción de drenaje sanitario sin supervisión ni aprobación de autoridades municipales.

c) Oportunidades.

- El Plan Municipal de Desarrollo de Tuxtla Gutiérrez 2012-2015 contempla una amplia variedad de programas enfocados a resolver los principales

problemas medioambientales del municipio: Educación y fomento ambiental; mejora de sistemas de drenaje, tratamiento de aguas residuales y contaminación de cuencas hidrográficas del municipio; etc.

- El Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez está trabajando para la próxima consecución de la certificación de municipio limpio otorgada por PROFEPA (Procuraduría federal de protección al medio ambiente).
- La Secretaria de Turismo Estatal afirma que está a punto de ser lanzado por parte de SECTUR FEDERAL el programa distintivo “S”, un distintivo que reconocerá las buenas prácticas de negocios turísticos en materia de sostenibilidad y que está siendo elaborado en colaboración con dos organismos de prestigio en la materia (Earthcheck y Rainforest Alliance).
- La ACDT (Agenda de Competitividad de Tuxtla Gutiérrez) será un instrumento que permitirá evaluar aspectos relativos a la sostenibilidad en Tuxtla Gutiérrez de una forma sistematizada y regular.
- La presencia en el municipio de cuatro áreas naturales protegidas que en su mayoría no han sido puestas en valor, hablan de una oportunidad de aprovechamiento futuro para el desarrollo de productos turísticos de naturaleza.

d) Amenazas.

- Un posible aumento de los turistas en Tuxtla Gutiérrez podría incrementar el impacto negativo para el entorno natural de Tuxtla Gutiérrez en caso de no planificar y mejorar la infraestructura medioambiental general del municipio y de la oferta turística.
- La no mejora de las políticas medioambientales (Ej. Reciclaje; ahorro energético, etc.) en hoteles y otros establecimientos de la ciudad, podría disminuir la calidad y percepción de la experiencia de los turistas, cada vez más concienciados y acostumbrados a la integración de la preocupación por el medioambiente en sus actividades diarias.

- Los problemas que afectan a las áreas naturales del municipio, como El Parque Nacional Cañón del Sumidero, (descargas de residuos sólidos y aguas residuales; erosión de canteras; invasión de asentamientos urbanos ilegales) ponen en riesgo la conservación de un área natural y un atractivo turístico vital para la plaza.
- La tendencia global de la demanda a valorar cada vez más los destinos turísticos con políticas y buen % de establecimientos de oferta turística con certificaciones relativas al desempeño en sostenibilidad reconocidas, pone en riesgo la competitividad a nivel de posicionamiento de Tuxtla Gutiérrez a medio y largo plazo.
- La no existencia de ningún sistema de indicadores que permitan a los actores de relevancia turística; puede favorecer una gestión turística llevada a cabo sin tener en cuenta aspectos de sostenibilidad medioambiental, social, cultural y económica de la actividad turística, lo se traduciría en un perjuicio no sólo para la actividad turística en sí misma, sino para la población, la ciudad y el entorno de Tuxtla Gutiérrez.
- Sistema de Consulta Interactiva de Indicadores ODM prevé que para el 2015 el % de población con acceso a drenaje en Tuxtla Gutiérrez será menor que el actual.

3.4 FODA de Formación y certificación.

a) Fortalezas.

- ◆ El Grado promedio de escolaridad en Tuxtla Gutiérrez para la población de más de 15 años es 10. El mismo dato para el estado de Chiapas es de 6, con lo que Tuxtla Gutiérrez se encuentra muy por encima de la media del Estado en este aspecto. (Censo 2010).
- ◆ En el destino existen dependencias gubernamentales descentralizadas, asociaciones, cámaras e iniciativa privada, que colaboran impartiendo cursos en materia de capacitación turística, cuyos programas se enfocan a personal del nivel operativo, mandos medios y gerencial de establecimientos de alimentos y bebidas, hospedaje, agencias de viajes, guías turísticos, lancheros, conductores de taxis, centros eco turísticos y personal de contacto en el destino.
- ◆ Se cuenta con 12 guías de turistas generales certificados, en el destino Tuxtla Gutiérrez.

- ◆ Las autoridades turísticas municipales parecen reconocer la importancia de llevar a cabo acciones de concientización turística a nivel municipal, como muestra la campaña realizada “Peques Turisteando”, y otras relacionadas “Yo Quiero un Tuxtla Limpio”; cursos a personal de contacto turístico (módulos de información municipales), etc.

b) Debilidades.

- Tanto los responsables turísticos municipales como los estatales, no parecen manejar información/datos claros sobre el porcentaje del personal del destino con algún tipo de educación/formación turística.
- Parece existir una percepción negativa por parte del sector privado de Tuxtla Gutiérrez acerca de los planes de capacitación turística.
- La presencia del Distintivo “H” -que mide la excelencia en el manejo higiénico de alimentos en establecimientos turísticos- presenta una presencia muy reducida en Tuxtla Gutiérrez (sólo se han documentado 7 empresas con certificado vigente a fecha de realización del presente estudio).
- En Tuxtla Gutiérrez únicamente se han documentado 28 empresas con distintivo “M” (mismo que mide excelencia en calidad), vigente a fecha de realización del presente estudio. A nivel nacional Chiapas ocupa la 15 posición, de acuerdo a datos de la Secretaría de Turismo Federal, nada alentador en referencia al estado de Tamaulipas en donde se han otorgado 1163 distintivos.
- Las autoridades turísticas estatales y municipales no disponen de un sistema específico que permita evaluar la satisfacción de los visitantes, ni tampoco disponen de indicadores de satisfacción en las encuestas que realizan en módulos de información turística. Existe únicamente un servicio de correo electrónico (apoyoalturista@turismochiapas.gob.mx) y número

de teléfono gratuito para llamadas nacionales que ofrece Sector Estatal y funge como buzón de quejas.

- ➡ El nivel de conocimiento de lenguas extranjeras entre el personal turístico del destino es muy bajo.
- ➡ Al no existir una partida financiera específica para capacitación turística en la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, no permite llevar a cabo programas de capacitación acorde a las necesidades del sector.
- ➡ El alto costo de las certificaciones por competencias, no es accesible al personal operativo que labora en el sector turismo del destino, debido a que la capacitación y evaluación para la certificación es impartida por empresas privadas.

c) Oportunidades.

- ⊕ El destino cuenta con gran cantidad universidades y centros educativos, que podrían generar la necesidad de personal con el nivel de competencia laboral que requiere el sector turístico.
- ⊕ Las certificaciones de competencias en el destino, contribuyen a la profesionalización de los prestadores de servicios turísticos, permitiendo ofrecer servicios competitivos.
- ⊕ Una mayor coordinación interinstitucional futura para llevar a cabo programas de capacitación y socializados con los diferentes actores locales del sector turismo del destino, significaría un mejor aprovechamiento de recurso destinado para el rubro de la capacitación.

d) Amenazas.

- Falta de continuidad en las políticas de desarrollo turístico debido a cambios de gobierno y administración, que afectan los programas de

capacitación, al no existir seguimiento en el diseño y procesos de capacitación y ejecución tardía en su aplicación.

- La cercanía del destino a importantes centros turísticos y más competitivos, como es el caso de San Cristóbal De Las Casas, que presenta un mayor número de empresas vigentes con el Distintivo H y M, lo ubica en una posición de desventaja competitiva.
- Existe la percepción de que actores de relevancia turística a nivel local no consideran como una necesidad mejorar el nivel de inglés, puesto que la gran mayoría de los visitantes de Tuxtla Gutiérrez son nacionales.

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

a) Fortalezas.

- ◆ Tuxtla Gutiérrez, en su calidad de capital económica y política del Estado de Chiapas, tiene conectividad aérea con destinos nacionales (principales focos emisores al destino) e incluso uno internacional a través del “Aeropuerto Ángel Albino Corzo”, ubicado a 30 minutos aprox. del destino.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez cuenta con un buen número de módulos de información turística (estatales y municipales) y atención online y telefónica, además de servicios de apoyo al turista como: auxilio con números de PROFECO, 066 emergencias, 089 denuncia anónima, centros de monitoreo de protección civil en caso de contingencias de desastres naturales, etc.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez presenta una situación estratégica por su condición de punto de acceso al Estado de Chiapas y lugar de paso frecuente de los flujos turísticos que llevan a los destinos más turísticos de Chiapas (San Cristóbal, Palenque, etc.).

- ◆ Las comunicaciones por vía terrestre entre Tuxtla Gutiérrez, e importantes focos emisores de turistas a nivel nacional (Ej.: México D.F) y destinos cercanos de Chiapas que ya generan una importante demanda turística, han mejorado en los últimos años, acortando las distancias (Ej.: La carretera Tuxtla Gutiérrez – San Cristóbal de las Casas).
- ◆ Tuxtla Gutiérrez presenta unas tarifas hoteleras accesibles.

b) Debilidades.

- Existe todavía una percepción local de que los accesos terrestres todavía deben ser mejorados, debido a carreteras en mal estado y bloqueos constantes (Ej.: Bloqueos frecuentes entre San Cristóbal y Tuxtla Gutiérrez).
- La infraestructura vial del destino se encuentra en mal estado y en muchos casos no está bien señalizada, ni iluminada y presenta ausencia de señales viales.
- Las aceras de Tuxtla Gutiérrez, incluyendo las de los lugares potencialmente turísticos como el centro de la ciudad, se encuentran en muy mal estado (adoquines levantados, agujeros repentinos, alcantarillas abiertas sin señalización, etc.).
- Problemas con el sistema de drenaje de las vías de Tuxtla Gutiérrez, causa inundaciones que dificultan seriamente el tránsito vial en algunas zonas del Municipio de Tuxtla Gutiérrez durante los días de lluvia.
- Las autoridades turísticas municipales y estatales no cuentan con estudios ni información sobre la calidad y suficiencia de la infraestructura terrestre y aérea del destino, así como el transporte local de Tuxtla Gutiérrez (interno).
- El transporte público local de Tuxtla Gutiérrez no es homogéneo en cuanto a atención al cliente, seguridad y confort.

- ➡ El transporte público local de Tuxtla no ofrece fácil conexión con atractivos claves de la ciudad como los Miradores del cañón o el Cristo de Copoya; ni tampoco entre las diferentes zonas de interés turístico de la ciudad (integración oferta).
- ➡ La no existencia de un reglamento de imagen urbana vigente favorece una imagen urbana deficiente y con escasa identidad local.
- ➡ No contar con un plan de ordenamiento del transporte público, ocasiona saturación en calle principal del destino que afecta al tránsito de autobuses turísticos en temporada alta.

c) Oportunidades.

- ✚ En marcha la propuesta del reglamento de imagen urbana para el municipio de Tuxtla Gutiérrez por parte del Colegio de Arquitectos.
- ✚ Aeropuerto internacional localizado a 30 minutos aproximadamente del destino Tuxtla Gutiérrez.
- ✚ Reducción del tiempo de traslado vía terrestre con el Distrito Federal, como consecuencia de la apertura de la carretera vía Puente Chiapas.
- ✚ Tuxtla es lugar de entrada/salida y paso de importantes flujos turísticos que llegan al estado de Chiapas.

d) Amenazas.

- El descenso registrado en la ocupación hotelera ocasiona la competencia por precios, cuyo descenso progresivo podría afectar a la rentabilidad de la plaza.

3.6 FODA de Seguridad Patrimonial y Física.

a) Fortalezas.

- ◆ El “reporte de calidad de aire” presentado por la Secretaria de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno de Chiapas tiene como resultado una calidad de aire considerada como “buena” en función de los puntos IMECA.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez logró la certificación como comunidad segura.

b) Debilidades.

- ➡ Tuxtla Gutiérrez fue en 2010 registró 20 habitantes de cada 10,000 que denunciaron delito; siendo el tercer municipio del Estado de Chiapas con la tasa de criminalidad más alta después de Tapachula y Reforma.
- ➡ En promedio, la capital de Chiapas registra 3 accidentes automovilísticos diarios, es decir, la movilidad en la capital es un factor de riesgo para los visitantes.

- ➡ La información sobre delitos cometidos en el destino señala la falta de datos públicos y disponibles.
- ➡ Durante la “época de quemas” relacionada con las prácticas agrícolas locales, la calidad del aire de la ciudad roza límites peligrosos para la salud.
- ➡ Los problemas de iluminación que registran algunas zonas de Tuxtla Gutiérrez (incluidas zonas colindantes al Parque Central), puede incrementar la percepción y el resigo de delito para turistas.

c) Oportunidades.

- ✚ El Estado de Chiapas es uno de los más seguros de México con una tasa de criminalidad para 2010 de 11 puntos.
- ✚ De ser reforzados aspectos relativos a la calidad del aire, la existencia de zonas verdes, etc. Tuxtla Gutiérrez podría posicionarse como una ciudad enmarcada en una vasta zona verde, con una calidad del aire muy buena, colindante con un Parque Nacional (Cañón del Sumidero) en la que buscar precisamente aquello de lo que carecen los grandes centros emisores de turistas a nivel nacional (Ej.: México DF).

d) Amenazas.

- La falta de información estratégica, confiable, sistemática y expedita obstaculiza la toma de decisiones encaminada a favorecer y mejorar las condiciones de la actividad turística en Chiapas a fin de hacerla competitiva.
- En los últimos tiempos parece existir una percepción por parte de la población de que la inseguridad es mayor, con mención especial a un aumento de feminicidios (o su notoriedad).

3.7 FODA de Promoción y Comercialización

a) Fortalezas.

- ◆ En los últimos tres años, SECTUR Estatal en colaboración con el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México) ha realizado importantes campañas de promoción de Chiapas como destino turístico que han incidido en la notoriedad de Chiapas como destino turístico a nivel nacional e internacional, lo que ha afectado de forma positiva a Tuxtla Gutiérrez.
- ◆ En las campañas realizadas tanto por SECTUR/CPTM del destino Chiapas, como llevadas a cabo por turismo municipal existe la preocupación, aunque básica en algunos casos, por llevar a cabo una segmentación geográfica, por segmento de mercado y por perfil poblacional.
- ◆ Las campañas promocionales de CPTM/SECTUR han tenido un alcance nacional, pero también internacional, con la presencia en ferias internacionales, medios especializados, etc.
- ◆ Las campañas promocionales y eventos de turismo municipal, son planificadas y ejecutadas realizadas en muchos casos con la colaboración

de empresarios, asociaciones turísticas y otros actores locales de relevancia.

- ◆ Tuxtla Gutiérrez es sede de la Oficina de Convenciones y Visitantes que promociona a Chiapas y a Tuxtla Gutiérrez como destino de reuniones, eventos e incentivos.
- ◆ Existen dos DMC's (Destination Management Companies) cuyo nivel de participación en la gestión del destino es considerable, y que recientemente han traído a Tuxtla Gutiérrez eventos de empresas de importancia internacional.

b) Debilidades.

- ➡ La existencia de estudios de mercado y de demanda que guíen la segmentación en función de parámetros socioeconómicos, geográficos, y demás, no ha podido ser comprobada.
- ➡ A pesar de la influencia positiva que han tenido las campañas promocionales generales del destino Chiapas lanzadas por SECTUR Estatal/CPTM en las llegadas a Tuxtla Gutiérrez, existe una ausencia de apoyo promocional específico y diferenciado para el destino Tuxtla Gutiérrez.
- ➡ Principal segmentación y esfuerzo publicitaria de SECTUR Estatal focalizado a lo "maya", aspecto que no representa al destino Tuxtla Gutiérrez.
- ➡ La no existencia de herramientas y prácticas sistematizadas de medición del alcance de campañas e impactos y efectividad conseguidas, no permite valorar la rentabilidad a priori y a posteriori.
- ➡ La dirección de desarrollo turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez no dispone de un presupuesto suficiente para campañas de marketing que

permitan diferenciar y posicionar a Tuxtla Gutiérrez a nivel estatal y nacional.

- ➡ La Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez no dispone de un Plan de Marketing que le permita guiar sus esfuerzos promocionales.
- ➡ Únicamente existen tres mayoristas que promocionen el destino Tuxtla Gutiérrez, limitándose a incluir un número de atractivos muy reducido, principalmente los Miradores del Cañón.
- ➡ Tuxtla Gutiérrez no ostenta la categoría de pueblo mágico.
- ➡ No existen datos del nº de turistas que regresan y/o recomiendan el destino Tuxtla Gutiérrez una vez visitado.
- ➡ La mayoría de las agencias receptoras presentes en Tuxtla Gutiérrez vende otros destinos. Únicamente 8 agencias receptoras con base en Tuxtla Gutiérrez incluye en sus paquetes atractivos de Tuxtla (y de forma residual).
- ➡ Parece haber una excesiva confianza a nivel estatal por acciones promocionales en medios tradicionales, masivos y poco segmentadas (ferias, televisión, radio, grandes espectáculos).

c) Oportunidades.

- ⊞ Existen alrededor de treinta mayoristas que trabajan y promocionan con el destino Chiapas pero que no incluyen en sus paquetes atractivos de Tuxtla Gutiérrez, a pesar de que muchos de sus paquetes empiezan y terminan en el aeropuerto de Tuxtla. Esto es visto como una oportunidad para el destino Tuxtla que podría trabajar en la realización de Fam Trips y en la mejora de su oferta para hacerla más atractiva a estos mayoristas.
- ⊞ Existe un consejo consultivo de turismo en Tuxtla Gutiérrez, que podría ser incluido en la planificación de acciones promocionales a nivel municipal y estatal, para generar una promoción más consensuada y eficaz, adaptada

a las necesidades e identidad de Tuxtla Gutiérrez (segmentación por mercado geográfico, por segmento turístico, perfil socioeconómico, etc.)

- Una mejora de la comunicación y la promoción de los atractivos turísticos de Tuxtla de cara a los propios operadores turísticos presentes en el destino (receptivos), así como aquellos que ya trabajan con Chiapas, podría mejorar la comercialización del destino.

d) Amenazas.

- A pesar de que existe preocupación por la segmentación de las campañas promocionales llevadas a cabo tanto por Sectur Estatal como por la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, su carácter básico puede suponer una amenaza ante la tendencia del mercado a la demanda cada vez mayor de promoción, comercialización cada vez más especializada enfocada a segmentos nicho y de intereses especiales.
- Ausencia de una estrategia de promoción a largo plazo (ausencia de planes de marketing), puede resultar muy negativa para la notoriedad de Tuxtla Gutiérrez como destino a largo plazo.
- La pérdida de identidad urbana y cultural que registra Tuxtla Gutiérrez puede afectar las futuras posibilidades de diferenciación y posicionamiento del destino.

3.8 FODA de Gestión del Destino.

a) Fortalezas.

- ◆ El municipio de Tuxtla Gutiérrez cuenta con una dependencia especializada en turismo que, a pesar de estar limitada en recursos a solo aquellos definidos en nómina, permite tener cierto grado de visibilidad institucional.
- ◆ El Gobierno Municipal de Tuxtla Gutiérrez dispone de dos documentos que dirigen la gestión pública municipal en el corto plazo (hasta por tres años): el Plan Municipal de Desarrollo y el Acuerdo de motivos, compromisos y participantes del Pacto por Tuxtla.
- ◆ La orientación de la gestión turística municipal queda definida por el Plan Municipal de Desarrollo, en el que se encuentra el Eje temático Tuxtla competitiva y próspera y que incluye el Programa de fomento al turismo municipal.
- ◆ Al mismo tiempo, el Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez dispone de un programa de trabajo; existe un documento propio de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal definido como Proyectos del Plan Municipal de Desarrollo y se dispone también del Plan y estrategia de desarrollo turístico de los Clústeres de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de

las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo, elaborado por la Fundación UNWTO.Themis.

- ◆ El documento elaborado por la Fundación UNWTO.Themis es un documento robusto de alcance regional y mediano plazo, que permite una estrategia viable y expansiva de la actividad turística para la capital a fin de ampliar su oferta de atractivos y productos competitivos para el mercado regional.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez dispone de un Consejo Municipal de Turismo que integra a actores del sector público local y a otros como la Asociación de Empresas de Turismo de Negocios, la Asociación de Hoteles y Moteles del Centro, Colegio de Guías, Asociación de Agencias de Viajes, Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, Federación de Empresas de Chiapas y Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos.
- ◆ La sociedad civil y los gremios empresariales muestran altos niveles de participación y liderazgo en proyectos e iniciativas en materia de turismo generadas por estos o en las que acompañan al gobierno.
- ◆ La Secretaría de Turismo Estatal tiene una Coordinación de Delegaciones que coordina representantes de esta ante un conjunto de gobiernos municipales que facilitan la gestión local y regional del turismo. Para el caso de la capital, la Delegación se ubica en Chiapa de Corzo, ya que se parte de la idea de que al estar la Secretaría de Turismo Estatal en Tuxtla Gutiérrez, su atención es directa.
- ◆ Las acciones referidas al corto plazo en formato de eventos como el Carnaval Tuxtla que es anual y cuenta con un ejercicio de coordinación eficiente que se arma para tal efecto y luego se disuelve. La dirección del evento por parte de empresarios cuenta con un soporte institucional para la gestión correspondiente.
- ◆ La gestión turística desde la perspectiva empresarial muestra resultados satisfactorios con base en su interés y compromiso con la actividad en cuestión. Su evaluación es positiva y algunos de sus ejemplos son

Caravanas de promoción, Carnaval Tuxtla, mejora de parques y jardines, etc.

- ◆ La participación de la sociedad en los eventos es positiva. Ejemplos como el Vota Cañón dentro de la competencia de Maravillas Naturales del Mundo, el Carnaval Tuxtla, La Feria, Las fiestas del Barrio de San Roque y las fiestas de San Marcos ponen de manifiesto el interés y el compromiso de la población para con sus eventos.
- ◆ El municipio dispone de ordenamiento para el fomento del desarrollo y desarrollo turístico municipal y el reglamento del Consejo Municipal de Turismo, instrumentos que ofrecen directrices básicas a los empresarios para desempeñar sus actividades.

b) Debilidades.

- La Dirección de desarrollo turístico municipal es una oficina de tercer nivel con actuación marginal dentro de la gestión pública municipal, misma que se ha visto reducida en personal y que no dispone de un presupuesto propio y recursos que den viabilidad a su programa de trabajo.
- La Dirección de Desarrollo Turístico carece de un fondo para inversión anual definido por el H. Ayuntamiento y su cabildo a fin de que pueda promover con responsabilidad funciones estratégicas para el desarrollo turístico del destino.
- El Consejo Municipal de Turismo registra una disminución considerable de la atención, presencia, y participación por parte de sus integrantes así como de sus aportes en las reuniones que se han tornado irregulares.
- El Gobierno Municipal, la Dirección de Desarrollo Turístico y el Consejo Municipal de Turismo carecen de controles y sistema de planeación que permitan el monitoreo confiable y pertinente de la actividad turística.
- La carencia de controles y sistemas de planeación no permite al municipio tener claridad sobre dónde se ubica en el mercado turístico, hacia dónde

moverse y cómo lograrlo, lo que provoca desorientación, incertidumbre y ocurrencias sobre lo que se debe hacer.

- ➡ Uno de los mayores problemas en el funcionamiento del Consejo Municipal de Turismo es el relativo a la credibilidad por la falta de resoluciones a los asuntos tratados ahí. La naturaleza de las reuniones es informativa sin interacción.
- ➡ La coordinación de los tres niveles de gobierno es uno de los factores críticos ya que el Gobierno Municipal presenta debilidad institucional en la gestión del turismo y heterogeneidad en la atención de las diversas áreas funcionales del municipio para con el turismo. El Consejo no es un espacio de coordinación de esfuerzos para solucionar problemas.
- ➡ El Gobierno Municipal no responde de la misma manera a los niveles de participación y liderazgo de la sociedad civil y los gremios empresariales. Su participación es reactiva y queda condicionada a la programación de recursos presupuestales.
- ➡ La actividad turística en el Estado de Chiapas carece de un órgano de gobernanza que garantice la participación, legitimación y transparencia necesaria para el diseño, revisión, ejecución y evaluación de la política turística.
- ➡ Las Delegaciones Regionales carecen de los recursos necesarios para promover su liderazgo y/o apoyo a iniciativas locales y regionales. Los delegados funcionan como primera línea de antenas de conocimiento sobre las necesidades locales y regionales pero los instrumentos para la gestión son acotados.
- ➡ El funcionamiento del destino es a manera de isla. Su oficina municipal de turismo se maneja sin vínculos de colaboración y cooperación para proyectos comunes como en el caso del Cañón del Sumidero y hasta en los términos de la declaratoria de Zona Metropolitana que incluye a la capital, a Chiapa de Corzo, Suchiapa y Berriozábal.

- ➡ La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal en su programa de desarrollo margina la importancia de la cultura con base en la identidad zoque. La ciudad muestra un acelerado proceso de pérdida de esa identidad cultural que se proyecta en diversos temas tales como su imagen urbana, estilos de vida, costumbres y actividades cotidianas que quedan fuera de los esquemas de sustentabilidad.
- ➡ Otro aspecto por demás importante es que el Consejo carece de un enfoque de sustentabilidad en sus esfuerzos para planear y gestionar al turismo. Los proyectos e iniciativas se enfocan predominantemente al negocio, mejorar la ocupación hotelera con resultados visibles inmediatos.
- ➡ En cuanto a la coordinación institucional para proyectos de largo plazo los resultados no son tan efectivos como en el corto plazo. El empresario se desmotiva y la coordinación institucional tiende a perderse.
- ➡ La percepción sobre el comercio ambulante es negativa. En lugares emblemáticos como el Parque de la Marimba se ha permitido la proliferación de comercio informal y ha sido ocupado por vendedores ambulantes de perfumes, comida, ropa y productos varios que le han restado valor. La aplicación de la norma queda fuera de la bitácora de la gestión pública.
- ➡ El municipio carece de un marco regulatorio propio que esté alineado a la Ley General de Turismo, además de que la Ley de fomento al turismo estatal se muestra obsoleta según las indicaciones de los actores locales. Esto no genera un entorno normativo adecuado a la competitividad.
- ➡ La actividad turística municipal carece de un sistema de monitoreo efectivo, expedito y confiable generado por alguna institución local que garantice los resultados óptimos y una cultura de la toma de decisiones soportada en datos.
- ➡ En general el valor del conocimiento y la información cuantitativa y cualitativa es discrecional, solo es atendido en la medida que sirve a un fin específico pero se hace casi nulo uso de estos. Los estudios realizados por

diversas instituciones no han tenido consecuencias en la medida que la gestión municipal no los ha seguido y los actores locales prefieren las acciones de corto plazo.

c) Oportunidades.

- El destino al estar ubicado en la capital recibe atención directa por parte del Gobierno de Chiapas y en particular de la Secretaría de Turismo.
- El destino dispone de una decena de Universidades con programas de Licenciatura en Turismo o áreas afines por lo que la generación de conocimiento es una oportunidad para la gestión turística del mismo.
- La Ley General de Turismo señala la importancia de los Consejos Municipales de Turismo como representaciones para la gobernabilidad turística del municipio y ofrece las directrices para los Estados y Municipios a fin de aprovecharla.
- La localización y cercanía de Tuxtla Gutiérrez con Chiapa de Corzo y San Cristóbal permite la posibilidad de un corredor estratégico que para eventos especiales y productos específicos podrían sumar servicios, atractivos, actividades y productos, lo que aumentaría el valor de los congresos, convenciones, viajes de incentivo, por mencionar algunos ejemplos.
- Chiapas dispone de un Plan de ordenamiento ecológico y territorial del Estado (2012) que ofrece las directrices en esa materia y las vocaciones respectivas a las actividades económicas.
- A partir de 2010, se tiene un Plan de ordenamiento ecológico y territorial de la subcuenca del Río Sabinal que cruza a todo el municipio.

d) Amenazas.

- El destino se encuentra cerca de importantes centros turísticos más competitivos en segmentos como el turismo cultural y de naturaleza (Chiapa de Corzo; Comitán; San Cristóbal de las Casas), de manera que el futuro desarrollo de estos segmentos en Tuxtla Gutiérrez puede no

asegurar una prosecución de ventaja competitiva a medio plazo y complicar el desarrollo de este potencial.

- Tuxtla Gutiérrez forma parte de lo que se conoce como la Provincia Zoque junto a una docena de municipios. La identidad cultural zoque es cultura viva en la que aún se puede observar comida, lenguaje, vestido, artesanía y costumbres. No obstante, se pierde con el paso del tiempo y la capital se queda sin un componente de competitividad turística que le daría diferenciación y alto valor a su oferta turística.
- La situación económica mundial y nacional muestran signos de debilitamiento por lo que es estimado que los destinos mejor preparados y competitivos puedan sortear los efectos en los municipios.

3.9 FODA de TIC's e Información al turista.

a) Fortalezas.

- ◆ Existencia de un portal web, exclusivo del destino por parte de Turismo Municipal.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez cuenta con sección exclusiva en la página web turismo Chiapas de la Sectur estatal (www.turismochiapas.gob.mx).
- ◆ El destino cuenta con una página de facebook de turismo municipal activa y actualizada regularmente.
- ◆ La información sobre Tuxtla Gutiérrez en la página web de la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado presenta regularidad en la actualización de la información.
- ◆ Sectur Estatal dispone de datos sobre el número de visitas (1033 desde Abril 2013) y búsquedas realizadas a la sección de Tuxtla Gutiérrez en la web de Turismo Estatal www.turismochiapas.gob.mx.
- ◆ Tuxtla Gutiérrez, cuenta con un buen número de módulos de información turística (cuatro estatales y dos municipales) situados en puntos

estratégicos del destino. Asimismo existe un servicio de información por correo electrónico y teléfono gratuito nacional (Sectur Estatal).

- ◆ Tuxtla Gutiérrez cuenta con parques y plazas públicas que ofrecen acceso gratuito wifi a Internet (Ej.: Parque Convivencia Infantil, Parque de la Juventud, etc.).

b) Debilidades.

- ➡ La página web del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx) está desactualizada (se afirma no disponer de presupuesto para ello), con lo que no es un elemento dinámico de promoción del destino.
- ➡ Problemas con la red de internet de turismo municipal, lo que imposibilita una actualización constante de la página.
- ➡ La mayoría de los módulos de información no presentan asistencia bilingüe.
- ➡ La señalización e interpretación turística de Tuxtla Gutiérrez es muy deficiente.
- ➡ La Dirección Municipal de Turismo del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez afirma no poder registrar los hit de visitas al portal de destino, por no tener instalado un contador de visitas.
- ➡ La dirección municipal de Desarrollo Turístico afirma no tener presupuesto para llevar a cabo acciones de posicionamiento web (SEO Y SEM).
- ➡ No se cuenta con un sistema de información estadística ni desde el nivel estatal ni desde el municipal que permita medir el desempeño de la actividad turística en Tuxtla Gutiérrez (únicamente estadísticas básicas relativas a ocupación, pernoctaciones, gasto y procedencia en módulos, etc.).

c) Oportunidades.

- La Secretaría de Turismo Estatal, se encuentra desarrollando una aplicación, denominada “Chiapas mi aventura”, en el que se encuentra

incluido el destino Tuxtla Gutiérrez, considerándose en el apartado de Ciudades.

- El destino tiene presencia en una aplicación para Iphone o Android, ya existente y generada por la iniciativa privada para promocionar el turismo de Chiapas, misma que todavía se encuentra en fase de crecimiento.

d) Amenazas.

- Las tendencias de demanda muestran que cada vez más los destinos con buen posicionamiento online, con websites dinámicas e interactivas, presencia en redes sociales serán los más competitivos lo que amenaza la competitividad de Tuxtla Gutiérrez con una web oficial estática, “muerta” que no puede ser actualizada ni posicionada.

Anexos

- 1 Inventario de recursos, atractivos y productos turísticos.
- 2 Formato propuesta ficha de evaluación de atractivos turísticos.
- 3 Fichas técnicas de indicadores y documentos soportes.

PARTE 2

AGENDA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA DEL DESTINO TUXTLA GUTIÉRREZ, CHIAPAS.

Parte II. AGENDA DE COMPETITIVIDAD DEL DESTINO.

CAPÍTULO 1. ALINEACIÓN DE LA POLÍTICA TURÍSTICA.

En los tres niveles de gobierno.

Ejes de la Política Nacional Turística - Plan Nacional de Desarrollo.
Lineamientos y Directrices Estratégicas - Plan Estatal de Desarrollo.
Lineamientos Sectoriales - Plan Municipal de Desarrollo.

Tabla No. 138. Alineación de la Política Turística.

	Ejes de la Política Nacional Turística	Lineamientos y Directrices estratégicas del Plan Estatal de Desarrollo	Lineamientos sectoriales del Plan Municipal de Desarrollo
Ejes	IV México próspero, Sector turístico.	Eje 3 Chiapas exitoso	Eje temático 3; Tuxtla competitiva y próspera
Comentario: Los ejes de los instrumentos de planeación en las tres escalas manifiestan una cierta alineación al referirse a aspectos como prosperidad, éxito y competitividad. Es de destacar que en el caso del municipio, el eje solo se refiere al municipio como Tuxtla y deja a un lado el apellido de Gutiérrez.			
Política Pública		3.2.6 Turismo competitivo	3.1 Tuxtla con capacidad para impulsar su

			desarrollo económico sustentable
Programa	Programa Nacional de Turismo	Programa Estatal de Turismo	Programa Municipal de fomento al turismo
Comentario: Es importante advertir que, al momento de la elaboración de la Agenda de Competitividad para Tuxtla Gutiérrez, los programas sectoriales tanto nacional como estatal están en proceso de elaboración.			
Objetivo	Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el País.	Posicionar el turismo del estado en el contexto nacional e internacional	3.1.1 Elevar la competitividad de los sitios turísticos de Tuxtla Gutiérrez.
Comentario: Se observa congruencia entre el caso del objetivo de la política turística nacional y el del Programa Municipal de Turismo, ya que uno señala la idea de aprovechar el potencial y Tuxtla Gutiérrez está en la percepción local como una ciudad de paso, por lo tanto, es prioritario elevar la competitividad de los sitios turísticos de la capital. En el caso del objetivo estatal, la idea pareciera partir del supuesto de que la actividad turística es plena y requiere de su posicionamiento en los mercados nacional e internacional, lo que en buena medida se ha logrado ya. El programa estatal debiera alinearse a los extremos a fin de fungir como interface eficaz de las políticas públicas y su gestión.			
Estrategias	1. Impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico. 2. Impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico. 3. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos.	1. Aprovechar el potencial de la infraestructura turística integral para su vinculación con el turismo nacional e internacional. 2. Promocionar los destinos, centros y sitios turísticos en el mercado local, nacional e internacional para el incremento del turismo en el estado. 3. Desarrollar productos turísticos que propicien una mayor estadia en el estado.	1. Mejorar la calidad de la infraestructura turística. 2. Impulsar la difusión turística de Tuxtla Gutiérrez. 3. Concientizar y sensibilizar a la población de Tuxtla Gutiérrez en materia de cultura turística. 4. Involucrar a los empresarios turísticos en las actividades de promoción y para el fortalecimiento del turismo en el municipio.

	4. Impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.	4. Fortalecer las capacidades de los servicios turísticos para el mejoramiento de su competitividad. 5. Detonar la infraestructura turística en los destinos, centros y sitios turísticos para aprovechar el potencial existente. 6. Promover el turismo alternativo y de negocios en el estado para proyectarlo nacional e internacionalmente. 7. Promover el reconocimiento del patrimonio y cultura de Chiapas en materia de turismo.	
Comentario: Respetando los niveles de actuación federal, estatal y municipal, el primer nivel integra cuatro grandes ejes orientados a una transversalidad en las diversas áreas de planeación y gestión del sector turístico como tal, mientras que el municipio prioriza a la infraestructura, los servicios, la población y la promoción como ejes de trabajo, en el nivel estatal, se observa un relacionamiento del Estado con los destinos, centros, empresas, etc., pero no con los municipios, es decir, falta un reconocimiento del municipio como interlocutor que es corresponsable del desarrollo turístico y del destino como el articulador de la planeación y gestión de los tres niveles de actuación pública y privada, que puede funcionar como un interlocutor local.			
Líneas de acción	- Fortalecer la investigación y generación del conocimiento turístico. - Fortalecer la infraestructura y la calidad de los servicios y los productos turísticos. - Diversificar e innovar la oferta de productos y	No disponible ya que está en proceso de formulación el Programa Estatal de Turismo.	No disponible en el documento de referencia.

	consolidar destinos. • Posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del de sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo, de negocios y reuniones, cruceros, religioso, entre otros. • Concretar un Sistema Nacional de Certificación para asegurar la calidad. • Desarrollar agendas de competitividad por destinos. • Fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios. • Imprimir en el Programa Nacional de Infraestructura un claro enfoque turístico		
Comentario: Uno de los mayores aportes de la Política Turística Nacional presentada por el Lic. Enrique Peña Nieto, Presidente de la República, es aquella en la que las agendas de competitividad se convierten, a instancia federal, en un instrumento potente de planeación y gestión de destino, apoyado por los Gobiernos Estatales y construido de forma corresponsable con el concurso de los Gobiernos Municipales, los actores locales e Instituciones de Educación Superior. Hecho inédito en el que los sectores público, privado y académico unen esfuerzos			

para diseñar una estrategia con un enfoque de desarrollo local, competitiva y sustentable.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

CAPÍTULO 2. INSTRUMENTOS DE POLÍTICA TURÍSTICA.

Inventario existente y propuestas

a) Marco Jurídico.

Al momento de la elaboración de la agenda de competitividad, hay una iniciativa de la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Tuxtla Gutiérrez, que junto a la Asociación de Agencias de Viajes de Chiapas y el Colegio de Guías de Chiapas se han pronunciado ante el Lic. Fernando Castellanos Cal y Mayor, Presidente del Congreso de Chiapas para que se revise la Ley Estatal de fomento al turismo del Estado y otros ordenamientos que regulan a la actividad turística. Estos foros se llevarán a cabo durante los últimos meses de 2013.

b) De concertación y coordinación institucional.

El convenio de concertación entre la federación y el estado ha funcionado para la gestión de recursos que impulsan la inversión pública en la actividad turística estatal. No obstante, ese ejercicio aún no se ha replicado con los municipios a fin de promover el desarrollo de actividades y productos que sean vistos desde la óptica local. Esto ayudaría al reconocimiento de los actores locales en la toma de

decisiones utilizando los mecanismos de coordinación como los consejos municipales de turismo que funcionan en Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Comitán de Domínguez, Chiapa de Corzo, Tapachula, Cintalapa, etc.

Esos Consejos municipales son de tipo informativo pero generan la pérdida de interés de los actores locales en la medida que no es un espacio que planea, supervise, distribuya recursos, evalúe, etc., a la actividad turística.

Está el caso de la capital que dispone de un Consejo Consultivo Ciudadano como espacio de representación de actores locales que ha logrado una función importante más allá del Consejo Municipal de Turismo, ya que en el primero se presentan proyectos con la presencia del Alcalde y se toman decisiones sobre estos.

Por otro lado, el Estado mismo carece de un espacio de concertación para la construcción, seguimiento, control y evaluación de la política turística estatal. Es de destacar que las representaciones en los gremios empresariales son dadas por destinos pero no existe una representación estatal de Hoteleros, por ejemplo.

c) De promoción y comercialización

Para el caso de la promoción solamente, existe el Fideicomiso del 2% al impuesto por servicio de hospedaje con un Comité que evalúa el programa de trabajo, no obstante, la estrategia fue desvirtuada en el sentido de que el Comité dejó de funcionar para que el Instituto de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Chiapas haga uso de ese recurso para la promoción de la entidad.

Un comentario adicional es que en el funcionamiento de ese manejo, la promoción tuvo como objetivo el posicionamiento de la entidad pero los destinos quedaron un tanto al margen.

d) De financiamiento

El mecanismo más usado es el FOFOE (Fondo de Fomento Económico) pero atiende a los empresarios en general.

CAPÍTULO 3. PLAN DE ACCIÓN.

Gracias a la aplicación de las diferentes herramientas metodológicas de la ACDT, tales como la recopilación y análisis de información acerca de las variables de competitividad, los talleres de Planeación Participativa, las entrevistas a actores estratégicos y los cuestionarios aplicados a establecimientos turísticos, se logró articular la Agenda de Competitividad de Tuxtla Gutiérrez, que contiene:

- ⇒ Los nudos de competitividad de Tuxtla Gutiérrez.
- ⇒ Los procesos de mejora u obstáculos de competitividad transformados en positivo.
- ⇒ La misión y visión del destino.
- ⇒ La determinación de los productos esenciales y complementarios.
- ⇒ La estrategia competitiva.
- ⇒ Los ejes Integradores.
- ⇒ Los Programas Estratégicos para la competitividad.
- ⇒ Las líneas de acción de cada uno de los programas.
- ⇒ Un listado de Proyectos de Inversión.

3.1 Principales Nudos de Competitividad de Tuxtla Gutiérrez.

La metodología de la construcción de árboles de problemas y objetivos, en el que se relacionan las causas, problemas y efectos; medios y fines, analizados desde los factores de competitividad, es el referente del siguiente análisis. Se entiende por problema al nudo de competitividad que no permite despegar al destino, el cual requiere mitigarse, la causa como aquello que está provocando el problema al momento del estudio y el efecto, como el resultado que se tiene del problema y su influencia en el entorno.

Así también con el fin de comparar la realidad, se señala la situación a la que se aspira, expresando las causas de forma positiva para traducirse en medios, es decir las acciones que pueden ser implementadas para revertir el problema, y los efectos se convertirán en fines, lo deseable que contrarreste el nudo de competitividad, mediante el establecimiento del proceso de mejora (objetivo de competitividad).

Factor Oferta Turística.

Causa 1.1: Estrategia de promoción de la oferta no integra a prestadores de servicios en horizonte a corto, mediano y largo plazo (no hay consenso en vocación turística prioritaria de la plaza).

Medio 1.1: Llevar a cabo una estrategia de promoción y construcción de posicionamiento consensuado con actores locales del destino con perspectiva a medio y largo plazo.

Causa 1.2: No existe ninguna ruta turística o corredor urbano identificado por demanda y actores locales.

Medio 1.2: Crear una ruta turística o corredor urbano que funcione de forma efectiva e integrada, generando atracción de la demanda y rentabilidad para ser promocionado/comercializado por los operadores del destino.

Causa 1.3: El destino no forma parte de ninguna ruta turística identificada a nivel estatal/regional, reconocida y puesta en valor (únicamente como lugar de acceso/paso).

Medio 1.3: Llevar a cabo acciones que permitan la integración del destino Tuxtla Gutiérrez en rutas turísticas regionales y estatales (aprovechar los flujos y dinámicas ya existentes en la zona).

Causa 1.4: Las agencias receptoras con base en Tuxtla Gutiérrez, venden productos de otros destinos como San Cristóbal de las Casas, Chiapa de Corzo o Palenque, olvidando los atractivos presentes en la ciudad Capital.

Medio 1.4: Identificar las razones que llevan a las agencias receptoras de Tuxtla Gutiérrez a no comercializar y promocionar los propios atractivos de la plaza a través de talleres, encuestas, etc.

Causa 2.1: Existe un desaprovechamiento de atractivos culturales, actividades, festivales y eventos de la ciudad.

Medio 2.1: Poner en valor los atractivos culturales, actividades, eventos y festivales de Tuxtla Gutiérrez y hacerlos aptos para su consumo turístico.

Causa 2.2: Los museos de Tuxtla Gutiérrez trabajan de forma atomizada y se encuentran excesivamente burocratizados.

Medio 2.2 Llevar a cabo acciones que permitan el trabajo conjunto y la desburocratización de los museos de Tuxtla Gutiérrez con el fin de crear un producto de turismo cultural competitivo.

Causa 3.1: Los inmuebles tradicionales e históricos de Tuxtla Gutiérrez (INAH) no se encuentran en buen estado de conservación ni están puestos en valor.

Medio 3.1: Llevar a cabo acciones para identificar, recuperar y poner en valor los inmuebles tradicionales e históricos de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 3.2: Tuxtla Gutiérrez asiste a una progresiva pérdida de su identidad cultural: artesanía, folklore, gastronomía, etc.

Medio 3.2: Llevar a cabo acciones para identificar, recuperar, fomentar y poner en valor el patrimonio cultural inmaterial (identidad) de Tuxtla Gutiérrez enfocándose tanto a la población local como foránea.

Problema 1: La oferta de Tuxtla Gutiérrez no se encuentra integrada (la idea de productos y rutas turísticas no se hallan en el destino) y no existe un consenso a nivel local sobre la vocación y el posicionamiento que debe tener en el mercado.

Proceso de mejora 1: Creación de una oferta turística integrada y con vocación clara.

Problema 2: Existe desaprovechamiento de atractivos y actividades culturales de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Proceso de mejora 2: Aumento de valor turístico a actividades y atractivos culturales.

Problema 3: Tuxtla Gutiérrez asiste a una pérdida progresiva de su identidad cultural y urbana, cuya imagen no corresponde a las características propias de la cultura local.

Proceso de mejora 3: Rescate y fortalecimiento de la identidad zoque y el patrimonio cultural del municipio.

Efecto 1.1: Tuxtla Gutiérrez no cuenta con un posicionamiento claro en el mercado turístico.

Fin 1.1: Que Tuxtla Gutiérrez cuente con una vocación turística clara y compartida por todos los actores locales y un posicionamiento en el mercado claro y alineado con su vocación turística.

Efectos 1.2: Los visitantes que llegan a Tuxtla Gutiérrez desconocen las posibilidades que ofrece la ciudad Capital a nivel turístico y no disponen de los

elementos de información y servicios necesarios para recorrer los atractivos de forma coherente, ordenada y fácil.

Fin 1.2: Que los visitantes que llegan a Tuxtla Gutiérrez puedan conocer fácilmente las posibilidades que ofrece la ciudad a nivel turístico, disponiendo de todos los elementos de información y servicios necesarios para disfrutar de la oferta de forma coherente, ordenada, cómoda y fácil.

Efectos 1.3: Los flujos turísticos suelen pasar por alto Tuxtla Gutiérrez como parte de su ruta por Chiapas.

Fin 1.3: Que los flujos turísticos que llegan al estado de Chiapas y que pasan por Tuxtla Gutiérrez vean el destino como una opción turística en sí misma, y no sólo como lugar de paso.

Efectos 1.4: La mayoría de los atractivos de Tuxtla Gutiérrez no son accesibles a través de los canales de comercialización tradicionales.

Fin 1.4: Que la oferta de Tuxtla Gutiérrez (productos, servicios, etc.) sea accesible a su demanda potencial a través de los canales de comercialización tradicionales.

Efecto 2.1 La mayoría del patrimonio material e inmaterial, la red de museos, y la oferta de festivales y actividades culturales y de ocio son desconocidos por la demanda turística.

Fin 2.1 Que los recursos turísticos culturales de Tuxtla Gutiérrez, tanto materiales como inmateriales, puedan conformar un producto turístico integrado, atractivo y conocido por la demanda turística.

Efecto 2.2: Con excepciones como el zoológico Miguel Álvarez del Toro (ZOOMAT), los museos de Tuxtla Gutiérrez no parecen generar el interés de la demanda fuera del nivel local y regional. Y no parecen actuar como un atractivo complementario atractivo para segmentos de importancia en la plaza, como el de reuniones, eventos e incentivos.

Fin 2.2: Que los museos de Tuxtla Gutiérrez funcionen como un producto turístico complementario que ofrezca valor añadido a la plaza y mejore la estadía y experiencia de la visita en el destino.

Efecto 3.1: Los visitantes a Tuxtla Gutiérrez no pueden apreciar la existencia de una identidad urbana en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Fin 2.2: Que los visitantes de Tuxtla Gutiérrez aprecien una identidad urbana propia y diferenciada, que mejore la experiencia y el recuerdo de su visita.

Efecto 3.2: La identidad cultural de Tuxtla Gutiérrez se encuentra “escondida” de la mirada de los visitantes y esto a su vez no permita a la ciudad construir una imagen de destino diferenciada.

Fin 3.3: Que Tuxtla Gutiérrez sea un destino turístico cuya identidad cultural sea revalorizada con el fin de que pueda a ser apreciada por los visitantes, ayudando con ello a su diferenciación como destino turístico.

Democratización de la Productividad Turística.

Causa 1.1: Ausencia de controles y sistemas de planeación para la gestión del turismo.

Medio 1.1: Crear controles, indicadores y sistemas de planeación para una gestión turística más eficaz.

Causa 1.2: Falta de investigación aplicada en el destino que genere el conocimiento requerido para el monitoreo de las variables de análisis.

Medio 1.2: Generación de investigación aplicada en el destino turístico que nutra de información relevante para el posterior análisis del correcto desempeño y desarrollo sostenible de la actividad turística.

Causa 1.3: Insuficiencia de datos sobre empleo turístico, producto interno bruto y encadenamiento productivo.

Medio 1.3: Llevar a cabo la creación de sistemas de control estadístico y de otra índole que midan la influencia del sector turístico en el empleo, la economía y la distribución de la riqueza a nivel local.

Problema 1: Desconocimiento de los efectos productivos y sociales que genera la actividad turística en el destino Tuxtla Gutiérrez.

Proceso de mejora 1: Gestión de conocimiento de la importancia y los efectos productivos y sociales que genera el turismo en Tuxtla Gutiérrez.

Efecto 1.1: Exclusión de la actividad turística en la agenda de gobierno.

Fin 1.1: Que la actividad turística pase a ser una prioridad en la agenda del gobierno.

Efecto 1.2: Falta de atención y seguimiento de la actividad turística.

Fin 1.2: Que las autoridades públicas concedan a la actividad turística la atención y el seguimiento que se merece.

Efecto 1.3: Ausencia de apoyos presupuestales en materia de inversión.

Fin 1.3: Que la actividad turística reciba un mayor apoyo en materia de inversión.

Sustentabilidad Turística.

Causa 1.1: El crecimiento urbano de la ciudad, supera la capacidad de los servicios de saneamiento (drenaje, tratamiento de aguas residuales y recolección de residuos sólidos).

Medio 1.1: Adaptación de los servicios de saneamiento (drenaje, tratamiento de aguas residuales, recolección de residuos) a las necesidades de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 1.2: Falta de concientización en la población local sobre un comportamiento ético y de respeto hacia el medio ambiente.

Medio 1.2: Realizar más campañas de concientización sobre comportamiento ético y de respeto al medio ambiente de cara a la población de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 2.1: No existe una protección efectiva en las áreas naturales del municipio de Tuxtla Gutiérrez, incluyendo el Parque Nacional Cañón del Sumidero, reconocido por su importancia ecológica y turística.

Medio 2.1: Hacer efectiva la protección de las áreas naturales protegidas del municipio de Tuxtla Gutiérrez, especialmente el Parque Nacional Cañón del Sumidero.

Causa 2.2: Las descargas de residuos provenientes de los municipios situados en la cuenca del río Grijalva afectan el entorno del Cañón del Sumidero.

Medio 2.3: Reducir o tratar debidamente las descargas incontroladas de residuos al río Grijalva, que provienen de los municipios situados en la cuenca.

Causa 3.1: No existe preocupación por alinear la gestión del turismo bajo una perspectiva de los preceptos del turismo sostenible (**ausencia de contenido sobre sustentabilidad en los planes y programas de los responsables turísticos**).

Medio 3.1: Incluir programas y líneas de acción enfocadas a la sustentabilidad en los planes y programas de los responsables turísticos de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 3.2: No existen sistemas de indicadores, siquiera básicos, para la medición de impactos de la actividad turística en el medio ecológico, social y cultural de Tuxtla Gutiérrez.

Medio 3.2: Crear sistemas de indicadores, siquiera básicos, que permitan medir los impactos, tanto positivos como negativos, de la actividad turística en el entorno ecológico, social y cultural de Tuxtla Gutiérrez e integrarlos en la gestión turística local.

Causa 3.3: Existe un número muy bajo de establecimientos turísticos que ostentan certificaciones y reconocimientos por políticas relacionadas con la sustentabilidad y preocupación ecológica.

Medio 3.3: Promover la obtención de certificaciones y reconocimientos relacionados con la sustentabilidad en establecimientos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.

Problema 1: La infraestructura de saneamiento de Tuxtla Gutiérrez (tratamiento de residuos, drenaje, etc.) no presenta una capacidad de carga suficiente para atender las necesidades de la ciudad; situación que se ve agravada por la ausencia de educación ambiental de la población.

Proceso de mejora 1: Infraestructura de saneamiento y control ambiental suficiente para atender las necesidades de la ciudad.

Problema 2: Las áreas naturales de Tuxtla Gutiérrez, incluyendo la principal por importancia ecológica y turística, el Parque Nacional Cañón del Sumidero, no son protegidas de forma efectiva y presentan problemas relativos a deforestación, vertido de residuos; actividades extractivas (cal) y asentamientos humanos ilegales.

Proceso de mejora 2: Protección y uso de las áreas naturales en el municipio.

Problema 3: Tanto desde el nivel público como privado, parece no haber preocupación por incluir parámetros relativos al turismo sustentable en la planeación y gestión de la actividad turística.

Proceso de mejora 3. Gestión turística competitiva y sustentable.

Efecto 1.1: Las principales cuencas de la ciudad y en general el entorno ambiental de Tuxtla Gutiérrez está siendo presionado y sufre problemas de contaminación.

Fin 1.1: Que el entorno ambiental y las cuencas de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez no estén presionadas ambientalmente ni contaminadas.

Efecto 1.2: La población de Tuxtla Gutiérrez contribuye a la contaminación y mal estado de limpieza de calles y áreas naturales de Tuxtla Gutiérrez.

Fin 1.2: Que la población de Tuxtla Gutiérrez no contribuya negativamente sino positivamente a la limpieza y cuidado de las áreas naturales de Tuxtla Gutiérrez.

Efecto 2.1: Las áreas naturales protegidas han sido ya gravemente afectadas por la erosión proveniente de actividades extractivas (p. ej. de cal); la deforestación, la contaminación por descargas provenientes de municipios aledaños al río Grijalva y el continuo crecimiento de asentamientos humanos irregulares que afectan al Parque Nacional Cañón del Sumidero y suponen ya la pérdida del 13,40 % del territorio protegido a nivel municipal.

Fin 2.2: Áreas naturales de Tuxtla Gutiérrez a salvo de la deforestación, contaminación por descargas y los asentamientos humanos irregulares.

Efecto 2.2: Parque Nacional del Cañón del Sumidero, principal atractivo natural de la región, se encuentra contaminado por residuos sólidos que afectan a la experiencia de visita.

Fin 2.2: Que el Parque Nacional del Cañón del Sumidero se encuentre libre de residuos sólidos.

Efecto 3.1: La gestión turística no se gestiona atendiendo a los parámetros que establece el turismo sostenible.

Fin 3.1: La gestión turística del destino Tuxtla Gutiérrez se maneja atendiendo a parámetros de sostenibilidad.

Efecto 3.2: Los impactos ecológicos, sociales y culturales de la actividad turística, tanto negativos como positivos, en el destino Tuxtla Gutiérrez son desconocidos.

Fin 3.2: Los impactos ecológicos, sociales y culturales, tanto negativos como positivos, que son generados por la actividad turística en Tuxtla Gutiérrez, son conocidos e incluidos en las decisiones de gestión.

Efecto 3.3: La oferta turística presenta un bajo índice de desempeño en políticas de sustentabilidad.

Fin 3.4: Un importante porcentaje de los establecimientos turísticos del destino de Tuxtla Gutiérrez llevan a cabo programas relacionados con la mejora de su desempeño ambiental y/o sustentabilidad y son líderes en certificaciones ambientales a nivel nacional.

Formación y Certificación.

Causa 1.1: Desarticulación entre las entidades del sector público, el productivo e instituciones académicas que no permiten establecer prioridades en formación y consolidar una oferta de programas adecuados a las necesidades reales del sector.

Medio 1.1: Articular a sector público, privado e instituciones académicas para establecer las necesidades prioritarias del destino Tuxtla Gutiérrez en lo referente a la formación del personal turístico.

Causa 1.2: No existe una base de datos actualizada acerca de las necesidades de capacitación, que permitan reestructurar los programas de estudio.

Medio 1.2: Que los responsables de la gestión turística del destino y el sector privado tengan acceso a información actualizada sobre el grado de correlación de los programas formativos en turismo y las necesidades, exigencias del sector.

Causas 1.3: Bajo índice de empresas interesadas en renovar las certificaciones obtenidas.

Medio 1.3: Fomentar la participación de empresas en los programas de certificación relacionados con la calidad y la competitividad (Ej. Distintivo M; Certificado de Calidad Ambiental Turística; etc.)

Causas 1.4: Guías de turistas certificados en Tuxtla suelen trabajar en otros destinos de Chiapas.

Medios 1.4: Llevar a cabo programas que permitan a los guías certificados en Tuxtla Gutiérrez, encontrar opciones de trabajo en el municipio.

Problema 1: Capacitación, formación académica y certificación de empresas no han sido factor de cambio en la calidad del servicio turístico.

Proceso de mejora 1: Cruzada por la calidad turística.

Efecto 1.1: Recursos malgastados y personal formado en competencias no requeridas por el mercado.

Fin 1.1: Que los programas de estudios de turismo ofrezcan a sus egresados las capacidades que necesita el sector turístico actual y de Tuxtla Gutiérrez.

Efectos 1.2: Desinterés por capacitarse al no satisfacer los cursos, las necesidades que aquejan al sector.

Fin 1.2: Que la adaptación de los planes de aprendizaje se realice en base a una detección real de necesidades de capacitación.

Efectos 1.3: Prestación de servicios turísticos que no satisface las expectativas de los turistas.

Fin 1.3: Que la prestación de servicios de los establecimientos turísticos responda a los más altos estándares de calidad, satisfaciendo con ello las expectativas del turista.

Efectos 1.4: Las opciones de contar con recorridos guiados de calidad en Tuxtla Gutiérrez son reducidas.

Fin 1.4: Que Tuxtla Gutiérrez ofrezca recorridos con la asistencia de guías de turistas certificados, que otorguen calidad y valor añadido a la oferta del municipio.

Accesibilidad e Infraestructura.

Causa 1.1 Infraestructura de la ciudad se encuentra en mal estado: aceras con desperfectos, ausencia de iluminación, agujeros en la vía y desperfectos en equipamiento.

Medio 1.1: Llevar a cabo programas generales de renovación y arreglo de la infraestructura y equipamiento de la ciudad, con especial atención a áreas prioritarias de disfrute tanto de la población como de los turistas.

Causa 1.2 No existe un reglamento de imagen urbana en Tuxtla Gutiérrez.

Medio 1.2: Crear un reglamento de imagen urbana que preste atención a la identidad arquitectónica local.

Causa 1.3: La ausencia de educación medioambiental y equipamiento urbano (botes de basura en vías públicas) genera imagen desordenada por residuos.

Medio 1.4: Combinar concientización ciudadana con la instalación de botes de basura en la vía pública que permitan el correcto manejo de residuos en zonas comunes de la ciudad.

Causa 1.4 Las vías de comunicación interurbanas se encuentran en mal estado, presentando baches, inundaciones severas (en días de lluvia), ausencia de señalización vial, etc.

Medio 1.5: Llevar a cabo reforma y mejoras en el drenaje de las vías urbanas, además de nueva señalización.

Causa 2.1 Las opciones de transporte local no son homogéneas en cuanto a su calidad, su seguridad y el trato al visitante (taxis, conejobús y colectivos).

Medio 2.1 Llevar a cabo programas de calidad, actualización y capacitación que promuevan la homogeneización del transporte público en Tuxtla Gutiérrez.

Causa 2.2 El transporte local no ofrece fácil conexión con algunos atractivos clave del destino como los Miradores del Cañón, el Cristo de Copoya; ni permite la fácil conexión e integración diferentes zonas turísticas de Tuxtla Gutiérrez.

Medio 2.2: Crear un servicio de transporte regular que permita la integración de las unidades territoriales (UT's) turísticas identificadas en la evaluación de recursos realizada con motivo de este estudio.

Problema 1: La infraestructura, equipamiento e imagen urbana en las UT's de Tuxtla Gutiérrez presenta graves deficiencias.

Proceso de mejora 1: Mejora de la imagen urbana, equipamiento e infraestructura en las UT's.

Problema 2: El transporte local de Tuxtla Gutiérrez presenta problemas de conectividad e integración con y entre los atractivos principales de la ciudad, y no es homogéneo en cuanto a calidad, seguridad y trato al turista.

Propuesta de mejora 2: Movilidad eficiente del transporte público de la ciudad permite conexión de UT's de forma segura, fácil y comfortable.

Efecto 1.1 La experiencia de visita en algunas zonas de Tuxtla Gutiérrez, no puede hacerse con total seguridad y confort por riesgo de caídas y accidentes en aceras, aumento de riesgo de delito en zonas no iluminadas, etc.

Fin 1.1 Áreas clave de la ciudad para el disfrute de ciudadanos y turistas puedan ser transitadas con seguridad y confort.

Efecto 1.2 La imagen urbana que la ciudad ofrece a los visitantes es negativa y no tiene personalidad propia.

Fin 1.2 Que Tuxtla Gutiérrez ofrezca una imagen urbana cuidada y con personalidad propia.

Efecto 1.3 La infraestructura vial de la ciudad dificulta el tránsito y el desplazamiento en condiciones de seguridad y confort.

Fin 1.4: Que Tuxtla Gutiérrez ofrezca las condiciones idóneas para el tránsito local y turístico en condiciones de seguridad y razonable confort.

Efecto 2.1 Visitantes no disponen de una opción de transporte local seguro, confiable y de calidad.

Fin 2.1 Que los visitantes puedan realizar sus desplazamientos por la ciudad con la confianza de que la generalidad del transporte cumplirá unos requisitos mínimos de seguridad, confiabilidad y calidad.

Efecto 2.2 Los visitantes no pueden realizar rutas turísticas por los atractivos de la ciudad con cierta homogeneidad sin depender de transporte turístico y guías privados.

Fin 2.2 Que los visitantes y los locales puedan recorrer los atractivos turísticos de la ciudad de forma cómoda y coherente utilizando el transporte público regular, para no depender de servicios especializados.

Seguridad Patrimonial y Física.

Problema: No se han detectado problemas centrales de atención prioritaria, quizá debido al desempeño que muestra el municipio, a partir de la obtención de la certificación de Tuxtla Gutiérrez, capital del Estado, como Comunidad Segura. Cabe mencionar que dentro de los beneficios que trae consigo la certificación está el de garantizar la capacidad de estructura e infraestructura para la prevención de las lesiones y la promoción de la seguridad, involucrando a los gobiernos, sector privado, organizaciones comunitarias y sociedad civil en general. (<http://comunidadessegurasmexico.mx/tuxtla-gutierrez>)

Contar con esta certificación significa garantizar seguridad como recurso esencial para la vida diaria; y promover mejores condiciones de desarrollo social y económico. La Comunidad Segura es un modelo de intervención de la Organización Mundial de la Salud (OMS) para el control y la prevención de las lesiones y la violencia basado en la comunidad. (<http://www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/quees.aspx>)

Promoción y comercialización.

Causa 1.1: El presupuesto de las autoridades locales para promoción y comercialización es muy reducido.

Medio 1.1: Otorgar mayor presupuesto a la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal destinado a marketing de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 1.2: Tuxtla Gutiérrez no cuenta con un plan de marketing ni una estrategia de marketing a medio y largo plazo.

Medio 1.2: Llevar a cabo un plan de marketing para el destino Tuxtla Gutiérrez, que sienta las bases de la estrategia del destino a medio y largo plazo a ser posible, a través de un proceso consensuado con el Consejo Municipal de Turismo.

Causa 1.3: Las herramientas y estudios que permiten conocer la demanda actual y potencial de Tuxtla Gutiérrez son muy básicas (Inteligencia de Mercados).

Medio 1.3: Actualizar las herramientas estadísticas que permiten tanto a la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal como al sector privado conocer las estadísticas de Tuxtla Gutiérrez.

Causa 1.4: El destino no dispone de una estrategia de promoción que integre a todos los prestadores de servicios en torno al destino Tuxtla Gutiérrez y su horizonte de corto, mediano y largo plazo.

Causa 2.1: El número de mayoristas que promocionan y comercializan Tuxtla Gutiérrez es muy bajo (sólo tres mayoristas documentadas).

Medio 2.1: Realizar acciones de promoción y mejora del destino de cara a los requerimientos de los mayoristas, así como fam trips, etc.

Causa 2.2: Las agencias receptoras de Tuxtla Gutiérrez, por lo general no incluyen en sus paquetes atractivos de la ciudad Capital y las que lo hacen, lo realizan de forma muy débil, limitándose a muy pocos sitios.

Medio 2.2: Trabajar muy cerca con las agencias receptoras e incluirlas en las acciones de promoción y mejora del destino de cara a sus necesidades, así como fam trips, etc.

Causa 2.3: De una lista de 30 tour operadores que trabajan el Estado de Chiapas facilitada por SECTUR Chiapas, un número muy reducido ofrece atractivos de Tuxtla Gutiérrez en sus paquetes a pesar de que un % importante comienzan y acaban sus recorridos en el aeropuerto internacional Ángel Albino Corzo.

Medio 2.3: Llevar a cabo estudios de opinión enfocados a TTOO que ya trabajan el Estado de Chiapas, para conocer las razones por las que no comercializan el destino Tuxtla Gutiérrez y mejorar en consecuencia, además de incluirlos en fam trips y otras acciones promocionales.

Problema 1: Las acciones de promoción y comercialización del destino Tuxtla Gutiérrez son insuficientes, poco diferenciadas en el contexto del destino Chiapas, y carentes de una planificación a largo plazo, basada en objetivos de posicionamiento, consensuados por los actores locales del destino y que tengan en cuenta una base de inteligencia de mercados consistente.

Proceso de mejora 1: Diseño e instrumentación de un plan de marketing en función de los segmentos relativos a los productos de naturaleza, cultural, reuniones.

Problema 2: El destino Tuxtla Gutiérrez es “ignorado” por los principales canales tradicionales de comercialización tanto receptivos como mayoristas a nivel nacional e internacional.

Proceso de mejora 2: Incorporación del destino turístico Tuxtla Gutiérrez y sus líneas de productos esenciales a los canales de comercialización pertinentes.

Efecto 1.1: Los promoción específica del destino Tuxtla Gutiérrez es muy débil y depende en gran medida de los esfuerzos promocionales realizados desde el nivel estatal (SECTUR Estatal).

Fin 1.1: Que el destino Tuxtla Gutiérrez pueda realizar campañas de marketing segmentadas y que respondan a las necesidades intrínsecas del destino y al posicionamiento consensuado por todos los actores de la plaza.

Efecto 1.2: Los pocos esfuerzos promocionales que son realizados desde el nivel municipal para Tuxtla Gutiérrez, no están basados en un plan de marketing que permita maximizar su eficacia y rentabilidad y tenga una perspectiva de continuidad y visión de posicionamiento a largo plazo.

Fin 1.2: Que los esfuerzos promocionales realizados desde el nivel municipal estén basados en un plan de marketing consensuado con los actores del destino que permita rentabilizar al máximo su eficacia permitiendo llegar al target deseado e influir en las llegadas, la estancia y el ingreso por turismo de la plaza.

Efecto 1.3: Las acciones promocionales no aprovechan las posibilidades de segmentación por segmentos de mercado, socioeconómicos y geográficos prioritarios y potenciales que permitan ajustar los esfuerzos promocionales al target del destino.

Fin 1.3: Que las acciones promocionales tengan la base de inteligencia de mercados necesaria para realizar acciones promocionales eficaces y segmentadas por mercados y segmentos prioritarios.

Efecto 1.4: Los esfuerzos promocionales de los diferentes actores del destino se realizan en diferentes direcciones, dificultando con ello la efectividad de las campañas y la construcción de un posicionamiento claro de Tuxtla Gutiérrez en el mercado.

Fin 1.4: Que la estrategia de promoción responda a un consenso previo de los actores de relevancia realizado desde lo local (actores de relevancia del sector en Tuxtla Gutiérrez).

Efecto 2.1: Los atractivos de Tuxtla Gutiérrez se encuentran ocultos e inaccesibles para una gran parte de la demanda turística que todavía utiliza los canales convencionales de comercialización (mayoristas).

Fin 2.1: Que la oferta de atractivos de Tuxtla Gutiérrez sea accesible a su demanda potencial a través de los canales convencionales de comercialización (mayoristas)

Efecto 2.2: Los agentes comercializadores que mejor conocen el destino no favorecen la accesibilidad comercial y el conocimiento de la oferta turística de Tuxtla Gutiérrez.

Fin 2.2: Que los operadores que mejor deberían conocer el destino Tuxtla Gutiérrez promocionen y comercialicen el destino en mayor medida.

Efecto 2.3: Existen importantes flujos turísticos gestionados por tour operadores nacionales e internacionales que utilizan el destino como puerta de entrada y lugar de paso.

Fin 2.3: Que los flujos turísticos que utilizan Tuxtla Gutiérrez como puerta de entrada y lugar de paso puedan ser retenidos más tiempo.

Gestión del Destino.

Causa 1.1: Estructura turística institucional con toma de decisiones discrecionales dirigidas de corto plazo y enfocadas a la rentabilidad de los negocios.

Medio 1.1: Llevar a cabo una planificación estratégica para Tuxtla Gutiérrez de mediano y largo plazo que guíe la toma de decisiones y la gestión turística.

Causa 1.2: Gestión Municipal que no aplica criterios de sustentabilidad en la pretensión del desarrollo y solo se responsabiliza en la atención de servicios públicos.

Medio 1.2: Llevar a cabo un plan de sustentabilidad turística a mediano y largo plazo para el destino Tuxtla Gutiérrez, en colaboración con actores de referencia turística, medioambiental, social y cultural de la plaza.

Causa 2.1: Economía municipal centrada en el comercio y los servicios sin capacidad de diversificación y articulada al desempeño gubernamental.

Medio 2.1: Aplicar estrategias de diversificación de la economía, como puede ser una mayor inversión en turismo, cultura, etc.

Causa 2.2: Normalización estatal y municipal que no garantiza la alineación de los tres niveles de gobierno ni facilita procesos de competitividad.

Medio 2.2: Llevar a cabo la reforma de las leyes estatales y municipales para que su contenido garantice la alineación de los tres niveles de gobierno y tenga un enfoque orientado a la facilitación de la competitividad de Tuxtla Gutiérrez.

Problema 1: Debilidad institucional municipal para gestionar el turismo con continuidad y los requerimientos de la competitividad con criterios sustentables.

Proceso de mejora 1: Fortalecimiento de Instituciones Municipales para la Gestión Turística.

Problema 2: Concentración de la economía municipal en términos de comercio, proveeduría, contrataciones y servicios profesionales a partir del gasto de gobierno.

Proceso de mejora 2: Promoción de la diversificación de la economía municipal y la articulación regional.

Efecto 1.1 Gestión operativa de actividades promocionales y de capacitación que generan alto nivel de esfuerzo pero que no proyectan una continuidad hacia objetivos de mayor alcance.

Fin 1.1 Gestión de actividades promocionales y de capacitación que rentabilizan esfuerzos y responden a objetivos estratégicos de largo alcance, más allá de los puramente económicos.

Efecto 1.2 Ausencia de gestión estratégica que oriente la consolidación del destino en un horizonte de mediano y largo plazo.

Fin 1.2 La gestión que orienta el destino se sustenta en objetivos de largo alcance surgidos de una planificación estratégica consensuada desde lo local.

Efecto 2.1: Dependencia de la economía municipal al gasto gubernamental. Si existe flujo hay actividad económica, de lo contrario, la ciudad resiente la falta de circulante.

Fin 2.2: Tuxtla Gutiérrez presenta una economía diversificada, no dependiente únicamente del gasto gubernamental, en la que el turismo y la cultura representan un importante papel.

Efecto 2.2: El desarrollo turístico no encuentra en la normalización un aliado para el desarrollo turístico eficiente y bien gestionado desde todos los niveles de gobierno, que aumente sus posibilidades de éxito.

Fin 2.2: La normalización es un aliado para un desarrollo sostenible y la colaboración de todos los niveles de gobierno en la gestión efectiva del turismo en Tuxtla Gutiérrez.

TIC's e Información al Turista.

Causa 1.1 El mal funcionamiento de la conexión a Internet en las dependencias de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal unido a la dependencia de los responsables turísticos de la Dirección de Desarrollo Tecnológico para la realización de cambios y actualizaciones, no permite un servicio eficiente y dinámica del website oficial del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx). Los problemas de conexión a Internet afectan también al óptimo manejo de la presencia del destino en redes sociales, como Facebook y Twitter.

Medio 1.1: Mejorar la conexión a internet de las dependencias de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal y la rapidez y eficacia del proceso de gestión de las solicitudes de cambios y actualizaciones de la website oficial del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx) que dependen de la Dirección de Desarrollo Tecnológico.

Causa 1.2 No existe la posibilidad de medir datos básicos sobre eficacia de la web oficial del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx).

Medio 1.2 Instalar la posibilidad de medir datos básicos de visitas y eficacia de la web oficial del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx)

Causa 1.3. No existe personal disponible ni presupuesto para externalizar servicios y acciones de posicionamiento de la web oficial del destino (www.turismo.tuxtla.gob.mx).

Medio 1.3 Destinar presupuesto para poder externalizar acciones de posicionamiento (SEO y SEM).

Causa 2.1 No existe presupuesto a nivel municipal para ampliar la señalización y la interpretación turística de Tuxtla Gutiérrez, que es muy deficiente.

Medio 2.1 Obtener el presupuesto necesario que permita la planificación y ejecución de un proyecto de señalización e interpretación turística de Tuxtla Gutiérrez.

Problema 1: La falta de recursos económicos y tecnológicos (acceso a internet ineficiente) en la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, no permite alcanzar otros niveles de promoción del destino en busca de su posicionamiento en el mercado (Ej. Web oficial del destino estática e ineficiente), al obstaculizar el desarrollo de tecnologías de innovación.

Proceso de mejora 1: Gestión de mejores herramientas tecnológicas y de financiamiento.

Problema 2: Existencia deficiente de señalización e interpretación turística en el destino.

Proceso de mejora 2: Mejora de la señalización e interpretación turística.

Efecto 1.1: Los potenciales visitantes de Tuxtla Gutiérrez no pueden encontrar en la web de Tuxtla Gutiérrez (www.turismo.tuxtla.gob.mx), ni en las redes sociales, un elemento informativo dinámico que les mantenga actualizados sobre las posibilidades turísticas que ofrece el destino en cada momento.

Fin 1.1: Que la demanda potencial de Tuxtla Gutiérrez encuentre en la web oficial de Tuxtla Gutiérrez y en las redes sociales, una vía de comunicación efectiva, actualizada y atractiva.

Efecto 1.2: No se conocen datos sobre la eficacia de la página web, que permitan saber lo que funciona, lo que no, los atractivos y secciones que más interés generan (conocimiento de demanda y eficacia de TIC's).

Fin 1.2: Que la página web oficial del destino (www.tuxtla.turismo.gob.mx) pueda estar en constante mejora, conocer su desempeño y adaptarse a las necesidades de la demanda.

Efecto 1.3: El destino está desaprovechando un potencial significativo de promoción, comunicación y visibilidad con su demanda potencial.

Fin 1.2 Que el destino aproveche todo el potencial de promoción, comunicación y visibilidad con su demanda potencial que ofrecen las nuevas tecnologías y herramientas de promoción y comunicación.

Efecto 2.1 Sin la ayuda de alguien que conozca la ciudad y la oferta turística de Tuxtla Gutiérrez, es muy difícil que un visitante pueda conocer y apreciar el valor de los atractivos por sí sólo.

Fin 2.1 Que los visitantes puedan situar y apreciar el valor de los atractivos de la ciudad de una forma fácil y atractiva, sin depender únicamente de los tours y visitas guiadas, que además no abundan en la ciudad.

3.2 Misión.

Somos empresarios y funcionarios de Tuxtla Gutiérrez, ciudad capital de Chiapas cuya infraestructura y servicios de calidad le permiten vocación para el turismo de reuniones en el mercado nacional y potencial en los segmentos de naturaleza y cultura, a fin de generar bienestar a su población.

3.3 Visión.

Seremos una ciudad capital reconocida en el sureste de México por su atractivo y desempeño en el turismo de reuniones, eventos e incentivo; su dinámica, vanguardismo y funcionalidad bajo criterios de sustentabilidad para ofrecer servicios de calidad y su interés genuino en preservar la identidad cultural local con beneficios y bienestar a su población.

3.4 Productos esenciales y complementarios.

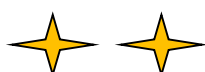
Productos determinados durante el segundo taller de planeación participativa con integrantes del Consejo Turístico Municipal y actores estratégicos del destino.

Figura No. 5. Segmentos esenciales del destino Tuxtla Gutiérrez.

Segmento	Prioridad
Turismo de reuniones	
Turismo de naturaleza	
Turismo cultural	
Etnoturismo	



Esencial 1



Esencial 2



Esencial 3

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

Figura No. 6 Segmentos complementarios del destino Tuxtla Gutiérrez.

Segmento	Prioridad
Turismo gastronómico	
Turismo de interés especial	
Turismo deportivo	



Complementario 1

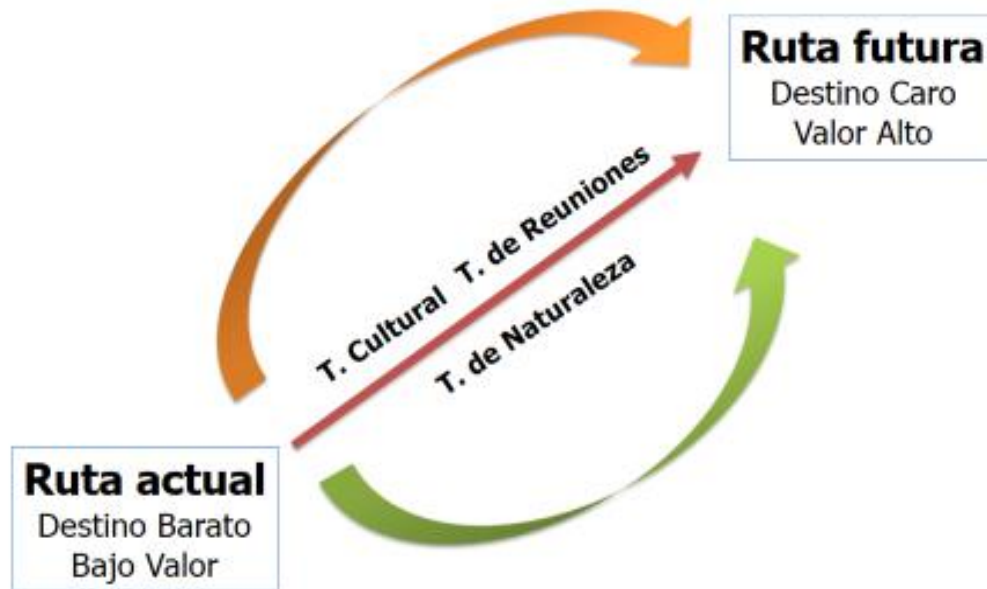


Complementario 2

Fuente: Elaboración propia, con base en la información generada en el segundo taller de planeación participativa, 2013.

3.5 Estrategia de competitividad.

Figura No. 4. Estrategia competitiva.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Ruta actual.

En general, la idea que rondó el taller es que Tuxtla Gutiérrez es un destino que paulatinamente ha ido bajando el precio de sus servicios con alguna diferencia en

cuanto al valor percibido –aunque todos en un nivel bajo- debido a aspectos como mal estado de las carreteras, nivel bajo de capacitación y concientización turística, infraestructura deficiente de la ciudad, competencia desleal entre prestadores de servicio y carencia de información al turista sobre los sitios de interés turístico de la ciudad.

Ruta futura.

Los participantes en el taller de planeación, analizaron y decidieron por la ruta de la **diferenciación del destino, sus productos, servicios y atractivos**. La apuesta hacia el futuro implica **un alto valor percibido y un precio acorde a la oferta turística de una ciudad capital situada por encima de los estándares de competitividad a nivel nacional** a través de la consideración de algunos aspectos como los siguientes:

- Promover los consensos en la toma de decisiones entre gobierno e iniciativa privada, así como la transparencia en los resultados.
- Planeación interinstitucional de la actividad turística competitiva y sustentable que genere beneficios para su población.
- Generación de conocimiento sobre el mercado turístico y los segmentos de demanda objetivo.
- Gestión de productos, servicios y atractivos turísticos de alta calidad dirigidos a segmentos definidos.
- Soportar el proceso de diferenciación del destino y su aumento de valor en la identidad cultural local.
- Impulso a la profesionalización del talento humano por medio de la capacitación mediante detección de necesidades y evaluación sistemática.

Valores.

- Participación.
- Unión.
- Compromiso.
- Colaboración.
- Mejora continua.
- Aprendizaje

3.6 Mapa conceptual para la construcción de la Agenda de Competitividad Turística del destino Tuxtla Gutiérrez.

Figura No. 3 Mapa conceptual para la construcción de la Agenda de Competitividad del destino turístico Tuxtla Gutiérrez.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

3.7 Ejes integradores.

a) Eje integrador nº 1: Gestión pública del turismo.

Figura No. 10. Eje integrador No. 1: Gestión pública del turismo.

EJE INTEGRADOR NO. 1

NUDOS DE
COMPETITIVIDAD

PROPUESTAS DE
MEJORA

PROPÓSITO



PROGRAMA ESTRATÉGICO

PROGRAMA MUNICIPAL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA INSTITUCIONAL

Fuente: Elaboración propia, 2013.

285

LÍNEAS DE ACCIÓN

1.- FORTALECIMIENTO DE LA OFICINA MUNICIPAL DE TURISMO.

Promover el fortalecimiento de las atribuciones de la oficina municipal de turismo y la asignación de los recursos para apoyar su gestión a fin de que mejore su efectividad en el liderazgo de los actores locales.

2. ACUERDO MUNICIPAL DE DESARROLLO TURÍSTICO (ACDT).

Acordar entre los actores locales de la actividad turística de Tuxtla Gutiérrez que la Agenda de Competitividad Turística será el programa municipal de desarrollo turístico vigente en un mediano plazo.

3. REVALORACIÓN DEL CONSEJO MUNICIPAL DE TURISMO.

Revaloración del Consejo Municipal de Turismo por medio de la incorporación de nuevos integrantes de los tres niveles de gobierno y la ampliación de sus atribuciones como espacio de consulta, diseño, seguimiento, control y evaluación de la gestión del programa municipal de desarrollo turístico.

4.- REFORMA DEL REGLAMENTO MUNICIPAL DE TURISMO

Reformar el reglamento municipal de turismo a fin de que permita organizar las actuaciones gubernamentales, privadas y no lucrativas, alineadas con los ordenamientos en la materia y permitan competitividad en el destino.

5. PROMOCIÓN DE ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

Promover el asociacionismo entre los gremios empresariales de la actividad turística con el fin de fomentar las identidades locales y la integración económica regional.

286

ACCIONES PROPUESTAS POR ACTORES LOCALES

1. Mover a los vendedores ambulantes y artesanos del centro de la Ciudad (Parque de la Marimba y Plaza de la Catedral).
2. Redoblar esfuerzos para luchar contra la inseguridad.
3. Mayor vinculación de turismo municipal con la OCV y AETNE.
4. Fortalecer y crear nuevos espacios de trabajo conjunto de iniciativa privada y pública para la gobernanza turística.
5. Mejorar la gestión de autoridades públicas en materia turística (cumplimiento de compromisos, seguimiento, evaluación y gestión de recursos).

6. Articular un plan con visión a 20 años por encima de períodos gubernamentales vinculados a la iniciativa pública, gobiernos, universidades y sociedad en general liderado por turismo municipal.
7. Fomentar asociacionismo de unidades de servicio dentro de un rubro turístico (CANACO, AETNE, CANIRAC, COPARMEX, AMHyM AMAV. COLEGIO DE GUIAS, otros).
8. Establecer un marco institucional para la generación de políticas públicas en materia turística con base a criterios de sustentabilidad y competitividad.
9. Generar planes que otorguen una visión estratégica a la gestión de turismo municipal con base en criterios de sustentabilidad y competitividad.
10. Limpieza del Cañón del Sumidero.
11. Hacer efectiva la protección de las áreas naturales protegidas del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, especialmente en el Parque Nacional Cañón del Sumidero.

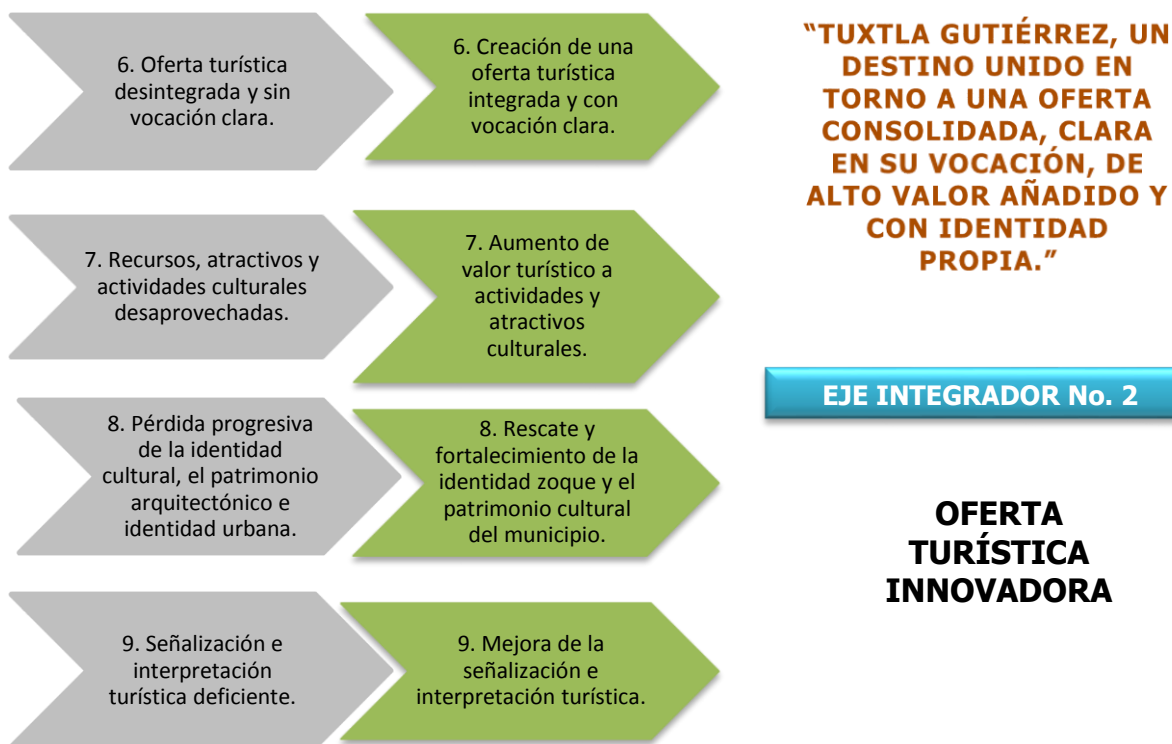
287

b) Eje integrador nº 2: Oferta turística innovadora.

Figura No. 11. Eje integrador No. 2: Oferta turística innovadora.

EJE INTEGRADOR NO. 2





PROGRAMAS ESTRATÉGICOS

PROGRAMA DE INTEGRACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA

PROGRAMA DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS

Fuente: Elaboración propia, 2013.

288

LÍNEAS DE ACCIÓN

Programa de Integración y Dinamización de la Oferta Turística

1. INTEGRACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE UT'S (RUTAS TURÍSTICAS).

Formulación, ejecución y seguimiento de un proyecto de integración e innovación de la oferta en UT's turísticas de Tuxtla Gutiérrez.

2. MEJORA INTEGRAL DEL ATRACTIVO: MIRADORES DEL CAÑÓN.

Mejora integral del atractivo “Miradores del Cañón” para transformarlo en un producto turístico integral y competitivo.

3. DINAMIZACIÓN DE OFERTA DE MUSEOS

Llevar a cabo una estrategia de dinamización de la oferta de museos de Tuxtla Gutiérrez, a través del trabajo conjunto y una mejor coordinación institucional.

4. SEÑALIZACIÓN E INTERPRETACIÓN TURÍSTICA.

Mejora de la señalización de UT's y de la interpretación de atractivos clave de las mismas.

Programa de Desarrollo de Nuevos Productos.

1. EVALUACIÓN DEL POTENCIAL Y DISEÑO DE NUEVOS PRODUCTOS DE NATURALEZA Y AVENTURA.

Llevar a cabo una evaluación de potencial de recursos turísticos naturales y de diseño de nuevos productos de naturaleza y aventura.

2. APROVECHAMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL “ZOQUE”

289
Fomentar el rescate de la historia, el folklore, artesanías gastronomía y otros elementos identitarios de Tuxtla Gutiérrez a través del desarrollo de productos turísticos que permitan al visitante vivir una experiencia cultural interactiva.

ACCIONES PROPUESTAS POR ACTORES LOCALES

1. Innovación en atractivos y creación de nuevos productos.
2. Desarrollar un tour integrado por atractivos de Tuxtla Gutiérrez.
3. Crear mercado de las artesanías.
4. Fomentar mayores eventos culturales y de entretenimiento.

5. Unir esfuerzos con las áreas de turismo-cultura para crear un corredor turístico resaltando la cultura zoque.
6. Apostar por la creación de productos de ecoturismo o turismo de aventura.
7. Crear museo etnográfico.
8. Rescatar y poner en valor los museos antiguos como el Museo de la Ciudad.
9. Activar la Calzada de los Hombres Ilustres con actividades culturales.
10. Reivindicar la identidad y revaloración de los atributos naturales y culturales.
11. Llevar a cabo acciones para la integración de Tuxtla Gutiérrez en rutas turísticas regionales y estatales.
12. Estudio de necesidades de mejora de la oferta turística con respecto a los requerimientos de los productos turísticos esenciales.
13. Poner en valor atractivos culturales, actividades, eventos y festivales de Tuxtla Gutiérrez.
14. Desburocratización y fomento de trabajo conjunto en museos de Tuxtla Gutiérrez.
15. Identificar, recuperar y poner en valor los inmuebles tradicionales e históricos de Tuxtla Gutiérrez.
16. Poner en valor el patrimonio cultural inmaterial (identidad).
17. Llevar a cabo estudios de opinión enfocados a TTOO que ya trabajan el Estado de Chiapas.

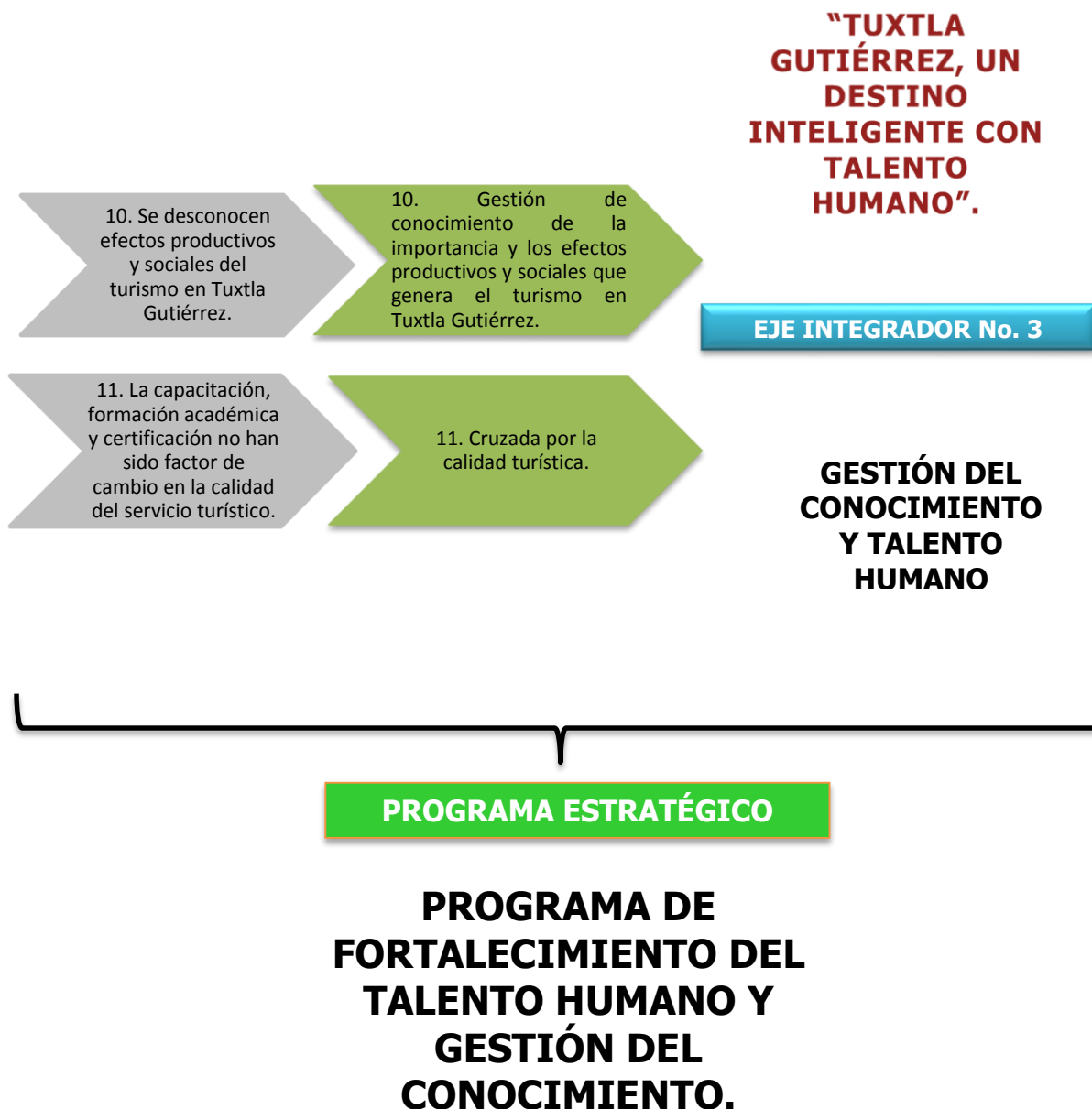
290

c) Eje integrador nº 3: Gestión del conocimiento y talento humano.

Figura No. 12. Eje integrador No. 3: Gestión del conocimiento y talento humano.

EJE INTEGRADOR NO. 3





Fuente: Elaboración propia, 2013.

291

LÍNEAS DE ACCIÓN

1. COMITÉ PARA LA CRUZADA POR LA COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.

Crear un comité que defina y supervise la aplicación de las directrices para la cruzada por la competitividad turística, que orienten los programas de mejora de las capacidades del talento humano, a través de la participación del sector público, empresas turísticas e instituciones académicas.

2. MEJORA DE CAPACIDADES DEL TALENTO HUMANO EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Puesta en marcha de programas que atiendan y mejoren las capacidades del talento humano, a nivel operativo, mandos medios, gerenciales, dirigido al sector público, privado, académico que satisfaga las necesidades específicas que demanda el desarrollo de productos turísticos.

3. OBSERVATORIO TURÍSTICO.

Creación de un observatorio turístico independiente para sistematización de información turística e investigación aplicada que nutra los procesos de toma de decisiones en el sector con base en criterios de sustentabilidad y competitividad.

ACCIONES PROPUESTAS POR ACTORES LOCALES

1. Implementar programas de capacitación para la optimización de la calidad total de los servicios turísticos.
2. Capacitación de alto nivel (gerencial) y de planeación estratégica al personal de turismo municipal y estatal.
3. Capacitación al cuerpo de seguridad para brindar un mejor servicio al turista.
4. Llevar a cabo programas regulares de capacitación en atención al turista.

292

5. Desarrollo de programas de calidad específicos para hotelería y restaurantes.
6. Llevar a cabo campañas de concientización en servicio al turista.
7. Proporcionar mayor información turística en los hoteles.
8. Mejorar las capacidades productivas de empresas turísticas para impulsar la competitividad.
9. Desarrollar programas que permitan el trabajo conjunto, la exploración de sinergias y el mutuo aprendizaje de los prestadores de servicios turísticos del destino.

10. Que los programas de estudios de turismo ofrezcan a sus egresados las capacidades que necesita el sector turístico actual y de Tuxtla Gutiérrez.
11. Que la prestación de servicios de los establecimientos turísticos responda a los más altos estándares de calidad, satisfaciendo con ello las expectativas del turista.
12. Promover la obtención de certificaciones y reconocimientos relacionados con la sustentabilidad en establecimientos turísticos de Tuxtla Gutiérrez.
13. Realizar más campañas de concientización sobre comportamiento ético y de respeto al medio ambiente de cara a la población de Tuxtla Gutiérrez.

293

d) Eje integrador nº4: Desarrollo de Infraestructura y servicios públicos.

Figura No. 13. Eje integrador No. 4: Desarrollo de Infraestructura y servicios públicos.

EJE INTEGRADOR NO. 4

NUDOS DE
COMPETITIVIDAD

PROPUESTAS DE
MEJORA

PROPÓSITO



PROGRAMA ESTRATÉGICO

PROGRAMA DE MEJORA DE INFRAESTRUCTURA, IMAGEN URBANA Y SERVICIOS PÚBLICOS.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

294

LÍNEAS DE ACCIÓN

1. MEJORA DE INFRAESTRUCTURA GENERAL Y AMBIENTAL.

Mejoramiento de vialidades e infraestructura de saneamiento, con especial atención a las UT's turísticas. (Arreglo de pavimento, carreteras, señalización de vialidades, etc.)

2. MEJORA DE LA IMAGEN URBANA DE LA CIUDAD CAPITAL.

Mejoramiento y regulación de los componentes de limpieza de la ciudad, iluminación, áreas verdes, publicidad, fachadas, iluminación, conservación del patrimonio, etc.

3. MEJORA DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE PÚBLICO.

Ordenamiento del transporte público que permita la integración de las unidades territoriales turísticas del municipio, así como fortalecer la seguridad, calidad y confiabilidad para sus usuarios.

ACCIONES PROPUESTAS POR ACTORES LOCALES

1. Mejorar infraestructura básica de la ciudad (pavimento, iluminación, calles).
 2. Mejorar imagen urbana y reducción de contaminación visual.
 3. Arreglo de vialidades.
 4. Mejorar limpieza en la ciudad.
 5. Arreglo de vías de comunicación que concurren a la ciudad (accesos).
 6. Crear un reglamento de imagen urbana que preste atención a la identidad arquitectónica local.
 7. Combinar concientización ciudadana con la instalación de botes de basura en la vía pública que permitan el correcto manejo de residuos en zonas comunes de la ciudad.
- 295
8. Crear un servicio de transporte regular que permita la integración de las unidades territoriales (UT's) turísticas identificadas en la evaluación de recursos realizada con motivo de este estudio.
 9. Adaptación de los servicios de saneamiento (drenaje, tratamiento de aguas residuales, recolección de residuos) a las necesidades de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.
 10. Restablecer y rehabilitar las micro cuencas de la ciudad para mejora del paisaje urbano.

11. Mejorar y sanear el río Sabinal para incluirlo como recorrido turístico.
12. Reducir o tratar debidamente las descargas incontroladas de residuos al río Grijalva, que provienen de los municipios situados en su cuenca.

296

e) Eje integrador nº 5: Marketing.

Figura No. 14. Eje integrador No. 5: Marketing.

EJE INTEGRADOR NO. 5

NUDOS DE
COMPETITIVIDAD

PROPUESTAS DE
MEJORA

PROPÓSITO



Fuente: Elaboración propia, 2013.

297

LÍNEAS DE ACCIÓN

1. CREACION DE UN SISTEMAS DE INTELIGENCIA DE MERCADOS.

Creación de un sistema de inteligencia de mercados que genere la información necesaria para formar un portafolio de inversión y planes de negocios que impulsen a los productos turísticos esenciales de la plaza.

2. PLAN DE MARKETING “PERSONALIZADO”.

Llevar a cabo un plan de marketing municipal específico para el destino de Tuxtla Gutiérrez, que se adapte a los segmentos y vocación turística prioritaria del destino, con la participación de los actores a través del Consejo Municipal de Turismo.

3. FAM TRIP CON OPERADORES TURÍSTICOS.

Organizar y llevar a cabo viajes de familiarización que promuevan a la ciudad Capital con los operadores especializados de los productos turísticos esenciales de la plaza.

4. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN TURÍSTICA EN DESTINO.

Elaboración de una gama completa de información turística que pueda ser colocada en puntos clave de la ciudad como hoteles, agencias, restaurantes, museos, etc.

5. CREACIÓN DE ESTRATEGIAS DE MARKETING ON LINE.

Desarrollo de un plan de trabajo para el posicionamiento SEO Y SEM de la web municipal del destino, actualización, mejora de la presencia en redes sociales, intercambio de enlaces con páginas de interés, etc.

298

ACCIONES PROPUESTAS POR ACTORES LOCALES

1. Promover los atractivos de Tuxtla Gutiérrez de cara a operadores de viajes locales.
2. Crear guía turística de Tuxtla Gutiérrez y distribuirla en hoteles y restaurantes de la ciudad.
3. Hacer un directorio de cafeterías y galerías privadas.

4. Llevar a cabo más campañas de publicidad específicas para el destino Tuxtla Gutiérrez.
5. Fomentar la innovación y el uso de nuevas tecnologías de información.
6. Promover y difundir más a Tuxtla Gutiérrez como destino de turismo de reuniones.
7. Digitalizar los servicios turísticos utilizando las tecnologías de información.
8. Promoción de la feria de Chiapa de Corzo (exploración de sinergias entre los dos destinos).
9. Fomentar visita a museos a través de su puesta en valor y su promoción.
10. Otorgar mayor presupuesto a la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal destinado a marketing del destino Tuxtla Gutiérrez.
11. Llevar a cabo un plan de marketing para el destino Tuxtla Gutiérrez, que sienta las bases de la estrategia de marketing del destino a mediano y largo plazo a ser posible, a través de un proceso consensuado con el Consejo Municipal de Turismo.
12. Actualizar las herramientas estadísticas que permiten tanto a la Dirección de Turismo Municipal como al sector privado conocer las estadísticas de Tuxtla Gutiérrez.
13. Realizar acciones de promoción y mejora del destino de cara a los requerimientos de los mayoristas, así como fam trips, etc.
14. Mejorar las herramientas, recursos y capacidades de los responsables turísticos para la promoción efectiva del destino a través de las nuevas tecnologías.

299

f) Eje integrador nº 6: Sustentabilidad Turística.

Figura No. 15. Eje integrador No. 6: Sustentabilidad Turística.

EJE INTEGRADOR NO.6





Fuente: Elaboración propia, 2013.

300

LÍNEAS DE ACCIÓN

1. DESARROLLO DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDAD.

En colaboración con los actores locales del destino, determinar un sistema de indicadores medioambientales, sociales, económicos y culturales para medir la

sustentabilidad del turismo en Tuxtla Gutiérrez y sus influencias, tanto positivas como negativas en la ciudad.

2. COMITÉ DE CONTROL TRANSVERSAL PARA LA SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA.

Conformación de un organismo independiente que se responsabilice de llevar a cabo un seguimiento del desempeño en sustentabilidad de cada uno de los ejes detectados en el proyecto.

3. FOMENTO DE POLÍTICAS Y CERTIFICACIONES SUSTENTABLES DE LA OFERTA TURÍSTICA.

Llevar a cabo un programa de información, capacitación y acompañamiento para la mejora del desempeño en sustentabilidad de los actores locales, con el fin último de obtener certificaciones de desempeño en sustentabilidad.

ACCIONES PROPUESTAS POR LOS ACTORES LOCALES

1. Crear sistemas de indicadores, básicos, que permitan medir los impactos, tanto positivos como negativos, de la actividad turística en el entorno ecológico, social y cultural de Tuxtla Gutiérrez e integrarlos en la gestión turística local.
2. Llevar a cabo la creación de sistemas de control estadístico y de otra índole que midan la influencia del sector turístico en el empleo, la economía y la distribución de la riqueza a nivel local.

301

3. Generación de investigación aplicada en el destino turístico que nutra de información relevante para el posterior análisis del correcto desempeño y desarrollo sustentable de la actividad turística.

4. Llevar a cabo un plan de sustentabilidad turística a mediano y largo plazo para el destino Tuxtla Gutiérrez, en colaboración con actores de referencia turística, medioambiental, social y cultural de la plaza.

Figura No. 16. Matriz de compromisos.

	Ejecución	Autorización	Consulta	Legitimación
Secretaría de Turismo Federal	X	X	X	X
Secretaría de Turismo de Chiapas	X	X	X	X
Presidente Municipal Tuxtla Gutiérrez	X	X	X	X
H. Cabildo de Ayuntamiento		X	X	X
Consejo Municipal de Turismo		X	X	X
Dirección Municipal de Turismo	X		X	

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Matriz de compromisos por programa estratégico y línea de acción.

Tabla No. 139. Matriz de compromiso.			
Eje integrador No. 1. Gestión Pública del Turismo.			
Programa Municipal de Competitividad Turística Institucional.			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
3.8 Fortalecimiento de la Oficina Municipal de Turismo.	Presidente Municipal	X	
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
3.9 Acuerdo municipal de desarrollo turístico (ACDT).	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	
	Presidente Municipal	X	

3.10 Revaloración del Consejo Municipal de Turismo.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Consejo Municipal de Turismo		

303

3.11 Reforma del Reglamento Municipal de Turismo.	Presidente Municipal	X	
	H. Cabildo del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Consejo Municipal de Turismo		
3.12 Promoción de Asociatividad Empresarial	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	
	Consejo Municipal de Turismo		
	Organismos Empresariales		

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Tabla No. 140. Matriz de compromiso.			
Eje Integrador No. 2 Oferta Turística Innovadora			
Programa de Integración y Dinamización de la Oferta Turística			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión

1. Integración y Dinamización de UT'S (Rutas Turísticas).	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	X
2. Mejora Integral del Atractivo: Miradores del Cañón.	Secretaría de Infraestructura del Gobierno del Estado.	X	X
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Secretarías del H. Ayuntamiento: *Servicios Municipales, *Infraestructura, *Ecología, *Planeación para el desarrollo sustentable		

304

3. Dinamización de Oferta de Museos.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	X
	Consejo Municipal de Turismo		
	Red de Museos		
4. Señalización e Interpretación Turística.	Secretaría de Infraestructura del Gobierno del Estado.	X	X
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional		

	de Tuxtla Gutiérrez		
	Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento		
	Consejo Municipal de Turismo		
	Organismos Empresariales		

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Tabla No. 141. Matriz de compromiso.			
Eje Integrador No. 2			
Oferta Turística Innovadora			
Programa de Desarrollo de Nuevos Productos.			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
1. Evaluación del potencial y diseño de nuevos productos de naturaleza y aventura.	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas.	X	
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Consejo Municipal de Turismo		
	Organismos Empresariales.		
2. Aprovechamiento del patrimonio cultural "zoque"	Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas	X	X
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		

	Consejo Municipal de Turismo.		

Fuente: Elaboración propia, 2013.

305

Tabla No. 142. Matriz de compromiso.			
Eje Integrador No. 3			
Gestión del Conocimiento y Talento Humano.			
Programa de Fortalecimiento del Talento Humano y Gestión del Conocimiento.			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
1. Comité para la cruzada por la competitividad turística	Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas	X	
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Municipal		
	Consejo Municipal de Turismo		
	Instituciones Académicas		
2. Mejora de capacidades del talento humano en el sector turístico.	Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas	X	X
	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Municipal		
	Instituciones Académicas		
3. Observatorio Turístico.	Institución externa al sector público.	X	X

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Tabla No. 143. Matriz de compromiso.			
Eje Integrador No. 4			
Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos.			

Programa de Mejora de Infraestructura, Imagen Urbana y Servicios Públicos.

Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
1. Mejora de infraestructura general y ambiental.	Secretaría de Infraestructura del Gobierno del Estado de Chiapas	X	X
	Secretaría de Servicios Municipales del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.		
	Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Secretaría de Ecología del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez		
	Dirección de Planeación para el Desarrollo Sustentable		
2. Mejora de la imagen urbana de la ciudad capital.	Secretaría de Infraestructura del Gobierno del Estado de Chiapas	X	X
	Secretaría de Servicios Municipales del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.		
	Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento Constitucional		

	de Tuxtla Gutiérrez		
	Secretaría de Ecología del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.		
	Dirección de Planeación para el Desarrollo Sustentable		
3. Mejora del servicio del transporte público	Secretaría de Transporte del Gobierno del estado de Chiapas	X	X
	Secretaría de Seguridad Pública y Tránsito Municipal del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.		

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Tabla No. 144. Matriz de compromiso.			
Eje Integrador No. 5 Marketing			
Programa Integral de Marketing Turístico.			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
1. Creación de un sistema de inteligencia de mercados.	Institución externa al sector público.		X
2. Plan de marketing “personalizado”.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	X

307

3. Fam trip con operadores turísticos.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	
4. Difusión de información turística en destino.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	X
	Consejo Municipal de Turismo		
5. Creación de estrategias marketing on line.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez	X	X

Fuente: Elaboración propia, 2013.

Tabla No. 145. Matriz de compromiso.

Eje Integrador No. 6 Sustentabilidad Turística			
Programa de Fomento a la Transversalidad de la Sustentabilidad Turística.			
Línea de acción	Ejecuta	Gasto corriente	Programa de inversión
1. Desarrollo de indicadores de sustentabilidad.	Institución externa al sector público.	X	X
2. Comité de control transversal para la sustentabilidad turística.	Institución externa al sector público.	X	
3. Fomento de políticas y certificaciones sustentables de la oferta turística.	Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Municipal	X	X
	Institución externa al sector público.		

Fuente: Elaboración propia, 2013.

CAPÍTULO 5. MATRIZ DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.

Tabla No. 146. Matriz de Proyectos de Inversión para el destino Tuxtla Gutiérrez y jerarquización.

<i>Proyecto</i>	<i>Mercado</i>	<i>Factibilidad</i>	<i>Sostenibilidad</i>	<i>Impacto</i>	<i>Recursos Financieros</i>	<i>Gestión</i>	<i>Suma puntaje</i>	<i>Prioridad</i>
“Proyecto para la Construcción del Centro de Exposiciones de Tuxtla Gutiérrez”	51	43	49	49	37	41	270	1
“Proyecto para la construcción/rehabilitación de un recinto para la realización de noches temáticas”	53	41	43	53	41	37	268	2
“Proyecto integral para la mejora del atractivo turístico Cañón del Sumidero”	51	45	39	55	35	35	260	3
“Proyecto de peatonalización y creación de andadores turísticos en área circundante del Parque de la Marimba”	48	42	42	46	36	38	252	4
“Proyecto de realización de andadores turísticos en zonas	47	45	35	45	35	37	244	5

turísticas prioritarias de Tuxtla Gutiérrez”.								
“Propuesta para la elaboración de guías turísticas para el destino Tuxtla Gutiérrez”	47	43	39	43	39	31	242	6
“Proyecto de mejora de infraestructura, equipamiento e imagen urbana del Parque de la Marimba”	42	40	40	44	36	34	236	7
Proyecto de interpretación y valorización del patrimonio histórico de Tuxtla Gutiérrez: “Recorridos de la Memoria”	39	43	31	37	37	41	228	8
“Proyecto de construcción de un Mirador Turístico hacia el Cañón del Sumidero, en lateral del puente Dr. Belisario Domínguez”.	37	39	43	41	31	33	224	9
“Proyecto de recuperación integral de imagen urbana, señalética horizontal y alumbrado público en vialidades primarias de Tuxtla Gutiérrez”	46	38	32	46	32	30	224	10

“Proyecto de creación de un corredor urbano en Glorieta la Carreta (área metropolitana de Tuxtla)”	28	36	48	34	26	40	212	11
“Proyecto de Construcción del Mercado Artesanal Municipal de Tuxtla Gutiérrez”	42	36	30	40	28	28	204	12
“Proyecto de Rescate de la cuenca metropolitana del Río Sabinal”	39	29	33	43	25	35	204	13
“Proyecto de diseño y colocación de señalética informativa hacia museos de Tuxtla Gutiérrez”	33	39	29	29	37	35	202	14
“Proyecto de rehabilitación de la imagen urbana del acceso de Copoya”	36	30	32	38	28	30	194	15
“Proyecto de creación de un corredor urbano para la gasa de Preparatoria No. 5 a escuela de Trabajo Social”	28	36	44	26	24	32	190	16

“Proyecto de realización del producto turístico cultural: Visitas Nocturnas a Museos de Tuxtla Gutiérrez”	30	26	28	32	32	32	180	17

NOTA: La puntuación anotada en cada columna, es el resultado de la tabulación 5, 3, 1 registrados en las tablas individuales aplicadas a los actores estratégicos locales del destino.

Fuente: Elaboración propia, con base en información generada en el 4to. y 4bis. Taller de Planeación Participativa, 2013.

CAPÍTULO 6. ESQUEMA PARA FOMENTAR LA INVERSIÓN PÚBLICA Y PRIVADA.

La idea central es desarrollar un área del Ayuntamiento Municipal, que se dedique a la gestión de fondos nacionales e internacionales, enfocados al turismo y al desarrollo económico. El cual pudiera denominarse Gestión de Financiamiento para el Desarrollo Turístico de Tuxtla Gutiérrez: GeFiTur-TGZ.

La propuesta reconoce que no se requiere contratar personal nuevo, sino identificar a aquel personal que forme parte integral del equipo de trabajo del Presidente y que sea proactivo. Además, se sugiere la colaboración de un Grupo Consultor con experiencia en la gestión de fondos federales y extranjeros, para aprovechar diversos fondos federales que puede gestionar directamente el H. Ayuntamiento, buscando que de preferencia el Gobierno del Estado no tenga que aportar recursos.

El GeFiTur-TGZ tendrá la misión de desarrollar una estrategia anual de gestión de fondos, mediante la cual se posible lograr recursos adicionales a los del Municipio y a aquellos que fueron presupuestados por parte del Gobierno del Estado.

El GeFiTur-TGZ fondeará su operación con recursos de gasto corriente del H. Ayuntamiento. Y además, iniciará algunos proyectos de fomento económico y turismo, con recurso presupuestado dentro del POA del ejercicio, por \$2.8 MDP. Con este presupuesto, el GeFiTur-TGZ deberá tener como objetivo triplicar este monto, al menos, hasta operar en el año \$8.4 MDP.

El acuerdo de colaboración entre el Ayuntamiento y el grupo Consultor, deberá establecer los lineamientos de participación claramente entre las partes:

1. Absorber la operación anual de la oficina del GeFiTur-TGZ (\$0.8 MDP)
2. Asignar \$2 MDP como proyectos de inversión, para el arranque de proyectos de fomento económico y turístico.
3. Asignar al menos a 2 personas de tiempo completo para el GeFiTur-TGZ.
4. Incluir al menos 6 viajes al DF, para 2 personas, al año y específicamente para el Grupo Consultor, para reuniones con el gobierno federal o instancias internacionales (actividades dentro de la operación anual)

b) Por parte del Grupo Consultor:

1. Supervisar y dirigir la correcta gestión de los recursos de inversión presupuestado por el H. Ayuntamiento y los adicionales.
2. Dedicarse de lleno al GeFiTur-TGZ, con al menos 2 personas de tiempo completo. Personal que será pagado por el Grupo Consultor.
3. Recibir 8.5 centavos de pago, por cada peso gestionado adicional a los \$2 MDP. Una vez que el recurso haya llegado a la tesorería del H. Ayuntamiento.

Algunos de los esquemas federales o internacionales que se pueden gestionar:

- Programas de la INAES.
- Programas del INADEM.
- Programas del CONACYT
- Esquemas de compensación de emisiones de CO2
- Donaciones realizadas por particulares y compañías para apoyar actividades de conservación y fomento turístico.

CAPÍTULO 7. TABLA DE INDICADORES DE CUMPLIMIENTO DEL PLAN DE ACCIÓN.

La presente tabla de indicadores tiene como objetivo guiarla evaluación de los resultados generados por la ejecución de la Agenda de Competitividad Turística de Tuxtla Gutiérrez, que se plantea con una visión temporal que va de 2013, año actual y momento en que se elabora la agenda, al año 2017, momento en que se espera que la presente agenda sea revisada finalmente con vistas a evaluar sus resultados en 2018 y actualizada con un nuevo alcance de la visión y acciones para seguir avanzando en la competitividad y sustentabilidad del destino Tuxtla Gutiérrez.

Es importante advertir que Tuxtla Gutiérrez ha carecido de un sistema de indicadores para esta función debido fundamentalmente a que es la primera vez que este destino dispone de una Agenda que es resultado de una acción aceptada, reconocida y concertada por los tres niveles de gobierno y los actores locales. De la implementación de la Agenda y del crecimiento de la gobernanza turística en el destino dependerá que los instrumentos de medición mejoren su instrumentación, alcance y resultado.

Un elemento adicional a mencionar es el hecho de que tales indicadores son de tipología diversa y predominan aquellos que registran la existencia o no del componente que se registra, ya que son elementos estructurales que deben incorporarse a la planeación y gestión del turismo en el destino. En la medida que esto se dé, el destino podrá estar en posición de monitorear su desempeño en indicadores y/o índices que integren información de mayor precisión y mejor calidad.

Para tal efecto es de suma importancia considerar que el sistema de indicadores para la supervisión del cumplimiento de la Agenda deberá ser alimentado por un conjunto amplio y de diversa naturaleza de instituciones gubernamentales, privadas y sociales que podrá ser concentrado y sistematizado por una institución independiente. A partir de lo anterior, los indicadores que se proponen son los siguientes:

EJE INTEGRADOR 1: GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO.

Tabla No. 147. Indicadores de control: Eje integrador 1. Gestión pública del turismo.		
PROGRAMA MUNICIPAL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA INSTITUCIONAL	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Fortalecimiento de la Oficina Municipal de Turismo	1. Acta de reforma.
		2. % de eficiencia terminal anual.
	Acuerdo Municipal de Desarrollo Turístico (ACDT)	3. Acuerdo de Cabildo.
		4. % de logros actuales obtenidos
	Revalorización del Consejo Municipal de Turismo	5. .Acta de consejo reformado
		6. % de eficiencia terminal anual
	Reforma del Reglamento Municipal de Turismo	7. Acta de reglamento reformado
	Promoción de la asociatividad empresarial	8. % de nuevos asociados anuales

Fuente: Elaboración propia, 2013.

EJE INTEGRADOR 2: OFERTA TURÍSTICA INNOVADORA

Tabla No. 148. Indicadores de Control: Eje Integrador 2. Oferta Turística Innovadora.		
PROGRAMA DE INTEGRACIÓN Y DINAMIZACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Integración y dinamización de UT's (Rutas turísticas).	9. Al menos dos UT's prioritarias* han sido afectadas por proyectos de dinamización turística cultural y/o natural.
		10. Al menos un proyecto de integración de la oferta ha sido ejecutado, creando una ruta o corredor urbano que funciona de forma integrada.
	Mejora integral del atractivo: Miradores del Cañón.	11. Proyecto de mejora de los Miradores del Cañón realizado.
	Dinamización de la Oferta de Museos	12. El % de museos (sobre total de museos en Tuxtla Gutiérrez) incluido

316

		paquetes comercializados por operadores ha aumentado en un 20%.
		13. El % de museos (sobre total de museos en Tuxtla Gutiérrez) que ofrecen visitas guiadas regulares y estandarizadas ha aumentado un 20%
		14. El % de museos (sobre total de museos en Tuxtla Gutiérrez) que ofrece actividades participativas/experienciales ha aumentado un 20%.
		15. El nº de visitantes al total de museos de Tuxtla Gutiérrez ha aumentado un 50%.
	Señalización e interpretación turística.	16.2 UT's turísticas prioritarias se han visto afectadas por la ejecución de un Proyecto integral de señalización interna de áreas de interés turístico.
		17.2 UT's turísticas prioritarias se han visto afectadas por un Proyecto integral de señalización entre ellas y zonas clave de la ciudad (Centro; aeropuerto, entre ellas, etc.).
		18. 2 UT's turísticas prioritarias se han visto afectadas por un Proyecto de interpretación y valorización del patrimonio de Tuxtla Gutiérrez.
		19.2 UT's turísticas prioritarias presentan una adecuada y atractiva señalización e interpretación turística.
PROGRAMA DE DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	Evaluación del potencial y diseño de nuevos productos de naturaleza y aventura.	20. Un estudio de identificación del potencial, planificación y diseño de nuevos productos de naturaleza y aventura ha sido realizado.
		21. Tuxtla Gutiérrez cuenta con 2 nuevas iniciativas turísticas de turismo de naturaleza y/o aventura que funcionan como productos integrados y atraen visitas.
	Aprovechamiento del Patrimonio Cultural "Zoque"	22. Un Estudio de Identificación del Potencial y Diseño de nuevos productos culturales y de turismo comunitario en torno a la cultura zoque ha sido realizado.
		23. Al menos 4 festivales/eventos relacionados con la, gastronomía, artesanía, y cultura zoque han sido realizados.
		24. Al menos 100 establecimientos turísticos de restauración han participado en un programa de fomento de cocina y prácticas culinarias zoques.

		25.El % de museos (sobre total de museos en Tuxtla) que ofrece de forma regular actividades (internas o externas) relacionadas con la identidad zoque, ha aumentado en un 15%.
		26.Al menos un nuevo producto turístico ha sido creado en torno a la identidad de la comunidad zoque, mismo que atrae visitas, es comercializado por operadores y gestionado por sus beneficiarios.
		27.Un organismo comunitario formado por miembros de la etnia zoque participa activamente en la gestión turística del destino y tiene representación en el Consejo de Turismo Municipal.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

* A través del diagnóstico obtenido en el presente estudio, se sugieren como UT's turísticas prioritarias para la realización de programas de dinamización turística a:

- a) **La UT2 El Centro** (dinamización de turismo cultural), que se considera prioritaria por su posición estratégica y la conveniencia de llevar a cabo una dinamización que permita que un área que ha sufrido de una depresión económica en los últimos años y que posee recursos culturales importantes, pueda ponerlos en valor para generar nuevas dinámicas económicas, sociales, culturales y turísticas.
- b) **La UT 4 El Cañón** (dinamización del turismo de naturaleza), que a pesar de encontrarse sólo parcialmente en suelo Tuxtleco, se considera un área de gran potencial para el desarrollo de proyectos de dinamización de la oferta de actividades turísticas; en colaboración con municipios como Chiapa de Corzo.

EJE INTEGRADOR 3: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO Y TALENTO HUMANO

**Tabla No. 149. Indicadores de Control:
Eje Integrador 3. Gestión del Conocimiento y Talento Humano.**

PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DEL CONOCIMIENTO HUMANO Y GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Comité para la cruzada por la competitividad turística	1. Acta de creación del Comité para la Cruzada por la Competitividad Turística.
		2. Un diagnóstico y plan estratégico de necesidades de capacitación del sector turístico (público y privado) de Tuxtla Gutiérrez ha sido realizado.
		3. % de objetivos del plan estratégico de necesidades de capacitación cumplidos.
	Mejora de capacidades del talento humano en el sector turístico	4. N° de nuevos programas formativos desarrollados según las directrices del Plan Estratégico de necesidades de capacitación propuesto por el presente estudio.
		5. N° de nuevas acciones de capacitación llevadas a cabo según las directrices del Plan Estratégico de Necesidades de capacitación.
	Observatorio turístico	6. Acta de creación del Observatorio Turístico de Tuxtla Gutiérrez.
		7. Convenio de colaboración entre organismo responsable del Observatorio + CESTUR (SECTUR FEDERAL) + SECTUR Estatal + H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez + Consejo de Turismo Municipal.
		8. Al menos 20 indicadores para la medición del desempeño de la actividad turística en Tuxtla Gutiérrez han sido desarrollados y son medidos y difundidos regularmente.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

EJE INTEGRADOR 4: DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS PÚBLICOS

**Tabla No. 150. Indicadores de Control:
Eje Integrador 4. Desarrollo de Infraestructura y Servicios Públicos.**

PROGRAMA DE MEJORA DE INFRAESTRUCTURA, IMAGEN URBANA Y SERVICIOS PÚBLICOS	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Mejora de infraestructura general y ambiental.	1. 2 UT's turísticas prioritarias se han visto afectadas por un proyecto de mejora integral de equipamiento e infraestructura urbana.
		2. % de aguas residuales que reciben tratamiento sobre el total de aguas residuales generadas en Tuxtla Gutiérrez ha aumentado en un 25%.
		3. 2 UT's turísticas prioritarias de Tuxtla Gutiérrez presentan botes de basura en nº, capacidad y servicio de recogida acorde al nivel de residuos generados.
		4. % del total de residuos sólidos recogidos que son reciclados en Tuxtla Gutiérrez ha aumentado un 25%.
		5. La cuenca del Río El Sabinal ha sido sometida a un proyecto de regeneración ambiental y paisajística.
		6. Existe un acuerdo y plan de trabajo intermunicipal en funcionamiento para reducir las descargas de residuos y mejorar la limpieza de la cuenca del Grijalva y el Parque Nacional Cañón del Sumidero.
	Mejora de la imagen urbana de la ciudad capital.	7. Dos UT's turísticas de Tuxtla Gutiérrez se han visto afectadas por un proyecto integral de mejora de la imagen urbana.
		8. Dos UT's turísticas y sus áreas de influencia han sido sometidas a un proyecto de recuperación, conservación y renovación de edificios con valor histórico y/o de arquitectura tradicional vernácula.
		9. Zonas clave para el turismo y el ocio local como el Parque de la Marimba, la Zona Dorada, el Centro, o el Paseo de los Hombres Ilustres presentan iluminación nocturna ininterrumpida.
	Mejora del servicio del transporte público.	10. Al menos 2 UT's turísticas (prioritarias) son atendidas con nuevas líneas y unidades de transporte "Conejobús", que ofrecen conexión regular entre ellas, y con las principales áreas de pernoctación ("Zona Dorada" y "Centro"), como mínimo durante la temporada alta turística.

		11. Existe información sistematizada y accesible sobre rutas y horarios de transporte colectivo a las principales atractivos y UT's turísticas.
		12. La información sobre las rutas y horarios de transporte a principales atractivos y UT's turísticas y la misma es distribuida al menos en hoteles, oficinas de información turística y la página www.turismo.tuxtla.gob.mx
		13. Se ha llevado a cabo una encuesta para medir la satisfacción de los visitantes con el transporte público de Tuxtla Gutiérrez, que incluye un espacio de recomendaciones de mejora.

320

Fuente: Elaboración propia, 2013.

EJE INTEGRADOR 5: MARKETING

Tabla No. 151. Indicadores de Control: Eje Integrador 5. Marketing.		
PROGRAMA INTEGRAL DE MARKETING TURÍSTICO	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Creación de un sistema de inteligencia de mercados municipal	1. La Dirección de Turismo Municipal ha llevado a cabo al menos dos campañas de encuestas puntuales a visitantes del destino.
		2. El modelo de encuesta aplicado en módulos de Información Turística Municipal ha incorporado la pregunta de procedencia geográfica, misma que es aplicada en el 100% de los servicios.
		3. Un miembro de la Oficina de Desarrollo Turístico Municipal tiene entre sus responsabilidades la recopilación, el tratamiento, la interpretación y difusión de los resultados de encuestas.
		4. Los resultados de las encuestas aplicadas por la Dirección de Turismo Municipal son compartidos con los actores del destino a través del Consejo Municipal de Turismo al menos, una vez al año.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

	Plan de marketing “personalizado”	5. Acta de aprobación del Plan de Marketing aprobado por el Consejo de Turismo Municipal.
		6. % de objetivos presentes en el plan de marketing cumplidos.
	Fam trip con operadores turísticos	7. Un total de 25 tour operadores han participado en fam trips diseñados y ejecutados con aprobación del Consejo de Turismo Municipal.
		8. Al menos un 80% de los tour operadores que han visitado el destino han completado una encuesta de opinión que incluye sugerencias de mejora para el destino.
		9. Los resultados de las encuestas realizadas en el fam trip han sido compartidos en sesión del Consejo de Turismo Municipal.
		10. El % de operadores que comercializan el destino Tuxtla Gutiérrez ha aumentado en un 25%.
		11. Los atractivos de Tuxtla Gutiérrez que son incluidos en paquetes por operadores representa al menos el 25% de la oferta catalogada en el inventario del presente estudio.
	Difusión de información turística en destino	12. Un mapa turístico de Tuxtla Gutiérrez ha sido creado e incluye un directorio turístico completo con amplia representación del tejido empresarial local y servicios complementarios.
		13. Existe un folleto turístico con información actualizada sobre ubicación, horarios, precios de entrada, contenido de exposición y actividades de todos los museos presentes en Tuxtla Gutiérrez.
		14. La Dirección de Turismo Municipal difunde de forma regular tanto mapas como folletos turísticos oficiales en lugares clave de paso de turistas (hoteles, aeropuerto, estaciones de autobús, oficinas de información, etc.).

	Creación de estrategias de marketing online	15. El destino de Tuxtla Gutiérrez, a través de la Dirección Turística Municipal tiene presencia regular y participa activamente en al menos 5 redes sociales líderes en el sector turístico.
		16. Tuxtla Gutiérrez cuenta con una app turística específica del destino en cuyo diseño se 322 tenido en cuenta al Consejo de Turismo Municipal.
		17. El Plan de Marketing de Tuxtla Gutiérrez incluye un apartado exclusivo dedicado a estrategias y acciones específicas de marketing online.
		18. La web www.turismo.tuxtla.gob.mx ha aumentado su número de visitas, páginas vistas y tiempo de permanencia promedio en un 50%.
		19. La web www.turismo.tuxtla.gob.mx es actualizada al menos una vez cada 15 días, incluyendo su espacio de noticias y eventos.
		20. La web www.turismo.tuxtla.gob.mx ha aumentado sus enlaces con otras webs de relevancia en un 100%.

EJE INTEGRADOR 6 (TRANSVERSAL): SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA

Tabla No. 152. Indicadores de Control: Eje Transversal: Sustentabilidad Turística.		
PROGRAMA DE FOMENTO A LA TRANSVERSALIDAD DE LA SUSTENTABILIDAD TURÍSTICA	Líneas de acción	Indicadores sugeridos
	Desarrollo de indicadores de sustentabilidad	1. Existe un organismo responsable de la medición regular de los indicadores transversales de sustentabilidad turística y de su difusión periódica, como mínimo a través del Consejo Municipal de Turismo.

		2. Un mínimo de 10 indicadores de sustentabilidad de la actividad turística en Tuxtla Gutiérrez han sido desarrollados y son difundidos periódicamente.
	Comité de control transversal para la sustentabilidad turística	3. Acta de creación del Comité de Control transversal para la sustentabilidad turística.
		4. Al menos un representante del Comité de Control para la Sustentabilidad Turística forma parte del Consejo Municipal de Turismo y asiste regularmente a sus reuniones.
	Fomento de políticas y certificaciones sustentables de la oferta turística	5. Al menos un 25% de los prestadores de servicios turísticos en Tuxtla Gutiérrez han participado en programas de implementación de prácticas para el turismo sustentable.
		6. El número de prestadores de servicios turísticos que ostentan algún tipo de reconocimiento a la sustentabilidad reconocido por SECTUR ha aumentado en un 25% en Tuxtla Gutiérrez.

Fuente: Elaboración propia, 2013.

CAPÍTULO 8. PROPUESTA DE MEJORA REGULATORIA ESTATAL Y MUNICIPAL.



Destino: Tuxtla Gutiérrez

Entidad Federativa: Chiapas

Tabla No. 153. Propuesta de mejora regulatoria estatal y municipal.											
Instrumento Jurídico	Fecha de			Tipo de Recomendación				Propuesta de Artículos Específicos	Línea Temática que aborda	Mecanismo de Elaboración	
	Publicación	Última Reforma	Proyecto de Iniciativa	Derogación	Abrogación	Reforma	Transitorios			Soc. Civil (IP)	Instancia del Poder Público
Ley para el Desarrollo y Fomento al Turismo del Estado de Chiapas. (Anexo No.)	14 de marzo de 2005	21 de octubre de 2009				X		Ver las propuestas en este formato más adelante	Informalidad, Calidad, Información	X	X
Reglamento para el Fomento y Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez. (Anexo No.)	5 de noviembre de 2012	----				X		Ver las propuestas en este formato más adelante	Ordenamiento, informalidad, Calidad del servicio, verificaciones.	X	X

Fuente: Elaboración propia, 2013.

En cuanto a la Ley para el desarrollo y fomento al turismo del Estado de Chiapas es pertinente señalar que desde el viernes 18 de octubre del presente año, está en proceso los “Foros de Consulta para el Programa Sectorial de Turismo y Propuesta para la Actualización de la Ley Estatal de Turismo”, por lo que los planteamientos que darán motivo a un planteamiento de mayor alcance sobre la reforma necesaria de esa Ley se expondrán ahí durante un proceso que incluye a nueve sedes, entre las que destaca Tuxtla Gutiérrez el día 23 de octubre a las 9:00 am en el Colegio de Arquitectos de Chiapas.

Es importante señalar que el Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas (CITA) de la UNACH será responsable de la sistematización de los planteamientos realizados por los actores locales, mismos que se entregarán al Secretario de Turismo del Estado y al Presidente de la Legislatura del mismo Estado. Las mesas de trabajo son las siguientes:

NÚMERO	TEMA
1	GESTIÓN PÚBLICA / SUSTENTABILIDAD / COMPETITIVIDAD Y COOPERACIÓN
2	INNOVACION/ GESTIÓN DE CONOCIMIENTO/ TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN (TIC's)
3	NORMALIZACIÓN / LEGISLACIÓN / FINANCIAMIENTO
4	INFRAESTRUCTURA / SERVICIOS PÚBLICOS/ CONECTIVIDAD
5	PRODUCTOS TURÍSTICOS/ MARKETING/ COMERCIALIZACIÓN
6	CALIDAD / CAPACITACION / CERTIFICACION

En cuanto al Reglamento para el fomento y desarrollo turístico municipal de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, es de suma importancia valorar su reforma en el marco de la Agenda de Competitividad Turística de la ciudad capital, debido a que el Eje integrador de Gestión Pública del Turismo incluye un Programa Estratégico de Competitividad Turística Institucional en el que se abordan mayores atribuciones para la Oficina de Turismo Municipal, una reorganización del Consejo Municipal de Turismo, un acuerdo para la valoración de la Agenda como un documento que rija la actuación pública para el fomento al turismo en una línea de tiempo de mediano plazo y un mayor alcance del reglamento municipal hacia la facilitación del impulso, fomento y promoción del turismo como una actividad que permite la diversificación económica de la capital y la viabilidad de la articulación regional con otros

municipios. Todas estas inquietudes deberán ser canalizadas al Municipio y al H. Cabildo por medio del Consejo Municipal de Turismo y la Oficina Municipal de Turismo con el apoyo de la Secretaría de Turismo Estatal a fin de que sean valoradas desde el punto de vista jurídico, financiero, económico y social, y su pertinencia quede definida en sendas actas de cabildo que den la formalidad correspondiente a cada una de las reformas.

Señalar cuáles son los trámites prioritarios que en su opinión deben mejorarse a efecto de favorecer el proceso de inversión en el sector turístico:

1. Trámite para la obtención de las placas por parte de las transportadoras ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
2. Trámite para la obtención de folio por parte de una nueva empresa ante el Servicio Publico Mercantil.
3. Disposición de una ventanilla única o portal web donde se indiquen los trámites a seguir paso por paso para abrir cada tipo de empresa.
4. Trámite para la renovación de la licencia de funcionamiento hotelero.
5. Trámite de homologación de las disposiciones legales para el funcionamiento hotelero por parte de Protección Civil Municipal y Estatal.
6. Actualización de la Ley de Fomento y Desarrollo del Turismo Estatal (Ver nota 1)
7. Aplicación de las disposiciones normativas y Sanciones de las áreas correspondientes a quienes no cumplan con la Ley y Reglamento de turismo.
8. Trámite para la obtención de permisos en el uso de espacios especiales para eventos paralelos de turismo de reuniones (Ex conventos, ZOOMAT, Parques, etc.).
9. Trámite para la obtención de permisos y asistencia vial a camiones turísticos que permitan acceder a los sitios turísticos (Parques, Zócalo, etc.)
10. Supervisión y aplicación de la Ley vigente a los prestadores de servicios turísticos que no cuentan con los permisos correspondientes.
11. Agilización y humanización de los permisos de construcción y uso de suelo.

12. Facilitación de recursos solidarios entre el gobierno del estado y la iniciativa privada, para la creación de proyectos.

Desde su punto de vista, cuáles son los principales estímulos que el Gobierno Federal/Estatal/Municipal debe promover para fomentar el desarrollo del sector turístico:

- ▶ Apertura de créditos accesibles para el sector turístico.
- ▶ Otorgamiento de estímulos como descuento en algún pago de impuestos durante los primeros meses de creación de una empresa.
- ▶ El manejo del 2% de manera transparente, planeada y consensuada entre gobierno e iniciativa privada.
- ▶ Fomento de figuras asociativas entre empresas del sector para mejorar su competitividad tales como integradoras o similares, implementado apoyos al desarrollo de las mismas por parte de gobierno.
- ▶ Planes de crecimiento y expansión de las empresas en función con el crecimiento del sector en Chiapas.
- ▶ Elaboración de planes estratégicos de los segmentos turísticos para dar continuidad a los programas sin afectar su implementación de manera sexenal.
- ▶ Promoción de la Tasa Cero en congresos y convenciones Internacionales en Chiapas como frontera nos conviene.

La ZM de Tuxtla Gutiérrez está dentro de las 10 Zonas Metropolitanas del país con mayor TCMA, compartiendo con las ZM de Tijuana, Tehuacán y Querétaro el 6° lugar dentro de los índices más altos del país con 2.7 de TCMA. El promedio nacional de la TCMA de las 56 ZM del país fue de 1.7 entre el 2000 – 2005.

Estando por encima de estas, de menor a mayor, las Zonas Metropolitanas de Pachuca con 2.8, Reynosa-Río Bravo 3.4, Puerto Vallarta con 3.9, Acayucan 4.0 y Cancún con 5.6 de TCMA, la más alta del país. De las 56 Zonas Metropolitanas 48 crecen con TCMA por debajo de la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez.

Cadena Edel apunta en “Las Paradojas del Proceso de Metropolización en México”⁵⁰ “...22 metrópolis han aumentado su peso poblacional relativo, ya que aumentaron de 0.8 a 0.1 puntos porcentuales su importancia nacional. Las metrópolis ganadoras son: Tijuana, Cancún, Juárez, Toluca, Querétaro, Puebla, Reynosa, Monterrey, Tuxtla Gutiérrez, Puerto Vallarta, León, Saltillo, San Luis Potosí, Pachuca, Aguascalientes, Nuevo Laredo, Cuernavaca, Oaxaca, Villahermosa, Matamoros, Mérida, y Chihuahua.”

En las conclusiones del mismo documento, Cadena señala: “...las metrópolis tienden a concentrar la población, pero no así el empleo formal, en tanto que el número relativo de empleados tiende a disminuir... si bien es cierto que el número de empleos y establecimientos crece aunque disminuya su importancia relativa la productividad por cada unidad y empleado disminuye drásticamente, y con ello la competitividad de la economía metropolitana... si bien hay una reducción sustantiva de los indicadores de marginación y pobreza, la población disminuye su calidad de vida. Ello porque sus salarios disminuyen, y con ello su poder adquisitivo; los empleos formales se pierden, siendo sustituidos por trabajos informales de baja calidad, si bien hay crecimiento económico, éste no se traduce en beneficios concretos para la población, en tanto que la concentración de ingresos en las metrópolis de México es un fenómeno agudo, constante e inherente, solo comparable a lo que sucede en la mayor parte de los países de África, Centro y Sudamérica.

En el mismo tenor, sustentando estadísticamente lo mencionado en el párrafo anterior, con el fin de reiterar la pertinencia de lo abordado en la presente

investigación, recurrimos a los datos estadísticos 51 del documento “Índice de marginación urbana 2005” publicado por el CONAPO en el 2007; En el que se analizan las 358 localidades mayores de 15,000 habitantes del país, con respecto del número de AGEB urbanos y las condiciones de marginación urbana de la población según los datos estadísticos del INEGI – 2005, aunque la tabla del documento antes mencionado no se refiere específicamente al tema de Tuxtla Gutiérrez, si contempla los datos que nos permiten identificar las siguientes valoraciones:

Independientemente de que la presente investigación se centra el fenómeno urbano en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez es pertinente hacer notar por la importancia de los datos: Dentro del 10% (35) de las ciudades mayores de 15,000 habitantes (358 del Sistema Urbano Nacional) con mayor número de habitantes con índice de marginación considerado como muy alto de acuerdo a los parámetros establecidos por el CONAPO, se identifican a la Ciudad de San Cristóbal de las Casas, la Ciudad de Tapachula y la Zona Metropolitana⁵² de Tuxtla Gutiérrez, dentro 12 ciudades con mayor proporción de población con índice de Marginación Muy Alto, con respecto a su población total , en otros términos podríamos afirmar que las tres ciudades de mayor importancia (tamaño de la población) del Estado Chiapas están dentro de las 12 ciudades con mayor porcentaje de pobres dentro de los pobres (Muy Alto Índice de Marginación Urbana) con respecto de su población total:

San Cristóbal de las Casas como la 1ª en el País con casi el 30% de su población vive en extrema pobreza en la ciudad;

Tapachula en 6º. Lugar con el 13.77% y la Z.M. de Tuxtla Gutiérrez en 12º con el 7.97% de la población, como se puede observar en la Grafica 12.

En el mismo tenor y con afán de acentuar la importancia de esta información retomaremos para aplicar al mismo análisis los datos estadísticos de Muy Alta marginación y Alta marginación comparada en porcentaje con la población total de las 35 ciudades de mayor porcentaje del país, con el fin de evaluar una vez más ³²⁹ la condición de la población de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez en término de marginación urbana dentro del concierto del sistema de ciudades del territorio

nacional, donde se ubica como la 14^a ciudad con mayor proporción de población con Alto y Muy Alto Índice de Marginación.

En el mismo orden de ideas pero desde un contexto estatal podemos afirmar:

Dentro de las 21 localidades mayores de 15,000 habitantes en la Z.M. de Tuxtla Gutiérrez vive el 38.92%, en otros términos 2 de cada 5 chiapanecos que vive en una ciudad mayor a 15,000 habitantes lo hace en la capital del Estado.

En la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez vive el 24.3% de la población más pobre dentro de los pobres que radican en las 21 ciudades mayores de 15,000 habitantes en el Estado de Chiapas, lo que implica que de cada 4 chiapanecos de los muy pobres que habitan en un área urbana (240,507 hab.) 1 de ellos (58,472 hab.) lo hace en la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez.

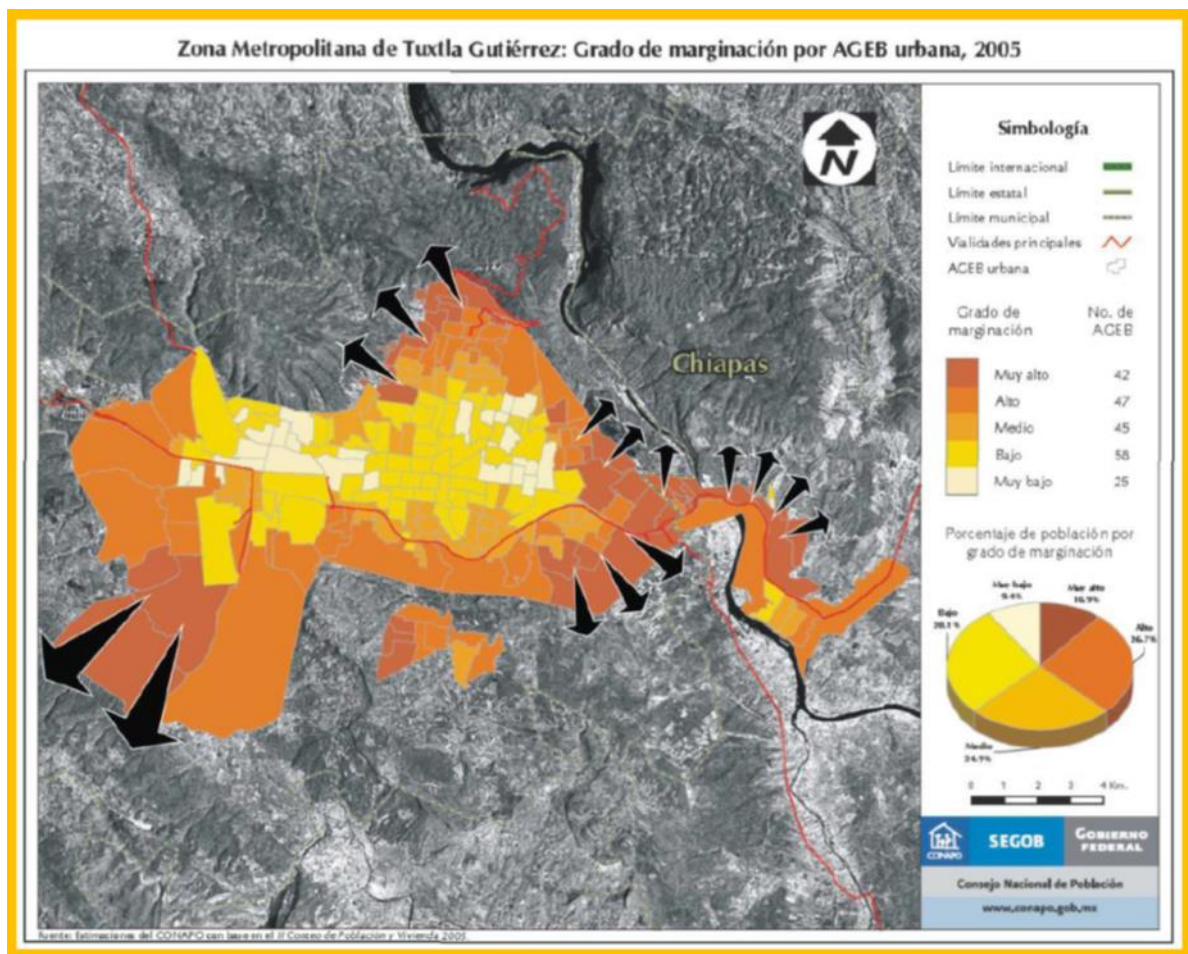
En el ejercicio de sumar los datos de marginalidad Muy Alta y Alta para corroborar el comportamiento estadístico de marginación urbana de las principales ciudades del estado podemos apuntar que esta condición se agudiza como se observa en las gráficas anteriores en que el Índice de Marginación Urbana (Muy Alta + Alta) incrementa el porcentual de pobreza en la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez al 27.5% (202,445 hab.) que en condición de marginación urbana lo hacen en la Z.M. Tuxtla Gutiérrez; lo que implica que 37.5% o más bien que casi 2 de cada 5 habitantes de la Capital del Estado de Chiapas estadísticamente vive en condiciones de marginación urbana (CONAPO e INEGI)

Ante la configuración de este escenario podemos señalar las siguientes precisiones a manera de síntesis del presente apartado:

- El fenómeno global de la transformación de lo urbano en la ZM de TGZ manifiesta indicadores negativos de calidad de vida.
- El crecimiento de la ZM de TGZ se da en la carencia, desigualdad, irregularidad y pobreza.

- La tendencia y las condiciones del crecimiento de la ZM de TGZ está teniendo efectos negativos a su entorno inmediato de influencia lo que en el corto plazo tendrá magnitudes irreconciliables con el patrimonio de su entorno natural.
- Los efectos negativos del proceso de transformación de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez trascienden su ámbito municipal y la zona denominada por la SEDESOL como Zona Metropolitana de la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Figura No. 16. Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez.



Fuente: <http://img839.imageshack.us/img839/2721/marginacion2.jpg>

Recomendaciones:

331

El proceso de crecimiento poblacional de Tuxtla Gutiérrez ha configurado una zona metropolitana de acelerada expansión territorial que pudiere ser explicada desde

diversos ángulos: definición de una política pública nacional que prefirió el desarrollo urbano por encima del desarrollo rural; pérdida de competitividad de la actividad económica en el medio rural lo que ocasionó flujos migratorios hacia las ciudades como Tuxtla Gutiérrez, Tapachula y San Cristóbal de las Casas en Chiapas.

- 1) Es importante definir la problemática y el tratamiento de la zona metropolitana de Tuxtla Gutiérrez desde la perspectiva de un sistema urbano-regional que se encuentra conectado a otros sistemas como el estatal y/o el rural desde donde se está influenciando su crecimiento desmedido y sin control.
- 2) Es esencial que la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez reconozca y dimensione su desarrollo económico a partir de las serias limitaciones que tiene una economía basada en el sector terciario (comercio y servicios) y que poco a poco ha marginado las actividades económicas primarias (agricultura y ganadería) a grado tal de que la administración municipal le reconozca como Gobierno de la Ciudad.
- 3) Lo anterior implica que se defina una política pública para el desarrollo económico diversificado hacia esquemas de agro-industrial con altos estándares de competitividad y articulado a las condiciones y características territoriales productivas de los municipios que se ubican dentro de la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez y sus municipios aledaños.
- 4) Es fundamental el crecimiento económico formal de la Zona Metropolitana a fin de que se generen cadenas productivas en todos los órdenes de la matriz económica y no solo en las actividades terciarias que se reconocen como de consumo. A Tuxtla Gutiérrez le conviene producir a partir de las vocaciones locales-regionales.
- 5) La diversificación productiva y la articulación a las vocaciones regionales pueden permitir el crecimiento económico que se requiere para que la capital pueda responder a los requerimientos de los flujos de migrantes y sus

asentamientos que están generando mayor presión sobre las áreas naturales del norte y el sur de la Zona Metropolitana.

- 6) La Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez requiere de un programa p₃₃₂ promoción de la inversión en sectores productivos y, porque no, de la inversión extranjera directa, atendiendo su potencial y su importancia de localización regional como Estado –Puerta hacia Centroamérica. Una de las instalaciones que debe recuperarse es el Aeropuerto ubicado en Ocozocoautla.
- 7) Una parte que puede coadyuvar es aquella que implica la transformación de una Secretaría de Planeación en un Instituto de Planeación con mayores atribuciones sobre la planeación del desarrollo urbano del municipio y su coordinación con las áreas competentes de otros municipios como Berriozabal, Suchiapa y Chiapa de Corzo.
- 8) Es por demás importante que el Gobierno Municipal de Tuxtla Gutiérrez atienda los requerimientos del crecimiento ordenado y aplique el marco normativo para regularle. No obstante, poco se podrá hacer si la disminución de la marginación y los índices de pobreza no se disminuyen ahí mismo en donde se está generando a fin de que los flujos de migración de grupos étnicos, campesinos y migrantes centroamericanos se reduzcan y disminuya la presión en la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez.

Por otro lado, la estructura urbana de la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez está planteada a partir de dos ejes cartesianos: Norte – Sur y Este – Oeste, cuyo potencial de crecimiento en el primer eje está condicionado por zonas altas y áreas naturales protegidas como el Cañón del Sumidero y la Reserva Mactumatzá, por lo que el crecimiento ha sido hacia el segundo eje sobre el eje de una larga avenida que inicia como Bulevar Belisario Domínguez, sigue como Avenida Central y termina como Bulevar Ángel Albino Corzo. La ciudad ofrece un sistema de movilidad a través de un servicio público con diversas falencias y poco atractivo para la actividad turística. En el caso de la movilidad resulta por demás importante reflexionar y proyectar la posibilidad de un sistema regional de movilidad que

articule a los municipios que integran a la Zona Metropolitana de Tuxtla Gutiérrez con los otros aledaños a esta.

ANEXOS.

1. Fichas de portafolio de proyectos de inversión.
2. Minuta “Presentación de resultados de la Agenda de Competitividad Turística del destino Tuxtla Gutiérrez, al C. Secretario de Turismo, Lic. Mario Uvence Rojas” (23 de Octubre del 2013).
3. Archivo fotográfico de la presentación de resultados.

BIBLIOGRAFÍA

FUENTES EN LÍNEA.

Agencia de Servicios Informativos de Chiapas.
www.asich.com/index.php?itemid=51155

Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados,
Delegación Chiapas (CANIRAC)
canirac-chiapas.com/cursos_2012.php

Centro de Monitoreo Vulcanológico y Sismológico
www.cmvs.chiapas.gob.mx/chichonvol

Chiapas Hoteles
www.chiapashoteles.com.mx/historia-chiapas.php

Comisión de Áreas Naturales Protegidas (CONANP)
www.conanp.gob.mx/pdf_publicaciones/TurismoEstrategia.pdf
www.conanp.gob.mx/que_hacemos/
www.conanp.gob.mx/que_hacemos/santuarios.php
www.conanp.gob.mx/que_hacemos/pdf/programas_manejo/naha_final.pdf
www.conanp.gob.mx/que_hacemos/programa_manejo.php

Comité Estatal de Información Estadística y Geografía de Chiapas (CEIEG)
www.ceieg.chiapas.gob.mx/home/?page_id=10268
www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/PHistoricoIndex.php?region=101&option=1#

Comisión Federal de Comunicaciones (COFETEL).
<http://www.cft.gob.mx/>

Comisión Nacional del Agua (CONAGUA)
www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf

Comisión Nacional para el Conocimiento y Uso de la Biodiversidad (CONABIO)
www.conabio.gob.mx
www.biodiversidad.gob.mx/region/areasprot/enmexico.html

Congreso del Estado de Chiapas.

www.congresochiapas.gob.mx/index.php/legislacion-vigente.html
<http://www.congresochiapas.gob.mx/new/Info-Parlamentaria/L-2.pdf>

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL)
www.coneval.gob.mx/

Consejo Nacional de Población (CONAPO)
www.conapo.gob.mx

Cuarto Informe de Gobierno del Estado de Chiapas para el Año 2010
www.informe.chiapas.gob.mx/2007-2012

Diario Oficial de la Federación.

dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5215809&fecha=24/10/2011

Dirección de Áreas Naturales.
www.dan.unach.mx/Villa_Allende.PDF

Dirección de Desarrollo Turístico de Tuxtla Gutiérrez
www.turismo.tuxtla.gob.mx
www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente

Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR)
www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp?modsec=01-PATEM&sec=1

Fondo Para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Gobierno del Estado de Chiapas.

www.atl.org.mx/seminario/images/stories/seminario2010/folletoONU.pdf

Green GlobeSolution Center
<http://greenglobe.travel/category/mexico/>

H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

www.turismo.tuxtla.gob.mx
www.tuxtla.gob.mx/normatividad/rpaaut.pdf

caip.tuxtla.gob.mx/documentos/f20/f20_mambiente.pdf

www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente

www.tuxtla.gob.mx/normatividad/rfdtm.pdf

Instituto de Capacitación y Vinculación Tecnológica del Estado de Chiapas (ICATECH)

www.icatech.gob.mx/

Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH)

www.inah.gob.mx/

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

www.inegi.gob.mx

www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=7

www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/integracion/estd_perspect/chis/Pers-chs.pdf

www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/.../estd.../Pers-chs.pdf
mapserver.inegi.org.mx/dsist/ambiental/map/indexV3_FF.html

Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal (SEGOB - INAFED)

www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM07chiapas/historia.html

www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM07chiapas/mediofisico.html

www.snim.rami.gob.mx/

México Desconocido

www.mexicodesconocido.com.mx/costumbres-fiestas-y-tradiciones-chiapas.html

www.mexicodesconocido.com.mx/gastronomia-chiapaneca.-la-excelencia-de-una-tradicion.html

Museo regional de Chiapas.

<http://museos.chiapas.gob.mx/Museos/Museo05Regional#>

Plan Estatal de Desarrollo Chiapas 2013 - 2018

www.ped.chiapas.gob.mx/ped/files/PED_Chiapas_2013-2018_21jun_web.pdf

Portal de Chiapas

www.chiapas.gob.mx/himno-a-chiapas

Portal de Servicios y trámites ciudadanos. Guía de Servicios. Servicios de Información turística

<http://servicios.chiapas.gob.mx/servicio/1638>

PROACTIVA Medio Ambiente Tuxtla

www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx

Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA)

www.profepa.gob.mx/innovaportal

sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7

www.profepa.gob.mx/innovaportal/file/26/1/certificados_expedidos_2010_2.pdf

<http://sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7>

Procuraduría General de Justicia del Estado de Chiapas.

www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/areasprotegidas.aspx

www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/conejobus.aspx

www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

www.pgje.chiapas.gob.mx/servicios/numerospgje/EspecialidadMetro.aspx?id_titulo=10&id_delito=67

Programa Conjunto de Agua y Saneamiento del Gobierno Mexicano y el Sistema de las Naciones Unidas en México, para el Logro de los Objetivos del Milenio

www.atl.org.mx/seminario/images/stories/seminario2010/folletoONU.pdf

PROMEXICO

mim.promexico.gob.mx

Protección Civil Chiapas.

www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/PlanSismico2.pdf

www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/descargas.php.

www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/ppMain_pdf.pdf.f.

Red de Museos de Chiapas.

<http://museos.chiapas.gob.mx/Mueos/Museo05Regional#>

Repor Tour

cibertour.blogspot.mx/2009/06/canon-del-sumidero-con-paso-firme-para.html

Secretaría de Hacienda

www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/Informacion/Programacion_Sectorial/Programas_Institucionales/pdfs/66PROG_INST_SMAVeHN.pdf

www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/Informacion/Programacion_Sectorial/Programas_Institucionales/pdfs/26PROG_INST_TURISMO_060907.pdf

www.haciendachiapas.gob.mx/marco-juridico/Estatal/informacion/Decretos/decreto13.pdf

www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/planes_desarrollo_muni.asp

Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural

www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2

www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/educacion_ambiental/servicios

www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/descargas/danvs/decretos/Mactumatza_Periodico.pdf

www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/areas_naturalesprotegidas

www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/documentos/2/1

www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/calidad_aire/reporte

Secretaría de Relaciones Exteriores

www.sre.gob.mx/coordinacionpolitica/images/stories/documentos_gobiernos/ftc_hp.pdf

Secretaría de Transporte

www.st.chiapas.gob.mx

www.st.chiapas.gob.mx; http://www.st.chiapas.gob.mx/rutas-en-tuxtla-gutierrez

Secretaría de Turismo

www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_9231_distintivo_h

www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Empresas_Moderniza_M

www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Oficinas_de_Convenciones_y_Visitantes_OCVs

Datatur de la Secretaria de Turismo

www.siimt.com/es/siimt/siim_ocupacion_hotelera

datatur.sectur.gob.mx/

Secretaria de Turismo del estado de Chiapas (SECTUR Chiapas)

www.turismochiapas.gob.mx

www.turismochiapas.gob.mx/sectur/territorio-jaguar

Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT)

www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Documents/documentos%20decretados/decretos_2010/decreto_sabinal.pdf.

www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Paginas/ODEcretados.aspx

www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2.

Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS). Salarios de cotización al IMSS por entidad federativa.

www.stps.gob.mx/bp/secciones/.../302_0076.xl

Sistema de Consulta Interactiva de Indicadores del ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio).

www.monitor-odm.chiapas.gob.mx/odm/?page_id=909

Sistema Estatal de Protección Civil

www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/PlanSismico2.pdf

www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/descargas.php

Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos (SIIMT)

www.siimt.com/es/siimt/siim_ocupacion_hotelera

Todo Chiapas

todochiapas.mx/2011/10/áreas-naturales-protegidas-en-chiapas/

Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas (UNICACH), Licenciatura en Ingeniería Ambiental

www.emagister.com.mx/licenciatura/licenciaturas_ingenieria_ambiental-cursos-2348494.htm

Visit Chiapas App

https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adianteventures.adianteapps.visit_chiapas_app&hl=es.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Acuerdo de motivos, compromisos y participantes del Pacto por Tuxtla.

- Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos 2012. Información Laboral, Subsecretaría de Empleo y Productividad Laboral, julio 2013.
- Chiapas 2015. Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clúster de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo. Volunteers UNWTO THEMIS. Abril de 2009
- Conectividad aérea. SECTUR Estatal. . Información proporcionada el 23/08/2013
- Convenio de Coordinación de Acciones para la Instrumentación del Proceso relativo a la ejecución, evaluación y modificación del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Subcuenca del Río Sabinal, en los municipios de San Fernando, Berriozábal, Ocozocoautla de Espinosa y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- Decreto Área Natural Protegida Reserva Estatal "Cerro Mactumatzá
- Decreto Centro Ecológico y Recreativo "El Zapotal"
- Decreto Ley Ambiental para el Estado de Chiapas.
- Decreto Parque Nacional Cañón del Sumidero
- Decreto Zona Protectora Forestal Vedada "Villa Allende"
- Directorio Agencias de Viajes. Turismo Municipal
- Directorio de Agencias de Viajes. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Directorio de Alojamiento. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Directorio Arrendadoras. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Directorio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Directorio Transportación. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Directorio de Vida Nocturna SECTUR Estatal). Información proporcionada el 23/08/2013
- Empresas con Certificado Ambiental vigente en Chiapas. PROFEPA
- Gasto promedio de turista en Tuxtla Gutiérrez. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013

- Inventario de Atractivos Turísticos. Turismo Municipal.
- Inventario de Servicios Turísticos. Turismo Municipal
- Inventario nacional de plantas municipales de potabilización y de tratamiento de aguas residuales en operación. 2011".
SEMARNAT/CONAGUA
- Ley Estatal de Turismo
- Listado de Inmuebles Históricos. Centro INAH Chiapas
- Listado de Inmuebles Tradicionales. Centro INAH Chiapas).
- Monografía de municipio de Tuxtla Gutiérrez. H Ayuntamiento. Chiapas 1988.
- Plan Municipal de Desarrollo Tuxtla Gutiérrez 2012 – 2015. En proceso de autorización.
- Presupuesto de Egresos del estado de Chiapas para el ejercicio fiscal 2013
- Principales flujo y entrada a Tuxtla Gutiérrez. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23
- Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial del Estado de Chiapas
- Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Sub-cuenca del Río Sabinal en los municipios de San Fernando, Berriozábal, Ocozocoautla de Espinosa y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
- Programa de Trabajo del Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez
- Proyectos del Plan Municipal de Desarrollo 2012 - 2015
- Proyecto Chiapas Visión 2020.
- Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez". H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Secretaría General del Ayuntamiento
- Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano H. Ayuntamiento
- Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo
- Reglamento para el Fomento y Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez
- Relación de Empresas Distintivo H. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013

- Relación de empresas distintivo "M". SECTUR estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Relación de Guías de Turistas Acreditados 2011, 2012, 2013 SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Rutas y Centros Turísticos de Chiapas. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Tarifa hotelera por categoría. SECTUR Estatal. Información proporcionada el 23/08/2013
- Ordaz Ruiz, Luis Arturo. (2012). "El Sistema Urbano Regional de Tuxtla Gutiérrez. Una nueva visión de la ciudad. Ciudad Tuxtlan". Tesis de Maestría. Universidad Autónoma de Chiapas. Facultad de Arquitectura. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.
- González Noo, Félix. (2012). "Circuito cultural turístico en los límites del Centro Histórico de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas". Tesis de Licenciatura. Instituto de Estudios Superiores de Chiapas, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

FUENTES IMPRESAS

- Patrimonio cultural y natural de Chiapas. Orozco Zuarth, Marco Antonio. Larousse. México. Agosto 2013.
- Tuxtla Gutiérrez Comunidad Segura. Gobierno del estado de Chiapas.

FUENTES DE OBSERVACIÓN DIRECTA POR PARTE DEL EQUIPO TÉCNICO RESPONSABLE DEL PROYECTO.

Secretaría de Turismo, Gobierno de Chiapas.

Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales, Dirección de Proyección Turística

L.C.C. Cecilia del C. Carrillo Gordillo

Dirección de Desarrollo Turístico. Secretaría de Economía. H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

Lic. Verónica Domínguez Ibarra.

Oficina de Convenciones y Visitantes Chiapas (OCV).

Directora de apoyo en sitio

Lic. Ma Guadalupe. Esquipulas Paniagua

Dirección Centro INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), Chiapas.

Mtro. Miguel Ángel Riva Palacio.

INVENTARIO DE RECURSOS, ATRACTIVOS Y RODUCTOS TURÍSTICOS.

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE RECURSOS, ATRACTIVOS Y PRODUCTOS.

Empezando el 25 de Julio de 2013, en el contexto del estudio de competitividad del destino Tuxtla Gutiérrez, parte de nuestro equipo técnico comenzó la evaluación de los atractivos turísticos del destino, que en esta fase se centró en aquellos atractivos/productos incluidos en el inventario facilitado por la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

Utilizando metodología propia del equipo técnico, que incluyó la elaboración de una ficha evaluación para cada atractivo, se ha llevado a cabo hasta la fecha la evaluación – atendiendo tanto a criterios de calidad como de importancia- de un total de 28 atractivos.

La evaluación ha incluido visitas de diagnóstico a todos los atractivos evaluados, donde se ha realizado una valoración a través de la observación directa de aspectos clave como señalización, información disponible, estado y limpieza de instalaciones, así como a través de la entrevista a personas clave, con el fin de conocer datos no observables a simple vista como aquellos relativos a la promoción y a la comercialización de los atractivos. En total la ficha de evaluación está compuesta de un total de 25 variables que evalúan aspectos tanto relativos a la calidad del atractivo como a su importancia, con el fin de poder nutrir la jerarquización que se llevará a cabo posteriormente.

No.1

CALZADA DE LAS ETNIAS O CALZADA DE LAS CULTURAS INDÍGENAS.

Localización: se ubica en la Calzada de las etnias, Infonavit Solidaridad, a un costado del Estadio de Fútbol (Estadio Zoque) de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: En esta calzada se muestran siete esculturas donde se pueden observar cinco etnias de las diferentes culturas del Estado de Chiapas, como: la Chiapaneca, la Tojolabal, Zoque, la Tzotzil y la Tzeltal; las cuales llevan los siguientes nombres: "Yo soy Chiapas", "Autoridad Chamula", "Familia Tojolabal", "La Ceiba", "Mujer y niños Tzeltales" y "Las hijas de la Noche".

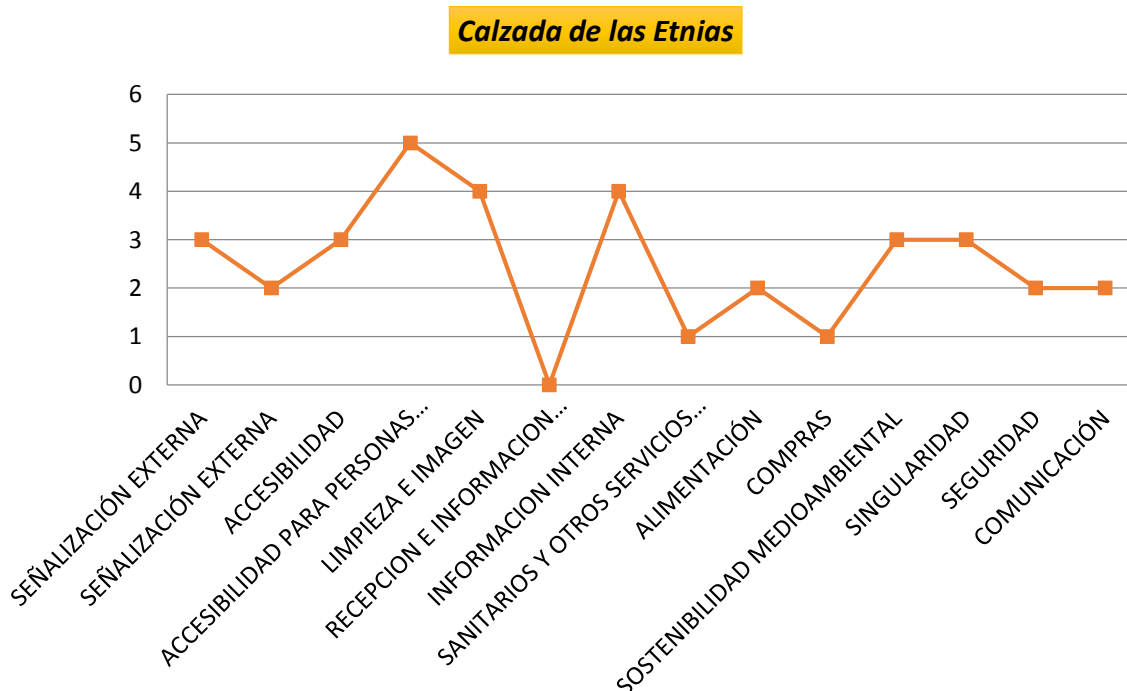
Actividades: Caminata, observación, fotografía, bicicleta.

Imágenes:



Fuente: Imágenes tomadas de la página <http://www.turismochiapas.gob.mx/sectur/territorio-jaguar>.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.2 CALZADA DE LOS HOMBRES ILUSTRES DE LA REVOLUCIÓN MEXICANA.

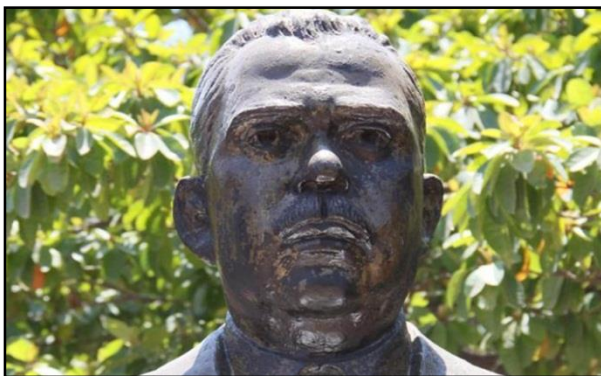
Localización: Se ubica en la Calzada de los Hombres Ilustres, de la Colonia Centro de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas.

Tipo de Atractivo: Natura y cultural.

Descripción: En esta calzada se pueden encontrar los bustos de personajes que forjaron nuestra historia. Es una de las más antiguas y tradicionales calzadas de la ciudad, donde se ubican otros atractivos turísticos como el Museo Regional, Jardín Botánico, Museo de Paleontología, etc.

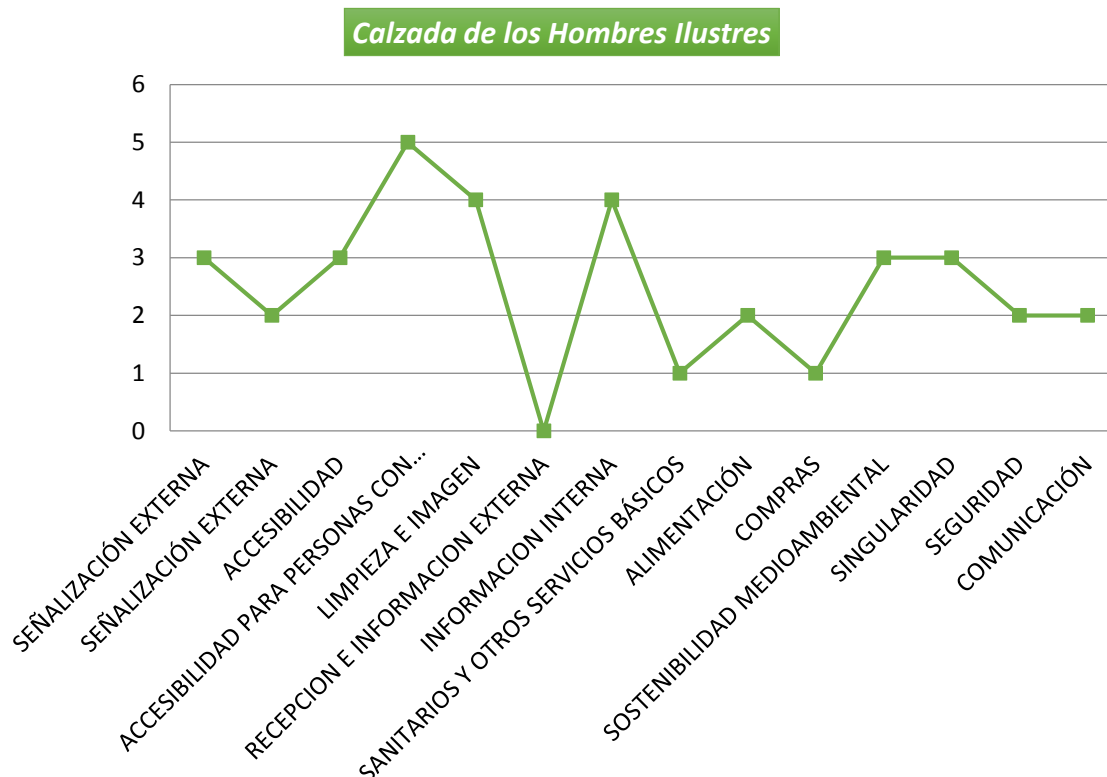
Actividades: Caminata, observación, fotografía.

Imágenes:



Fuente: Imágenes tomadas de la página web <http://www.asich.com/>

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.3

CASA CHIAPAS

Localización: Boulevard Belisario Domínguez, No. 2035 Colonia Xamaipak de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Artesano y/o gastronómico.

Descripción: Creada en 1981 bajo el nombre de Casa de las Artesanías de Chiapas (CASACH) durante el sexenio de Don Juan Sabines Gutiérrez, con el propósito de fomentar el desarrollo de las actividades artesanales, a través de sus tiendas Casa Chiapas que actualmente se encuentra en Tuxtla Gutiérrez Matriz, y como Sucursales Torre Chiapas, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Tapachula, Coyoacán en la Ciudad de México y Cuernavaca; además fue creada la Cafetería Chiapas en esta Ciudad

Actividades: Proyección visual, observación arquitectónica, misas, fotografía.

Imagen.



Fuente: Fotografía tomada por el equipo del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.4

CATEDRAL SAN MARCOS.

Localización: Iglesia ubicada entre la Calle y Avenida Central, a un costado del Parque Central (Plaza Cívica) de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: Fue construida en el siglo XVI, y remodelada en 2009. Es destacada por tener en su torre un carillón con 48 campanas, el cual suena cada hora y desfilan apóstoles por una peana. En su interior se encuentra decorado al estilo neoclásico de principios de siglo y cuenta con una estructura de una sola nave en forma de cruz latina con capillas laterales. Diariamente hay misas. En la parte de atrás se encuentra un reconocimiento para el General Joaquín Miguel Gutiérrez quien defendió los principios liberales republicanos de Chiapas.

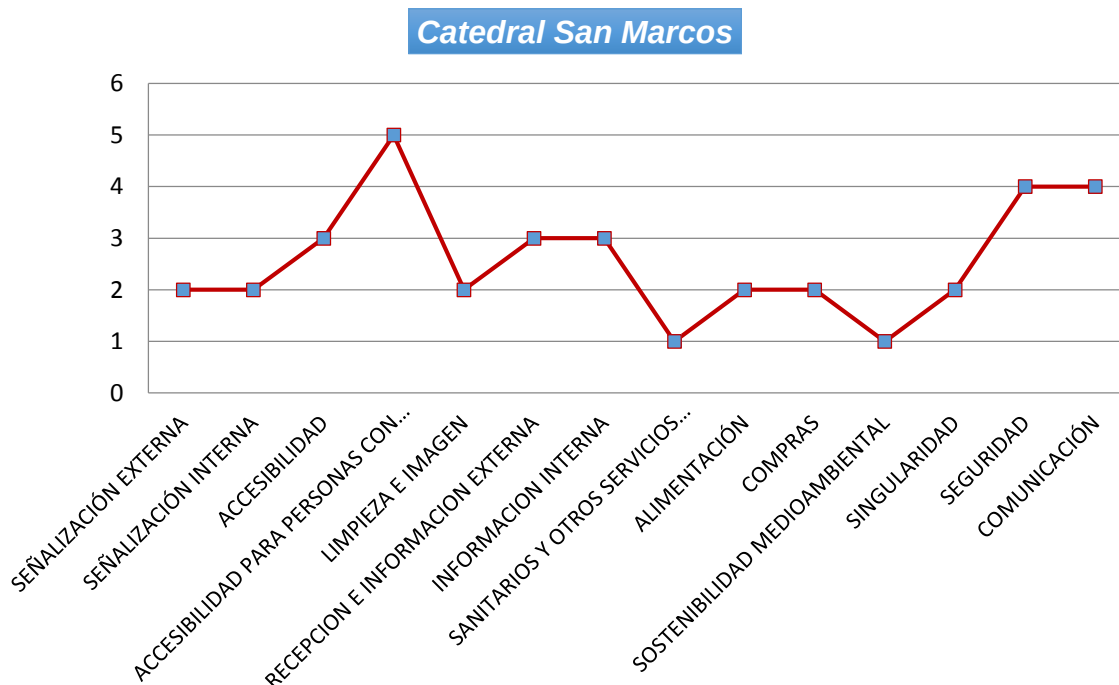
Actividades: Proyección visual, observación arquitectónica, misas, fotografía.

Imagen.



Fuente: Fotografía tomada por el equipo del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.5

CENTRO CULTURAL JAIME SABINES.

Localización: Se encuentra en la Avenida 12 oriente norte del centro de esta ciudad.

Tipo de Atractivo:
Acontecimientos programados y cultural.

Descripción: En este espacio se pueden encontrar actividades artísticas y culturales, propias de la región y del país. Es un centro promotor de las diferentes disciplinas artísticas en todos los niveles, además de poseer en su estructura el testimonio de la historia y el pensamiento de Chiapas, documentados en conjuntos bibliográficos. Todo ello con fines de índole educativo.

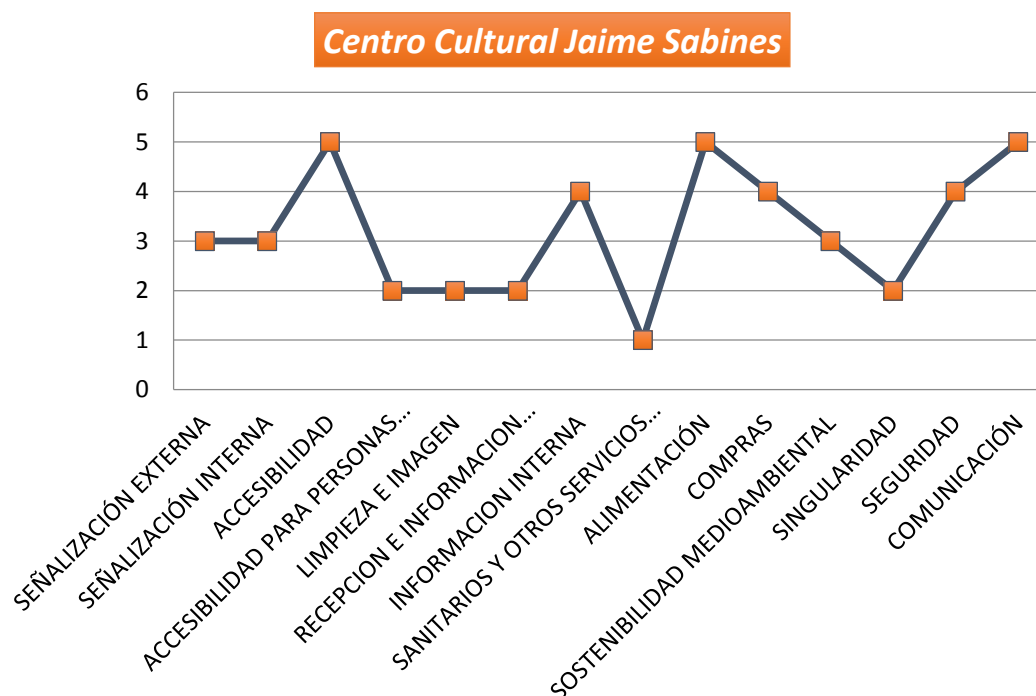
Actividades: Presentaciones artísticas, exposiciones, cine, talleres, presentaciones de libros, diplomados, seminarios, homenajes, visitas guiadas y atención al público.

Imágenes:



Fuente: Fotografía tomada por el equipo del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.6

CENTRO DE CONVENCIONES Y POLYFORUM.

Localización: Se ubica en la Calzada Andrés Serra Rojas y Libramiento Norte, sin número, de esta ciudad.

Tipo de Atractivo:
Acontecimientos programados.

Descripción: El Polyforum es un recinto con capacidad para 3,875 espectadores, construidos junto con el Centro de Convenciones en el año 1993 y proyectadas por Abraham Zabudovsky. El centro de convenciones cuenta con varios salones que se adaptan para diversos eventos, además de contar con el servicio de restaurante, cafetería, guardarropa, sanitarios y teléfonos públicos, entre otros.

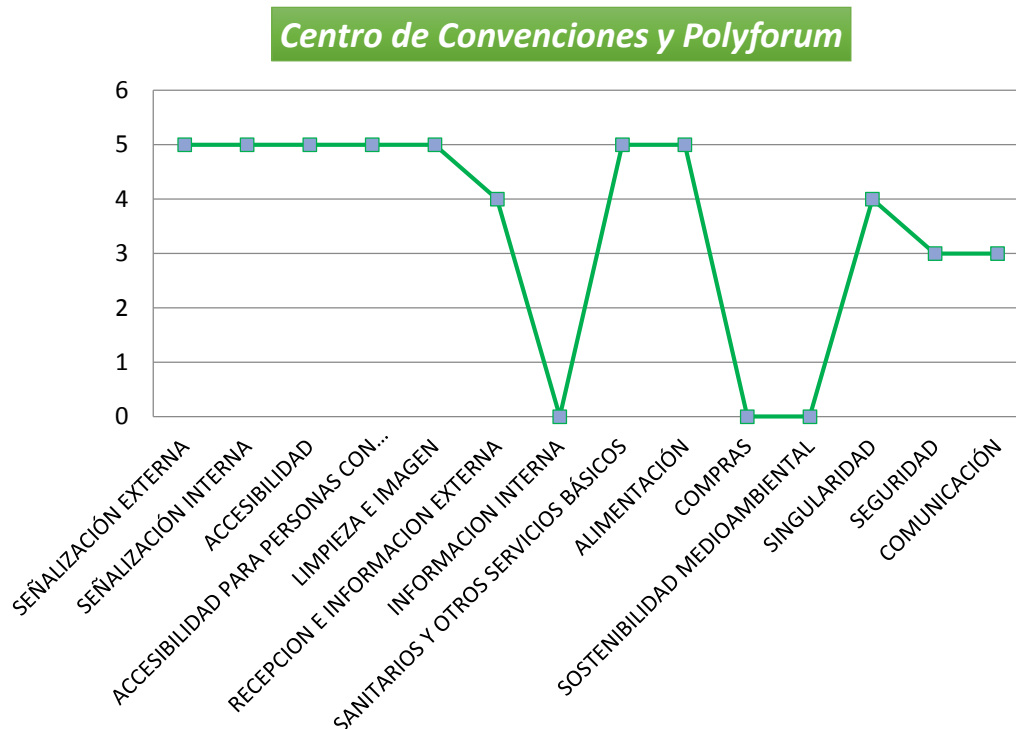
Actividades: Espectáculos de gran nivel, conciertos, eventos sociales, exposiciones, ruedas de prensa, reuniones de negocios, eventos deportivos.

Imagen:



Fuente: Imagen tomada de la página web <http://www.mexicomeetingsnetwork.com/news/venue-spotlight-convention-center-and-polyforum-chiapas>.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.7

ESTADIO ZOQUE

Localización: ubicado en la zona norte-oriental de la ciudad, en la Calzada Ciudad Deportiva - artículo 115 s/n.

Tipo de Atractivo:
Acontecimientos programados.

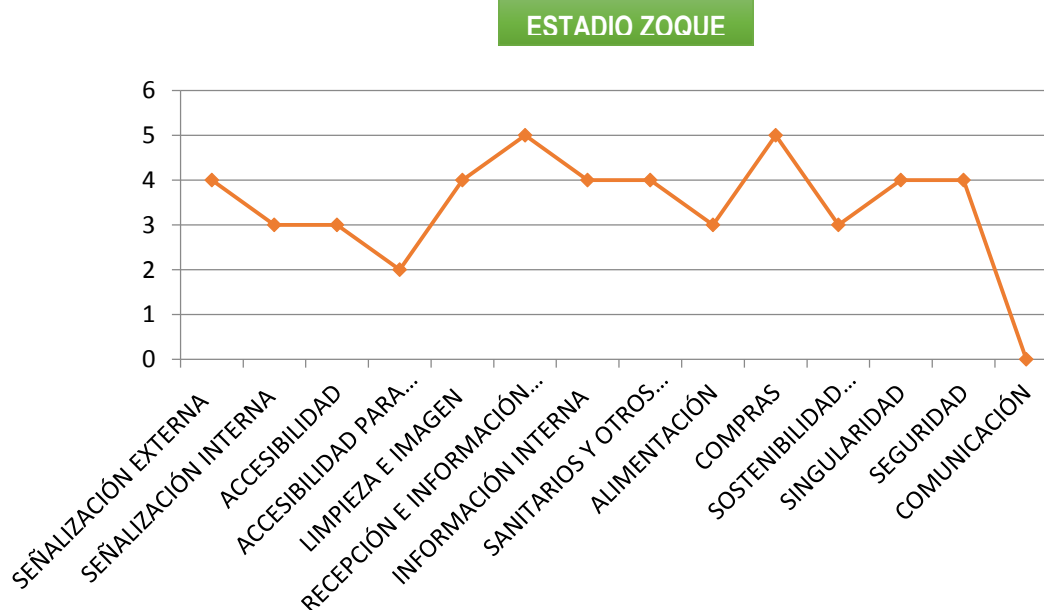
Descripción: lugar sede para los partidos del equipo profesional de fútbol Chiapas F.C , mismo que juega en la Liga Bancomer MX. El estadio de la ciudad capital fue construido en el año de 1982 para albergar a 6,000 espectadores, sin embargo después de 20 años se convirtió oficialmente en sede para partidos de primera división de torneos de la FMF. Posteriormente, el estadio fue remodelado y ampliado para tener una capacidad de 27,500 aficionados.

Actividades: Eventos deportivos, Canchas, gimnasio, sala de medios, estacionamiento, tribuna, centro de atención médica, vestidores,

Imagen:



Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.8

GLORIOSO SANTUARIO DEL CRISTO DE CHIAPAS.

Localización: Se ubica en la localidad de Copoya, a 3km de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: Estatua monumental que se erige en lo alto del cerro Mactumatzá, en el ejido de Copoya, mide 62 metros superando a otras obras en el mundo como el Cristo Redentor de Brasil que mide 30 metros. Se inauguró el 6 de diciembre de 2011.

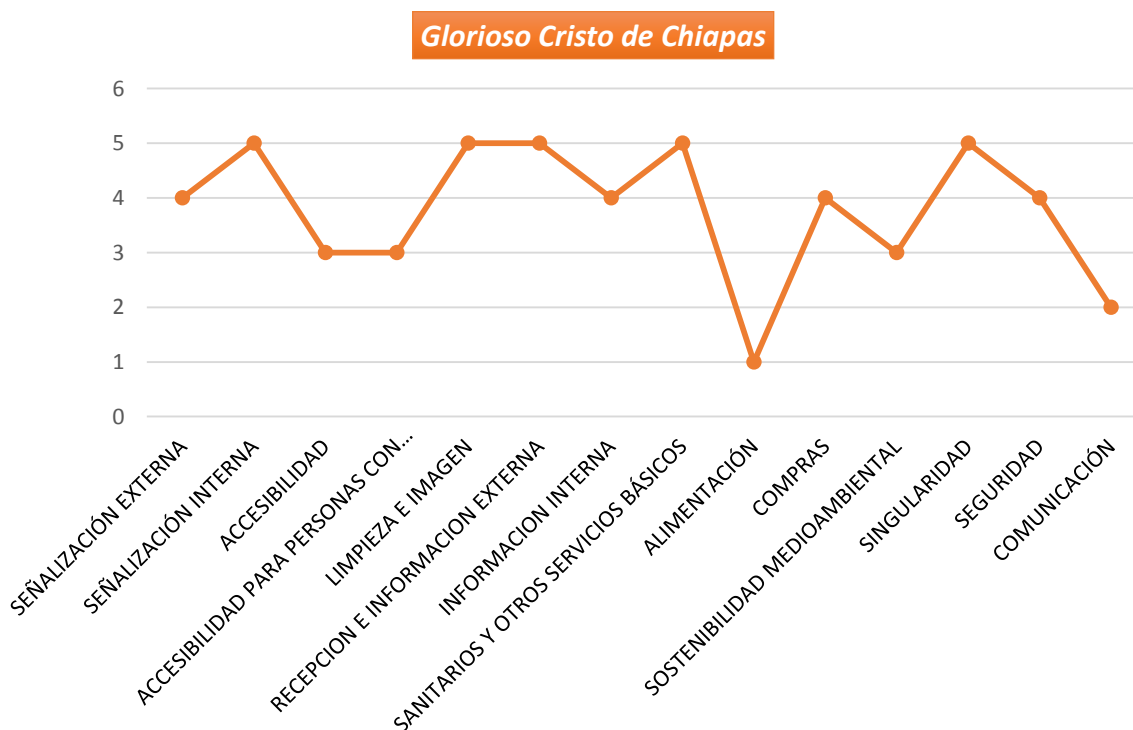
Actividades: Visitas guiadas, misas (domingos de 11 am y 5pm), actos religiosos como: bodas, bautizos y XV años.

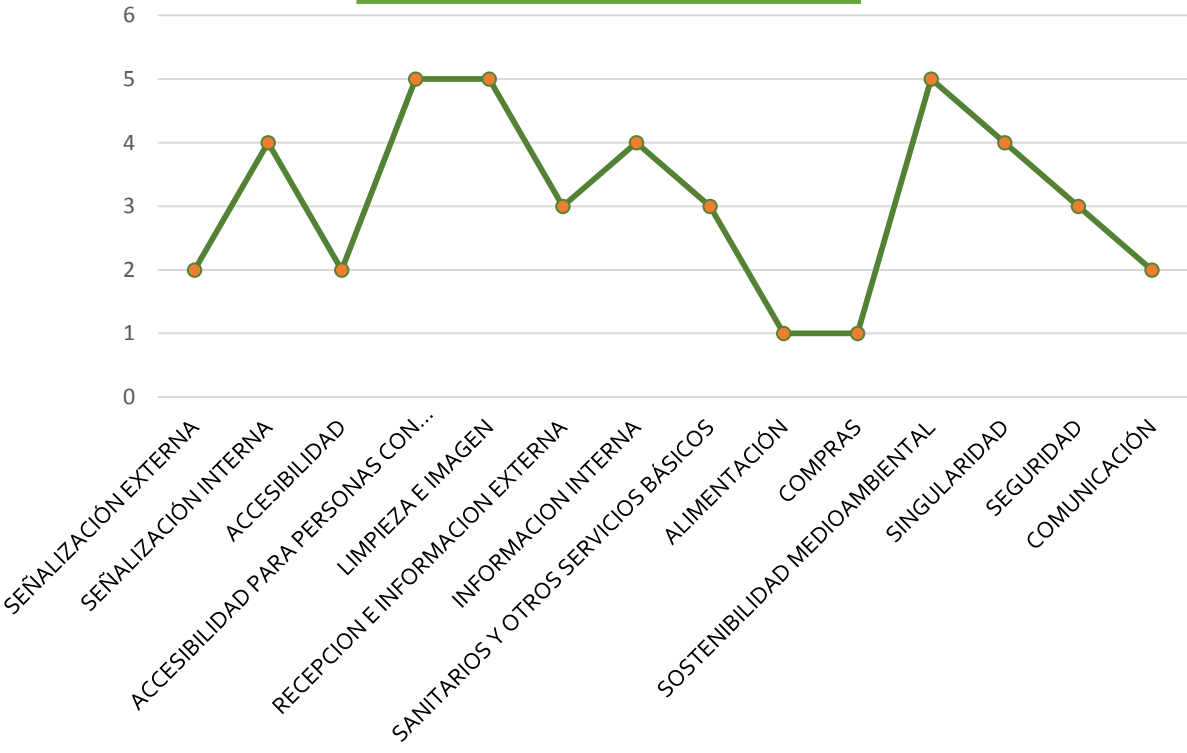
Imagen:



Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.9	JARDÍN BOTÁNICO “FAUSTINO MIRANDA”.																															
Localización: Calzada de los Hombres Ilustres S/N Prolongación 5ª. Norte del centro de esta ciudad.		Tipo de Atractivo: Natural, ocio/esparcimiento/recreación.																														
Descripción: Fundado en 1949, lugar donde se muestra una amplia variedad de vegetación del Estado de Chiapas. Abierto de Martes a Domingo de 9 am a 3pm.																																
Actividades: Caminata, observación de flora y fauna, fotografía, lectura, mesas de trabajo.																																
Imagen:																																
																																
Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA.																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.																																
Jardín Botánico "Faustino Miranda"  <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>2</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>2</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD</td><td>5</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>5</td></tr><tr><td>RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA</td><td>3</td></tr><tr><td>INFORMACIÓN INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS</td><td>3</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>1</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>1</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>5</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>3</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>2</td></tr></tbody></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2	SEÑALIZACIÓN INTERNA	4	ACCESIBILIDAD	2	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	5	LIMPIEZA E IMAGEN	5	RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA	3	INFORMACIÓN INTERNA	4	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3	ALIMENTACIÓN	1	COMPRAS	1	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	5	SINGULARIDAD	4	SEGURIDAD	3	COMUNICACIÓN	2
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	4																															
ACCESIBILIDAD	2																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	5																															
LIMPIEZA E IMAGEN	5																															
RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA	3																															
INFORMACIÓN INTERNA	4																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3																															
ALIMENTACIÓN	1																															
COMPRAS	1																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	5																															
SINGULARIDAD	4																															
SEGURIDAD	3																															
COMUNICACIÓN	2																															

No.10 MIRADORES DEL PARQUE NACIONAL CAÑÓN DEL SUMIDERO.

Localización: Se encuentra repartido entre los municipios de Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo, Nuevo Usumacinta y San Fernando en el estado mexicano de Chiapas.

Tipo de Atractivo: Natural y paisajístico.

Descripción: Es un área natural protegida que cuenta con cinco miradores La Ceiba, La Coyota, El Roblar, El Tepehuaje y Los Chiapa, este último ubicado a 22 km de distancia de la capital del estado.

Actividades: Observación de flora y fauna, caminatas por senderos, bicicletas de montaña.

Imagen:



Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.11

MIRADOR “LOS AMOROSOS”

Localización: Se ubica sobre el Libramiento Norte Poniente.

Tipo de Atractivo:
Natural y/o paisajístico + cultural.

Descripción: Se puede obtener una privilegiada vista panorámica de Tuxtla. Es llamado así por el famoso poema del chiapaneco Jaime Sabines. La escultura del poeta Jaime Sabines, quien pensativo medita en una banca de este mirador, es un atractivo que llamo la atención de las autoridades asistentes y de los visitantes. Esta obra, está pensada para que solos o acompañados los visitantes posen junto al poeta y se lleven una foto de recuerdo de la ciudad.

Actividades: Fotografía, observación.

Imagen:



Fuente:

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.12

MUSEO BOTÁNICO DR. FAUSTINO MIRANDA

Localización: Se ubica en la Calzada de los Hombres Ilustres, sin número, Colonia Centro de esta ciudad.

Tipo de Atractivo:
Cultural.

Descripción: Museo donde exhiben la flora y fauna de Chiapas, ubicado en el centro, patrimonio histórico y cultural de la región, la arquitectura del edificio es de la década de los 50's.

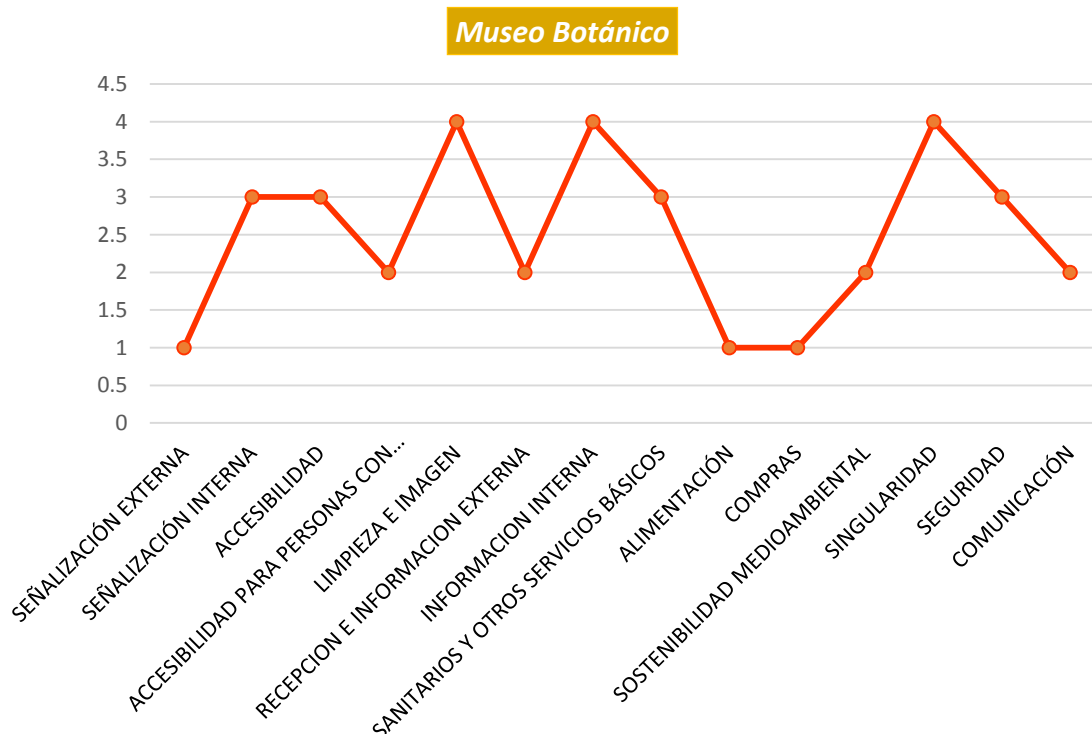
Actividades: Visitas guiadas, fotografía, exposiciones, biblioteca, mesas de trabajo.

Imagen:



Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.13	MUSEO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA DE CHIAPAS (MUCH).																														
Localización: Ubicado en la calzada Cerro Hueco No. 3000, dentro de la reserva ecológica "El Zapotal" y atrás del Zoológico Miguel Álvarez del Toro (Zoomat).	Tipo de Atractivo: Cultural.																														
Descripción: Divulgación de la Tecnología. La misión del Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología es dar a conocer, a niños y adultos, el funcionamiento tecnológico de los avances científicos más modernos mediante espacios interactivos, didácticos y lúdicos.																															
Actividades: Cursos de verano, cursos de verano para personas con capacidades diferentes. Expositores, visitas guiadas.																															
Imagen: Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente. Museo de Chiapas de Ciencia y Tecnología <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Puntuación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>LIMPIEZA E IMAGEN</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>INFORMACION INTERNA</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>ALIMENTACIÓN</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>COMPRAS</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>SINGULARIDAD</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>SEGURIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>COMUNICACIÓN</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	3	SEÑALIZACIÓN INTERNA	4	ACCESIBILIDAD	5	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	4	LIMPIEZA E IMAGEN	4	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	4	INFORMACION INTERNA	5	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	5	ALIMENTACIÓN	1	COMPRAS	0	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	3	SINGULARIDAD	3	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	2
Categoría	Puntuación																														
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	3																														
SEÑALIZACIÓN INTERNA	4																														
ACCESIBILIDAD	5																														
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	4																														
LIMPIEZA E IMAGEN	4																														
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	4																														
INFORMACION INTERNA	5																														
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	5																														
ALIMENTACIÓN	1																														
COMPRAS	0																														
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	3																														
SINGULARIDAD	3																														
SEGURIDAD	4																														
COMUNICACIÓN	2																														

No.14

MUSEO DEL CAFÉ.

Localización: Ubicado en la 2ª calle oriente norte N° 236, de la colonia centro de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: cultural + artesano/ gastronómico.

Descripción: Promover la responsabilidad y conciencia de la sociedad civil sobre la importancia del cultivo del café en el Estado de Chiapas; Fortalecer la diferenciación y posicionamiento de la calidad del café chiapaneco en los mercados internacionales; recuperar la identidad cafeticultora de la entidad; y por último incrementar el consumo interno del Café Chiapaneco. Fue fundado en Agosto de 2009 previa rehabilitación del edificio que lo alberga, antiguo edificio residencial que data de 1913 y que se encuentra registrado en el Catálogo Nacional de Monumentos Históricos Inmuebles del Estado de Chiapas del INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia).

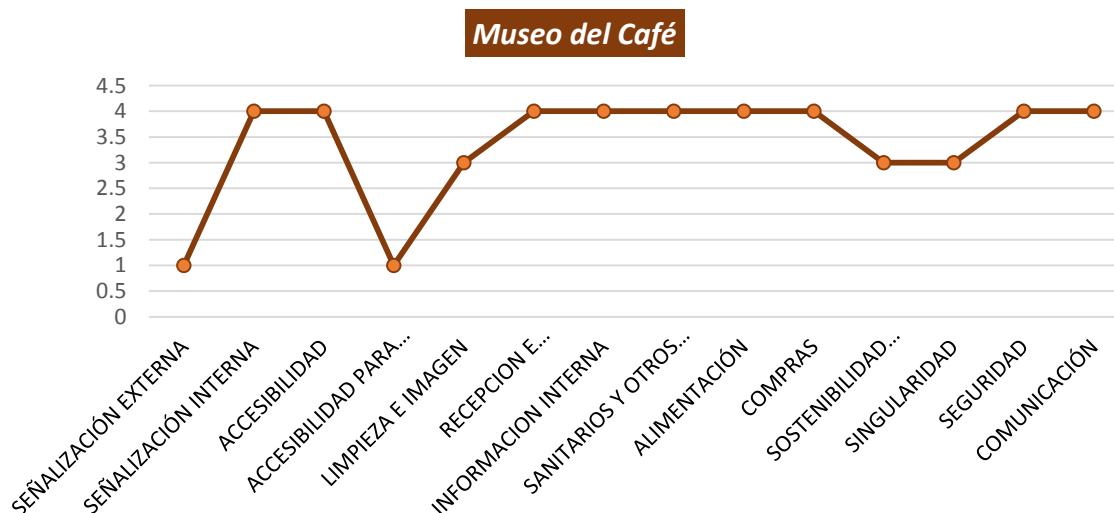
Actividades: Sala 1-Historia del Café; Sala 2- Biología y cultivo del café; Sala 3- Transformación Industrial y Comercialización del Café. Además tiene una sala para exposiciones temporales (actualmente en exhibición una exposición sobre las migraciones de tipo productivo en Chiapas); la Sala Audiovisual “Senderos del Café”; y por último un laboratorio de cata y barismo, además de un espacio-boutique de café.

Imagen:



Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.15 **MUSEO DEL COCODRILO.**

Localización: Se ubica en la Calzada Cerro Hueco sin número, Colonia Zapotal,(Interior del Zoomat).

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: Museo que difunde información de los cocodrilos, de su historia hasta la fecha. Se inauguró el 3 de Agosto de 2004 y actualmente es el único en su tipo en México, Latinoamérica y el Mundo.

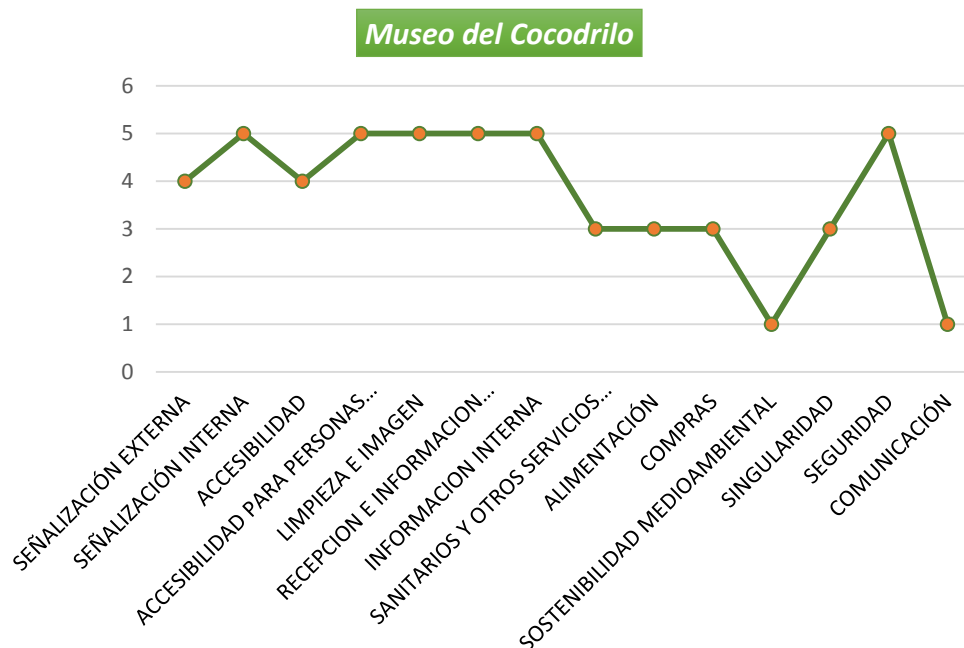
Actividades: Recorrido al museo, visitas guiadas, fotografía, mesas de contacto, charlas especializadas.

Imagen:



Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.16

MUSEO DE LA CIUDAD.

Localización: Ubicado entre la Avenida Central y 2a calle poniente de la colonia centro de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: El Museo de la Ciudad, se encuentra ubicado en un edificio de estilo clasificado como “eclectico neocolonial poblano”, que data de 1942 y es una construcción “achaflanada”, de dos plantas, su portada corta el ángulo recto de la esquina. En él destacan su zaguán labrado y el relieve del escudo de Chiapas sobre el balcón. El Museo de la Ciudad tiene como objetivo investigar, rescatar, conservar, difundir y exaltar los valores espirituales y materiales del pasado y presente de Tuxtla y sus habitantes, proporcionando con esto, educación y deleite a los visitantes. Consta de la Sala de los Tuxtlecos, la Sala de Antecedentes Históricos de Tuxtla Gutiérrez y una sala para exposiciones temporales. Así también cuenta con dos áreas una en donde se ha recreado el Jardín de las Damas y la Casa Zoque.

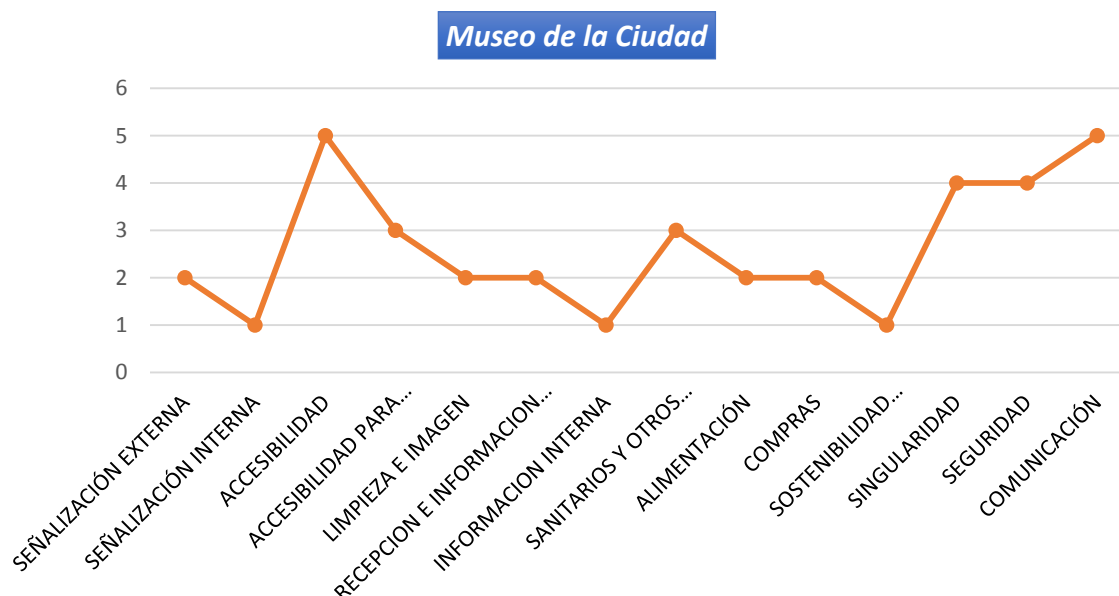
Actividades: Recorrido.

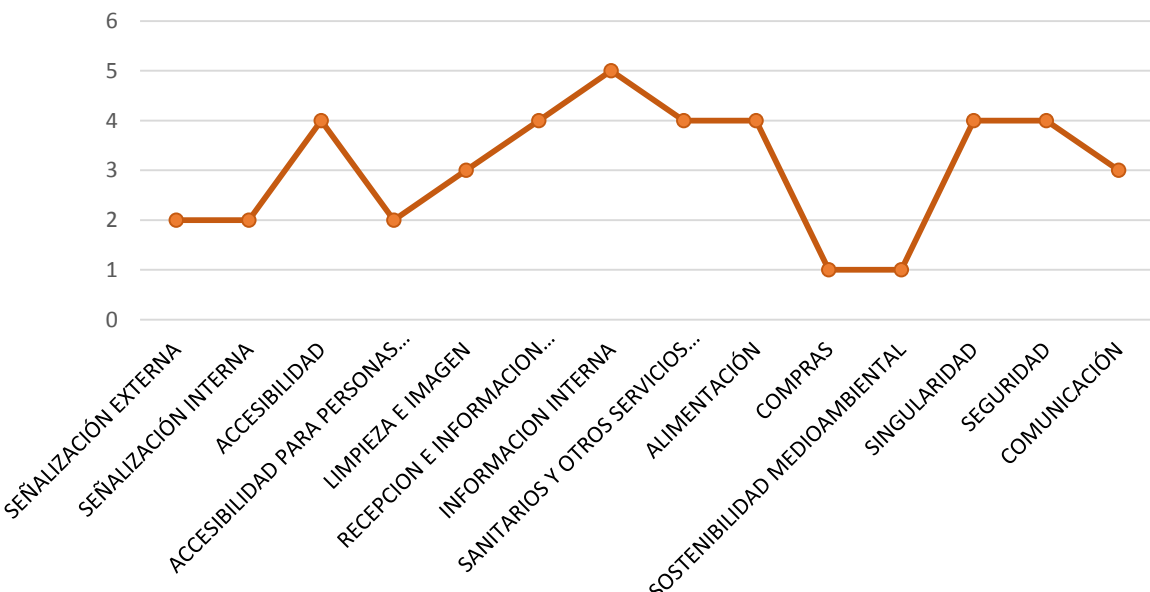
Imagen:



Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA.

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.



No.17	MUSEO DE LA MARIMBA “ZEFERINO NANDAYAPA”.																															
Localización: Ubicado en la calle 9ª poniente norte No. 115, esquina con la Avenida Central de esta ciudad.		Tipo de Atractivo: Cultural.																														
Descripción: Museo de exposición de la marimba, desde su creación así como diversos compositores. El espacio fue construido con el objetivo de rendir homenaje al instrumento que es representativo el estado de Chiapas, a través del cual se fomenta, estimula, conserva la cultura marimbística.																																
Actividades: Recorrido, tocar marimba, documentales (historia).																																
Imagen:																																
																																
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA.																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente.																																
Museo de la Marimba  <table><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>2</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>2</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...</td><td>2</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>3</td></tr><tr><td>RECEPCION E INFORMACION...</td><td>4</td></tr><tr><td>INFORMACION INTERNA</td><td>5</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td><td>4</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>4</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>1</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>1</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>3</td></tr></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2	SEÑALIZACIÓN INTERNA	2	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	2	LIMPIEZA E IMAGEN	3	RECEPCION E INFORMACION...	4	INFORMACION INTERNA	5	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	4	ALIMENTACIÓN	4	COMPRAS	1	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	1	SINGULARIDAD	4	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	3
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	2																															
ACCESIBILIDAD	4																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	2																															
LIMPIEZA E IMAGEN	3																															
RECEPCION E INFORMACION...	4																															
INFORMACION INTERNA	5																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	4																															
ALIMENTACIÓN	4																															
COMPRAS	1																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	1																															
SINGULARIDAD	4																															
SEGURIDAD	4																															
COMUNICACIÓN	3																															

No.18 MUSEO DE PALEONTOLOGÍA “ELISEO PALACIOS AGUILERA”.

Localización: Se ubica en la Calzada de los Hombres Ilustres, Col. Centro, Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Adjunto al Jardín y Museo Botánico.

Tipo de Atractivo:
Cultural.

Descripción: Presenta una colección permanente dedicada a la disciplina de la paleontología pero haciendo un recorrido al pasado de los territorios chiapanecos a través principalmente de fósiles y restos paleontológicos, con lo que tiene una marcada identidad local. Asimismo incluye un espacio exclusivamente dedicado al ámbar, resina fósil de la que Chiapas es uno de los mayores yacimientos a nivel mundial, y que es típica en los adornos utilizados por la población de la zona. Está acreditado como Centro de Educación Ambiental por el CECADESU (Centro de Capacitación y de Educación para el Desarrollo Sustentable) de la SEMARNAT.

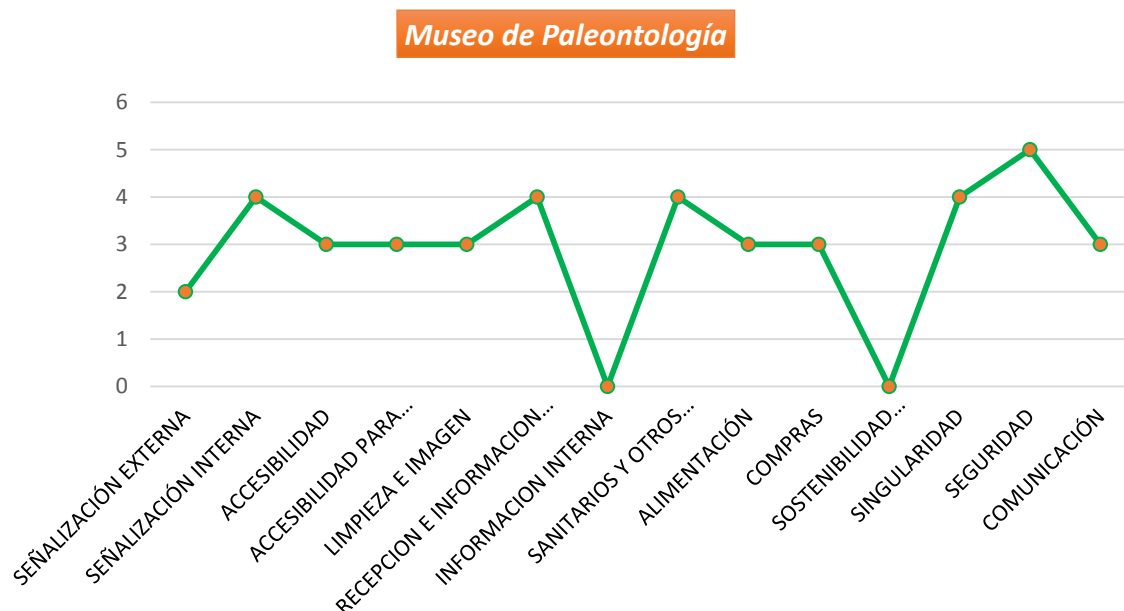
Actividades: Recorrido y observación.

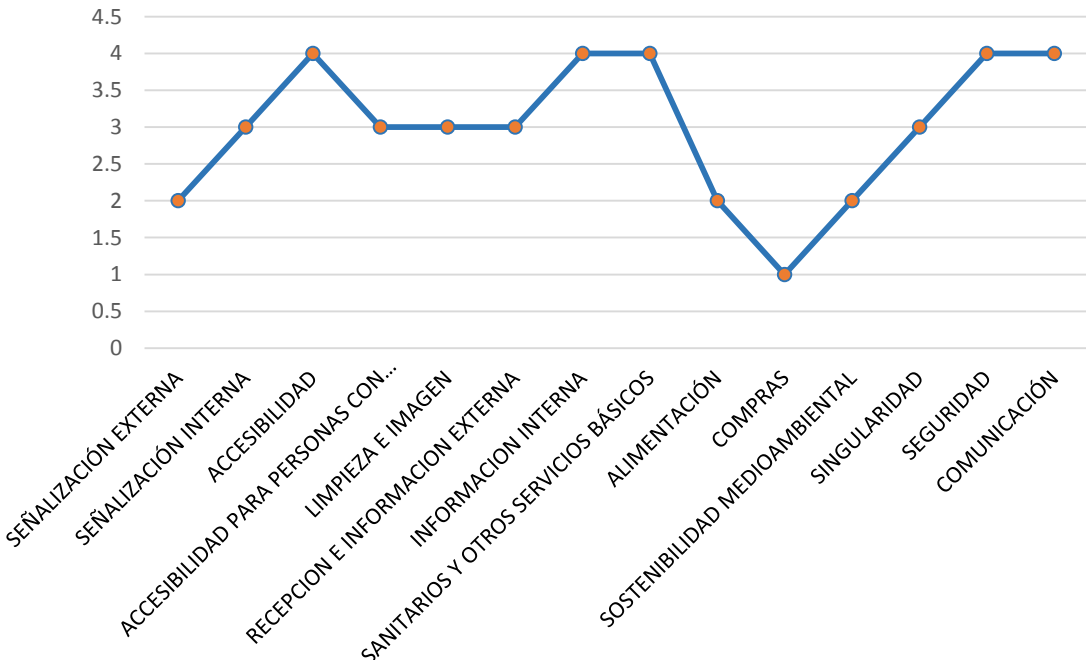
Imagen:



Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente



No.19	MUSEO REGIONAL DE CHIAPAS.																															
Localización: Se ubica en la Calzada de Los Hombres Ilustres No. 885 del lado oriente de esta ciudad.		Tipo de Atractivo: Cultural.																														
Descripción: Este museo, realizado por Juan Miramontes Nájera, obtuvo el primer premio de la Unión de Arquitectos de Bulgaria en 1985. La construcción del edificio se inició en 1979 y fue concluido en 1982, fue reinaugurado el 14 de septiembre de 1984 se muestran 2 salas, sala de arqueología y de historia.																																
Actividades: Visitas guiadas, fotografía, talleres.																																
Imagen:																																
																																
Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																																
Museo Regional de Chiapas <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>2</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>3</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...</td><td>3</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>3</td></tr><tr><td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td><td>3</td></tr><tr><td>INFORMACION INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BASICOS</td><td>4</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>2</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>1</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>2</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>3</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>4</td></tr></tbody></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2	SEÑALIZACIÓN INTERNA	3	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	3	LIMPIEZA E IMAGEN	3	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	3	INFORMACION INTERNA	4	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BASICOS	4	ALIMENTACIÓN	2	COMPRAS	1	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	2	SINGULARIDAD	3	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	4
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	3																															
ACCESIBILIDAD	4																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	3																															
LIMPIEZA E IMAGEN	3																															
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	3																															
INFORMACION INTERNA	4																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BASICOS	4																															
ALIMENTACIÓN	2																															
COMPRAS	1																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	2																															
SINGULARIDAD	3																															
SEGURIDAD	4																															
COMUNICACIÓN	4																															

No. 20

MUSEO ZOOLOGICO.

Localización: Se ubica en la Calzada Cerro Hueco, sin número, de la colonia Zapotal, dentro del Zoológico Regional de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: Nace en 1942 tiene como finalidad exhibir fauna regional inerte y viva. Escenifica una muestra de los ecosistemas presentes en el estado de Chiapas como herramienta innovadora recreativa y didáctica de gran valor, resaltando la importancia de la biodiversidad.

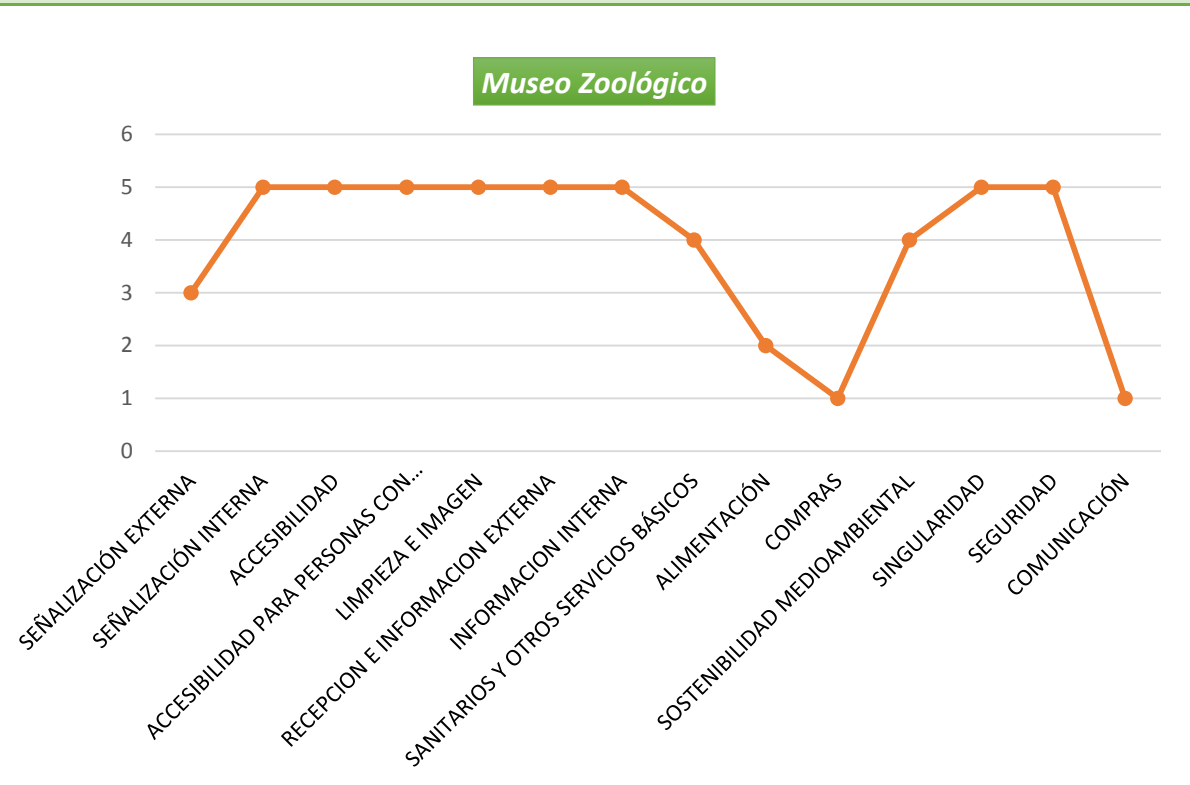
Actividades: Recorridos guiados, fotografía, talleres.

Imagen:



Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA

Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente



No. 21

MUSEO ZOQUE.

Localización: Se ubica en la Avenida Central y 1ª calle Oriente N°. 13, del Parque Central del Ejido de Copoya de esta ciudad.

Tipo de Atractivo: Cultural.

Descripción: fue inaugurado en el año del 2006, este recinto tiene como finalidad la apreciación de los elementos que identifican a la Cultura Zoque, apreciar las diferentes danzas que realizaban y la vestimenta que utilizaban así como la historia de dicha etnia.

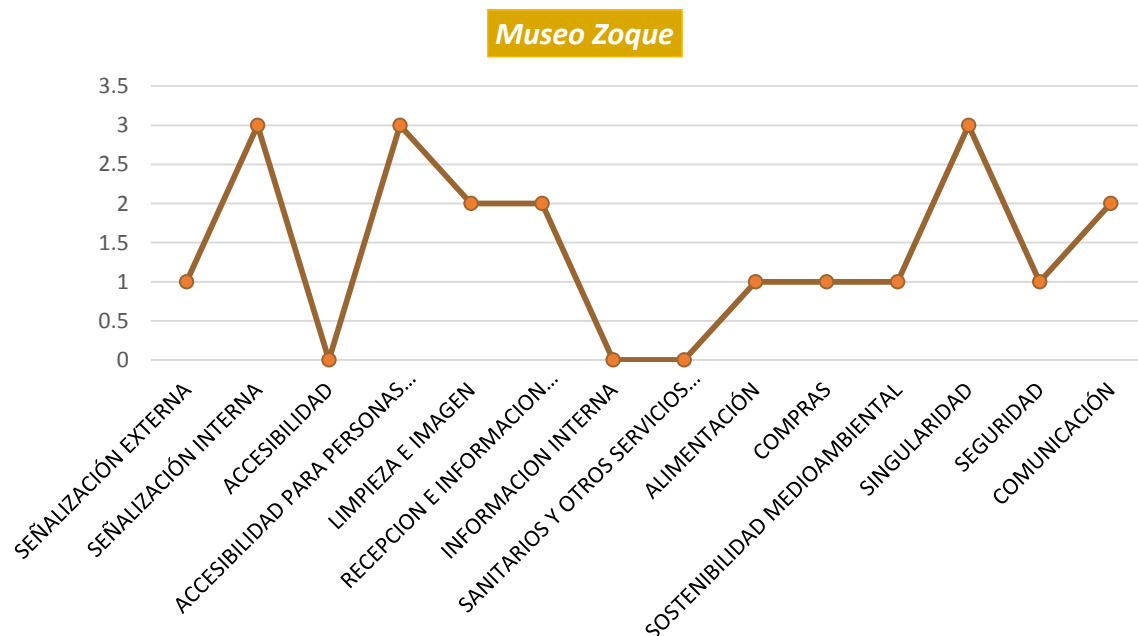
Actividades: Visitas guiadas, proyecciones inglés-español, talleres de tambor y carrizo, bailes regionales.

Imagen:



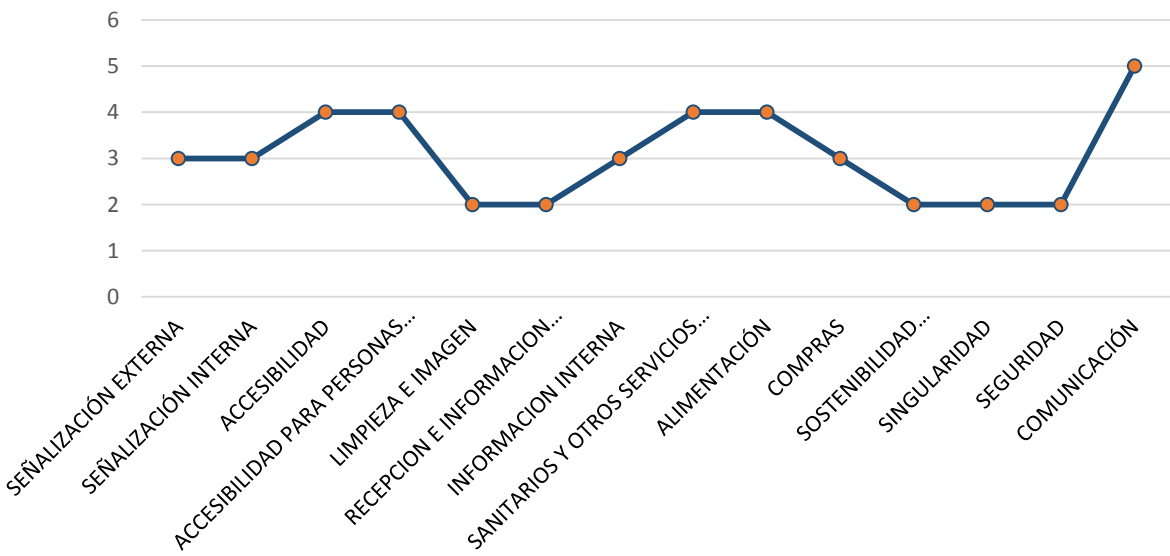
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA

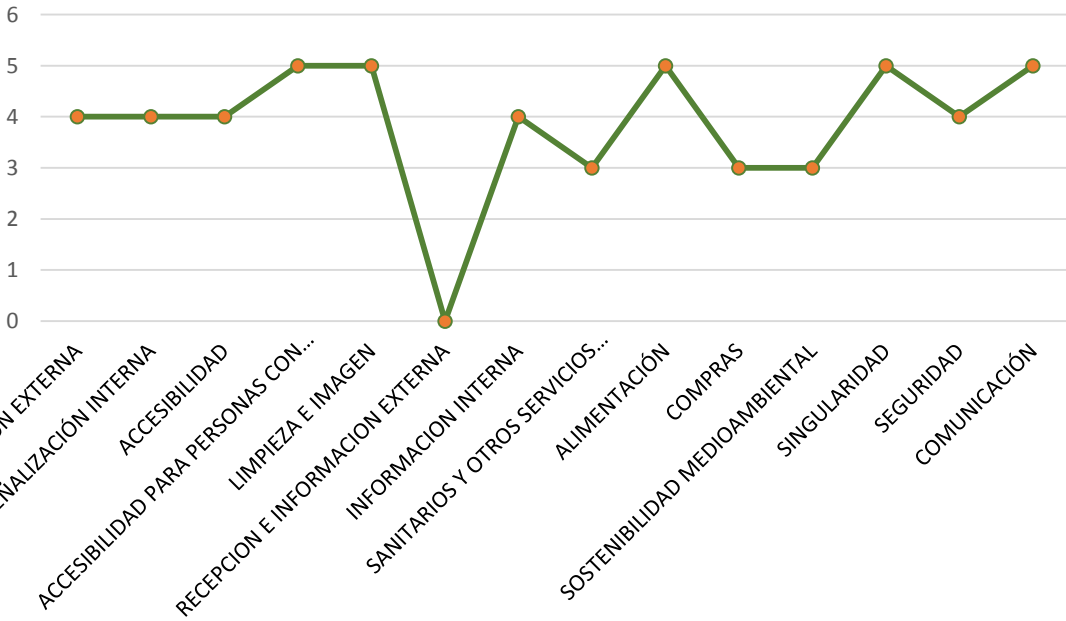
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente

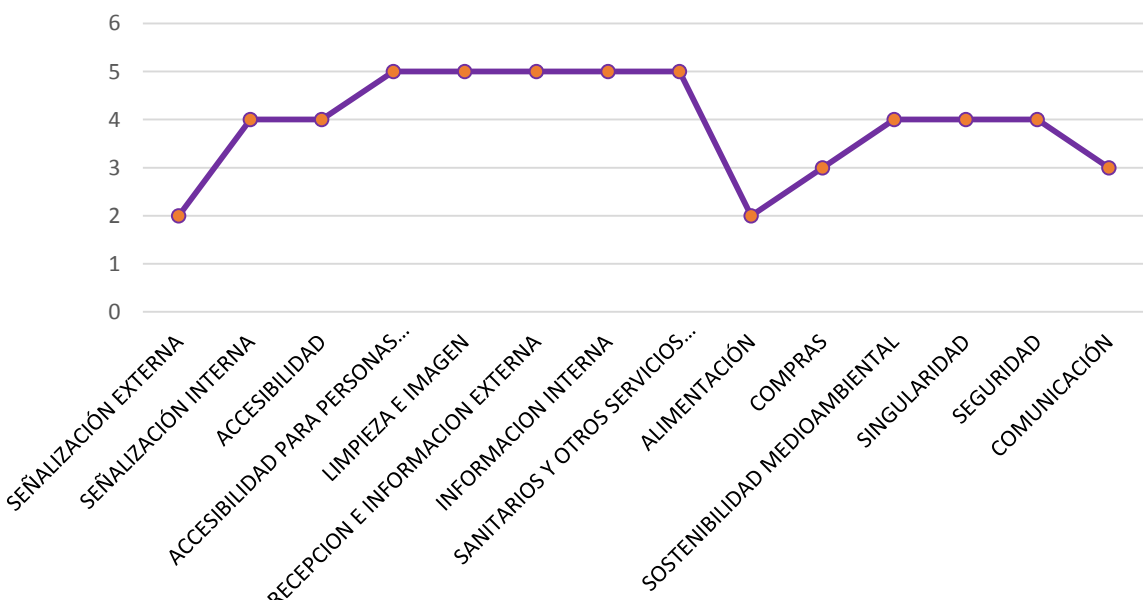


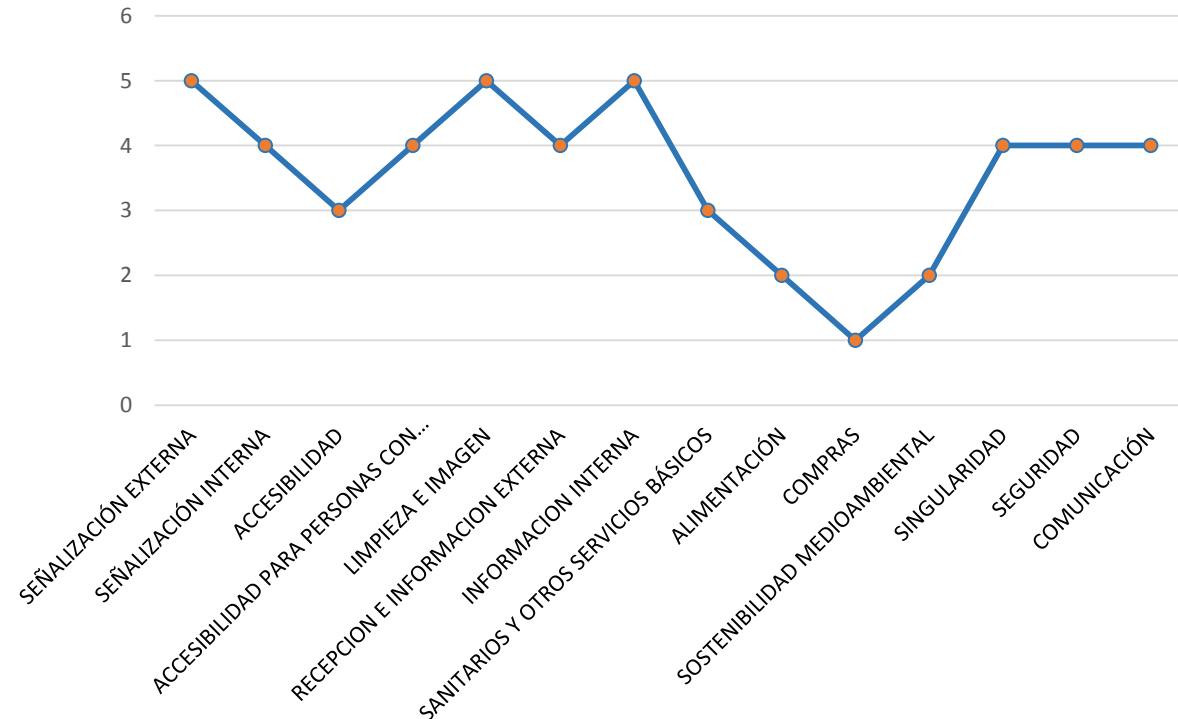
No. 22	PARQUE AMIKÚU.																												
Localización: Se encuentra dentro del Cañón del Sumidero en el embarcadero Marina Amikúu: Carretera Tuxtla-Chiapa de Corzo Km. 11	Tipo de Atractivo: Natural y/o paisajístico.																												
Descripción: Se encuentra dentro del área natural protegida del Parque Nacional Cañón del Sumidero. Es una superficie que reúne un conjunto de servicios de transportación (Marina Amikúu), alimentos, bebidas, tienda de suvenires, actividades recreativas y de contacto con especies, áreas de exhibición de especies como cocodrilos y jaguares, así como actividades de aventura.																													
Actividades: Tirollesa, escalada, kayak, rappel, contacto animal. Uso de alberca, visita al Museo, recorrido por el parque.																													
Imagen:																													
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA																													
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																													
Parque Amikúu <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Puntuación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>LIMPIEZA E IMAGEN</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>RECEPCION E INFORMACION...</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>ALIMENTACIÓN</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>COMPRAS</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>SINGULARIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SEGURIDAD</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>COMUNICACIÓN</td> <td>2</td> </tr> </tbody> </table>		Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	4	SEÑALIZACIÓN INTERNA	5	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	4	LIMPIEZA E IMAGEN	4	RECEPCION E INFORMACION...	4	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3	ALIMENTACIÓN	4	COMPRAS	0	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	0	SINGULARIDAD	4	SEGURIDAD	3	COMUNICACIÓN	2
Categoría	Puntuación																												
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	4																												
SEÑALIZACIÓN INTERNA	5																												
ACCESIBILIDAD	4																												
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	4																												
LIMPIEZA E IMAGEN	4																												
RECEPCION E INFORMACION...	4																												
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3																												
ALIMENTACIÓN	4																												
COMPRAS	0																												
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	0																												
SINGULARIDAD	4																												
SEGURIDAD	3																												
COMUNICACIÓN	2																												

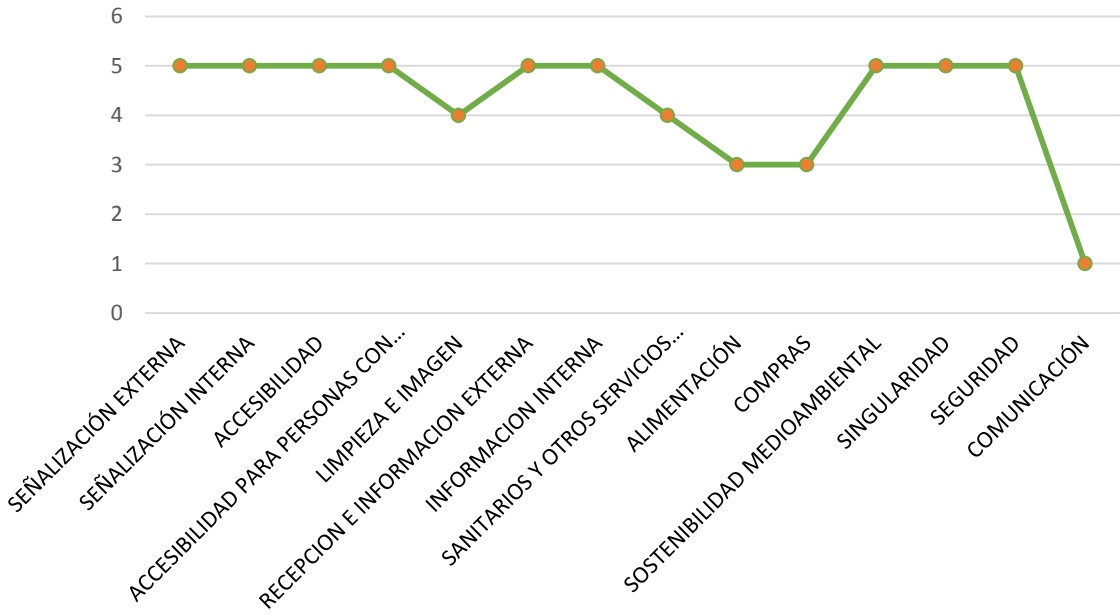
No. 23	PARQUE BICENTENARIO.																														
Localización: Se ubica en la Avenida Central y Calle 13 poniente Sur de la Colonia Moctezuma de esta ciudad.	Tipo de Atractivo: Ocio/ esparcimiento/ recreación.																														
Descripción: El parque cuenta con áreas de juegos infantiles, área para realizar eventos públicos, venta de alimentos y baños. El Parque Bicentenario se bautizó con ese nombre tras la celebración de 200 años de independencia en México, luego de remodelar el antiguo "Parque Morelos".																															
Actividades: Ejercicio, bicicleta, juegos infantiles, áreas de descanso, caminata, venta de alimentos y bebidas.																															
Imagen:																															
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA																															
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																															
Parque Bicentenario <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Puntuación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>LIMPIEZA E IMAGEN</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>INFORMACION INTERNA</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>ALIMENTACIÓN</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>COMPRAS</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>SINGULARIDAD</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>SEGURIDAD</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>COMUNICACIÓN</td> <td>5</td> </tr> </tbody> </table>		Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2	SEÑALIZACIÓN INTERNA	3	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	4	LIMPIEZA E IMAGEN	2	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	2	INFORMACION INTERNA	1	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3	ALIMENTACIÓN	2	COMPRAS	2	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	4	SINGULARIDAD	2	SEGURIDAD	2	COMUNICACIÓN	5
Categoría	Puntuación																														
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2																														
SEÑALIZACIÓN INTERNA	3																														
ACCESIBILIDAD	4																														
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	4																														
LIMPIEZA E IMAGEN	2																														
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	2																														
INFORMACION INTERNA	1																														
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3																														
ALIMENTACIÓN	2																														
COMPRAS	2																														
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	4																														
SINGULARIDAD	2																														
SEGURIDAD	2																														
COMUNICACIÓN	5																														

No.24	PARQUE CONVIVENCIA INFANTIL.																													
Localización: Prolongación de la 5a. Norte (Junto al Planetario.)		Tipo de Atractivo: Esparcimiento/ocio y diversión.																												
Descripción: Es un parque de diversiones donde existen juegos mecánicos, restaurantes, cursos de verano, talleres de pintura y danza.																														
Actividades: actividades recreativas, cursos de verano, representaciones teatrales, gastronomía, compras.																														
Imagen:																														
																														
Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA																														
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																														
Parque Convivencia Infantil  <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Calificación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>3</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>3</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...</td><td>4</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>2</td></tr><tr><td>RECEPCION E INFORMACION...</td><td>2</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td><td>3</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>4</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>3</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD...</td><td>2</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>2</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>2</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>5</td></tr></tbody></table>			Categoría	Calificación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	3	SEÑALIZACIÓN INTERNA	3	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	4	LIMPIEZA E IMAGEN	2	RECEPCION E INFORMACION...	2	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3	ALIMENTACIÓN	4	COMPRAS	3	SOSTENIBILIDAD...	2	SINGULARIDAD	2	SEGURIDAD	2	COMUNICACIÓN	5
Categoría	Calificación																													
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	3																													
SEÑALIZACIÓN INTERNA	3																													
ACCESIBILIDAD	4																													
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	4																													
LIMPIEZA E IMAGEN	2																													
RECEPCION E INFORMACION...	2																													
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3																													
ALIMENTACIÓN	4																													
COMPRAS	3																													
SOSTENIBILIDAD...	2																													
SINGULARIDAD	2																													
SEGURIDAD	2																													
COMUNICACIÓN	5																													

No. 25	PARQUE JARDÍN DE LA MARIMBA.																															
Localización: Se ubica en la Avenida Central entre las calles 8ª y 9ª poniente norte de esta ciudad.		Tipo de Atractivo: Esparcimiento/ ocio/ diversión + acontecimientos programados.																														
Descripción: Es un parque representativo de la capital destacado por un kiosco central donde todos los días se puede apreciar música de marimba en vivo desde las 6 de la tarde a 9 de la noche; los días miércoles y viernes hay transmisión en vivo del canal 10 local de Tuxtla Gutiérrez..																																
Actividades: Recorrido por el parque, baile, consumo de alimentos y bebidas.																																
Imagen:																																
 																																
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																																
Parque Jardín de la Marimba <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...</td><td>5</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>5</td></tr><tr><td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td><td>0</td></tr><tr><td>INFORMACION INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td><td>3</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>5</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>3</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>3</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>5</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>5</td></tr></tbody></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	4	SEÑALIZACIÓN INTERNA	4	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	5	LIMPIEZA E IMAGEN	5	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	0	INFORMACION INTERNA	4	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3	ALIMENTACIÓN	5	COMPRAS	3	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	3	SINGULARIDAD	5	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	5
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	4																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	4																															
ACCESIBILIDAD	4																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	5																															
LIMPIEZA E IMAGEN	5																															
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	0																															
INFORMACION INTERNA	4																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	3																															
ALIMENTACIÓN	5																															
COMPRAS	3																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	3																															
SINGULARIDAD	5																															
SEGURIDAD	4																															
COMUNICACIÓN	5																															

No. 26	PLANETARIO TUXTLA “JUAN SABINES GUTIÉRREZ”																															
Localización: Se ubica en la prolongación de la 5a. Norte (Junto a Convivencia Infantil)		Tipo de Atractivo: Cultural.																														
Descripción: Se inaugura el 6 de diciembre, a partir de marzo se inicia a cobrar. Cuenta con 4 salas: La Planetaria, dedicada a la proyección de películas y documentales; Universo, cuenta con 11 equipos interactivos y 10 pantallas informativas; Terraza Astronómica: Para observar directamente los cuerpos celestes; Patio Equinoccios: Para contemplar los astros de forma armoniosa y a simple vista.																																
Actividades: Visitas guiadas, talleres para niños, proyecciones.																																
Imagen: 																																
Fuente: Fotografía tomada por el equipo de investigación del CITA.																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																																
Planetario Tuxtla <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>2</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...</td><td>5</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>5</td></tr><tr><td>RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA</td><td>5</td></tr><tr><td>INFORMACIÓN INTERNA</td><td>5</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td><td>5</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>2</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>3</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>4</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>3</td></tr></tbody></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2	SEÑALIZACIÓN INTERNA	4	ACCESIBILIDAD	4	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	5	LIMPIEZA E IMAGEN	5	RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA	5	INFORMACIÓN INTERNA	5	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	5	ALIMENTACIÓN	2	COMPRAS	3	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	4	SINGULARIDAD	4	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	3
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	2																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	4																															
ACCESIBILIDAD	4																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS...	5																															
LIMPIEZA E IMAGEN	5																															
RECEPCIÓN E INFORMACIÓN EXTERNA	5																															
INFORMACIÓN INTERNA	5																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	5																															
ALIMENTACIÓN	2																															
COMPRAS	3																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	4																															
SINGULARIDAD	4																															
SEGURIDAD	4																															
COMUNICACIÓN	3																															

No.27	TEATRO DE LA CIUDAD “EMILIO RABASA”.																															
Localización: Se ubica en la Calzada de los Hombres Ilustres y calle 5a norte oriente, sin número, de la colonia centro de esta ciudad.		Tipo de Atractivo: Acontecimientos programados.																														
Descripción: Fue inaugurado el 20 de noviembre de 1982, cuenta con 1186 butacas, con 3 camerinos, 2 vestidores, cuenta con cancha acústica para sinfónico.																																
Actividades: Espectáculos (danza, teatro, música, exposiciones, shows).																																
Imagen:																																
																																
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA																																
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																																
Teatro de la Ciudad "Emilio Rabasa"  <table><thead><tr><th>Categoría</th><th>Puntuación</th></tr></thead><tbody><tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>5</td></tr><tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>3</td></tr><tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...</td><td>4</td></tr><tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>5</td></tr><tr><td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td><td>4</td></tr><tr><td>INFORMACION INTERNA</td><td>5</td></tr><tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS</td><td>3</td></tr><tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>2</td></tr><tr><td>COMPRAS</td><td>1</td></tr><tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>2</td></tr><tr><td>SINGULARIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>SEGURIDAD</td><td>4</td></tr><tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>4</td></tr></tbody></table>			Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	5	SEÑALIZACIÓN INTERNA	4	ACCESIBILIDAD	3	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	4	LIMPIEZA E IMAGEN	5	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	4	INFORMACION INTERNA	5	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3	ALIMENTACIÓN	2	COMPRAS	1	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	2	SINGULARIDAD	4	SEGURIDAD	4	COMUNICACIÓN	4
Categoría	Puntuación																															
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	5																															
SEÑALIZACIÓN INTERNA	4																															
ACCESIBILIDAD	3																															
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	4																															
LIMPIEZA E IMAGEN	5																															
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	4																															
INFORMACION INTERNA	5																															
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS BÁSICOS	3																															
ALIMENTACIÓN	2																															
COMPRAS	1																															
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	2																															
SINGULARIDAD	4																															
SEGURIDAD	4																															
COMUNICACIÓN	4																															

No.28	ZOOLÓGICO REGIONAL "MIGUEL ALVAREZ DEL TORO" (ZOOMAT).																														
Localización: ubicado en la Calzada Cerro Hueco, sin número, Col. Zapotal (Reserva ecológica).	Tipo de Atractivo: Natural y/o paisajístico.																														
Descripción: Zoológico representativo del Estado por tener en exhibición flora y fauna endémica.																															
Actividades: Recorrido nocturno, caminatas, consumo de alimento y bebidas, fotografía, talleres recreativos y cursos de verano.).																															
Imagen: 																															
Fuente: Fotografías tomadas por el equipo de investigación del CITA																															
Valores de la gráfica: 0-Nulo, 1 - Muy deficiente, 2 - Deficiente, 3 - Regular, 4 - Bueno y 5 – Excelente																															
Zoomat  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Puntuación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>SEÑALIZACIÓN EXTERNA</td><td>5</td></tr> <tr><td>SEÑALIZACIÓN INTERNA</td><td>5</td></tr> <tr><td>ACCESIBILIDAD</td><td>5</td></tr> <tr><td>ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...</td><td>5</td></tr> <tr><td>LIMPIEZA E IMAGEN</td><td>4</td></tr> <tr><td>RECEPCION E INFORMACION EXTERNA</td><td>5</td></tr> <tr><td>INFORMACION INTERNA</td><td>5</td></tr> <tr><td>SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...</td><td>4</td></tr> <tr><td>ALIMENTACIÓN</td><td>3</td></tr> <tr><td>COMPRAS</td><td>3</td></tr> <tr><td>SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL</td><td>5</td></tr> <tr><td>SINGULARIDAD</td><td>5</td></tr> <tr><td>SEGURIDAD</td><td>5</td></tr> <tr><td>COMUNICACIÓN</td><td>1</td></tr> </tbody> </table>		Categoría	Puntuación	SEÑALIZACIÓN EXTERNA	5	SEÑALIZACIÓN INTERNA	5	ACCESIBILIDAD	5	ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	5	LIMPIEZA E IMAGEN	4	RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	5	INFORMACION INTERNA	5	SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	4	ALIMENTACIÓN	3	COMPRAS	3	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	5	SINGULARIDAD	5	SEGURIDAD	5	COMUNICACIÓN	1
Categoría	Puntuación																														
SEÑALIZACIÓN EXTERNA	5																														
SEÑALIZACIÓN INTERNA	5																														
ACCESIBILIDAD	5																														
ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON...	5																														
LIMPIEZA E IMAGEN	4																														
RECEPCION E INFORMACION EXTERNA	5																														
INFORMACION INTERNA	5																														
SANITARIOS Y OTROS SERVICIOS...	4																														
ALIMENTACIÓN	3																														
COMPRAS	3																														
SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	5																														
SINGULARIDAD	5																														
SEGURIDAD	5																														
COMUNICACIÓN	1																														

Destino:	Tuxtla Gutiérrez				
Número del Indicador	Nombre del Indicador	Código	Cuantitativa	Cualitativa	Datos
Oferta Turística					
1	Número de museos	OT1	X		12
2	Número de monumentos	OT2	X		37
3	Número de restaurantes y bares	OT3	X		265*
4	Número de agencias de viajes	OT4	X		82
5	Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino	OT5	X		0
6	Número de cuartos de hotel	OT6	X		4749
7	Número de establecimientos de alimentos y bebidas	OT7	X		406
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		ND
12	Total de rutas turísticas	OT12	X		0
13	Número de hoteles por categoría	OT13	X		120
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		#¡REF!
17	Estadía promedio de turistas (días)	OT17	X		1.4
18	Número de actividades de ocio disponibles	OT18	X		ND
19	Nº de plazas disponibles en centros de Convenciones, eventos y congresos en el destino (nueva variable sugerida por el equipo técnico)	OT19	X		56373
20	% De ocupación hotelera.	OT20	X		0.4146
21	Turistas promedio/día	OT21			2497
22	Pernoctas de turistas	OT22			911,464
23	Índice de estacionalidad turística	OT23			Descriptivo
24	Número total de áreas protegidas presentes en el destino	OT24			4
Democratización de la Productividad Turística					
1	Tasa de crecimiento del empleo en el sector turístico	DP1	X		2,22 %
2	Nivel de bienestar (calidad de vida)	DP2		X	
3	Salario promedio diario de cotización	DP3	X		202.81
4	Número de empleos (directos) en el sector turístico	DP4	X		4749
5	Tasa de desocupación	DP5	X		2,95
6	Índice de Rezago Social	DP6	X		(-1,06370)
7	Índice de Marginación	DP7	X		(-1344765443)
8	Medición del Impacto social y productivo del Turismo - SAM	DP8		X	
9	Encadenamiento productivo del sector	DP9		X	
10	PIB Turístico del destino	DP10			ND
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		3
3	Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado	ST3	X		98,93%
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		1
7	Áreas naturales protegidas	ST7	X		4
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		1
17	Certificado Programa Playas Limpias	ST17	X		NA
18	Programas Balnearios Naturales Limpios de agua dulce	ST18	X		NA
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	
22	% de población y negocios atendidos por el sistema de manejo integral de desechos sólidos	ST22			100% población 90% r
23	% de agua residual que recibe tratamiento en Tuxtla Gutiérrez	ST23			ND
24	Programas de Manejo de las Areas Naturales Protegidas	ST24			
Formación y certificación					
1	Grado promedio de escolaridad	FC1	X		10
2	Recursos humanos calificados para atender el sector turismo	FC2	X		Múltiple
3	Porcentaje de personal del destino con educación turística	FC3	X		ND
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		7
7	Porcentaje de empresas con distintivo M	FC7	X		41 vigentes
8	Número de guías de turistas certificados	FC8	X		12
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
11	Nº de ciudadanos tuxtlecos que participaron en iniciativas de concientización turística	FC11			#¡REF!
12	% de personal de las principales empresas turísticas que dominan un idioma diferente al español o su lengua nativa	FC12			Muy bajo
Accesibilidad e Infraestructura					
1	Conectividad aérea	AI1	X		1742
2	Existencia de servicios de apoyo al turista	AI2	X		6
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		Por temporada
6	Reglamento de imagen urbana vigente	AI6		X	
7	Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados	AI7	X		ND
8	Acceso a servicios básicos	AI8		X	
9	Flujo de Personas y Medios de Transporte	AI9	X		9082
Seguridad Patrimonial y Física					
1	Percepción del nivel de inseguridad	SP1		X	
2	Porcentaje de delitos menores en relación a la población	SP2	X		ND
3	Número de policías en relación a la población	SP3	X		997
4	Incidencia delictiva	SP4	X		20
5	Delitos a mano armada	SP5	X		732
6	Homicidios dolosos	SP6	X		60
7	Delitos a las instituciones de banca y crédito	SP7	X		0
8	Delitos contra la salud	SP8	X		4
9	Delitos no denunciados	SP9	X		ND
10	Denuncias del fuero común	SP10	X		7010
11	Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles	SP11	X		ND
12	Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial	SP12	X		ND

13	Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)	SP13	X	0% población atendida. 90% d	
14	Volumen reciclado de desechos	SP14	X		ND
15	Programas para el manejo de residuos peligrosos	SP15	X		ND
16	Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)	SP16	X		129
17	Nº de accidentes viales	SP17			1112
18	Nivel de contaminación atmosférica de Tuxtla Gutiérrez (Índice Metropolitano de la Calidad del Aire-IMECA).	SP18			Buena
Promoción y Comercialización					
1	Porcentaje de visitantes y turistas que regresan	PC1	X		ND
2	Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino	PC2	X		ND
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		1
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		3
11	Diseño y vigencia del Plan de Marketing local y Estatal	PC11			NO
12	Nº de agencias receptoras que comercializan el destino Tuxtla Gutiérrez	PC12			8
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		ND
15	Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal	GD15	X		\$129'792,043.96 (es
16	Planes estratégicos y operativos de corto, mediano y largo plazo	GD16			SI
17	Controles y sistemas de planeación	GD17			NO
18	Identificación de agentes de desarrollo local	GD18			SI
19	% de asistencia en las reuniones del Consejo Municipal de Turismo (variable incluida por el equipo técnico).	GD19			0.3
20	% de acciones y eventos turísticos con participación de la sociedad local que son programados desde el Consejo Municipal de Turismo.	GD20			4
21	% de proporcionalidad de actores participantes en el Comité Consultivo de Turismo Municipal	GD21			Descriptivo

TICs e información al turista					
1	Portal de internet del destino	TI1		X	3 1 19 1033* 5.2* 58.3 * ND 7 ND
2	Información actualizada en el portal de internet del destino	TI2		X	
3	Acceso a internet en sitios públicos	TI3	X		
4	Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	TI4	X		
5	Indicadores de localización del destino	TI5	X		
6	Hits de visitas al portal del destino	TI6	X		
7	Líneas telefónicas	TI7	X		
8	Teléfonos móviles	TI8	X		
9	Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico	TI9	X		
10	Existencias de puntos de información turística	TI10	X		
11	Sistema de Información Estadística del Turismo	TI11		X	
12	Inversión en posicionamiento web del portal oficial del destino	TI12	x		

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **OT1**

Número de museos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 12

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Indicador cuantitativo. Número de museos presentes en Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Tuxtla Gutiérrez cuenta con los siguientes museos: Museo Regional de Chiapas; Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología (MUCH); Museo de Paleontología "Eliseo Palacios Aguilera"; Museo del Cocodrilo; Museo Botánico "Dr.Faustino Miranda"; Museo de la Marimba "Zeferino Nandayapa"; Museo de la Ciudad; Museo del Café; Museo Zoque; Museo del Zoológico César Domínguez Flores, Zoológico Miguel Álvarez del Toro; Jardín Botánico "Faustino Miranda".

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

FUENTE 1.- Página Red de Museos de Chiapas
<http://museos.chiapas.gob.mx/Museos/Museo05Regional#>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Chiapas
<http://museos.chiapas.gob.mx/Museos/Museo05Regional#>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **OT2**

Número de monumentos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

37

¿Qué mide el indicador/variable?

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción del Indicador El n° de monumentos presentes en Tuxtla Gutiérrez, considerando como monumentos aquellos señalados en el inventario de recursos de la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez más aquellos señalados como Monumentos Históricos por determinación de ley

Descripción Del inventario de atractivos turísticos facilitado por la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, el equipo técnico identificó la presencia de 7 monumentos, siendo estos los siguientes: Catedral de San Marcos, Santuario del Glorioso Cristo de Chiapas ("Cristo de Copoya"), Esculturas de la "Calzada de las Etnias"; Edificio del Museo de la Ciudad; Monumento a la bandera (sito en el interior del "Parque Bicentenario"), Calzada de los Hombres Ilustres y el edificio del Museo del Café. Sólo dos de estos monumentos presentes en el inventario de atractivos turísticos por la Dirección de Turismo Municipal, forman parte de la lista de 33 inmuebles presentes en Tuxtla Gutiérrez que son considerados "Monumentos históricos por Determinación de Ley" (quince inmuebles) o "Inmuebles de Arquitectura Tradicional vernácula que amerita ser conservado" (dieciocho inmuebles) por el INAH Chiapas. Estos son: la Catedral de San Marcos (monumento histórico por determinación de ley) y el Monumento a la Bandera (Inmueble de arquitectura tradicional vernácula que amerita ser protegido). Resaltar el hecho de que de esos treinta y tres inmuebles con valor histórico/arquitectónico sólo dos se encuentran "puestos en valor" como atractivos de tipo monumental en el inventario de atractivos turísticos de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. (Anexos: Inventario de Atractivos Turísticos. Turismo Municipal. Junio 2013 / Listado de Inmuebles Históricos. Centro INAH Chiapas / Listado de Inmuebles Tradicionales. Centro INAH Chiapas)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

FUENTE 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. **FUENTE 2.-** Dirección Centro INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), Chiapas. Mtro. Miguel Ángel Riva Palacio.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo
Otro: **FUENTE 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.
FUENTE 2.- Dirección Centro INAH (Instituto

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **3**
Código de Indicador: **OT3**

Número de restaurantes y bares

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

265*

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° de restaurantes y bares que aparecen especificados como tal en el inventario proporcionado por la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : La Ciudad de Tuxtla Gutiérrez cuenta con una amplia oferta gastronómica en donde es posible encontrar establecimientos que expenden comida típica, nacional e internacional, (española, italiana, argentina, china, japonesa, así como platillos vegetarianos, pescados y mariscos. También cuenta con cafeterías, establecimientos de comida rápida, fondas y cocinas económicas, taquerías y torterías, bares. *NOTA: El equipo técnico ha detectado que en los directorios proporcionados se encuentran establecimientos no vigentes. (Anexo: Directorio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. SECTUR Estatal. Julio 2013. / Directorio de Vida Nocturna SECTUR ESTATAL julio 2013)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Registro Nacional de Turismo

Otro: **FUENTE 1.-** Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **OT4**

Número de agencias de viajes

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

82

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° total de agencias de viajes catalogadas en Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción En Tuxtla Gutiérrez están catalogadas un total de 82 agencias de viajes, según directorio proporcionado por SECTUR Estatal al mes de julio 2013, de las cuales 7 son mayoristas, 27 tour operadoras, 47 minoristas y 1 clasificada como agencia especializada. Sin embargo la información proporcionada por la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal al mes de junio 2013 indica: un total de 56 agencias de viajes, quedando distribuidas en: 6 mayoristas; 36 minoristas; y 14 Tour Operadoras. (Anexo: Directorio de Agencias de Viajes. SECTUR Estatal. Julio 2013. / Directorio Agencias de Viajes . Turismo Municipal. Junio 2013)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013. Información proporcionada el 23/08/13. **FUENTE 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra.15/06/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **FUENTE 1.-** Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013. Información proporcionada el 23/08/13. **FUENTE 2.-** Dirección de Desarrollo

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **OT5**

Existencia de zonas arqueológicas dentro de destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° de zonas arqueológicas presentes en el Destino de Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción El municipio de Tuxtla Gutiérrez no cuenta con zona arqueológica alguna, designada por el INAH, pero se encuentra extremadamente cerca de la zona arqueológica de Chiapa de Corzo. Asimismo el aeropuerto de Tuxtla Gutiérrez es referencia principal de entrada al Estado de Chiapas, donde se encuentran zonas arqueológicas de relevancia nacional e internacional como Palenque, Toniná, Yaxchilán, etc.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Página web del INAH. <http://www.inah.gob.mx/>

Periodicidad de actualización:

No aplica

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **FUENTE 1.** <http://www.inah.gob.mx/>

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **6**
Código de Indicador: **OT6**

Número de cuartos de hotel

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

4749

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° total de cuartos de hotel disponibles en Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio. Se realiza especificación de cuartos por categoría en el apartado Detalles y Comentarios del Indicador.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Tuxtla Gutiérrez presenta un total de 4749 cuartos, distribuidos de la siguiente manera: 313 cuartos en Casas de Huéspedes y Posadas, 580 cuartos en hoteles de una estrella, 1,018 cuartos en hoteles de dos estrellas, 824 cuartos en hoteles de tres estrellas, 584 cuartos en hoteles de cuatro estrellas, 717 cuartos en hoteles de cinco estrellas, 619 cuartos en hoteles sin clasificar y en la categoría de suites y condominios: 12 cuartos en establecimientos de una estrella y 82 cuartos en tres estrellas. ([Anexo: Directorio de Alojamiento . SECTUR Estatal. Julio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **FUENTE 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 15/07/2013.

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **OT7**

Número de establecimientos de alimentos y bebidas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

406

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° de establecimientos y bebidas totales (incluyendo restaurantes y bares señalados en variable OT3) catalogados en Tuxtla Gutiérrez a fecha de Julio 2013.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción La Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas tiene catalogados un total de 351 establecimientos de alimentos y bebidas. Destacar que entre ellos encontramos una gran variedad de tipos de establecimiento, como: Restaurantes; establecimientos de comida rápida; establecimientos de cocina internacional; taquerías y torterías; fondas y cocinas económicas y cafeterías. (Anexo: Directorio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. SECTUR Estatal. Julio 2013)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

FUENTE 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **FUENTE 1.-** Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

☐
☐

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **OT8**

Afluencia de transporte local del destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo	(X)	Cuantitativo	()	Valor Observado:	Descriptivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: La variable se define como una variable cualitativa, descriptiva que busca conocer el estado actual del transporte a nivel municipal.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : La afluencia del transporte local del destino se considera buena, pero el transporte no presenta condiciones homogéneas de calidad, confort y seguridad. La afluencia del transporte local en el centro se considera de buena afluencia, pero hacia los atractivos dispersos es irregular. El sistema de transporte local se encuentra organizado por: Combis: 1672 unidades (ruta 1 a ruta 126), taxis: 2660 unidades, Conejibus ruta 1 (Avenida Central): 47 unidades regulares más 2 unidades con rampa para usuarios con capacidades diferentes, Conejibus ruta 2 (calle central): 21 unidades más 1 con rampa para usuarios con capacidades diferentes.

Método de obtención:

Observación directa	☒
Registros Administrativos	☐
Información Estatal	☐
Información de la Web	☒

Fuente:

Fuente 1.- Análisis del equipo técnico. **Fuente2.-** Página web de la Secretaría de Transportes del Gobierno del Estado de Chiapas. www.st.chiapas.gob.mx **Fuente 3.-** Página web de la Procuraduría General de Justicia del Estado de Chiapas. www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/conejibus.aspx **FUENTE 3.-** Secretaría de Transportes Chiapas. <http://www.st.chiapas.gob.mx/rutas-en-tuxtla-gutierrez>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	☐
Anuario Estadístico	☐

Otro: **Fuente 1.-** Análisis del equipo técnico. **Fuente 2.-** www.st.chiapas.gob.mx **Fuente 3.-** www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/conejibus.aspx **FUENTE 3.-** Secretaría de Transportes Chiapas. <http://www.st.chiapas.gob.mx/rutas-en-tuxtla-gutierrez>

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **OT9**

La variedad y suficiencia de la oferta de los productos turísticos que se encuentran dentro del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Descriptivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Indicador cualitativo . Aplicable al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existe una gran variedad de atractivos turísticos pero no se encuentran integrados de forma que puedan considerarse en rutas o en productos turísticos. Por lo que no es posible hablar de una oferta de productos turístico, ya que no se encuentran suficientemente atractiva para fomentar la estancia y gasto turístico. (Ver conclusiones de competitividad del Factor Oferta y conclusión de la evaluación de recursos turísticos)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Análisis del equipo técnico del estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Análisis del equipo técnico del estudio

Destino: Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **OT10**

Número total de rutas del destino turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° total de rutas turísticas presentes en el destino Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Actualmente no existen rutas turísticas claramente definidas, puestas en valor e interiorizadas tanto por los actores de referencia en destino como por la demanda. Como afirma la Directora de Turismo Municipal: "Normalmente las agencias de viajes de Tuxtla venden visitas a otros municipios, y las agencias que venden Tuxtla no lo hacen como ruta, solamente la visita al Zoológico, Parque de la Marimba y a veces a los Miradores del Cañón del Sumidero pero son como puntos a visitar en Tuxtla más que sean vendidos como ruta turística de Tuxtla". Esto demuestra que existen algunos atractivos turísticos que generan un interés de la demanda, pero que funcionan de forma separada, no como ruta.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **FUENTE 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Factor: **Oferta Turística**

11

Indicador:

Código de Indicador: **OT11**

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

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° total de declaratorias patrimonio material e inmaterial de la UNESCO y declaratorias nacionales de patrimonio material e inmaterial del Consejo para la Cultura y las Artes (CONACULTA) distintas a las señaladas en otros rubros en Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción El equipo técnico no ha podido conseguir la información hasta la fecha de entrega del presente estudio. En primer lugar se trató de conseguir a través de fuentes documentales y online oficiales sin éxito. Posteriormente dicha información fue solicitada a La Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, organismo para el n° era el dato era desconocido. Asimismo fue solicitada a la Subdirección de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo Estatal sin haber recibido respuesta hasta la fecha. Por último la información fue solicitada a la Dirección General de CONECULTA Chiapas de forma reciente.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **12**
Código de Indicador: **OT12**

Total de rutas turísticas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Variable definida como el n° de rutas a nivel regional y/o estatal en las que se incluye a Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio y que se encuentran reconocidas por los actores turísticos (autoridades, operadores, población local), por la demanda y se encuentran estructuradas como productos turísticos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción En palabras de la Directora Municipal de Turismo: "Tuxtla Gutiérrez formaba parte de la llamada Senda de Colores que surgió a partir del estudio realizado Chiapas 2015 y que coordinaba Sectur. Actualmente no está incluido. Sectur promociona muy poco Tuxtla Gutiérrez". Por otra parte desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico), se menciona la existencia de la Ruta Zoques en la que está incluida Tuxtla Gutiérrez, además de otros municipios situados principalmente en las regiones Norte y La Frailesca del estado de Chiapas, muy enfocada al turismo cultural y que incluso presenta una antigua web informativa: <http://www.colegiomexsur.edu.mx/rtzqs.html> Llama la atención el hecho de que esta ruta y su relación con Tuxtla no fuese mencionada por la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, ni tampoco se pueda encontrar referencia visible a la misma en las páginas web de Turismo Municipal (www.turismo.tuxtla.gob.mx) y Turismo Estatal (www.turismochiapas.gob.mx). Tampoco parece ser reconocida por operadores turísticos que trabajan el destino Tuxtla Gutiérrez, con lo que se trata de una ruta configurada a nivel de información turística, de la que desconocemos si genera una atracción de la demanda y que claramente no ha sido transformada en producto turístico integrado. ([Anexo Rutas y Centros Turísticos de Chiapas. SECTUR Estatal. Agosto 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. **Fuente 2.-** Secretaría de Desarrollo Turístico del Gobierno del Estado de Chiapas. Agosto 2013. Información proporcionada el 23/08/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. **Fuente 2.-** Secretaría de Desarrollo Turístico del Gobierno del Estado de Chiapas. Agosto 2013. Información proporcionada el 23/08/13

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **13**
Código de Indicador: **OT13**

Número de hoteles por categoría

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

120

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° total de hoteles presentes en Tuxtla Gutiérrez (especificación de n° de hoteles de cada categoría se detalla en el apartado Detalles y Comentarios del Indicador)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción La oferta hotelera de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez se encuentra integrada por un total de 120 establecimientos de hospedaje. 15 Casas de Huéspedes y Posadas, 27 hoteles de una estrella, 31 hoteles de dos estrellas, 13 hoteles de tres estrellas, 7 hoteles de cuatro estrellas, 5 hoteles de cinco estrellas, 17 hoteles sin clasificar y la categoría de Suietes y condominios: 1 establecimiento de una estrella y 4 de tres estrellas. ([Anexo Directorio de Alojamiento SECTUR Estatal. Julio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **OT14**

Existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos.

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Indicador cualitativo binario (Sí o no) de existencia de inventario de atractivos y prestadores de servicios turísticos. Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción La Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez dispone de un inventario de atractivos turísticos que incluye monumentos; museos; y atractivos de tipo inmaterial (fiestas tradicionales y eventos religiosos). Asimismo dispone de un inventario de prestadores de servicios turísticos (bares, restaurantes, hoteles). (Anexos: [Inventario de Atractivos Turísticos. Turismo Municipal. Junio 2013](#) / [Inventario de Servicios Turísticos. Turismo Municipal. Junio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 15/07/2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 15/07/2013.

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **15**

Código de Indicador: **OT15**

Declaratoria de zona de monumentos históricos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Indicador cuantitativo, de nº de declaratorias existentes de zonas de monumentos históricos. Aplicable al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Tuxtla Gutiérrez no ostenta ninguna declaratoria de monumentos históricos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

Periodicidad de actualización:

No aplica

INEGI

Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **OT16**

Gasto promedio de turistas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1,196.00

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Gasto promedio por turista/día en Tuxtla Gutiérrez durante el año 2012 (en pesos mexicanos).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Se presenta el gasto promedio del turista / día en Tuxtla Gutiérrez, durante el año 2012 (en pesos mexicanos). (Anexo: Gasto promedio de turista. SECTUR Estatal. Julio 2013)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el 23/08/13 (Ver anexo Gasto Promedio de Turistas. SECTUR Estatal. Julio 2013)

Periodicidad de actualización:

Anual

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **FUENTE 1.-** Inventario de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, JULIO 2013.. Información proporcionada el

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **17**

Código de Indicador: **OT17**

Estadía promedio de turistas (días)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1.4

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Cifra promedio. Datos presentados por categoría y en serie anual. Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El comportamiento de la estadía promedio de turistas en el destino Tuxtla Gutiérrez, se presenta por categoría de hoteles, para el año 2012 fue: hoteles de 1 estrella: 1.18, para hoteles de 2 estrellas: 1.32, hoteles de 3 estrellas: 1.44, hoteles de 4 estrellas: 1.6, hoteles de 5 estrellas: 1.48, presentando Tuxtla Gutiérrez una estadía promedio de 1.4 días.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Datatur de la Secretaría de Turismo
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Periodicidad de actualización:

Anual

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-**

http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Validación con:

☐
☐

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **18**
Código de Indicador: **OT18**

Nº de actividades de ocio disponibles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa, de nº. Aplicable al caso de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Dato no localizado. Solicitado con instituciones gubernamentales, aún no se cuenta con la información. El número de actividades de ocio presentes en el destino Tuxtla Gutiérrez es difícil de medir, ya que como capital de Estado la oferta es amplia y variable en función de la época y otros factores. Existen actividades de ocio disponibles de forma regular durante todo el año como pueden ser: Cines; eventos de diverso tipo en el Teatro de la Ciudad (danzas folklóricas, teatro, conciertos, Nascar, lucha libre, etc); exposiciones permanentes y temporales celebradas regularmente en alguno de los más de 10 museos de la ciudad; talleres de danza .

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Investigación equipo técnico del CITA

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.- Investigación equipo técnico del CITA**

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **19**
Código de Indicador: **OT19**

Nº de plazas disponibles en centros de Convenciones, eventos y congresos en el destino (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

56373

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Nº de plazas disponibles en centros de Convenciones, eventos y congresos en Tuxtla Gutiérrez a fecha de realización del presente estudio (nueva variable sugerida por el Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas de la UNACH).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción El destino de Tuxtla Gutiérrez cuenta con una capacidad de 56373 plazas disponibles en centros de convenciones, eventos y congresos, siendo éstas distribuidas de la siguiente forma:

- Centro de Convenciones 1500 pax en montaje Auditorio
- Auditorio Polyforum 3,875 espectadores.
- Centro Cultural Jaime Sabines Auditorio con capacidad 184 pax
- Plaza de Toros San Roque aforo 5000 pax
- Teatro de la Ciudad Emilio Rabasa aforo 1,187 pax
- Museo Chiapas de Ciencia y Tecnología Auditorio aforo 330
- Estadio de Fútbol Víctor Manuel Reyna aforo 30,000 pax
- Arena Metropolitana Jorge Cuesy aforo 2,856 pax
- Autódromo Ovalo Chiapas aforo 19,000 pax en gradas
- Hotel Camino Real Salones hasta para 900 pax en auditorio
- Hotel HolidayInn salones hasta para 1,000 pax en auditorio
- Hotel Fiesta Inn salones hasta para 300 pax en auditorio
- Hotel City Express salones hasta para 110 pax en auditorio
- Hotel QualityInn salones hasta para 250 pax en auditorio
- Hotel Best Western palmareca salones hasta para 200 pax en auditorio
- Hotel Howard Jonhson salones hasta para 120 pax en auditorio
- Hotel María Eugenia salones hasta para 120 pax en auditorio

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez. Lic. Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez. Lic. Verónica Domínguez.

Factor: **Oferta Turística**
Indicador: **20**
Código de Indicador: **OT20**

Porcentaje de ocupación hotelera
SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO **(VARIABLE**

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 41.46%

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cuantitativa, de %. Datos presentados por categoría y en serie anual 2007-2012. Aplicable al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El comportamiento de la ocupación hotelera en el último año completo 2012, se ha presentado de la siguiente forma: para hoteles de 1 estrella 33.13%, dos estrellas 34.64%, tres estrellas 33.32%, cuatro estrellas 59.9%, cinco estrellas 51.23%, teniendo en promedio un 41.46% de ocupación hotelera para el destino Tuxtla Gutiérrez, dicho porcentaje se ha presentado como sigue a lo largo de cinco años: 42.89% (año 2008), 43.8 (año 2009), 44.91 (año 2010), 43.28 (año 2011), 41.46 (año 2012).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Datatur de la Secretaría de Turismo.
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

☐
☐

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **21**

Código de Indicador: **OT21**

Turistas promedio/día
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: **2,497**

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa, de promedio. Turistas promedio por día. Datos para el año 2012.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Indica el promedio de turistas 2,497 por día en el destino Tuxtla Gutiérrez, para el año 2012. A partir del cálculo propio de 911,464 pernoctaciones / 365 días.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☒
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Datatur de la Secretaría de Turismo.
http://www.simmt.com/es/simmt/siim_ocupacion_hotelera. **Fuente 2.-** Equipo técnico del CITA.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

http://www.simmt.com/es/simmt/siim_ocupacion_hotelera

☐
☐

Factor: **Oferta Turística**

22

Indicador:

Código de Indicador: **OT22**

Pernoctas de turistas

(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

911,464

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Total pernoctas de turistas de Tuxtla Gutiérrez. (en el año 2012)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Indica el número de pernoctaciones total anual 911,464 . (Dato al año 2012).

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Datatur de la Secretaría de Turismo.

http://www.siimt.com/es/siimt/siim_ocupacion_hotelera

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: http://www.siimt.com/es/siimt/siim_ocupacion_hotelera

☐
☐

Factor: **Oferta Turística**

23

Indicador:

Código de Indicador: **OT23**

Índice de estacionalidad turística
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

Descriptivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa, de índice. Datos presentados por serie mensual para el año 2012. Aplicados al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: N° medio de turistas/día de la temporada entre n° medio de turistas/día del año. : Calculo propio en base a datos estadísticos de Datatur de la Secretaría de Turismo. Para el mes de enero se obtuvo un índice de : 0,78; febrero 0,8; marzo 0,9; abril 1,17; mayo 0,8; junio 0,9; julio 1,3; agosto 1,05; septiembre 0,96; octubre 0,94; noviembre 1,02; diciembre 1,18

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☒

☒

☐

☐

Fuente:

Fuente 1.- Datatur de la Secretaría de Turismo.

http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera. **Fuente 2.-** Equipo técnico del CITA.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_ocupacion_hotelera

☐

☐

Factor: **Oferta Turística**

Indicador: **24**

Código de Indicador: **OT24**

**Nº total de áreas naturales protegidas presentes en el destino.
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

4

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Se decidió tomar esta variable como una oportunidad para describir y evaluar las áreas naturales protegidas presentes en Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa descriptiva.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existen cuatro áreas naturales protegidas en el destino Tuxtla Gutiérrez, dos de ellas situadas íntegramente en el municipio: El Centro Ecológico y Recreativo "El Zapotal" y La Reserva Estatal "Cerro Mactumatza", y dos áreas más que, aunque compartidas con otros municipios, abarcan porciones del territorio municipal de Tuxtla Gutiérrez: El Parque Nacional "Cañón del Sumidero" y la Zona Protectora Forestal Vedada "Villa Allende". En total el municipio de Tuxtla Gutiérrez cuenta con 4,920.07 hectáreas de áreas naturales protegidas, que representan el 14.51 por ciento de la superficie municipal y 0.3 del territorio estatal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Página web de la Procuraduría General de Justicia del Estado de Chiapas.
<http://www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/areasprotegidas.aspx> ;
Fuente 2.- Página web de la Secretaría del Medio Ambiente e Historia Natural de Chiapas. http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/areas_naturalesprotegidas
Fuente 3.- Página web de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.
http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/ ; **Fuente 4.-** Página web de la Dirección de Áreas Naturales sitio administrado por la UNACH.
http://www.dan.unach.mx/Villa_Allende.PDF

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Fuente 1.-
<http://www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/areasprotegidas.aspx> ; Fuente 2.-
http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/areas_naturalesprotegidas Fuente 3.-
http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/ ;
Fuente 4.-
http://www.dan.unach.mx/Villa_Allende.PDF

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:

2,22 %

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa, de %. Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez a fecha reciente.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La tasa de crecimiento del empleo en el sector turismo ha presentado la siguiente evolución: para el año 2008 y 2009 se generaron 3,853 y 4,009 empleos respectivamente, con una variación del 4,05%. Para el año 2010, se originaron 4,053 empleos, con el 1.10% de crecimiento. En el 2011, se presentaron 4,499 empleos y una variación del 11,00%. Para el año 2012, la tasa de crecimiento fue del 3,27 con 4,646 empleos y para junio del 2013, la tasa es del 2.22% con 4,749 empleos generados, superior al anual del año anterior.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23 de agosto de 2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro: Fuente 1.- Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23 de agosto de 2013.

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **DP2**

Nivel de bienestar (calidad de vida)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Aceptable

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cualitativa descriptiva del nivel de bienestar.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Gracias a la condición de capital del estado, Tuxtla Gutiérrez, presenta un nivel de bienestar aceptable en función de los difentes índices de medición. (índice de marginación, de rezago social, empleo, tasa de desocupación, otros.)

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Análisis del equipo técnico del estudio.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: Fuente 1.- Análisis del equipo técnico del estudio.

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **DP3**

Salario promedio diario de cotización

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: \$202.81

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa, de promedio. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Año 2012.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El resultado del salario promedio de cotización para el Estado de Chiapas para el año 2012 muestra es considerablemente más bajo que la media nacional para el mismo año (\$ 235,78) .Cálculo propio en base a datos de STPS (Secretaría del Trabajo y Previsión Social. Salarios de cotización al IMSS por entidad federativa.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- STPS (Secretaría del Trabajo y Previsión Social) . Salarios de cotización al IMSS por entidad federativa. www.stps.gob.mx/bp/secciones/.../302_0076.xls

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
www.stps.gob.mx/bp/secciones/.../302_0076.xls

Destino: Tuxtla Gutiérrez

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: 4,749

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa que mide el número de empleos (directos) generados en el sector turístico.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Del total de 18,598 empleos directos generados por el sector turismo en el Estado de Chiapas, 4,749 son originados en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, lo que corresponde a un 25% del total estatal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.
Información proporcionada con fecha 23 de agosto de 2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013

☐
☐

Destino: Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **DP5**

Tasa de desocupación

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

2,95

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa, de porcentaje, aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Tuxtla Gutiérrez presenta una tasa de población desocupada de 2.95% de la población económicamente activa, porcentaje significativamente menor que la media nacional para el mismo año (2010), que fue de 4.54 pero mayor que la del Estado de Chiapas para el mismo año, que fue de 2.33

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- INEGI. Censo de Población y Vivienda 2010. Perfiles municipales. CEIEG.
<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/PHistoricoIndex.php?region=101&option=1#>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

☒
☐

<http://www.ceieg.chiapas.gob.mx/perfiles/PHistoricoIndex.php?region=101&option=1#>

Destino: Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **DP6**

Índice de Rezago Social

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: (-1,06370)

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa, que mide el índice de rezago social, aplicable al municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El grado de rezago social del municipio de Tuxtla Gutiérrez para 2010 fue calificado de muy bajo con un índice de -1,06370 (ocupando el puesto 2087 en rezago social del total de 2440 existentes Municipios de México), lo que contrasta fuertemente con el grado de rezago social a nivel estatal (Chiapas) para 2010*, que fue considerado como Muy alto (ocupando el primer puesto en rezago social del total de estados de para esa fecha). Llama la atención que desagregando las localidades del Municipio de Tuxtla Gutiérrez, sólo un 43% se encuentran pertenecen al grado Muy Bajo o Bajo (las que concentran el mayor % de la población del municipio), mientras que el resto ostentan grados de Medio (mayoritario), Alto o Muy alto.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Índice de Rezago Social 2010 a nivel municipal y por localidad (<http://www.coneval.gob.mx/>)

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Otro: **Fuente 1.-** <http://www.coneval.gob.mx/>

Destino: Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **DP7**

Índice de Marginación

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: (-1344765443)

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa, de índice. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez, año 2010.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Tuxtla Gutiérrez presenta un resultado para el índice de marginación que se traduce en un grado de marginación muy bajo, ocupando el puesto 2254 del total de municipios nacionales (2440) y el puesto 118 del total de los municipios del Estado de Chiapas (118). En contraste, llama la atención que a nivel estatal, Chiapas presenta un grado de marginación Muy Alto, siendo el estado de México con mayor grado de marginación de la República Mexicana.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Índice de marginación por entidad federativa y municipio 2010 (www.conapo.gob.mx)

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Otro: **Fuente 1.-** www.conapo.gob.mx

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:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cualitativa binaria. Interpretada como respuesta a la pregunta ¿Existen sistemas automáticos de medición de impacto social y productivo del turismo en Tuxtla Gutiérrez. Sí o no. Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: A nivel municipal la Dirección de Desarrollo Turístico la no existencia de sistema de medida que permita medir el impacto social y productivo del turismo, salvo las encuestas realizadas a visitantes en módulos de información turística municipales y las encuestas realizadas a expositores participantes en las "Expo-turísticas" (eventos organizados por la Dirección de Desarrollo Turístico en colaboración con la Subsecretaría Estatal de Turismo para promover el conocimiento de los chiapanecos de los diferentes productos y empresas turísticas del Estado), que buscan conocer el beneficio obtenido por los expositores de cada edición del evento como consecuencia de su participación. La Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, no cuenta con esta información.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

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:

Regular

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Mide el grado de distribución de los beneficios sociales y productivos asociados al turismo en Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa categórica: Muy bueno; bueno; regular; deficiente; etc. Aplicable al caso de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En palabras de la responsable municipal de turismo, la existencia de un Consejo Municipal de Turismo facilita el vínculo entre el gobierno y el sector turístico, principalmente cámaras y asociaciones. No obstante, desde la Dirección de Desarrollo Turístico se menciona que: "En mucho de los casos estas asociaciones quieren que los beneficios y acuerdos solamente apliquen para sus afiliados y no permiten que se invite a participar a nadie más. Ejemplo: La Asociación Mexicana de Agencias de Viajes quiere que solo las agencias afiliadas participen en programas como el Buen Fin Turístico o que sea solo a estas agencias a las que se promueva en módulos y caravanas".

Método de obtención:

Observación directa

☐

Registros Administrativos

☒

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo

Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla

Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez

Factor: **Democratización de la Productividad Turística**

10

Indicador:

Código de Indicador: **DP10**

PIB Turístico del destino
(VARIABLE SUGERIDA POR EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(x)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: De valor monetario. Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez a fecha reciente.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal manifiesta que no existen datos acerca del valor de la aportación de la actividad turística al PIB de Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra.

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **ST1**

Tratamiento de aguas residuales y pluviales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Descriptivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Ante la ambigüedad de la variable sugerida, el equipo toma la variable como la descripción de los sistemas de tratamientos de aguas residuales. Variable cualitativa descriptiva. Aplicable al caso de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Las plantas de tratamiento de agua de Tuxtla Gutiérrez disponen de 2 de Filtros biológicos, rociadores o percoladores (en Copoya y Paso Limón) y 1 Aerobio (El Jobo). En total, Tuxtla Gutiérrez tiene una capacidad instalada de 815.83 litros por segundo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Comisión Nacional del Agua.
<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **ST2**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

3

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación municipales.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existen tres plantas de tratamiento residuales en operación en Tuxtla Gutiérrez, La Planta de Copoya; La Planta del Jobo; y La Planta Tuxtla Gutiérrez (Paso del Limón).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- SEMARNAT: "Inventario nacional de plantas municipales de potabilización y de tratamiento de aguas residuales en operación. 2011"
<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

☐
☐

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **ST3**

Porcentaje de cobertura del sistema de drenaje y alcantarillado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

98,93%

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cuantitativa que mide el % de población con servicio de drenaje y alcantarillado, para el municipio de Tuxtla Gutiérrez. Año de referencia 2010.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción El porcentaje de población con servicio de drenaje para el año 2010 es de 98.93%, según indicadores ODM e INAFE (censo 2010). La CONAPO señala un dato de 0,28%.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Sistema de Consulta Interactiva de Indicadores del ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio). **Fuente 2.-** SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.

Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Fuente 3.- CONAPO. Cuadro B.7. Chiapas: Población total, indicadores socioeconómicos, índice y grado de marginación, lugar que ocupa en el contexto **Permanente**

Periodicidad de actualización:

INEGI

Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro:**Fuente 1.-** Sistema de Consulta Interactiva de Indicadores del ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio). **Fuente 2.-** SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.

Base de datos de Vivienda 2010.

<http://www.snim.rami.gob.mx/>

Fuente 3.- CONAPO. Cuadro B.7. Chiapas: Población total, indicadores socioeconómicos, índice y grado de marginación, lugar que ocupa

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **ST4**

Infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

SI

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: LVariable definida como la existencia o no de infraestructura y equipamiento para el manejo integral de desechos sólidos en el Municipio de Tuxtla Gutiérrez y a fecha actual. Indicador cualitativo binario, sí o no.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Según datos del "Sistema de Consulta de Estadísticas Ambientales de INEGI" para el año 2010, Tuxtla Gutiérrez cuenta con servicios de recolección y disposición de residuos, y además a fecha del dato estadístico (2010), era el único municipio de Chiapas con servicio asimismo de tratamiento de los residuos. Según la misma estadística se recolectaron en Tuxtla Gutiérrez en 2010, 472000 KG de residuos de los cuales el 100% fue recolectado de manera no selectiva. El municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuenta con una concesión a la empresa, Proactiva Medio Ambiente México, que, según fuentes de la propia empresa: "atiende el 100% de población, 90% de comercios totales y utilización de infraestructura de manera regional". Asimismo la empresa ostenta las certificaciones ISO 14001 (2004) y ISO 9001 (2008), además de la certificación municipal: "Calidad Ambiental en Manejo de Residuos" ante la Autoridad Federal Medioambiental (PROFEPA).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- PROACTIVA
<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>
Fuente 2.- INEGI. Sistema de Consultas Estadísticas Ambientales.
http://mapserver.inegi.org.mx/dsist/ambiental/map/indexV3_FF.html

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>. **Fuente 2.-**
http://mapserver.inegi.org.mx/dsist/ambiental/map/indexV3_FF.html

☒
☐

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **ST5**

Normatividad ambiental (Planes y programas en materia de educación ambiental privado)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Indicador que mide la existencia de normatividad ambiental que afecten a Tuxtla Gutiérrez (nivel municipal y estatal), que contengan planes y programas en materia de educación ambiental.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción A nivel municipal existe el "Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano del Municipio de Tuxtla Gutiérrez", en el que el apartado XVI del artículo 6 establece como objetivo: "Orientar a la comunidad sobre el manejo más conveniente de la basura y desperdicios". y a nivel Estatal la "Ley Ambiental para el Estado de Chiapas"; que contempla claramente la educación ambiental como uno de los objetivos más importantes de las acciones de gobierno en esta materia. El punto XIII de este reglamento establece: "La definición, dirección y formulación de los principios para el fomento de la cultura y educación ambiental para el desarrollo sustentable, como parte fundamental de los procesos educativos en los diferentes ámbitos y niveles". Además, el punto XXVII de la misma Ley establece: "Participar en los diferentes ámbitos educativos para desarrollar los contenidos de la materia ambiental en los programas de educación e investigación científica y tecnológica". Por último, el mismo marco normativo establece en el punto XXIX: "Proporcionar apoyo, capacitación y asesoría técnica a las comunidades rurales e indígenas para el desarrollo de actividades de preservación y aprovechamiento sustentable de los ecosistemas, la elaboración de programas de manejo de recursos naturales y manejo de residuos sólidos, el desarrollo de estudios de poblaciones, comunidades y ecosistemas, así como para la solicitud de las autorizaciones correspondientes en las materias de la presente ley". (Anexo Decreto Ley Ambiental para el Estado de Chiapas. / Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano H Aytto.)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

<http://www.congresochiapas.gob.mx/new/Info-Parlamentaria/L-2.pdf> . **Fuente 2.-** Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano del Municipio de Tuxtla Gutiérrez.
<http://www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www.congresochiapas.gob.mx/new/Info-Parlamentaria/L-2.pdf> . **Fuente 2.-**
<http://www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **ST6**

Acciones de conservación del patrimonio

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable interpretada como existencia de acciones tanto municipales como estatales de conservación del patrimonio cultural y natural que afecten a Tuxtla Gutiérrez a fecha más reciente no especificadas en otros rubros. Indicador cualitativo binario; si o no. Se acompaña de justificación y descripción

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : No ha sido posible obtener información cuantitativa sobre acciones de conservación del patrimonio en Tuxtla Gutiérrez. Sin embargo el equipo técnico ha observado que el grupo de voluntarios del Museo de la Ciudad, comenzó en el mes de agosto con acciones de limpieza y restauración.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Investigación del equipo técnico del CITA

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: **Fuente 1.- Investigación del equipo técnico del CITA**

SECTUR SECRETARÍA DE TURISMO  Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos	
Destino: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: Sustentabilidad Turística	
Indicador: 7	
Código de Indicador: ST7	
Áreas naturales protegidas	
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: 4
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador N° total de áreas naturales protegidas presentes en Tuxtla Gutiérrez a fecha del presente estudio.
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción Existen dos áreas naturales protegidas en el destino Tuxtla Gutiérrez situadas íntegramente en el municipio: El Centro Ecológico y Recreativo "El Zapotal" y La Reserva Estatal "Cerro Mactumatza", y dos áreas más que, aunque compartidas con otros municipios, abarcan porciones del territorio municipal de Tuxtla Gutiérrez: la Zona Protectora Forestal Vedada "Villa Allende" y el Parque Nacional "Cañón del Sumidero". En total el municipio de Tuxtla Gutiérrez cuenta con 4,920.07 hectáreas de áreas naturales protegidas, que representan el 14.51 por ciento de la superficie municipal y 0.3 por ciento del territorio estatal. "Al interior del Parque Nacional Cañón del Sumidero, la reserva más grande del municipio, existen asentamientos humanos irregulares que 142 afectan a 659.56 hectáreas, lo que representan la pérdida del 13.40% de la superficie de las reservas naturales totales del municipio". <i>(Anexos: Decretos de protección de cada área en Anexos 3. - Parque Nacional Cañón del Sumidero, 4. - Centro Ecológico y Recreativo "El Zapotal", 6. - Reserva Estatal "Cerro Mactumatzá, 7. - Zona Protectora Forestal Vedada "Villa Allende")</i>
Método de obtención:	Observación directa ☐ Registros Administrativos ☐ Información Estatal ☐ Información de la Web ☒
Fuente:	Fuente 1.- Página de la SEMAHN, El Zapotal, Cerro Mactumatza. http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/areas_naturalesprotegidas , Fuente 2.- Dirección de Áreas Naturales sitio administrado por la UNACH, http://www.dan.unach.mx/Villa_Allende.PDF . Fuente 3.- Procuraduría General de Justicia Estatal http://www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/areasprotegidas.aspx Fuente 4.- Decretos de creación de áreas naturales protegidas.Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. Cañón del Sumidero. http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/ Fuente 5.- Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (extraído a su vez de "Estudio previo justificativo para modificar el Decreto del Área Natural Protegida Parque Nacional Cañón del Sumidero, SEMARNAT, 2007").
Periodicidad de actualización:	Permanente
Validación con:	INEGI ☐ Anuario Estadístico ☐ Fuente 1.- Página de la SEMAHN, http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/areas_naturalesprotegidasCONANP , Fuente 2.- Dirección de Áreas Naturales sitio administrado por la UNACH, http://www.dan.unach.mx/Villa_Allende.PDF . Fuente 3.- Procuraduría General de Justicia Estatal http://www.pgje.chiapas.gob.mx/comunidadsegura/areasprotegidas.aspx Fuente 4.- Decretos de creación de áreas naturales protegidas.Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/ Fuente 5.- Plan de Desarrollo Municipal 2012-2015 del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez (extraído a su vez de "Estudio previo justificativo para modificar el Decreto del Área Natural Protegida Parque Nacional Cañón del Sumidero, SEMARNAT, 2007").

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **8**
Código de Indicador: **ST8**

Ordenamiento ecológico estatal y/o regional decretado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cualitativa binaria, sí o no. Se acompaña de justificación y descripción. Aplicable al Estado de Chiapas y al Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Fecha de referencia más reciente de la que existan datos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Se cuenta con Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para el Estado de Chiapas, así como un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal, que afecta tanto al municipio de Tuxtla Gutiérrez, como a los municipios de Berriozábal, Ocozocoautla de Espinosa y San Fernando y un Convenio de Coordinación de acciones para la instrumentación del proceso relativo a la ejecución, evaluación y modificación del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Subcuenca del Río Sabinal en los municipios de San Fernando, Berriozábal, Ocozocoautla de Espinosa y Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, (Anexo: Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para el Estado de Chiapas. / Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal. / Convenio de Coordinación de Acciones para la Instrumentación del Proceso Relativo a la

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- SEMARNAT (Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales). Bitácora Ambiental del Estado de Chiapas. <http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2>. **Fuente 2.-** http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Documents/documentos%20decretados/decretos_2010/decreto_sabinal.pdf. **Fuente 3.-** http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5215809&fecha=24/10/2011

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-**

<http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2>. **Fuente 2.-**

http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Documents/documentos%20decretados/decretos_2010/decreto_sabinal.pdf

Fuente 3.-

http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5215809&fecha=24/10/2011

Validación con:

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **ST9**

Estudio de FONATUR para guiar el desarrollo turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Variable definida como la existencia o no de un estudio de FONATUR aplicado al destino Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo binario, sí o no. Descripción breve posterior en caso afirmativo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Tuxtla Gutiérrez no aparece en el website de FONATUR como destino que haya sido objeto de estudio. Asimismo, la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas manifiesta no gestionar recursos con FONATUR.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Fonatur:
http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp?modsec=01-PATEM&sec=1
/ . **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-**
http://www.fonatur.gob.mx/es/prod_serv/index.asp?modsec=01-PATEM&sec=1 / . **Fuente 2.-**
Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **10**
Código de Indicador: **ST10**

Ordenamiento ecológico territorial decretado

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Por su semejanza con el anterior se decidió interpretar este factor cómo la existencia de un ordenamiento ecológico territorial que afectase al Municipio de Tuxtla Gutiérrez de forma concreta. Variable cualitativa binaria, sí o no. Se acompaña de justificación de respuesta y descripción. Ordenamiento ha de ser vigente a fecha del estudio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existe un Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal, que afecta tanto al municipio de Tuxtla Gutiérrez, como a los municipios de Berriozábal, Ocozacoautla de Espinosa y San Fernando. *(Anexo: Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal. / Convenio de Coordinación de Acciones para la Instrumentación del Proceso relativo a la ejecución, evaluación y modificación del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Subcuenca del Río Sabinal)*

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural). Bitácora Ambiental del Estado de Chiapas. <http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2>. **Fuente 2.-** Convenio de Coordinación de Acciones para la Instrumentación del Proceso relativo a la ejecución, evaluación y modificación del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Subcuenca del Río Sabinal <http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/documentos/2/1>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** <http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/Oet2>. **Fuente 2.-** <http://www.bitacora.semahn.chiapas.gob.mx/oet/documentos/2/1>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **ST11**

Manejo de Riesgo

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:	Si
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador: Variable interpretada como la existencia de planes de manejo de riesgo de desastres. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se aporta justificación de respuesta y descripción de los planes de manejo. Aplicables aquellos que afecten al Municipio de Tuxtla Gutiérrez.			
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción: El municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuenta con planes y programas de manejo de riesgo, los cuales se mencionan: Plan Operativo de Protección Civil por Riesgo Sísmico. Programa Conjunto de Agua y Saneamiento del Gobierno Mexicano y el Sistema de las Naciones Unidas en México, para el Logro de los Objetivos del Milenio. Plan de Protección Civil para la Temporada de Lluvias y Ciclones Tropicales. Programa Preventivo de Protección Civil PP5 Reducción Comunitaria de Riesgos de Desastres .			
Método de obtención:	Observación directa	☐		
	Registros Administrativos	☐		
	Información Estatal	☐		
	Información de la Web	☒		
Fuente:	Fuente 1 .- Protección Civil Chiapas. http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/PlanSismico2.pdf . http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/descargas.php . http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/ppMain_pdf.pdf . Fuente 2.- Fondo Para el Logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio y Gobierno del Estado de Chiapas. http://www.atl.org.mx/seminario/images/stories/seminario2010/folletoONU.pdf			
Periodicidad de actualización:	Permanente			
Validación con:	INEGI	☐		
	Anuario Estadístico	☐		
	Otro: Fuente 1.-			
	http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/PlanSismico2.pdf .			
	http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/descargas.php .			
	http://www.proteccioncivil.chiapas.gob.mx/site/descargas/documentos/ppMain_pdf.pdf .			
	Fuente 2.-			
	http://www.atl.org.mx/seminario/images/stories/seminario2010/folletoONU.pdf			

 		Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos	
Destino: Tuxtla Gutiérrez			
Factor: Sustentabilidad Turística Indicador: 12 Código de Indicador: ST12		Programas y diagnósticos en materia turística municipal	
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: Si
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador: Variable interpretada como la existencia o no de programas y diagnósticos turísticos a nivel municipal. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se añade justificación y descripción de los programas más recientes). Aplicable a planes que incluyan al destino de Tuxtla Gutiérrez con fecha de antigüedad no superior a 10 años.		
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción: El Eje temático 3: Tuxtla competitiva y próspera del Plan Municipal de Desarrollo incluye el Programa de fomento al turismo municipal. Adicionalmente, existe el Programa de trabajo del Consejo Municipal de Turismo y la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal tiene un documento titulado Proyectos del Plan Municipal de Desarrollo. En estos documentos es poco consistente el apartado de diagnóstico y se concentran más en las directrices y líneas de acción, sin definir metas. En Abril del 2009, Tuxtla Gutiérrez fue uno de los destinos turísticos incluidos en el llamado "Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo", desarrollado por el Programa de Voluntarios de la Fundación THEMIS de la OMT (Organización Mundial del Turismo) en estrecha colaboración SECTUR Federal, La Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. (Anexo: Plan estratégico y Competitividad Turística para los clusters de Tuxtlaa Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán y Chiapa de Corzo)		
Método de obtención:	Observación directa ☐ Registros Administrativos ☐ Información Estatal ☐ Información de la Web ☒		
Fuente:	Fuente 1.- Fundación Themis (UNTWO), "Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo". Fuente 2.- Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015 (Eje temático) http://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/planes_desarrollo_muni.asp Fuente 3.- Reglamento para de Fomento y Desarrollo Turístico Municipal. http://www.tuxtla.gob.mx/normatividad/rfdtm.pdf Fuente 4.- Programa de Trabajo del Consejo Municipal de Turismo del Municipio		
Periodicidad de actualización:	Permanente ☐ INEGI ☐ Anuario Estadístico ☐		
Validación con:	Otro: Fuente 1.- "Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo". Fuente 2.- http://www.haciendachiapas.gob.mx/planeacion/planes_desarrollo_muni.asp Fuente 3.- Reglamento para de Fomento y Desarrollo Turístico Municipal.		

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **ST13**

Aplicación de sistema de indicadores de sustentabilidad para el turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Existencia : Interpretado como la aplicación o no de algún sistema de indicadores de medición de sustentabilidad turística que evalúe el desempeño en sostenibilidad turística del destino Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se acompaña justificación de respuesta.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Tanto desde la Dirección de Desarrollo Turístico como desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, se manifiesta la no aplicación de sistema alguno de indicadores que mida la sustentabilidad del destino Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Factor: **Sustentabilidad Turística**
Indicador: **14**
Código de Indicador: **ST14**

Planes y programas en materia de educación ambiental educativo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Se define esta variable como existencia de planes de educación ambiental que se hayan puesto en ejecución en fechas recientes y que influyan en el destino Tuxtla Gutiérrez con independencia del ámbito estatal o municipal. Variable cualitativa binaria. Sí o no.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción La Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno del Estado de Chiapas, es el principal organismo responsable de promover la educación ambiental para el estado y lleva a cabo algunas acciones que afectan al destino como el "Programa de Educación Ambiental para la Cuenca del Río Sabinal". Asimismo dentro del plan Municipal de Desarrollo 2012-2015 se encuentra el programa de educación y fomento ambiental, consta de subprogramas en el medio ambiente formal y no formal.
*formal: atiende a escuelas, organizaciones, empresas y sector gubernamental.
*no formal: atiende a la población en general, grupos y ONG

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x
x

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural (SEMAHN).
http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/educacion_ambiental.
Fuente 2.- H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/educacion_ambiental.
Fuente 2.- H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Plan Municipal de Desarrollo 2012-2015

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **15**

Código de Indicador: **ST15**

Número de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística para empresas, instalaciones y equipamientos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Variable tomada como el n° de establecimientos con certificados de calidad ambiental turística otorgado por PROFEPA, sin contar hoteles. Variable cuantitativa. Se acompaña de listado de empresas y vigencia

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción No se han encontrado empresas con **certificado de calidad ambiental turística** vigente en Tuxtla Gutiérrez. Sin embargo sí existen un total de tres empresas con **certificado de calidad ambiental** en Tuxtla: PROACTIVA MEDIO AMBIENTE TUXTLA; SOCIEDAD OPERADORA DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL ANGEL ALBINO CORZO; y ZONA DE DISTRIBUCIÓN TUXTLA (SUBESTACIONES ELECTRICAS: TUXTLA SUR, OCOZOCOAUTLA, GRIJALVA, REAL DEL BOSQUE). Cabe señalar que desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta no llevar a cabo certificaciones de calidad ambiental turística a día de hoy pero se afirma que SECTUR Federal está próximo a implementar el denominado distintivo "S" enfocado a la implementación de medidas de sustentabilidad ambiental en empresas turísticas". (*Anexo: Empresas con Certificado Ambiental vigente en Chiapas*)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☒

Fuente:

Fuente 1.- PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente) <http://sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7> **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** <http://sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7> **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

☐
☐

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **ST16**

Número de establecimientos con sello de calidad ambiental turística en hoteles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador N° de hoteles presentes en el destino Tuxtla Gutiérrez que ostentan un certificado de calidad ambiental turística otorgado por PROFEPA vigente

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción El Hotel Fiesta Inn de Tuxtla Gutiérrez cuenta con un Certificado de Calidad Ambiental Turística a fecha 2013. Por otra parte desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta no llevar a cabo certificaciones de calidad ambiental turística a día de hoy pero se afirma que SECTUR Federal está próximo a implementar el denominado distintivo "S" enfocado a la implementación de medidas de sustentabilidad ambiental en empresas turísticas". (Anexo: [Empresas con Certificado Ambiental vigente en Chiapas](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente) <http://sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7> **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

Validación con:

<http://sirev.profepa.gob.mx:9080/EmpresasCertificadasSIIP/EmpresasCertificadas/EmpresasCertificadas.html?estado=7> **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

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: NA

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: NO APLICA

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:

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: NA

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: NO APLICA

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:

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **19**

Código de Indicador: **ST19**

Número de establecimientos con Certificado Green Globe

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cuantitativa. Se acompaña de listado de establecimientos certificados y vigencia en caso positivo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Ningún hotel de Tuxtla Gutiérrez aparece listado en la página web oficial de Green Globe en la que aparecen los hoteles mexicanos que ostentan dicha certificación.

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:

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **20**

Código de Indicador: **ST20**

Certificado de Municipio limpio y/o de cumplimiento ambiental

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable tomada como existencia o no de certificado de municipio limpio otorgado al Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa binaria, sí o no. Se acompaña de justificación y descripción

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Tuxtla Gutiérrez no cuenta con un certificado de municipio limpio vigente a día de hoy. Desde el H. Ayuntamiento se manifiesta que la certificación se encuentra en proceso.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** H. Ayuntamiento
Constitucional de Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **21**

Código de Indicador: **ST21**

Consumo de energía por cuarto

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cuantitativa, de medida. Se acompaña de dato histórico en caso de existir.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, no cuenta con datos relacionados con el consumo de energía por cuarto.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas.

Factor: **Sustentabilidad Turística**

Indicador: **22**

Código de Indicador: **ST22**

% de población y negocios atendidos por el sistema de manejo integral de desechos sólidos (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: 100%
población 90%
negocios

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable cuantitativa, de %. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El municipio de Tuxtla Gutiérrez, cuenta con una concesión a la empresa, Proactiva Medio Ambiente México, que, según fuentes de la propia empresa: "atiende el 100% de población, 90% de comercios totales y utilización de infraestructura de manera regional". Asimismo la empresa ostenta las certificaciones ISO 14001 (2004) y ISO 9001 (2008), además de la certificación municipal: "Calidad Ambiental en Manejo de Residuos" ante la Autoridad Federal Medioambiental (PROFEPA).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Proactiva Medio Ambiente (empresa responsable de la gestión integral de residuos en Tuxtla Gutiérrez).
<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

23

Indicador:

Código de Indicador: **ST23**

% de agua residual que recibe tratamiento en Tuxtla Gutiérrez (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el total de agua residual que recibe tratamiento en Tuxtla Gutiérrez con respecto al total de agua residual generada. Variable cuantitativa, de %. Aplicable al municipio de Tuxtla Gutiérrez. Dato más reciente disponible.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Información alternativa: La planta de Copoya trata 6.5 l/s (del total de su capacidad de 10.83 l/s); la Planta del Jobo trata 3 l/s (del total de su capacidad de 5 l/s); y la Planta Paso Limón trata 488 l/s (del total de su capacidad 800 l/s). El total de las plantas de tratamiento de Tuxtla funcionan a un aproximado del 60% de su capacidad

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.-

<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

Validación con:

<http://www.conagua.gob.mx/CONAGUA07/Publicaciones/Publicaciones/SGAPDS-INVENTRIO%202011%20FINAL.pdf>

Factor: **Sustentabilidad Turística**

23

Indicador:

Código de Indicador: **ST23**

Programa de Manejo de las Áreas Naturales Protegidas (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0%

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el total de programas de manejo de las áreas naturales protegidas, aplicable al municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Llamen la atención que el Parque Nacional del Cañón del Sumidero así como el resto de las áreas del municipio de Tuxtla Gutiérrez, no se encuentran incluidas en la lista de planes de manejo facilitadas en la web de la Comisión Nacional de Áreas Naturales protegidas
http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/programa_manejo.php

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.
http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/programa_manejo.php

Periodicidad de actualización:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas.

http://www.conanp.gob.mx/que_hacemos/programa_manejo.php

☐
☐

Validación con:

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **FC1**

Grado promedio de escolaridad

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 10

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el grado promedio de escolaridad para la población de más de 15 años en Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa, de cifra promedio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El Grado promedio de escolaridad en Tuxtla Gutiérrez para la población de más de 15 años es 10. El mismo dato para el estado de Chiapas es de 6, con lo que Tuxtla Gutiérrez se encuentra muy por encima de la media del Estado en este aspecto.(Censo 2010).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- INEGI, Información Nacional por Entidad Federativa y Municipios
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=7>

Periodicidad de actualización:

Censo de Población y Vivienda cada 10 años.

INEGI
Anuario Estadístico

☒
☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-**
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=7>

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **FC2**

Recursos humanos calificados para atender el sector turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

Múltiple

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable que mide el No. de recursos humanos calificados para atender el sector turismo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El dato del que se dispone proviene de los cuestionarios de profundidad aplicados a actores locales del destino, señalando que el 13.70% de los empleados cuentan con estudios de nivel primaria. El 28.40%, estudios de secundaria y con el mismo porcentaje estudios de educación media superior y con

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

Fuente:

Cuestionarios de profundidad aplicados a actores estratégicos locales

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **FC3**

Porcentaje de personal del destino con educación turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable interpretada como el personal que se encuentra trabajando en el sector turístico que ostenta algún tipo de educación turística. Variable cuantitativa de porcentaje.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez manifiesta no manejar datos sobre el % de personal del destino con algún tipo de educación/formación turística. La información proporcionada por SECTUR estatal, no responde a la variable.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo

Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla

Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez

Ibarra.

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **FC4**

Planes de capacitación turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como la existencia o no de planes de capacitación turística que afecten al destino de Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa de tipo binario, sí o no. Justificar respuesta.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En el destino existen dependencias gubernamentales, descentralizadas, asociaciones, cámaras e iniciativa privada, que imparten cursos en materia de capacitación turística, tales como Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, Instituto de Capacitación y Vinculación Tecnológica del estado de Chiapas, CANIRAC, CANACO y Servicios Turísticos, y AMAV Tuxtla, empresas privadas, cuyos programas se enfocan a personal del nivel operativo, mandos medios y gerencial de establecimientos de alimentos y bebidas, hospedaje, agencias de viajes, guías turísticos, lancheros, conductores de taxis, centros ecoturísticos y personal de contacto en el destino. Cursos tales como sensibilización turística, inglés hotelero, geografía turística, manejo higiénico de los alimentos, buenas prácticas de higiene, calidad en el servicio, relaciones humana, ecoturismo, recepcionista, formación y perfeccionamiento del cocinero, otros, así también cursos derivados del programa Moderniza y punto limpio, entre otros.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Página web de ICATECH. <http://www.icatech.gob.mx/> ; **Fuente 2.-** Programación de Servicios de Capacitación Turística 2013 SECTUR Chiapas.
Fuente 3.- Página web de CANIRAC. http://canirac-chiapas.com/cursos_2012.php

Periodicidad de actualización:

Anual

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** <http://www.icatech.gob.mx/>

Validación con:

Fuente 2.- Programación de Servicios de Capacitación Turística 2013 SECTUR Chiapas.
Fuente 3.- http://canirac-chiapas.com/cursos_2012.php

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **FC5**

Percepción sobre la calidad en los planes de capacitación turística a través de una revisión general de su contenido

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Bajo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como la percepción de la calidad de los planes de capacitación turística que afectan al destino de Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La percepción de los planes de capacitación obtenida en los talleres de Planeación Participativa con integrantes del Consejo Municipal de Turismo y actores locales del destino, se define como programas de baja calidad por su contenido y no acorde con las necesidades del sector.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Taller de Planeación Participativa en Sesiones del Consejo Turístico Municipal y actores locales del destino.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Taller de Planeación Participativa en Sesiones del Consejo Turístico Municipal y actores locales del destino.

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **FC6**

Participación de establecimientos de alimentos y bebidas en el Programa distintivo H

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

7

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como cuantitativa, de n°. Sólo se tienen en cuenta aquellos establecimientos con distintivo vigente a fecha posterior al 23/08/2013, fecha de recolección de datos para el presente estudio. Se acompaña de listado de establecimientos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Del año 2009 al 2013 en Tuxtla Gutiérrez, han obtenido el distintivo H 35 empresas, de las cuales únicamente se encuentran vigentes 7. Cabe señalar que a principios del 2013 Tuxtla Gutiérrez contaba con 5 empresas que ostentaban el distintivo H, no obstante 4 de ellas caducaban en fechas anteriores a la recolección de la muestra. Las empresas con distintivo vigente son: Coordinación de Distribuciones y Servicios Logísticos (folio 8565 vigencia 4 diciembre 2013), Holiday Inn Express Tuxtla Gutiérrez Gran Salón (folio 8855 vigencia 08 febrero 2014), Grupo Pionero Alimentos y Eventos (folio 8793 vigencia 25 enero 2014, El Giralillo Gourmet S.A. de C.V. (folio 3197 vigencia 20 febrero 2014), Fiesta Inn Tuxtla Gutiérrez Lobby Bar (folio 5413 vigencia 26 junio 2014), Fiesta Inn Tuxtla Gutiérrez Restaurante Café La Fiesta (folio 3488 vigencia 26 junio 2014), Las Pichanchas (folio 9036 vigencia 21 mayo 2014). Ver anexo. Se hace el siguiente comentario en relación al dato observado con la empresa 6563 Sam's Club Tuxtla Gutiérrez (folio 3572) en relación a la vigencia cuya información en el directorio de SECTUR FEDERAL reporta 16 julio 2013 y en información proporcionada por SECTUR ESTATAL señala 26 abril 2012. (Anexo: [Relación de Empresas Distintivo H. SECTUR Estatal. Julio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013

☐
☐

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **FC7**

Porcentaje de empresas con distintivo M

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: 41 vigentes

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Porcentaje de empresas con distinto M en Tuxtla Gutiérrez con respecto al total de empresas presentes en el Estado de Chiapas. Variable cuantitativa, de %. Se acompaña de vigencia a la fecha del presente estudio y listado de empresas certificadas.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: A partir del año 2006 a la fecha del estudio, 368 empresas a nivel estatal han obtenido el distintivo "M", de las cuales 121 empresas corresponden a Tuxtla Gutiérrez (32.89%), entre empresas turísticas y de giros relacionadas con el sector, encontrándose vigentes sólo 41, lo que representa el 33.9% del total certificadas para el destino. Importante dato para analizar del por qué la renovación no se ha realizado. (Anexo: [Relación de empresas distintivo "M". SECTUR estatal, Julio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

☐
☐

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **FC8**

Número de guías de turistas certificados

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

12

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el n° de guías de turismo certificados existentes en el destino Tuxtla Gutiérrez. Indicador cuantitativo de n°, vigentes al año 2013

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : Se presenta la siguiente estadística en relación al número de guías acreditados en el destino Tuxtla Gutiérrez: Refrendos (año 2013) guías de turistas general: 5. Acreditación Inicial (año 2012): 5. Refrendo (año 2012): 1. Refrendo (año 2011) guía de turista general: 1 ([Anexo: Relación de Guías de Turistas SECTUR Estatal. Julio 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

☐
☐

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:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como la existencia o no de un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes al destino Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo de tipo binario, sí o no. Adicionalmente describir los diferentes sistemas, en caso de que sean varios.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, no cuenta con un sistema de información que evalúe la satisfacción de los visitantes, actualmente se cuenta con un correo electrónico (apoyoalturista@turismochiapas.gob.mx) y con la lada 01800 280 35 00 lada nacional gratuita, que tiene como objetivo el de orientar e informar a los turistas que lo solicitan. Mediante esta herramienta, se provee de información específica como mapas, trípticos, datos de contactos para reservaciones, recomendaciones de actividades a realizar, itinerarios de 3, 5 u 8 días o adaptado a las necesidades que los turistas así lo requieran, entre otras. En ocasiones este correo funge como buzón de quejas, de algún servicio que no haya satisfecho a los turistas, mismo que se atiende con una carta de exhorto a los prestadores de servicios para hacerle saber la inconformidad, debido a que esta dependencia no es normativa para establecer reglamentos de funcionalidad. A nivel municipal, tampoco se cuenta con esta información, la Dirección de Desarrollo Turístico de Tuxtla Gutiérrez aplica, desde comienzos de 2013, cuestionarios a los turistas que entran a solicitar información turística en los módulos del Parque de la Marimba y del Parque Central. Estos preguntan únicamente información referente a: origen o procedencia, número de personas con las que viaja, días de estancia en Tuxtla, días de estancia en Chiapas, gasto promedio diario por persona.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☒
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013. **Fuente 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 29/07/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013. **Fuente 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 29/07/2013

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **FC10**

Indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el n° de indicadores de calidad presentes en los sistemas de evaluación de satisfacción, tales como limpieza, amabilidad, etc, Variable cuantitativa binaria, de n°. Se acompaña de descripción y análisis de suficiencia de los indicadores.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La secretaría de Turismo del Estado de Chiapas, no cuenta con indicadores de calidad de las evaluaciones de la satisfacción de los visitantes, sin embargo se tiene una lada 01 800 280 35 00 para recibir comentario, quejas y sugerencias. La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal de Tuxtla Gutiérrez aplica, desde comienzos de 2013, cuestionarios a los turistas que entran a solicitar información turística en los módulos del Parque de la Marimba y del Parque Central. Estos preguntan únicamente información referente a: origen o procedencia, número de personas con las que viaja, días de estancia en Tuxtla, días de estancia en Chiapas, gasto promedio diario por persona.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013. **Fuente 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 29/07/2013.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013. **Fuente 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Licenciada Verónica Domínguez Ibarra el 29/07/2013.

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **FC11**

Nº de ciudadanos tuxtlecos que participaron en iniciativas de concientización turística (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: 225 (aprox)*

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Cuántos tuxtlecos participaron en iniciativas de concientización turística a nivel municipal en año anterior a fecha de referencia de este estudio

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde la Dirección de Desarrollo Turístico se manifiesta haber realizado tres campañas de concientización turística en las que se logró llegar a 225 personas desde que comenzó la presente administración

- Curso de verano Peques turisteando: 40 niños/año.
- Yo quiero un Tuxtla Limpio.- En la primera campaña participaron alrededor de 150 personas de los Hoteles, Grupo Manatíes del Grijalva, Asociación Mexicana de Agencias de Viajes.
- Curso de capacitación turística para personal de contacto en el ejido Copoya, se beneficiaron a 35 personas de Copoya (2013).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tutla Gutiérrez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tutla Gutiérrez.

Factor: **Formación y Certificación**

Indicador: **12**

Código de Indicador: **FC12**

% de personal de las principales empresas turísticas que dominan un idioma diferente al español o su lengua nativa (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: Muy bajo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Mide % de personal de las principales empresas turísticas que dominan un idioma diferente al español o su lengua nativa

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal se manifiesta que no existen datos o estadísticos, pero se afirma que "el nivel de conocimiento de lenguas extranjeras es muy bajo, además de que el 95% de los visitantes a Tuxtla Gutiérrez son nacionales por lo cual tampoco se ha tenido una necesidad

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. **Fuente 2.-** Resultados encuesta a prestadores de servicios turísticos. Pregunta 59.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. **Fuente 2.-** Resultados encuesta a prestadores de servicios turísticos. Pregunta 59.

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **AI1**

Conectividad aérea

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1742

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del indicador: Variable definida como el número de plazas diarias a destinos nacionales e internacionales. Se acompaña de análisis de la conectividad, que incluye n° de vuelos, compañías, etc, vigentes a fecha de realización del estudio. Aplicable al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Tuxtla Gutiérrez, en su calidad de capital económica y política del Estado de Chiapas, tiene conectividad aérea con destinos nacionales e incluso uno internacional (Houston, Texas-U.S.A) a través del "Aeropuerto Ángel Albino Corzo"*. Existen de ocho a diez vuelos con 1248 plazas diarias a Ciudad de México; tres vuelos semanales de 148 plazas a Monterrey; tres vuelos semanales de 148 plazas a Guadalajara, tres vuelos semanales de 148 plazas a Cancún y dos vuelos semanales de 50 plazas a Houston. Las empresas que operan los diferentes vuelos mencionados son: Aeroméxico, Interjet, Volaris, United Airlines, y Viva Aerobus. * Nota: El aeropuerto se encuentra localizado en el municipio de Chiapa de Corzo a 30 minutos aprox. de la Ciudad de Tuxtla Gutiérrez. (Anexo: conectividad aérea. SECTUR Estatal. Julio 2013)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Información facilitada por la Dirección de Desarrollo de Turismo municipal de Tuxtla Gutiérrez el 15/07/2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Información facilitada por la Dirección de Desarrollo de Turismo municipal de Tuxtla Gutiérrez el 15/07/2013.

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**
Indicador: **2**
Código de Indicador: **A12**

Existencia de servicios de apoyo al turista

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

6

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa de No.de servicios de apoyo que se ofrecen al turista en el destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Los servicios que se ofrecen son de atención y orientación al turista. 1.- Información y orientación sobre atractivos turísticos mediante sus cinco módulos de información turística. Se proporciona material promocional y especializado de los destinos para conocimiento del turista. 2.- Generación de itinerarios. Se diseña itinerarios de acuerdo a los días de permanencia del turista y de los lugares que quieren conocer, así mismo se proporcionan los números de emergencia, el call center de Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. 3.- Proporcionar material promocional. Se maneja una gama de material promocional como mapas turísticos estatales, mapas urbanos de las siete ciudades principales del Estado, posters, trípticos y dípticos de diferentes segmentos. 4.- Promoción de lada nacional gratuita 01 800 2800 35 00 para información previa, durante y post el viaje. Se genera información personalizada de acuerdo a lo que requiera el turista como información de atractivos, datos de contacto de prestadores de servicios, recomendaciones de actividades, entre otras. 5.- Atención al turista por medio del correo electrónico apoyoalturista@turismochiapas.gob.mx. Se genera información personalizada de acuerdo a lo que requiera el turista como información de atractivos turísticos, datos de contacto de prestadores de servicios, recomendaciones de actividades, itinerarios, entre otras. 6.- Auxilio con número de emergencias. PROFECO, 066 emergencias, 089 denuncia anónima 119 centro de monitoreo de protección civil en caso de contingencias por fenómenos naturales. Todo lo anterior es aplicable al destino en estudio. A nivel municipal se cuenta con dos módulos de atención al turista, ubicados en el Parque Central y al interior del Museo de la Marimba.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **A13**

Calidad y suficiencia en la infraestructura terrestre y aérea del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cualitativa categórica. Excelente, bueno, regular, malo, pésimo. Justificar respuesta con análisis completo y datos). Variable definida como la conectividad aérea y terrestre del destino Tuxtla con y desde el exterior.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En Tuxtla dispone de buenos accesos, de buena conectividad aérea, gracias al aeropuerto internacional Angel Albino Corzo, situado a 30 minutos de distancia aproximadamente y que ofrece conexión aérea con importantes focos emisores de turistas a nivel nacional, como Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, además de conexión internacional directa con Estados Unidos (Houston). Respecto al transporte terrestre, ha mejorado en los últimos años acortando las distancias con destinos cercanos (Carretera Tuxtla Gutiérrez - San Cristóbal; y con focos emisores de turistas de importancia a nivel nacional ej. autopista federal (Tuxtla Gutiérrez vía Cosoleacaque), que conecta con el Distrito Federal. No obstante la infraestructura terrestre todavía presenta deficiencias en cuanto a su estado de conservación y debido a los ocasionales bloqueos que ocurren a nivel regional.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

FUENTE 1.- Análisis del equipo técnico del estudio.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Análisis del equipo técnico del estudio.

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **A14**

Calidad en el transporte local del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: ¿Cómo se evalúa la calidad del transporte local del destino?
Variable cualitativa categórica. Excelente, bueno, regular, malo, pésimo.
Justificar respuesta con análisis completo y datos).Sectur estatal, no cuenta con
datos al respecto.

Detalles y Comentarios del Indicador:

No existe una homogeneidad en la calidad del transporte a nivel de confort,
seguridad, conectividad. La opción más competitiva que sería el conejobus, sólo
recorre las dos arterias principales de la ciudad.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Análisis del equipo técnico del estudio

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: Fuente 1.-Análisis del equipo técnico del
estudio

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **A15**

Tarifas hoteleras

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado: Por temporada

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cuantitativa media por habitación, ambas temporadas (alta y baja)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La tarifa promedio en temporada alta en habitación sencilla es de \$781.00, en habitación doble es de \$860.20 y persona extra \$171.00. Durante la temporada baja, la tarifa promedio se presenta de la siguiente forma: \$571.00 para la habitación sencilla, \$619.00 para habitación doble y persona adicional \$163.00 ([Anexo: Tarifa hotelera por categoría. SECTUR Estatal. Agosto 2013](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

☐
☐

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **A/6**

Reglamento de imagen urbana vigente

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable definida como la existencia o no de un reglamento de imagen urbana vigente. Variable cualitativa binaria, sí o no. Justificar la respuesta tanto en caso afirmativo como negativo. Aplicable a Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Se encuentra en fase de propuesta el Reglamento de Imagen Urbana para el municipio de Tuxtla Gutiérrez, presentado por el Colegio de Arquitectos en esta ciudad.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Agencia de Servicios Informativos de Chiapas.
<http://www.asich.com/index.php?itemid=51155>

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI

Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-**

<http://www.asich.com/index.php?itemid=5115>

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **AI7**

Grado de avance o de aplicación de los planes de desarrollo urbano decretados

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable interpretada como el grado de avance conseguido hasta fecha más reciente de la que se dispongan datos, en los planes de desarrollo urbano decretados por la municipalidad de Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa, de %.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Pendiente de recibir información por parte de autoridades competentes.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **8**

Acceso a servicios básicos

Código de Indicador: **A18**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Múltiple

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable que incluye todos los servicios de infraestructura básica de un lugar. Se ha definido como una variable cuantitativa múltiple basada en el análisis de algunos indicadores relevantes que miden el acceso de la población a servicios básicos. Aplicable al caso de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: De un total de 141,840 viviendas particulares habitadas de cualquier clase, 140,984 cuentan con electricidad y sólo 532 carecen de este servicio, lo que representa el 0.37% del total, un dato que refleja mejoría en comparación a años anteriores. (2000: 1.90%, 2005: 4.36%) Asimismo se señalan 324 viviendas con electricidad no especificada. Cabe hacer mención que 117,618 viviendas cuentan con agua, drenaje y electricidad. Tuxtla Gutiérrez cuenta con el 0.86% de viviendas que no disponen de excusado o sanitario, 16.36% de viviendas que no disponen de agua entubada de la red pública y con un 0.66% de viviendas que no disponen de drenaje. El porcentaje de ocupantes en viviendas con piso de tierra es de 4.88 % . (CONAPO).
El Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
Base de datos de Vivienda 2010, señala el dato de 13.10% No disponen de agua entubada de la red pública.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010. <http://www.conapo.gob.mx> **FUENTE 2.-** SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
Base de datos de Vivienda 2010. <http://www.snim.rami.gob.mx/>

Periodicidad de actualización:

Censo de Población y Vivienda 2010.

INEGI

Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Estimaciones del CONAPO con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010. <http://www.conapo.gob.mx> **Fuente 2.-** SEGOB. Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo Municipal.
Base de datos de Vivienda 2010.

Ficha Técnica de Indicadores
Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos

Destino: Tuxtla Gutiérrez

Factor: **Accesibilidad e Infraestructura**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **A19**

Flujo de Personas y Medios de Transporte

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

9082

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable definida como el número de personas que arribaron a los módulos de información turística estatales presentes en Tuxtla Gutiérrez (Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo; Caseta Poniente; OCC Tuxtla, Oficina y ZOOMAT) del enero a junio de 2013. Se añade n° de personas por procedencia (nacional y extranjero) y por medio de transporte.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existen datos provenientes de las encuestas realizadas a turistas que visitaron los módulos de información turística estatal. Durante 2013, llegaron a los módulos un total de 8239 turistas nacionales y 843 extranjeros. De estos 8239 turistas nacionales los medios de llegada fueron: 4819 en automóvil, 3274 en autobús, 140 otro medio y 6 en avión. De los 843 extranjeros, 460 llegaron en autobús, 359 en automóvil, 15 en otro medio y 9 en avión. (datos obtenidos de los concentrados de las cédulas aplicadas en módulos de información de SECTUR estatal). (Anexo: [Flujo de personas y medios de transporte. SECTUR estatal. Agosto 2013](#)). Otro dato es el número de pasajeros al Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo durante lo que llevamos de 2013, que ha sido de 395,935 personas. La composición de los flujos turísticos en Tuxtla Gutiérrez, presenta una mayoría de turismo nacional en comparación al volumen de visitantes internacionales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013.

☐
☐

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **SP1**

Percepción del nivel de inseguridad

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Bueno

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Se define la variable cómo el nivel general de percepción de inseguridad entre diferentes actores de relevancia en el destino (prestadores de servicios, funcionarios de relevancia, visitantes, etc. Variable cualitativa. Aplicable al caso de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Derivado de los Talleres de Planeación Participativa para la integración de la ACTD, en donde se contó con la participación de los integrantes del Consejo Turístico Municipal y otros actores locales, se comentó el hecho de que al obtener Tuxtla Gutiérrez el certificado de comunidad segura, la percepción del destino al exterior es favorable, sin embargo la generalidad de los asistentes coinciden que a la fecha del estudio se ha incrementado el nivel de inseguridad.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Talleres de Planeación Participativa realizados en el marco de la sesión del Consejo Turístico Municipal

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Talleres de Planeación Participativa realizados en el marco de la sesión del Consejo Turístico Municipal

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **SP2**

Porcentaje de delitos menores en relación a la población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable cualitativa de % de delitos menores en relación a la población, del destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : No se cuenta con esta información.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **SP3**

Número de policías en relación a la población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

997

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Variable definida como la división número de policías presentes en el Municipio de Tuxtla Gutiérrez y el número de habitantes de Tuxtla Gutiérrez durante la misma fecha.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción 997 policías (2010). 553 374 habitantes en Tuxtla en 2010 (No disponible un conteo de población más reciente).180,16 policías x 100.000 habitantes

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- INEGI, México en Cifras. Información Nacional por Entidad Federativa y Municipios.
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07>; **Fuente 2.-** Eje 5. (Estado de Derecho, Seguridad y Cultura de Paz) del Cuarto Informe de Gobierno del Estado de Chiapas para el Año 2010
<http://www.informe.chiapas.gob.mx/2007-2012>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07> **Fuente 2.-**
<http://www.informe.chiapas.gob.mx/2007-2012>

☒
☐

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **SP4**

Incidencia delictiva

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

20

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la tasa de criminalidad por cada 100.000 habitantes para el Municipio de Tuxtla Gutiérrez a fecha más reciente. La fecha más reciente encontrada fue 2010.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Tuxtla Gutiérrez fue en 2010 de 20 (20 habitantes de cada 10000 denunció un delito); siendo el tercer municipio del Estado de Chiapas con la tasa de criminalidad más alta después de Tapachula y Reforma. No obstante, también hay que mencionar que, a nivel estatal, el Estado de Chiapas es uno de los más seguros de México con una tasa de criminalidad para 2010 de 11 puntos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Gobierno del Estado de Chiapas. Procuraduría General de Justicia. Comparativa delictiva estatal. Comparativo Enero-Marzo 2009-2010

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Gobierno del Estado de Chiapas. Procuraduría General de Justicia.

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **SP5**

Delitos a mano armada

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

732

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Al no estar disponible la estadística de delitos a mano armada, se define esta variable como delitos a la integridad corporal y física para el año 2012 en el Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En el municipio de Tuxtla Gutiérrez, para el año 2012, se cuenta con un registro de 732 delitos a la integridad corporal y física.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Procuraduría General del Estado. Incidencia delictiva.
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-**
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **SP6**

Homicidios dolosos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

60

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: N° de homicidios dolosos perpetrados en Tuxtla Gutiérrez en el año 2012.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En el municipio de Tuxtla Gutiérrez, para el año 2012, se han perpetrado 60 homicidios dolosos.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Procuraduría General del Estado. Incidencia delictiva.
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-**
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **SP7**

Delitos a las instituciones de banca y crédito

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 0

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como los delitos realizados a bancos en Tuxtla Gutiérrez durante el año 2012

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Según la procuraduría General de Justicia del Estado de Chiapas, durante el año 2012, no se han presentado delitos a instituciones bancarias y crédito en el municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Página de la Procuraduría General de Justicia del estado de Chiapas.
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/servicios/numerospgje/EspecialidadMetro.aspx?id_titulo=10&id_delito=67

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/servicios/numerospgje/EspecialidadMetro.aspx?id_titulo=10&id_delito=67

☐
☐

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **SP8**

Delitos contra la salud

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

4

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como n° de delitos contra la salud acaecidos en el último año completo. Datos válidos para 2012 y para Tuxtla Gutiérrez

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Procuraduría General de Justicia del Estado, reporta la cantidad de 4 delitos contra la salud acaecidos en el último año completo en el municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Procuraduría General del Estado. Incidencia delictiva (PGJE en números).
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

☐
☐

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **SP9**

Delitos no denunciados

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Se define como el n° de delitos no denunciados en Tuxtla Gutiérrez en año completo más reciente.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: No se cuenta con la información

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **SP10**

Denuncias del fuero común

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

7010

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Se define esta variable como el n° de delitos registrados en averiguaciones previas del fuero común para el año más reciente del que se tienen datos-2010-en Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Para el año 2010, la Procuraduría General de Justicia del Estado, reporta la cantidad de 7010 delitos registrados en averiguaciones previas del fuero común.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Procuraduría General del Estado. Incidencia delictiva.
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**
http://www.pgje.chiapas.gob.mx/numerospgje/IncidenciaMpioEspecialidad.aspx?id_municipio=101&id_titulo=1&id_delito=2

☐
☐

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **SP11**

Número de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable de número que indica la cantidad de plantas de tratamiento de aguas residuales en operación en hoteles, para el año completo más reciente.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Dato en proceso de investigación por el equipo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **12**

Código de Indicador: **SP12**

Número de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable de número que indica la cantidad de hoteles que cuentan con sistema de captación de agua pluvial.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción En proceso de investigación por parte del equipo técnico

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **SP13**

Porcentaje de cobertura del sistema de recolección de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

100%
población
atendida. 90%
de comercio
totales

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cuantitativa de %, que indica la cobertura del sistema de recolección RSU (Residuos Sólidos Urbanos)

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En el municipio de Tuxtla Gutiérrez, la recolección de RSU, se encuentra a cargo de la empresas PROACTIVA, con servicio integral de manejo y disposición final de residuos sólidos urbanos y residuos de manejo especial, con atención al 100% de la población y al 90% de comercios.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.-

<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Otro: **Fuente 1.-**

<http://www.proactiva.com.mx/Servicios/GestionIntegralTuxtlaGutierrez.aspx>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **SP14**

Volumen reciclado de desechos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador. Variable de No. que indica el volumen reciclado de desechos en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, al último año completo 2012

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: A pesar de que hasta el momento no se ha encontrado un dato sobre el volumen de residuos reciclados en Tuxtla Gutiérrez y a pesar de que en Tuxtla Gutiérrez el sistema de recogida es 100% no selectivo, el Sistema de Consultas Ambientales de INEGI señala que Tuxtla Gutiérrez es el único municipio de Chiapas que cuyo sistema de recogida de basuras incluye el servicio de tratamiento de residuos, de manera que se deduce que se pueda estar dando algún tipo de reciclaje post-recogida que el equipo técnico seguirá investigando.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- INEGI. Sistema de Consultas Estadísticas Ambientales.

Periodicidad de actualización:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro:**Fuente 1.-** INEGI. Sistema de Consultas Estadísticas Ambientales.

X

Validación con:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **15**

Código de Indicador: **SP15**

Programas para el manejo de residuos peligrosos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable de No. Que mide la cantidad de programas implementados en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, para el manejo de residuos peligrosos al año 2012

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : En investigación por parte del equipo técnico.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

Fuente:

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro:

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **SP16**

Centros de cuidados de la Salud (Hospitales, clínicas)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

129

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como el n° de unidades médicas presentes en el destino en fecha más reciente que exista el dato. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : Tuxtla Gutiérrez, presenta 129 unidades médicas en servicio de las instituciones del sector público de salud, (según censo 2010). Consulta externa: 122, De hospitalización general: 6 y de hospitalización especializada 1, pertenecientes a IMSS, ISSSTE, ISSTECH, SSA, DIF, lo que corresponde al 9.82% del total en Chiapas de 1314, seguido de Tapachula con 118 unidades médicas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- INEGI, México en Cifras. Información Nacional por Entidad Federativa y Municipios.
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07>.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☒
☐

de hospitalización especializada 1, M:U

Otro: **Fuente 1.-**
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

Indicador: **17**

Código de Indicador: **SP17**

Nº de accidentes viales
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: 1112

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: variable definida como el nº de accidentes de tránsito terrestres en zonas urbanas y suburbanas, para el año más reciente del que se encontraron datos, 2011. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : No. De accidentes viales presentados en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, al año 2011, en áreas urbanas y suburbanas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- INEGI, México en Cifras. Información Nacional por Entidad Federativa y Municipios.
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07>

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☒
☐

de hospitalización especializada 1, M:U

Otro: **Fuene 1.-**
<http://www3.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=07>

Factor: **Seguridad Patrimonial y Física**

18

Indicador:

Código de Indicador: **SP18**

Nivel de contaminación atmosférica de Tuxtla Gutiérrez (Índice Metropolitano de la Calidad del Aire-IMECA). [VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO]

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(x)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Buena

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable tomada como la clasificación de puntos de IMECA calificable como buena, regular o mala (Índice Metropolitano de la Calidad del Aire) del SIMAT (Sistema de Monitoreo Atmosférico) de la Secretaría de Medio Ambiente medido en la zona metropolitana durante 24 horas a fecha 23 de Agosto de 2012.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : El "reporte de calidad de aire" presentado por la Secretaria de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno de Chiapas tiene como resultado una calidad de aire considerada como "buena" en función de los puntos IMECA. No obstante resaltar que esta valoración se realiza en base a las mediciones con respecto a la concentración de contaminantes durante 24 horas en un único momento durante el año, el 28 de Agosto de 2012, lo que no permite evaluar la calidad del aire de Tuxtla Gutiérrez en otros momentos durante el año donde es muy posible que la calidad del aire sea menor, como durante la época de quemas.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuene 1.- Reporte de Calidad del Aire en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. Secretaria de Medio Ambiente e Historia Natural.
http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/calidad_aire/reporte

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

de hospitalización especializada 1, M:U

Otro: **Fuente 1.-**
http://www.semahn.chiapas.gob.mx/portal/calidad_aire/reporte

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **PC1**

Porcentaje de visitantes y turistas que regresan

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Mide el % de visitantes y turistas que regresan a Tuxtla Gutiérrez (que han realizado más de una visita).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Desde la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta no contabilizar este tipo de información por el momento, aunque se planifica registrar esta información en los módulos de atención turística en el futuro.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Validación con:

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **PC2**

Porcentaje de visitantes que recomiendan el destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Variable cuantitativa de % . Mide el % de visitantes que recomiendan el destino Tuxtla Gutiérrez después de haberlo visitado.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Desde la Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta no contabilizar este tipo de información por el momento, aunque se planifica registrar esta información en los módulos de atención turística en el futuro.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Subsecretaría de Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **PC3**

Diversificación en segmento de población

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Mide la existencia de campañas promocionales adaptadas a diferentes segmentos de población, tanto a nivel municipal como a nivel estatal, ya que se considera inciden en el destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción A nivel municipal no se realizan campañas adaptadas a diferentes segmentos de población, salvo quizás la campaña de concientización turística llamada "Peques Turisteando". A nivel estatal se manifiesta "vender productos enfocados a pensionados, estudiantes, turismo de aventura, investigadores y público en general debido a nuestra biodiversidad", lo cual no nos ofrece una prueba muy clara de la realización de esta segmentación. Asimismo en documentos facilitados por la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas se manifiesta que las campañas se enfocan al siguiente target poblacional: Hombres y mujeres de 24 a 55 años, de niveles socioeconómicos ABC+.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico).

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico).

SECTUR SECRETARÍA DE TURISMO  Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Destino: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: Promoción y Comercialización Indicador: 4 Código de Indicador: PC4 Diversificación en segmento mercado	
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X) Cuantitativo () Valor Observado: Si
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador: La variable se ha definido como la existencia de campañas promocionales diversificadas para diferentes segmentos de mercado turístico por perfiles de turistas; ex Turismo de Aventura, tanto a nivel municipal como a nivel estatal, ya que se considera inciden en el destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa binaria, sí o no. Se acompaña de justificación. Descripción Nivel Municipal: De manera muy "modesta" la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal realiza promoción segmentada por segmento de mercado turístico en los "Blitzs" (visitas promocionales múltiples realizadas en corto plazo de tiempo) que se llevan a cabo de manera conjunta con la OCV local y en los que se visita únicamente a "meeting planners" a fin de promocionar de forma directa el segmento de Reuniones. No obstante, fuera de estos esfuerzos, cualquier otro tipo de segmentación por mercado es inexistente. Nivel Estatal: La información facilitada desde la Secretaría de Turismo Estatal acerca de las campañas promocionales desarrolladas de forma conjunta con el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México) en los años 2010, 2011, y 2012; demuestra que en estos casos ha habido una estrategia clara de segmentación por segmento de mercado turístico, como demuestra la diversidad de medios en los que se tuvo presencia, muchos de ellos claramente orientados a un perfil concreto de mercado turístico, como por ejemplo demuestra la presencia en 2012 durante la Campaña "Profecías Mayas" en un especial sobre el Mundo Maya de la Revista National Geographic (orientada claramente a perfiles de cliente muy concretos; turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo cultural); combinadas con presencia en la feria Sea Trade (Cruise Shipping Miami), realizada en el contexto de la misma campaña "Profecías Mayas", pero enfocada claramente al segmento de mercado "cruceros". Por otra parte, decir que la segmentación por tipo de mercado turístico parece más débil cuando revisamos las campañas realizadas por la Secretaría de Turismo de Chiapas de forma unilateral, en las que a pesar de observarse una gran diversificación de medios (prensa, tv, ferias, revistas, apps, Internet, etc) y una segmentación geográfica (principalmente nacionales), no se aprecia claramente una diferenciación por tipo de mercado turístico, siendo estas de carácter más general o masivo (Ej: Campaña Observación directa
Método de obtención:	Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web
Fuente:	Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez Ibarra. Fuente 2.- Secretaría de Turismo. Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística. Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. L.C.C. Cecilia del C. Carrillo Gordillo.
Periodicidad de actualización:	Permanente INEGI Anuario Estadístico Otro: Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez Ibarra. Secretaría de Turismo. Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística. Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. L.C.C. Cecilia del C. Carrillo Gordillo.
Validación con:	

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **PC5**

Existencia de Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV's) u organismos similares

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: La variable cuantitativa que se ha definido como la cantidad de OCV'S o centros similares existen en el municipio de Tuxtla Gutiérrez. Se justifica respuesta y se realiza análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El destino Tuxtla Gutiérrez cuenta con una OCV, denominada Oficina de Convenciones Chiapas (<http://www.ocvchiapas.com/>), con sede en el municipio de Tuxtla Gutiérrez, y cuyas principales actividades son:

- ☒ Define el mercado meta
- ☒ Representa los intereses de las empresas del sector turístico del destino para generar tráfico de visitantes.
- ☒ Maneja hábilmente las relaciones públicas para el éxito del destino.
- ☒ Evalúa el desarrollo de la capacidad instalada y potencial del destino.
- ☒ Apoya a determinar productos estrella y productos complementarios.
- ☒ Impulsa la atracción y cierre de eventos nacionales e internacionales: grupos, congresos, convenciones, ferias y expos.
- ☒ Otorga asesoría y servicio a grupos de visitantes potenciales o para eventos
- ☒ Mantiene una búsqueda continua de alternativas de clientes potenciales para el destino a través de cámaras, asociaciones, sociedades públicas, privadas nacionales e internacionales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.-

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Oficinas_de_Convenciones_y_Visitantes_OCvs

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Otro: **Fuente 1.-**

http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Oficinas_de_Convenciones_y_Visitantes_OCvs

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **PC6**

Grado de participación de los Destination Management Companies (DMC's) (Gestión local).

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Medio

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Definido como el grado de participación de los Destination Management Companies en Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo categórico. Muy alto, Alto, medio, bajo, muy bajo. Aplicable al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción Según la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, existen dos DMC's ubicados en Tuxtla Gutiérrez: Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido; y Viajes Chiapas DMC. Ambos parecen ofertar una amplia red de servicios y productos, incluyendo aquellos localizados en Tuxtla Gutiérrez, y colaboran atrayendo la celebración de eventos y convenciones de empresa, además de paquetes turísticos destinados al público en general hacia Chiapas, incluyendo Tuxtla Gutiérrez. Realizan publicidad del destino a través de Blit's por ciudad en los que se visitan principalmente empresas para promocionar Chiapas y Tuxtla Gutiérrez como destino de reuniones; envío de e-mailings; presencia promocional en hoteles, participación en ferias especializadas en incentivos (ICOMEX); anuncios en directorios especializados en eventos y a través de su página web. En ambos casos se cuentan con certificaciones como del Registro Nacional de Turismo (RNT) y el empleo de guías certificados; y Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido cuenta asimismo con el Programa de calidad Moderniza de SECTUR. Destacar que mientras que Xanball Transportadora DMC/Felgueres Viajes Lido vende principalmente San Cristóbal y Palenque; Viajes Chiapas DMC incluye a Tuxtla Gutiérrez como uno de los destinos de venta principal (de nuevo junto a San Cristóbal de las Casas). Según datos de la SECTUR Estatal de Chiapas, ambos ofertan una amplia gama de servicios que por su carácter incluyen presumiblemente la contratación de una gran variedad de prestadores de servicios locales. Estos son: Hospedaje; alimentos; espacios para sesionar; espacios para eventos; equipo audiovisual; noches tema; circuitos; edecanes; animadores; áreas de exposición; recorridos turísticos; estradas a parques; espectáculos o museos; eventos de experiencia como rallies, sensorama y contacto con fauna de la región; contacto con indígenas; espectáculos y museos. Recientemente ambos DMC's han atraído a Chiapas eventos de empresas de gran importancia a nivel internacional como Montsanto; American Express; Nestlé; Pizza Hut; Universidad de Cancerología de México; etc. Trabajan con clientes nacionales, principalmente del Distrito Federal, pero también del Estado de México, Monterrey y Guadalajara, y un pequeño porcentaje de clientes internacionales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☒
☐

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico).

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico)

☐
☐

Factor: **Promoción y Comercialización**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **PC7**

Diversificación en segmento de mercado geográfico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Sí

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador Existencia de campañas promocionales diversificadas en diferentes mercados geográficos, tanto a nivel municipal como a nivel estatal, ya que se considera inciden en el destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción
Nivel Municipal: A nivel de promoción por parte de la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, se manifiesta que se lleva a cabo segmentación geográfica a través de las acciones denominadas "caravanas turísticas", puesto que sólo se visitan las principales ciudades emisoras de turistas hacia Tuxtla Gutiérrez. No obstante, no se especifica cuáles son estas ciudades ni en base a qué información de base sobre demanda se realizan las decisiones de segmentación geográfica.

Nivel Estatal: La información facilitada desde la Secretaría de Turismo Estatal acerca de las campañas promocionales desarrolladas de forma conjunta con el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México) en los años 2010, 2011, y 2012; demuestra que se han llevado a cabo campañas diversificadas en cuanto a segmento de mercado geográfico. En el año 2012, en el marco de la campaña promocional denominada "Profecías Mayas" se realizaron acciones promocionales a nivel nacional, en medios de lo más diverso, como: revistas especializadas (Ex: Revista Arqueología Mexicana); TV (Televisa); prensa (El Universal); etc. Asimismo la misma campaña, tuvo una presencia internacional, principalmente en ferias de turismo como: pero también en otros como: como a nivel internacional, con ejemplo como la participación en Ferias Internacionales

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Subsecretaría de Promoción Turística).

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. **Fuente 2.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Subsecretaría de Promoción Turística).

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **PC8**

Alcance de las campañas y medios de promoción.

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:	Descripción
¿Qué mide el indicador/variable?		Descripción del Indicador Descripción del alcance de las campañas y medios de promoción a nivel municipal y estatal, ya que se considera que ambas afectan a Tuxtla Gutiérrez.		
Detalles y Comentarios del Indicador:		Descripción Nivel municipal: La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal manifiesta no realizar campañas de promoción que permitan medir datos sobre alcance de las campañas. No obstante, manifiesta que en la principal acción promocional realizada a nivel municipal, el envío de boletines electrónicos promocionales, el sistema les permite analizar datos sobre % de leídos y no leídos, lo cual se reconoce como una medida, si bien básica, de medición de alcance de acciones de promoción. Nivel Estatal: La Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas ha facilitado campañas en las que es posible comprobar la medición de datos del alcance a nivel geográfico (Nacional, Internacional, etc). Asimismo, para algunas acciones como los anuncios promocionales en revistas especializadas, existe un n° de tiraje promedio total en las revistas en las que se ha tenido presencia, siendo este de 35,000 a 100,000 ejemplares. Por otra parte existen datos facilitados por SECTUR Chiapas, que miden resultados de impacto en función de: la incidencia de las campañas de promoción realizadas a nivel estatal en 2010, 2011 y 2012, con el incremento de la afluencia turística a Tuxtla Gutiérrez para los mismos años; y la incidencia de las mismas campañas en el incremento de la derrama económica en el destino Tuxtla Gutiérrez.		
Método de obtención:	Observación directa	☐		
	Registros Administrativos	☒		
	Información Estatal	☒		
	Información de la Web	☐		
Fuente:	Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Subsecretaría de Promoción Turística).			
Periodicidad de actualización:	Anual			
Validación con:	INEGI	☐		
	Anuario Estadístico	☐		
	Otro: Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas (Subsecretaría de Desarrollo Turístico y Subsecretaría de Promoción Turística).			

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **PC9**

Uso de la marca de pueblo mágico o ciudad patrimonio.

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No*

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable cualitativa que describe el uso de la marca pueblo mágico o ciudad patrimonio.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde la Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas (SECTUR Chiapas) se comunica que los únicos municipios con denominación de pueblo mágico en Chiapas, son: San Cristóbal de las Casas; Chiapa de Corzo; y Comitán de Domínguez.

**Nota: No obstante destacar que a pesar de que Tuxtla Gutiérrez no usa la marca pueblo mágico o ciudad patrimonio, se encuentra en una posición estratégica con respecto a dos de ellos, tanto por ser principal punto de conectividad a la zona como por cercanía (Distancia de Tuxtla Gutiérrez a Chiapa de Corzo: 15 km; y distancia de Tuxtla Gutiérrez a San Cristóbal: 70 km aprox).*

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística, Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. LCC Cecilia del C. Carrillo Gordillo.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística, Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. LCC Cecilia del C. Carrillo Gordillo.

Factor: **Promoción y Comercialización**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **PC10**

Existencia de agencias de viajes mayoristas que promocionen el destino.

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

3

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Existen agencias de viajes mayoristas que promocionen y comercialicen el destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa. Fundamentar respuesta y citar nombres de agencias y descripción de sus acciones promocionales

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Se han identificado tres agencias mayoristas que comercializan el destino: Turismo Palenque; Ecoexperiencias y Miramar Travel Shop. No obstante, sus paquetes, que cubren con amplitud la oferta turística del Estado de Chiapas, en el caso concreto del destino Tuxtla Gutiérrez se centra en los atractivos del Cañón del Sumidero y en algún caso de atractivos asociados como el Parque Amikuú

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística, Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. LCC Cecilia del C. Carrillo Gordillo.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Dirección de Proyección Turística, Departamento de Gestión de Proyectos Promocionales. LCC Cecilia del C. Carrillo Gordillo.

Factor: **Promoción y Comercialización**

**Diseño y vigencia del Plan de Marketing local y Estatal
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **PC11**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (x)

Cuantitativo ()

Valor Observado: NO

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: La variable se ha definido como la existencia o no de un plan de marketing vigente, tanto a nivel local como a nivel estatal.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde la Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez se manifiesta que "no se cuenta con presupuesto para elaborar un plan de marketing que pueda incluir elaboración de campañas, compra de espacios en medios o revistas especializadas, etc. La estrategia que se utiliza para promocionar es en conjunto con el sector turístico realizar caravanas turísticas, envío de boletines electrónicos a agencias de viajes de la República Mexicana, asistir a eventos en los que participe Sectur o la OCV".

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez.

Factor: **Promoción y Comercialización**

12

**N° de agencias receptoras que comercializan el destino Tuxtla Gutiérrez
(VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)**

Indicador:
Código de Indicador: **PC12**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(x)

Valor Observado:

8

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Definido como el n° de agencias receptoras que comercializan al destino Tuxtla Gutiérrez.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Según información de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez, a pesar de que las agencias con base en Tuxtla se caracterizan de forma general por no incluir atractivos propios de Tuxtla Gutiérrez en sus paquetes y vender únicamente otros destinos. No obstante, existe un número muy reducido de 8 agencias receptoras (Viaje por Chiapas, Tuchtlan Transportadora Turística, Viajes Itzaa, Lacanjá Tours, Congretours, Viajes Kali, Bambú Travel Tours, Chiapas Travel and Tours) que sí ofrecen atractivos turísticos de Tuxtla, aunque de manera casi residual, tratándose principalmente de una visita a los Miradores del Cañón del Sumidero, antes de partir en dirección a San Cristóbal de las Casas, por ejemplo. Sólo existe una agencia que ofrece un paquete en el que todo el primer día y parte del segundo se centra en la visita de atractivos propios de Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada. Verónica Domínguez.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **1**

Código de Indicador: **GD1**

Cuenta con Dirección de Turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Indicador cualitativo binario, sí o no. Se justifica respuesta y breve análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existe una Dirección de Desarrollo Turístico que depende de la Secretaría de Desarrollo Económico y ésta a su vez de la H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez. Es un área técnica con recursos limitados: gasto corriente concentrado en nómina y sin presupuesto anual de inversión. Por otro lado, el número de personas que laboran en esa Dirección ha disminuido en los últimos años, lo que dificulta el liderazgo de la oficina ante el sector turístico del destino.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☒
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio. www.tuxtla.gob.mx

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico

☐
☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio. www.tuxtla.gob.mx

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **2**

Código de Indicador: **GD2**

Existencia de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil y los empresarios

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable identificada como la existencia o no de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil, y los empresarios en la gestión turística del destino. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se aporta justificación y análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Variable identificada como la existencia o no de coordinación entre los tres niveles de gobierno, la sociedad civil, y los empresarios en la gestión turística del destino. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se aporta justificación y análisis situacional.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X
X

Fuente:

Fuente 1.- "Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez". H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Secretaría General del Ayuntamiento. **Fuente 2.-** Diagnósticos del equipo técnico a través de talleres participativos realizados con motivo del presente estudio.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** "Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez". H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Secretaría General del Ayuntamiento. **Fuente 2.-** Diagnósticos del equipo técnico a través de talleres participativos realizados con motivo del presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **GD3**

Marco regulatorio estatal (ordenamiento ecológico territorial decretado)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de un ordenamiento ecológico territorial decretado a nivel estatal, Chiapas. Indicador cualitativo binario. Sí o no. Se justifica respuesta y se acompaña de un breve análisis.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Es importante señalar que Chiapas (2012) dispone de un Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial del Estado, además de que desde 2010 tiene un Programa de ordenamiento ecológico y territorial de la sub-cuenca del Río Sabinal que incluye a los municipios de San Fernando, Berriozábal, Ocozocuautila de Espinoza y Tuxtla Gutiérrez.

(Anexo: Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial del estado de Chiapas).

(Anexo: Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Sub-cuenca del Río Sabinal en los municipios de San Fernando, Berriozábal, Ocozocuautila de Espinoza)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales). <http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Paginas/ODecretados.aspx>. Decreto del Programa de Ordenamiento Ecológico y territorial de la sub-cuenca del Río Sabinal. Decreto del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de Chiapas. Periódico Oficial de la Secretaría General del Gobierno del Estado de Chiapas.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-**

☐
☐

<http://www.semarnat.gob.mx/temas/ordenamientoecologico/Paginas/ODecretados.aspx>.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **4**

Código de Indicador: **GD4**

Marco regulatorio municipal alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General de Turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de un marco regulatorio municipal en Tuxtla Gutiérrez alineado a la Nueva Política Nacional Turística y a la Ley General del Turismo. Indicador cualitativo binario. Sí o no. Se justifica respuesta).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El marco regulatorio municipal es débil y es corto en cuanto a las directrices que maneja la Ley General de Turismo.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☒

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

Sexenal

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **5**

Código de Indicador: **GD5**

Programas y diagnósticos en materia turística

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo (X)

Cuantitativo ()

Valor Observado: Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable interpretada como la existencia o no de programas y diagnósticos turísticos a nivel municipal. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se añade justificación y descripción de los programas más recientes. Aplicable a planes que incluyan al destino de Tuxtla Gutiérrez con fecha de antigüedad no superior a 10 años.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El Eje temático 3: Tuxtla competitiva y próspera del **Plan Municipal de Desarrollo** incluye el Programa de fomento al turismo municipal. Adicionalmente, existe el **Programa de trabajo del Consejo Municipal de Turismo** y la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal tiene un documento titulado **Proyectos del Plan Municipal de Desarrollo**. En estos documentos es poco consistente el apartado de diagnóstico y se concentran más en las directrices y líneas de acción, sin definir metas. En Abril del 2009, Tuxtla Gutiérrez fue uno de los destinos turísticos incluidos en el llamado **"Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo"**, desarrollado por el Programa de Voluntarios de la Fundación THEMIS de la OMT (Organización Mundial del Turismo) en estrecha colaboración SECTUR Federal, La Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Ver estudio completo en apartado de anexos. ([Anexo Plan de Desarrollo Municipal](#))

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1. -Fundación Themis (UNTWO). "Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo". **Fuente 2.** - Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015 (Eje temático 3: Programa de Fomento al Turismo Municipal). **Fuente 3.** - Programa de Trabajo del Consejo Sexenal

Periodicidad de actualización:

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.**-Fundación Themis (UNTWO). "Plan de Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo". **Fuente 2.**- Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015 (Eje temático 3: Programa de Fomento al Turismo Municipal). **Fuente 3.**-

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **GD6**

Coordinación con organismos turísticos regionales

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado: Inexistente

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de coordinación entre organismos públicos y privados del destino con otros organismos turísticos de relevancia a nivel regional. Indicador cualitativo binario, sí o no. Justificar respuesta y análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : El funcionamiento de los destinos es a manera de islas con sus respectivos organismos de gestión pero estos no mantienen nexos de colaboración y cooperación con aquellos correspondientes a otros destinos como sería el caso de Chiapa de Corzo, que forma parte de la zona metropolitana de la capital, o con San Cristóbal de las Casas a tan solo 40 minutos de distancia con el que se duplicaría la oferta de cuartos y se complementarían las fortalezas para competir en el segmento de turismo de reuniones. Por otro lado, aunque se comparte con una docena de municipios la identidad zoque, se carece de una acción conjunta de relevancia regional que despliegue el potencial del desarrollo turístico a partir de una cultura viva como esa, es decir, que argumentos de orden geográfico, mercadotécnico y de identidad no han bastado para promover la coordinación entre organismos turísticos regionales.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☒
☐
☐
☐

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

☐
☐

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **7**
Código de Indicador: **GD7**

Coordinación Institucional

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Regular

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la evaluación categórica del desempeño de la coordinación institucional en materia de gestión y planeación turística para el destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa categórica: Excelente, bueno, regular, malo, pésimo. Justificar respuesta con análisis completo y datos.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Regular. Es eficaz en la respuesta a problemas de corto alcance como la gestión de un documento o un servicio pero se vuelve ineficaz en acciones de largo alcance que requieren de mayor tiempo.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Otro: Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **GD8**

Normatividad Municipal

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Existe normatividad municipal que regule de forma específica la actividad turística del municipio?. Indicador cualitativo binario. Sí o no. Justificar respuesta.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: En el nivel municipal existen el Reglamento para el Fomento del Desarrollo y Desarrollo Turístico Municipal y el Reglamento Interno del Consejo Municipal de Turismo.

[Ver Reglamento para el fomento del desarrollo y desarrollo turístico municipal en apartado de anexos: Anexo n°](#)
[Ver Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo en apartado de anexos: Anexo n°](#)

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez. Normatividad Vigente.
<http://www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente>

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez. Normatividad Vigente.
<http://www.tuxtla.gob.mx/index.php/h-ayuntamiento-de-tuxtla-gutierrez/normatividad-vigente>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **GD9**

Comités de turismo sustentable

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de comités que colaboren en la gestión del turismo con un enfoque de sustentabilidad en el destino Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo binario, sí o no. Se justifica respuesta.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Los comités de este tipo son inexistentes en Tuxtla Gutiérrez.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **10**

Código de Indicador: **GD10**

Percepción sobre el comercio ambulante

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Negativa

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la evaluación de la percepción acerca del comercio ambulante en el destino de Tuxtla Gutiérrez. Cualitativa

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Es evidente que sitios de interés turístico importantes para el destino han sido invadidos por comercio informal tanto en bienes como en servicios generales como turísticos propiamente. El Parque de la Marimba y Parque Central, ofrecen artesanías, perfumes y otros productos de alimentos y

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **11**

Código de Indicador: **GD11**

Involucramiento de los empresarios y la sociedad civil

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Positivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la evaluación del involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en la gestión y la planeación turística del destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa binario, positivo o negativo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Son evidentes los resultados del involucramiento de los empresarios y la sociedad civil en términos de su disposición para trabajar en equipo y aportar recursos en la medida de sus posibilidades. Ejemplos son caravanas de promoción, Carnaval de Tuxtla, mejora de parques y jardines, etc.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **12**

Código de Indicador: **GD12**

Participación de la sociedad en los eventos turísticos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Positiva

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable que mide la participación de la sociedad civil, entendida como los actores de relevancia turística del destino, en eventos de relevancia turística en Tuxtla Gutiérrez. Indicador cualitativo binario, positivo o negativo).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Algunos ejemplos son participación en eventos promocionales, proyectos de inversión del destino, actividades de impulso a la mejora de la imagen urbana, aportaciones en especie a actividades de generación y gestión de conocimiento en el destino, etc. No obstante, hay reclamos por su marginación en áreas como manejo de recursos del 2% de impuesto al hospedaje, por ejemplo.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **13**

Código de Indicador: **GD13**

Sistema de Información Estadística del Turismo

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como cualitativa binaria si o no, del sistema de información estadística del turismo que afecta al destino de Tuxtla Gutiérrez. Se presenta descripción.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: La Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, en el Departamento de Sistemas de Información Turística Estatal, para la generación de ocupación hotelera se manejan dos sistemas estadísticos: a) Sistema DATATUR: Este sistema diseñado para calcular la ocupación hotelera, afluencia de visitantes, estadía, densidad, entre otros indicadores de manera semanal, mensual y anual de los principales destinos turísticos como son: Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Comitán de Domínguez, Palenque, Tapachula, Tonala-Puerto Arista, representado por una muestra de 142 hoteles de un total de 855, sistema implementado a partir del 2003 como reemplazo del módulo estadístico del SITE (Sistema de Información Turística Estatal) <http://datatur.sectur.gob.mx> b) Sistema de Ocupación Hotelera: Este sistema fue diseñado de manera local, con la finalidad de obtener la ocupación hotelera diaria promedio de todas las

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

☐
☒
☒
☐

Fuente:

Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

Periodicidad de actualización:

semanal, mensual, trimestral, anual, permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas. **Fuente 2.-** Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla

☐
☐

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **14**

Código de Indicador: **GD14**

Nivel de Desarrollo turístico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿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:

Factor: **Gestión del Destino**
Indicador: **15**
Código de Indicador: **GD15**

Presupuesto gubernamental destinado al turismo – estatal y municipal

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "X")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: \$129'792,043.96 (estatal)

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como el monto asignado a la gestión turística estatal y local que permitan el desempeño de la actividad turística en el destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa. Se acompaña de un breve análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: A nivel municipal el presupuesto de inversión para promover acciones de promoción, capacitación, información estadística, etc., es inexistente. alguna propuesta que pudiera ser de interés al momento, debe ser presentada y avalada por el Cabildo. Para su aprobación debe ser contextualizada entre otras necesidades del municipio. Sin embargo para la Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, el presupuesto asignado para el año 2013, asciende a un monto de \$ 129'792,043.96, destinado al desarrollo de las actividades turísticas a nivel estatal, dentro de las cuales se incluye al municipio de Tuxtla Gutiérrez, en materia de capacitación, promoción, atención al turismo, otros. (Anexo: Presupuesto egresos sec tur 2013)

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☒

Fuente:

Fuente 1.- Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio. **Fuente 2.-** Presupuesto de Egresos del estado de Chiapas para el ejercicio fiscal 2013
<http://www.haciendachiapas.gob.mx/marco-juridico/Estatal/informacion/Decretos/decreto13.pdf>

Periodicidad de actualización:

Anual

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnósticos del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación realizada para el presente estudio. **Fuente 2.-**
<http://www.haciendachiapas.gob.mx/marco-juridico/Estatal/informacion/Decretos/decreto13.pdf>

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **16**

Código de Indicador: **GD16**

Planes estratégicos y operativos de corto, mediano y largo plazo (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(x)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

SI

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de planes estratégicos de corto, mediano y largo plazo que guíen la gestión del destino Tuxtla Gutiérrez en la actualidad. Indicador cualitativo binario, sí o no. Justificar respuesta y aportar análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Existe el Plan Municipal de Desarrollo 2012 – 2015, mismo que al momento del estudio está en proceso de aprobación por el congreso local. En ese documento se encuentra el apartado de Eje temático: Tuxtla competitiva y próspera que incluye el Programa de fomento al turismo municipal. Por otro lado, se firmó el Pacto por Tuxtla como un instrumento que define acciones a realizar en favor de la actividad turística municipal.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015. **Fuente 2.-** Programa de Trabajo del Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. **Fuente 3.-** Acuerdo de motivos, compromisos y participantes del Pacto por Tuxtla.

Periodicidad de actualización:

Trienio / Anual

INEGI
Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez 2012- 2015. **Fuente 2.-** Programa de Trabajo del Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. **Fuente 3.-** Acuerdo de motivos, compromisos y participantes del Pacto por Tuxtla.

Factor: **Gestión del Destino**

17

Indicador:

Código de Indicador: **GD17**

Controles y sistemas de planeación

SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

(VARIABLE

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(x)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

NO

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de controles y sistemas de planeación que controlen regularmente y permitan corregir regularmente la gestión del destino en base a planteamientos estratégicos. Indicador cualitativo binario, sí o no. Justificar y aportar análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Es inexistente un sistema de planeación y control de gestión que permita un monitoreo confiable y pertinente de la actividad turística en los destinos por parte de la Secretaría de Turismo estatal y del Gobierno Municipal. Las atribuciones en materia de planeación de ambos organismos son acotadas y se concentran en las áreas hacendarias, esto se ve reflejado en la calidad de los instrumentos de planeación y la efectividad de su gestión a nivel local.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Diagnóstico del equipo técnico responsable del presente estudio.

Periodicidad de actualización:

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Diagnóstico del equipo técnico responsable del presente estudio.

Factor: **Gestión del Destino**

Identificación de agentes de desarrollo local

(VARIABLE

Indicador: **18**

SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Código de Indicador: **GD18**

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(x)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

SI

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como existencia o no de una definición clara de los agentes de desarrollo local que afectan a la actividad turística. Variable cualitativa binaria, Sí o no. Describir y aportar análisis situacional.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El Consejo Municipal de Turismo integra a los representantes del sector público, empresarial y de la sociedad civil que participan en la actividad turística. Son parte de este, representantes de la Asociación de Empresas de Turismo de Negocios, la Asociación de Hoteles y Moteles del Centro, Colegio de Guías, Asociación de Agencias de Viajes, Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, Federación de Empresas Turísticas de Chiapas, Cámara Nacional de Comercio y Servicios Turísticos, Restauranteros individuales, etc.

No obstante, el taller de planeación participativa para la elaboración de la Agenda reveló que el Consejo Municipal de Turismo ha caído en un tipo de Observación directa

Método de obtención:

Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x
x

Fuente:

Fuente 1.- Diagnóstico del equipo técnico responsable del presente estudio.
Fuente 2.- "Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez". H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Secretaría General del Ayuntamiento.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Diagnóstico del equipo técnico responsable del presente estudio. **Fuente 2.-** "Reglamento interno del Consejo Municipal de Turismo de Tuxtla Gutiérrez". H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Secretaría General del Ayuntamiento.

Factor: **Gestión del Destino**

21

Indicador:

Código de Indicador: **GD21**

% de asistencia en las reuniones del Consejo Municipal de Turismo (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(x)

Valor Observado:

30%

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: variable que mide el % de asistencia en las reuniones del Consejo Municipal de Turismo

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Según la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, el % del total de 21 integrantes del consejo que suelen participar en las reuniones del Consejo Municipal de Turismo es aproximadamente del 30%. No obstante, menciona que también suelen participar otros actores locales (hoteleros, restauranteros, etc) que no son miembros oficiales del consejo (no tienen voz y voto) y que no son tenidos en cuenta en este % de participación.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo

Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de

Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica

Domínguez.

Validación con:

Factor: **Gestión del Destino**

22

Indicador:

Código de Indicador: **GD22**

% de acciones y eventos turísticos con participación de la sociedad local que son programados desde el Consejo Municipal de Turismo. (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(x)

Valor Observado:

4

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: variable que mide el % de acciones y eventos turísticos con participación de la sociedad local que son programados desde el Consejo Municipal de Turismo.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde 2012 y hasta la fecha del presente estudio la Dirección de Desarrollo turístico afirma que fueron planificadas desde el Consejo Municipal de Turismo cuatro acciones y/o eventos turísticos con participación de la sociedad y actores de relevancia turística, siendo estos: El Carnaval (Febrero 2013), Buen Fin Turístico (fin de semana en el que los prestadores de servicios turísticos ofrecen descuentos conjuntos para promocionar la plaza), Expo-turística (feria que reúne a diferentes prestadores de servicios turísticos del Estado) y Caravana Turística (caravana promocional).

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Factor: **Gestión del Destino**

Indicador: **23**

Código de Indicador: **GD23**

% de proporcionalidad de actores participantes en el Comité Consultivo de Turismo Municipal (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(x)

Valor Observado: Descriptivo

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: variable que mide el % de proporcionalidad de actores participantes en el Comité Consultivo de Turismo Municipal.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El % de proporcionalidad de actores participantes en el comité de Turismo Municipal presenta los siguientes datos: Empresarios turísticos 28.58, Sociedad civil 14.28, Cámaras empresariales 14.28, Asociaciones ecológicas 0, Funcionarios 33.33, Instituciones educativas 9.52. Destaca la ausencia de participación de grupos o asociaciones relacionada con el medioambiente y la ecología a nivel local, sobre todo teniendo en cuenta que uno de los principales atractivos es el Parque Nacional del Cañón del Sumidero. Asimismo, destaca la ausencia de asociaciones y/o organismos culturales, organizaciones no gubernamentales, (ONG'S), etc.

Desde la Dirección de Desarrollo Turístico se manifiesta que: "Anteriormente se invitaba a Grupos o asociaciones medioambientalistas pero dejaron de asistir a las reuniones. Valdría la pena integrar más a Coneculta (Consejo Estatal para las Cultura y las Artes de Chiapas): y al Instituto Tuxtleco de Arte y Cultura (recién Observación directa

Método de obtención:

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

x

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI

Anuario Estadístico

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez.

Factor: **TICs e Información al turista**
Indicador: **1**
Código de Indicador: **TI1**

Portal de internet del destino

Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado:	Si

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable definida como la existencia o no de un portal de Internet oficial exclusivo para el destino de Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa binaria, sí o no. Se justifica respuesta y se incluye un breve diagnóstico.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción : Existe un portal web exclusivo para el destino Tuxtla Gutiérrez (www.turismo.tuxtla.gob.mx) con información sobre atractivos y servicios turísticos presentes en la ciudad, así como información turística general sobre gastronomía, historia y consejos para el viaje y la visita. Es una web sencilla y de fácil manejo. La página es fácil de encontrar en principales buscadores como google. Asimismo el destino cuenta con el apoyo de una sección exclusiva en la web estatal www.turismochiapas.gob.mx donde se ofrece una herramienta adicional, la posibilidad de hacer una visita virtual a los principales atractivos del destino Tuxtla, a través de seis secciones incluidas: Aventúrate, apartado: turismo de reuniones. Conoce, apartado: lugares de interés que debes conocer. Vive Chiapas, apartado: Caminando, corriendo, bailado, comprando, conociendo. Descubre, apartado: Gastronomía, calzada de las etnias. Diviértete, apartado: Ferias tradicionales, espectáculos, eventos deportivos.

Método de obtención:

Observación directa	☐
Registros Administrativos	☐
Información Estatal	☒
Información de la Web	☒

Fuente:

Fuente 1.- Observación directa del equipo técnico responsable del presente estudio de:
- Portal web del Municipio de Tuxtla Gutiérrez: www.turismo.tuxtla.gob.mx
- Portal web oficial del Destino Chiapas www.turismochiapas.gob.mx
Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI	☐
Anuario Estadístico	☐

Otro: **Fuente 1.-** Observación directa del equipo técnico responsable del presente estudio de:
- Portal web del Municipio de Tuxtla Gutiérrez: www.turismo.tuxtla.gob.mx
- Portal web oficial del Destino Chiapas www.turismochiapas.gob.mx
Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información proporcionada con fecha 23/08/2013

 		Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Destino: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: TICs e Información al turista Indicador: 2 Código de Indicador: T12		Información actualizada en el portal de internet del destino	
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo (X)	Cuantitativo ()	Valor Observado: No
¿Qué mide el indicador/variable?		Descripción: Variable que mide el estado de actualización o no actualización de la web oficial del destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cualitativa binaria, sí o no. Justificar respuesta y realizar breve valoración.	
Detalles y Comentarios del Indicador:		Descripción: La actualización de la página web del destino Tuxtla muestra carencias de actualización. Desde la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal se manifiesta que "existe una persona asignada a actualizar la web y redes sociales, tiene clave de administrador de página pero tenemos mucho problema con el acceso a Internet ya que está restringido y falla. De igual manera la coordinación de innovación y desarrollo tecnológico del H. Ayuntamiento tiene facultad de hacer cambios pero sólo lo hace cuando se lo solicitamos". La observación e investigación directa del equipo técnico responsable del presente estudio, muestra que la actualización es deficiente, siendo clave la existencia de entradas obsoletas en la sección de "Noticias" (última actualización data de Mayo 2012, más de un año de desfase) y que en fecha clave para la actividad turística del municipio, la celebración de la Feria del Tamal 2013, no se encontrase información alguna en la web que hiciese referencia a este evento. La información sobre la Feria de la Marimba si tuvo presencia en el perfil facebook de turismo municipal y en la página web de turismo estatal (www.turismochiapas.gob.mx). Destacar que el destino si cuenta con una página de facebook de turismo municipal activa y actualizada regularmente. Datos proporcionados por la Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, indican la regularidad en la actualización de la información en su página web (www.turismochiapas.gob.mx), como sigue: a) segmentos: semestral (variable), b) destinos semestral (variable), c) actividad: semestral (variable), d) experiencia semestral (variable), e) eventos: semanal (variable).	
Método de obtención:		Observación directa ☒ Registros Administrativos ☒ Información Estatal ☒ Información de la Web ☐	
Fuente:		Fuente 1.- Observación directa del equipo técnico responsable del estudio. Fuente 2.- Secretaría del Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013. Fuente 3.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Lic. Verónica Domínguez Ibarra.	
Periodicidad de actualización:		Permanente	
Validación con:		INEGI ☐ Anuario Estadístico ☐ Otro: Fuente 1.- Observación directa del equipo técnico responsable del estudio. Fuente 2.- Secretaría del Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada con fecha 23/08/2013. Fuente 3.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal. Lic. Verónica Domínguez Ibarra.	

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **3**

Código de Indicador: **TI3**

Acceso a internet en sitios públicos

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

3

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción: Variable definida como la existencia o no de Internet wifi gratuito en sitios públicos del destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa. Se aporta mención de los lugares y diagnóstico.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: El municipio de Tuxtla Gutiérrez ofrece Internet wifi gratuito disponible tanto para turistas como para población local en al menos tres parques públicos identificados: El "Parque de la Juventud", situado en el centro de la ciudad y cerca de los principales atractivos turísticos; el "Centro de Convivencia Infantil", situado en la ruta turística denominada "Calzada de los Hombres Ilustres"; y el "Parque de la Marimba", el atractivo turístico más reconocido del centro de la ciudad. El equipo técnico comprobó en campo el funcionamiento de algunos de estos dispositivos. Así también es posible el acceso a internet en Parque 5 de mayo, parque Bicentenario, Parque Central y Parque Caña Hueca.

Método de obtención:

Observación directa

☒

Registros Administrativos

☐

Información Estatal

☐

Información de la Web

☐

Fuente:

Fuente 1.- Observación y análisis directo por parte del equipo técnico responsable de este estudio.

Periodicidad de actualización:

Permanente

INEGI

☐

Anuario Estadístico

☐

Validación con:

Otro: **Fuente 1.-** Observación y análisis directo por parte del equipo técnico responsable de este estudio.

 		Ficha Técnica de Indicadores	
		Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos	
		Destino: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: TICs e Información al turista			
Indicador: 4		Aplicaciones turísticas para móviles - Guías comerciales, teléfonos de interés	
Código de Indicador: T14			
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo ()	Cuantitativo (X)	Valor Observado: 1
¿Qué mide el indicador/variable?		Descripción: Variable cuantitativa, definida como el No. de aplicaciones turísticas para móviles que promocionen o informen acerca del destino Tuxtla Gutiérrez.	
Detalles y Comentarios del Indicador:		Descripción: Aunque no es una app exclusiva para Tuxtla Gutiérrez, el destino tiene una presencia importante como capital del Estado en la nueva app para Iphone o Androi denominada Visit Chiapas App (empresa privada) para dispositivos Iphone y Android. La información de Tuxtla Gutiérrez incluye georeferenciación de principales atractivos turísticos y su utilidad fue comprobada por el equipo técnico del proyecto. Así también el Gobierno del Estado en coordinación con la Función Pública y la Secretaría de Turismo. se encuentran desarrollando la APP denominada "Chiapas mi aventura", en donde el destino Tuxtla Gutiérrez está incluido, considerándose en el apartado de Ciudades, brindando información de introducción a la ciudad (descripción), atractivos turísticos (listado) y servicios (listado de prestadores: hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías, trasportación, arrendadoras, compras, discotecasy bares).	
Método de obtención:		Observación directa	☐
		Registros Administrativos	☒
		Información Estatal	☒
		Información de la Web	☒
Fuente:		Fuente 1.- Dirección General de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. Fuente 2.- Observación y análisis directo por parte del equipo técnico responsable de este estudio https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adianteventures.adianteapps.visit_chiapas_app&hl=es . Fuente 3.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.Información proporcionada el 23/08/2013.	
Periodicidad de actualización:		Permanente	
		INEGI	☐
		Anuario Estadístico	☐
Validación con:		Otro: Fuente 1.- Dirección General de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Licenciada Verónica Domínguez. Fuente 2.- Observación y análisis directo por parte del equipo técnico responsable de este estudio. https://play.google.com/store/apps/details?id=com.adianteventures.adianteapps.visit_chiapas_app&hl=es Fuente 3.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.Información proporcionada el 23/08/2013.	

SECTUR SECRETARÍA DE TURISMO  Ficha Técnica de Indicadores Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos Destino: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: TICs e Información al turista	
Indicador: 5	
Código de Indicador: T15	
Indicadores de localización del destino	
Tipo de Indicador: (seleccione con una "x")	Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: 19
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del indicador: Variable definida como la existencia de indicadores turísticos . Variable cuantitativa. Se acompaña una breve descripción . Aplicable al destino de Tuxtla Gutiérrez.
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción: La evaluación de la señalización turística realizada en Abril de 2009 por parte de expertos del programa Volunteers UNTWO THEMIS destacaba ya deficiencias de señalización turística en Tuxtla Gutiérrez: "En términos generales, Tuxtla Gutiérrez y sus atractivos aledaños presentan deficiencias y carencias en este aspecto, que se hacen especialmente notorias en las zonas alejadas del área urbana. De hecho, en algunos de los atractivos urbanos se percibe falta de señalización adecuada e inclusive, la nomenclatura de las calles presenta algunas deficiencias". En la actualidad no se aprecian mejoras apreciables. La evaluación de la oferta de recursos y atractivos turísticos realizada por el equipo técnico responsable del presente estudio así como los primeros análisis de talleres, entrevistas a actores clave, etc, muestran que la situación no ha mejorado desde entonces. La Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez confirma asimismo que la señalización turística es inexistente.La Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, señala la existencia de 3 espacios para espectaculares de promoción turística: a un costado de la entrada del Fracc. La Misión, en la entrada de Tuxtla Gutiérrez por la Pochota y Libramiento sur carretera a Villaflores, como parte del programa de señalización 3a. etapa. y 16 señales turísticas dentro del programa de señalización turística 5ta. etapa "Glorioso Cristo de Chiapas".
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web
Fuente:	Fuente 1.- Chiapas 2015. Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo Abril de 2009. Volunteers UNTWO THEMIS. Fuente 2.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. - Fuente 3.- Diagnóstico del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación para el presente estudio. Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información recibida el 23/08/13
Periodicidad de actualización:	Permanente
Validación con:	INEGI Anuario Estadístico Otro: Fuente 1.- Chiapas 2015. Plan de estrategia y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, Palenque, Comitán de Domínguez y Chiapa de Corzo Abril de 2009. Volunteers UNTWO THEMIS. Fuente 2.- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez. - Fuente 3.- Diagnóstico del equipo técnico realizados en el contexto de la investigación para el presente estudio. Secretaría de Turismo del Gobierno del estado de Chiapas, información recibida el 23/08/13

Factor: **TICs e Información al turista**

Indicador: **6**

Código de Indicador: **T16**

Hits de visitas al portal del destino

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

1033*

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción Variable definida como el n^a de visitas recibidas por la página web del destino en el último año. Variable cuantitativa, de n^o. Aplicable para la web del destino de Tuxtla Gutiérrez y el apartado web dedicado a Tuxtla Gutiérrez en la web de turismo estatal

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción La Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez manifestó no tener la posibilidad de obtener el dato de visitas de la página web de turismo municipal www.turismo.tuxtla.gob.mx, "por no tener instalado un contador de visitas". En el caso de la *Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas, señala que desde la creación de la página web, el pasado 26 de abril del 2013, se han registrado 1033 visitas, distribuidas de la siguiente manera: 193 sector/360/tuxtla/miradoressumidero, 187 simacotorras, 155 zoomat, 111 plazamarimba, 101 plazabicentenario, 94 museodel cafe, 95 templosanmarcos, 72 museomarib, sector/busqueda/?q= 23, translate_c?depth=1&hl=en&prev=/search?q=ecoturismo+tuxtla+gutierrez+chiapas..... 2

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Información proporcionada el 23/08/2013

Factor: **TICS e Información al turista**

Indicador: **7**

Código de Indicador: **T17**

Líneas telefónicas

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

5.2*

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como el n° de líneas telefónicas fijas x cada 100 habitantes. Variable cuantitativa de n°. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez”.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Resaltar en este punto que el Estado de Chiapas es el Estado de México con menor número de líneas por cada 100 hab (puesto 32 de 32 estados). *5.2 líneas telefónicas por cada 100 habitantes en 2012 (Datos para el estado de Chiapas). No encontrándose el dato municipal hasta el momento.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- INEGI Perspectiva estadística Chiapas. Diciembre 2012. 2.11.3 CARACTERÍSTICAS SELECCIONADAS DEL SECTOR TRANSPORTES Y COMUNICACIONES, 2011 P/
www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/.../estd.../Pers-chs.pdf

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 2.-**
www.inegi.org.mx/prod_serv/contenidos/espanol/.../estd.../Pers-chs.pdf

X

Factor: **TICS e Información al turista**

Indicador: **8**

Código de Indicador: **T18**

Teléfonos móviles

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

()

Cuantitativo

(X)

Valor Observado:

58.3 *

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable definida como el n° de líneas de celular x cada 100 habitantes. Variable cuantitativa de n°. Aplicable al Municipio de Tuxtla Gutiérrez"

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Se tiene el registro estatal de 54.3 líneas x cada 100 hab en 1er semestre de 2012 y *58.3 suscripciones x cada 100 hab para el 2º semestre de 2012.

No encontrado el dato municipal y total hasta el momento.

Método de obtención:

Observación directa

Registros Administrativos

Información Estatal

Información de la Web

☐
☐
☐
☒

Fuente:

Fuente 1.- COFETEL. Sección información. Suscripciones a teléfonos celulares móviles por cada 100 habitantes por Entidad Federativa. Serie Semestral
<http://www.cft.gob.mx/>

Periodicidad de actualización:

Permanente

Validación con:

INEGI

Anuario Estadístico

Otro: **Fuente 1.-** <http://www.cft.gob.mx/>

☐
☐

Factor: **TICS e Información al turista**

Indicador: **9**

Código de Indicador: **T19**

Exportaciones de alta tecnología e índice tecnológico

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo ()

Cuantitativo (X)

Valor Observado: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: Variable tomada como el valor total de las exportaciones de alta tecnología + el resultado del índice tecnológico de fecha de publicación más reciente para Tuxtla Gutiérrez o en su defecto para el Estado de Chiapas. Variable cuantitativa.

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción No se tiene información.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
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: Tuxtla Gutiérrez	
Factor: TICs e Información al turista Indicador: 10 Código de Indicador: TI10	
Existencias de puntos de información turística Tipo de Indicador: (seleccione con una "x") Cualitativo () Cuantitativo (X) Valor Observado: 7	
¿Qué mide el indicador/variable?	Descripción del Indicador: Variable definida como la existencia o no de puntos de información turística en el destino Tuxtla Gutiérrez. Variable cuantitativa Hacer una breve descripción de los puntos de información
Detalles y Comentarios del Indicador:	Descripción: Tuxtla Gutiérrez cuenta con dos módulos de información turística dependientes de la Dirección de Desarrollo Turístico Municipal, abiertos durante todo el año, teniendo el Módulo situado en el Parque Central un horario de Lunes a Domingo de 8:30 a 20:00 hrs y el Módulo del Interior del Museo de la Marimba un horario de martes a domingo de 10:00h a 21:00 hrs. En ambos se ofrece información turística de Tuxtla Gutiérrez y del Estado de Chiapas, se otorgan mapas y se da orientación en general. Ambos módulos son atendidos por un total de 12 personas (6 en cada módulo en diferente horario), cuya formación consiste en una plática sobre cultura turística y geografía turística de Tuxtla y del Estado en General. Asimismo existen otros 5 puntos de información turística dependientes de la SECTUR estatal. Son los siguientes: Punto de Información del Aeropuerto Internacional Ángel Albino Corzo (horario de lunes a domingo de 9 a 18hrs.); Zoológico Miguel Álvarez del Toro (horario de martes a domingo de 9 a 17hrs.); Punto de Información Caseta Poniente situado en la entrada a Tuxtla Gutiérrez, (horario de martes a domingo de 9 a 15 hrs.); el Punto de Información módulo OCC, al interior de la terminal de autobuses (horario martes a domingo 9 a 15hrs); y Oficina SECTUR Call Center, (horario de lunes a viernes de 8 a 16 hrs.), con servicios de información y orientación sobre atractivos turísticos, generación de itinerarios, entrega de material promocional, promoción de lada nacional gratuita para información previa, durante y post el viaje, auxilio con números de emergencia. Por último, resaltar que en el Portal de Servicios y Trámites ciudadanos del
Método de obtención:	Observación directa Registros Administrativos Información Estatal Información de la Web
Fuente:	Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Lic. Verónica Domínguez. 29/07/2013. Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Fuente 3.- Portal de Servicios y trámites ciudadanos. Guía de Servicios. Servicios de Información . turística. http://servicios.chiapas.gob.mx/servicio/1638
Periodicidad de actualización:	Anual INEGI Anuario Estadístico
Validación con:	Otro: Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico del Municipio de Tuxtla Gutiérrez. Lic. Verónica Domínguez. 29/07/2013. Fuente 2.- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas. Fuente 3.- Portal de Servicios y trámites ciudadanos. Guía de Servicios. Servicios de Información . turística. http://servicios.chiapas.gob.mx/servicio/1638

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: ND

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador:

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Información en variable GD13

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:

Factor: **TICs e Información al turista**

12

Indicador:

Código de Indicador: **TI12**

Inversión en posicionamiento web del portal oficial del destino (VARIABLE SUGERIDA POR EL EQUIPO DE TRABAJO)

Tipo de Indicador:
(seleccione con una "x")

Cualitativo

(X)

Cuantitativo

()

Valor Observado:

No

¿Qué mide el indicador/variable?

Descripción del Indicador: (¿Cuál ha sido la inversión en posicionamiento web (SEO) por parte de la municipalidad en la web www.turismo.tuxtla.gob.mx para el anterior? Variable cuantitativa (nº).

Detalles y Comentarios del Indicador:

Descripción: Desde la Dirección Municipal de Desarrollo Turístico se manifiesta que no se realiza inversión en posicionamiento, ya que no se cuenta con recursos. No obstante, afirman realizar boletines electrónicos que se envían a una base de datos de 947 agencias de viajes de los Estados de Chiapas, Tabasco, Oaxaca, Veracruz, Campeche, Puebla, D.F, Estado de México, Jalisco y Nuevo León. Asimismo manifiestan que en el pasado se comenzó una política de posicionamiento a través del intercambio de links con páginas de referencia como SECTUR, OCV, Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles del Centro de Chiapas y Best Western Palmareca, pero que en la actualidad los links ya han desaparecido.

Método de obtención:

Observación directa
Registros Administrativos
Información Estatal
Información de la Web

X

Fuente:

Fuente 1.- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez

Periodicidad de actualización:

Anual

Validación con:

INEGI
Anuario Estadístico
Otro: **Fuente 1.-** Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez

No.	NOMBRE ANEXO	FICHA TÉCNICA	
1	Conectividad Aérea. SECTUR Estatal. Julio 2013	A11	
2	Convenio de Coordinación de Acciones para la Instrumentación del Proceso Relativo a la Ejecución, Evaluación y Modificación del Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial de la Subcuenca del Río Sabinal	ST8	
3	Decreto "Parque Nacional Cañón del Sumidero"	ST7	
4	Decreto Centro Ecológico y Recreativo "El Zapotal"	ST7	
5	Decreto Ley Ambiental para el Estado de Chiapas	ST5	
6	Decreto Reserva estatal "Cerro Mactumatzá"	ST7	
7	Decreto Zona de Protección Forestal Vedada "Villa Allende"	ST7	
8	Directorio de Agencias de Viajes (Resumen). Turismo Municipal. Junio 2013	OT4	
9	Directorio de Establecimientos de Alimentos y Bebidas. SECTUR Estatal. Julio 2013	OT3	OT7
10	Directorio de Hoteles (Resumen). Turismo Municipal. Junio 2013	OT6	OT13
11	Empresas con Certificado Ambiental Vigente en Chiapas	ST15	ST16
12	Flujo de personas y medios de transportes. SECTUR Estatal. Julio 2013	A19	
13	Gasto Promedio de Turistas. SECTUR Estatal. Julio 2013	OT16	
14	Inventario de Atractivos Turísticos. Turismo Municipal. Junio 2013	OT2	OT14
15	Inventario de Servicios Turísticos. Turismo Municipal. Junio 2013	OT14	
16	Listado de Inmuebles Históricos. Centro INAH Chiapas.	OT2	
17	Listado de Inmuebles Tradicionales. Centro INAH Chiapas.	OT2	
18	Plan de Desarrollo Municipal de Tuxtla Gutiérrez	ST12	GD16
19	Plan Estratégico y Competitividad Turística para los Clusters de Tuxtla Gutiérrez, San Cristóbal de las Casas, palenque, Comitán y Chiapa de Corzo.	ST12	
20	Presupuesto de Egresos SECTUR Estatal 20103	GD15	
21	Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para el Estado de Chiapas	ST8	
22	Programa de Ordenamiento Ecológico Territorial para la Subcuenca del Río Sabinal en los municipios de San Fernando, Berriozabal, Ocozocoautla de Espinosa y Tuxtla Gutiérrez.	ST8	GD3
23	Programa de Ordenamiento Ecológico y Territorial del Estado de Chiapas	GD3	
24	Reglamento de Protección Ambiental y Aseo Urbano del Municipio de Tuxtla Gutiérrez	ST5	
25	Reglamento para el Fomento y Desarrollo Turístico Municipal	ST12	
26	Relación de Empresas que cuentan con distintivo "H". SECTUR Estatal. Julio 2013	FC6	
27	Relación de Empresas que cuentan con distintivo "M". SECTUR Estatal. Julio 2013	FC7	
28	Relación de Guías de Turistas. SECTUR Estatal. Julio 2013	FC8	
29	Rutas y Centros Turísticos de Chiapas. SECTUR Estatal. Agosto 2013	OT12	
30	Tarifas Hoteleras. SECTUR Estatal. Julio 2013	A15	

Portafolios de proyectos de inversión por destino.

INSTITUCIÓN: Asociación de Empresas de Turismo de Negocios.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de realización de andadores turísticos en zonas turísticas prioritarias de Tuxtla Gutiérrez".
Objetivo	- Hacer peatonal el camellón central del boulevard y vivir la ciudad desde otra visión. - Generar productos turísticos en la ciudad. - Hacer zonas comerciales y culturales ordenadas.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Producto turístico, infraestructura de zonas turísticas de la ciudad,

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> Boulevard Belisario Domínguez 16ª poniente.
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> De la Cabeza Maya al Hotel Arecas. Toda la 16ª. poniente
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Hacer peatonal el boulevard de la 16ª poniente. - Hacer peatonal el camellón central del Boulevard. (Tipo Av. Chapultepec, Guadalajara, Paseo Montejo)

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	Turistas en general.
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	Turismo de reuniones.

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

La ciudad de Tuxtla Gutiérrez, presenta graves deficiencias en su infraestructura, equipamiento e imagen urbana, atendiendo al nudo de competitividad: Accesibilidad e Infraestructura, problema 1.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Hacer vialidades peatonales en los camellones del boulevard.
- Acondicionar camellones del Boulevard.
- Aumentar seguridad en la zona.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- 100% camellones de la zona designada limpios, arreglados, pintados, peatonales, iluminados y con áreas verdes.
- Generar pernocta hotelera.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Municipio.
- Áreas verdes.
- Seguridad Pública.
- Turismo.

INSTITUCIÓN: Representante de Hoteles de Cadena.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto para la construcción del Centro de Exposiciones de Tuxtla Gutiérrez”
Objetivo	“Construcción de un Centro de Exposiciones para Tuxtla Gutiérrez que complete la infraestructura del Centro de Convenciones y Polyforum Chiapas”
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Construcción de infraestructura y equipamiento turístico.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT9
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Zona Polyforum
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
Un Centro de Exposiciones apto para permitir a Tuxtla Gutiérrez ser líder del segmento exposiciones en el Sureste de México.

4. MERCADO	
¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?	
Geográfico	Ferias y expos a nivel nacional

Producto/segmento prioritario*

** Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.*

Turismo de Reuniones de Negocios (Producto esencial del destino)

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

No hay actualmente un lugar para Expos en la Ciudad y perdemos competitividad regional en el sureste de México, que atiende al nudo de competitividad Oferta Turística, problema 1.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Definir el terreno.
- Hacer el proyecto ejecutivo.
- Buscar inversionistas y patrocinadores.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Penetrar en un nuevo mercado de turistas de reuniones.
- Generar negocio de ese nuevo mercado.
- Fomentar el incremento de expos en la ciudad para generar derrama económica.
- Lograr ser el Centro de Ferias y Expos del Sureste de México.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Centro de Convenciones Chiapas (OCV), Municipio, Inversionistas, Patrocinadores.

INSTITUCIÓN: Secretaría de Infraestructura. H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de creación de un corredor urbano en Glorieta La Carreta (Área metropolitana de Tuxtla Gutiérrez)".
Objetivo	Crear un corredor urbano en Glorieta la Carreta que dé solución a los problemas viales en este lugar de la ciudad.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc.).	Mejora de la infraestructura vial.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u>
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Acceso poniente
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Áreas permeables - Hitos urbanos - Confinamiento de áreas para puestos de seguridad - Adquisición de predios

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Respecto al problema a resolver, este se orienta al nudo de competitividad de accesibilidad e infraestructura, problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Demolición de: guarniciones de concretos, pisos, pavimento asfáltico.
- Colocación de carpeta asfáltica, pisos de adoquín, guarniciones, jardineras y señalamiento en el nuevo trazo vial.
- Pintura
- Reubicación de postes.- Colocación de red eléctrica y alumbrado público.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Hacer más eficiente la circulación del tráfico y del transporte público de Tuxtla Gutiérrez.
- Mejoramiento de la imagen urbana al acceso a Tuxtla Gutiérrez.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Secretaría de Obras Públicas.

INSTITUCIÓN: Secretaría de Infraestructura. H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de creación de un corredor urbano para la gasa de Preparatoria No. 5 a escuela de Trabajo Social".
Objetivo	Dar solución a los problemas viales en el acceso oriente.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejora de la infraestructura vial.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u>
x	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Acceso Oriente.
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Andenes para transporte público. - Hitos urbanos. - Áreas permeables. - Puente peatonal. - Muro de contención.

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Con relación al problema a resolver, este se orienta al nudo de competitividad de accesibilidad e infraestructura, problema 1.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Demolición de guarniciones de concreto, pisos, pavimento asfáltico.
- Colocación de carpeta asfáltica, pisos de adoquín, guarniciones, jardineras, señalamientos, red eléctrica y alumbrado público en el nuevo trazo vial.
 - Pintura.
- Colocación de puente peatonal.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Hacer más eficiente la circulación del tráfico en Tuxtla Gutiérrez.
- Creación de ascenso y descenso del servicio público.
- Crear un cruce a desnivel para el paso peatonal.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Secretaría de Obras Públicas.

INSTITUCIÓN: Oficina de Convenciones y Visitantes.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Possible nombre del proyecto	"Proyecto Integral de mejora del Cañón del Sumidero y el Zoológico Miguel Álvarez del Toro (ZOOMAT)".
Objetivo	Mejorar el aprovechamiento, la conservación y el posicionamiento del Cañón del Sumidero y el ZOOMAT.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejora de imagen y creación de productos turísticos.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> Cañón del Sumidero, Municipio de Chiapa de Corzo.
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Tuxtla Gutiérrez y Chiapa de Corzo.
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general.	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?
- Provocar la limpieza del Cañón. - Reactivar Parque Amikúu. - Generar navegación de recreo y divertimento en el Cañón.

4. MERCADO	
¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?	
Geográfico	Internacional y Nacional.
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	Turismo de naturaleza y aventura.

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

El problema de limpieza del Cañón del Sumidero, la promoción turística, la falta de actividades de recreación y la integración de productos turísticos, forman parte de los problema que presentan el Cañón del Sumidero y ZOOMAT, los cuales se encuentran relacionados con el nudo de competitividad del factor Oferta turística, problema 1 y con el factor Sustentabilidad Turística, problema 2.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Llevar a cabo la limpieza del Cañón del Sumidero
- Trabajar con los municipios situados en la cuenca del Río Grijalva para evitar la descarga de residuos al Río Grijalva.
- Creación de nuevos productos turísticos relacionados con la navegación y el Divertimento en el Cañón.
- Promocionar el Cañón y el Parque Amikúu de cara a una operación turística nacional e internacional.
- Promocionar el Cañón a través de la asistencia a FIT nacionales e internacionales.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Generar derrama de divisas.
- Aumentar la ocupación hotelera y restaurantera.
- Generar negocio para operadores locales.
- Atraer el turismo de naturaleza y aventura.
- Hacer sostenible el Cañón del Sumidero.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Autoridades municipales de Tuxtla y Chiapa de Corzo
Autoridades Estatales: OCV, SECTUR, Medio Ambiente.
Autoridades Federales: SEMARNAT, CONAGUA.

INSTITUCIÓN: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Propuesta para la elaboración de guías turísticas para el destino Tuxtla Gutiérrez”.
Objetivo	Contar con material impreso que incluya un mapa y los principales atractivos turísticos de la ciudad, que pueda ser entregado en hoteles, restaurantes y módulos de información turística.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Información turística.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> General
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> General
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Una guía turística que contenga un mapa e información básica de los atractivos existentes en la ciudad.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

El desaprovechamiento de atractivos y actividades culturales se relacionan con el nudo de competitividad del factor Oferta Turística, problema 2.

Las acciones de promoción y comercialización insuficientes en el destino, que atiende al nudo de competitividad del factor Promoción y Comercialización, del problema 1.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Diseñar guías turísticas.
- Imprimir guías turísticas.
- Seleccionar canales de distribución.
- Organizar distribución regular.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Imprimir y distribuir 60,000 guías anuales.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.
- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H.Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

INSTITUCIÓN: Oficina de Convenciones y Visitantes

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	Proyecto de creación del “Festival Internacional de Música Sacra en Tuxtla Gutiérrez”
Objetivo	Que Tuxtla Gutiérrez, en estrecha colaboración con otros municipios (Chiapa de Corzo y Tecpatán) cuente con un Festival Internacional de Música Sacra propio.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Creación de productos turísticos (turismo cultural)

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> Iglesias y teatros de Tuxtla Gutiérrez, Chiapa de Corzo y Tecpatán.
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Tuxtla, Chiapa de Corzo, Tecpatán.
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general Y municipios aledaños.	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
Festival Musical de Música Sacra de Tuxtla Gutiérrez

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	Turismo Nacional e Internacional
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	Turismo cultural (Producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez)

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

El problema a resolver se identifica con el factor Oferta Turística, problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Conciertos.
- Puestas en escenas.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Atraer a los visitantes del mundo que viajan en busca de ese motivo.
- Atraer flujo de turismo internacional y la llegada de divisas (el 17% de turistas del mundo viajan por ese motivo).
- Atraer flujo de turismo nacional y derrama en pesos.
- Aumentar la ocupación hotelera y restaurantera.
- Creación de empleos.
- Posicionar a la capital ante el mercado.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- OCV.
- UNACH.
- UNICACH.
- SECTUR.
- Presidencia Municipal de Chiapa de Corzo.
- H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- H. Ayuntamiento Municipal de Tecpatán.

INSTITUCIÓN: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de construcción del Mercado Artesanal Municipal de Tuxtla Gutiérrez"
Objetivo	- Crear un sitio donde los artesanos comercialicen sus productos para la mejora de la imagen urbana, control de comercio ambulante y crear un atractivo turístico importante en la ciudad. - Poner en orden a la unión de artesanos de Tuxtla Gutiérrez, limpiando la imagen del centro de la capital, comercializando en un solo lugar artesanías autóctonas chiapanecas, principalmente en el Parque Central y Parque de la Marimba.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Desarrollo de productos turísticos/ Regulación venta ambulante e imagen urbana/ Fomento artesanía local

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT2 Centro.
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Zona Centro.
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS	
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>	
- Construcción del mercado artesanal en un área céntrica. - Construcción de los puestos para venta de los artesanos. - Elección de artesanos autóctonos chiapanecos. - Venta de artesanías originales del estado de Chiapas. - Contar con un mercado nuevo o único.	

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>*Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	- Turismo de reuniones (producto esencial para el destino). - Turismo cultural (producto esencial para el destino). - Turismo de interés especial (producto complementario para el destino).

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

El problema por el cual se presenta este proyecto, atiende al factor Oferta Turística, problema 3.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Reubicar a los artesanos en un solo lugar.
- Unificar a los grupos de artesanos en una sola unión de artesanos.
 - Controlar la venta de artesanías originales chiapanecas.
- Investigar los edificios en los que se puedan instalar los artesanos.
- Solicitar o lograr recursos para la reubicación de los artesanos.
 - Regular la venta de artesanías en un solo lugar.
- Capacitar a los artesanos con tema de atención al cliente.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Atraer más turistas al municipio de Tuxtla Gutiérrez.
- Contar con un mercado digno para la venta de artesanías.
 - Instalar a 60 artesanos en el mercado artesanal.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Desarrollo Económico.
- Secretaria de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.
- Secretaría de Infraestructura Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Secretaría de Fomento Económico del Estado.

INSTITUCIÓN: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto integral para la mejora de los Miradores del Cañón del Sumidero y construcción de un mirador volado”
Objetivo	Mejorar los miradores actuales del Cañón del Sumidero, creando un producto turístico que ponga en valor el recurso de los Miradores del Cañón, configurando un producto y experiencia turística integrada que haga más atractiva, cómoda y segura la visita.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Creación de productos turísticos (Mirador Turístico Cañón del Sumidero)

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT4.- Miradores del Cañón del Sumidero
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u>
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Construcción del mirador volado en mirador “El Tepehuaje” - Rehabilitación del estacionamiento del mirador “Los Chiapas” - Acondicionamiento del museo interactivo del mirador “Los Chiapas” - Instalación de telescopios en el mirador “Los Chiapas” - Instalación de módulo de información turística en mirador “Los Chiapas” - Señalética turística hacia los miradores.

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	Turismo de naturaleza (Producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez).

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

El problema que busca resolver el presente proyecto corresponde al factor oferta turística, problema 1.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Construir el mirador volado.
- Pavimentar el estacionamiento y delimitar cajones.
- Museografía (colocar).
- Instalar telescopios.
- Construir o instalar un módulo de información turística.
- Colocar señalética turística a lo largo del libramiento norte desde ambas entradas de Tuxtla, calzada al sumidero y hasta la entrada a miradores.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- 100% del mirador volado construido.
- 100% del estacionamiento pavimentado.
- Topes para delimitar cajones colocados y pintados.
- 60% de la museografía instalada y disponible.
 - 6 telescopios instalados.
- 1 módulo de información turística construido.
- Colocados 2 espectaculares y 14 señales tipo bandera desde ambas entradas de Tuxtla hacia los miradores.

IMPACTOS: Aumentar en un 25% la afluencia a los miradores.

Aumentar los índices de satisfacción posteriores a la visita.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Secretaría de Turismo del Estado de Chiapas.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (CONANP).

INSTITUCIÓN: Colegio de Guías.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto para la construcción/rehabilitación de un recinto para la realización de noches temáticas”
Objetivo	Contar con un recinto especializado y con identidad local para la realización de noches temáticas enfocadas al segmento de reuniones, congresos y eventos (tipo Ex convento/Hacienda).
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Infraestructura Turística.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> Cualquier zona de la ciudad (preferencia por la localidad de Copoya).
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u>
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
Recinto apropiado para la celebración de noches tema (eventos) con identidad local y diferenciado.

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	Nacional.
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	Turismo de reuniones, eventos y congresos (Producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez).

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Se resuelve el problema de no contar con un espacio adecuado para noches y fiestas tema (problema no detectado en los problemas principales de competitividad del destino Tuxtla Gutiérrez).

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Ubicación del terreno.
- Diseño del proyecto.
- Construcción del recinto.
- Plan de marketing (ventas/promoción).

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Aumentar las noches de pernocta en la ciudad.
 - Prolongar la estancia en la ciudad.
- Aumentar la celebración de convenciones, incentivos, congresos.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Iniciativa privada.
- Inversión / financieras.
- Municipio (H. Ayuntamiento).
- FONATUR.

INSTITUCIÓN: Secretaría de Servicios Municipales.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto de recuperación integral de imagen urbana, señalética horizontal y alumbrado público en vialidades primarias de Tuxtla Gutiérrez”.
Objetivo	Mejorar y lograr mantener durante todo el año en óptimo estado la vegetación, pinturas viales y alumbrado público de distintas rutas que interconectan a los diversos destinos turísticos.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Infraestructura y equipamiento generales del destino.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> Varias UT's (interconexiones)
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> General
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
Equipamiento urbano de las rutas que interconectan a las UT's (unidades territoriales turísticas) rehabilitado y mantenido en estado óptimo durante todo el año.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor Accesibilidad e Infraestructura: Problema 1

- La inseguridad en horarios nocturnos por la falta de iluminación, adecuado mantenimiento de áreas de jardinería.
- La inseguridad a los pasajeros del transporte público y privado que genera la carencia de la correcta señalización vial de vías rápidas.
- La mala imagen que provoca el ver las instalaciones generales en las vialidades deterioradas y deplorables.

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Pintado de guarniciones, cruces peatonales y división de carriles.
- Poda y/o desrame de vegetación de bulevares y remoción de maleza.
- Recuperación y rehabilitación de las líneas y luminarias correspondientes al alumbrado público.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Renovar 73,827 metros lineales 3 veces por año la señalización horizontal de las vialidades primarias. (monto aprox. \$36,610,796.00 M.N).
- Rehabilitar y mantener 7,200 luminarias correspondientes a los metros de vialidades (Monto aprox. \$36,500,000.M.N)
- Mantener las jardineras podadas y libres de maleza y reforestación correspondientes a los camellones en vialidades (monto aprox. \$79,664,285.00 M.N).

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Secretaría de Servicios Municipales (alumbrado público, áreas verdes, imagen Urbana).

INSTITUCIÓN: Secretaría de Servicios Municipales.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Possible nombre del proyecto	"Proyecto de rehabilitación de la imagen urbana del acceso a Copoya"
Objetivo	Mejorar, rescatar y mantener la identidad y tipología arquitectónica vernácula del Barrio de Copoya y capacitar a su población.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejora de infraestructura y equipamiento turístico del destino Creación de producto turístico Capacitación y concientización turística

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT3 Copoya (para los 6 barrios: La Lomita, Los Sabinos, El Convento, Santa Cruz, Llano del Tigre, 14 de febrero).
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u>
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- La conservación del patrimonio original y controlar la invasión de franquicias y cadena comerciales a la economía local. - Proveer de identidad mágica y expandir la cultura zoque.

4. MERCADO	
¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?	
Geográfico	Población de Copoya (zoque)

Producto/segmento prioritario*

** Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.*

Turismo de reuniones (producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez)
Turismo de Naturaleza (producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez).
Turismo cultural (producto esencial para el destino Tuxtla Gutiérrez)
Turismo deportivo (Producto complementario para el destino Tuxtla Gutiérrez).
Etnoturismo (Producto complementario para el destino Tuxtla Gutiérrez).

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor accesibilidad e infraestructura: Problema 1

Factor oferta: Problema 2

Factor oferta: Problema 3

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Campaña de suministros de pintura basados en la paleta de colores zoques.
- Diseño ornamental de vialidades, con 50% piedra y 50% con concreto con terminado decorativo.
- Jerarquización de iconos zoques en cruceros peatonales.
- Capacitación a la población civil del valor comunitario de la conservación de su propiedad en su estado original vernáculo.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Concientizar al 100% de la población del valor de su cultura y en proyección de negocios.
- Jerarquizar y homogenizar la imagen urbana de acceso al centro histórico y salida.
- Impulsar al turismo a visitar el museo zoque.
- Mejorar la infraestructura vial realizando la iconografía zoque en materiales, colores y texturas.
- Detener la migración de la población económicamente activa, crear oportunidades de autoempleo, incentivar el flujo turístico general y ofrecer un desarrollo turístico temático de pernocta aprovechando su ubicación geográfica.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Economía del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Población civil.

INSTITUCIÓN: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto de interpretación y valorización del patrimonio histórico de Tuxtla Gutiérrez: “Recorridos de la Memoria”
Objetivo	Dar a conocer los espacios históricos de la ciudad
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	- Creación de producto turístico. - Interpretación recursos culturales de Tuxtla Gutiérrez.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT2 El Centro (Catedral de San Marcos, Museo del Café, Museo de la Ciudad, Casa de la Cultura).
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Centro de Tuxtla Gutiérrez
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Espacios históricos con placas interpretativas. - Guías locales formados para recorridos culturales. - Trípticos informativos. - Mapas de ubicación.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	Turismo Cultural (producto prioritario del destino Tuxtla Gutiérrez)

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor Oferta - Problema 2

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Diseño, creación y colocación de placas interpretativas.
- Diseño y estructuración de los recorridos guiados.
- Diseño, elaboración y distribución de trípticos de información histórica.
- Diseño, elaboración y distribución de mapas de Ubicación.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- 80% Placas colocadas en los espacios histórico.
- 1200 trípticos de información histórica.
- 80% de capacitación de guías.
- 1200 mapas de ubicación histórica.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- CONECULTA Chiapas.
- Instituto Tuxtleco de Arte y Cultura.

INSTITUCIÓN: Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de señalización hacia los miradores del Cañón del Sumidero".
Objetivo	Contar con señalética adecuada para orientar a los turistas que quieren visitar el Cañón del Sumidero y generar crecimiento de visitas potenciales.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Información turística (señalización)

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> General y UT4 El Cañón
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Zona libramiento norte y Calzada al Sumidero.
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Espectaculares. - Señalamientos tipo bandera.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General y turismo de naturaleza (producto prioritario para el destino Tuxtla Gutiérrez).

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor TIC's e Información al turista-Problema 2

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Colocar espectaculares.
- Colocar señales tipo bandera.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Colocar 2 espectaculares (uno en cada entrada a Tuxtla).
- Colocar 14 señales tipo bandera desde las entradas, por el libramiento norte (pte. y ote.) y por la calzada al Sumidero.

Impacto: Atraer un mayor número de turistas hacia los miradores. 20% más.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Infraestructura municipal.
- Secretaría de Infraestructura Estatal.
- Secretaría de Turismo Estatal.
- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal.
- Seguridad y tránsito Municipal.

INSTITUCIÓN: Señalética informativa Museos de Tuxtla.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto de diseño y colocación de señalética informativa hacia museos de Tuxtla Gutiérrez”
Objetivo	Colocar señalética adecuada para que los turistas sepan llegar a los museos.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejorar de la información turística (señalización turística)

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT1 (La calzada), UT2 (Centro), UT5 (La Marimba)
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u>
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
Señalética turística completa hacia museos de la ciudad.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General y turismo cultural (Producto prioritario para destino Tuxtla Gutiérrez)

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Se relacionan con los factores:

Oferta Turística – Problema 2

TIC's e Información turística- Problema 2

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Identificación de necesidades de señalización y puntos clave.
- Diseñar señalización.
- Colocar señalización sobre localización de museos y/o zonas de museos.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

Colocar señalética para indicar el camino hacia las zonas de museos, concretamente en: Calzada de los Hombres Ilustres, Museo de la Marimba, Museo de la Ciudad y Museo del Café.

***Impacto esperado:** Atraer un mayor número de visitantes a los museos. Incrementar la afluencia turística a la plaza.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Secretaría de Infraestructura del Gobierno del Estado de Chiapas.
- Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas.
- Dirección de Desarrollo Turístico Municipal del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Seguridad y Tránsito del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

INSTITUCIÓN: Secretaría de Turismo. Dirección de Proyección Turística.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto de realización del producto turístico cultural : Visitas Nocturnas a Museos de Tuxtla Gutiérrez”.
Objetivo	Ofrecer al turista una nueva opción de esparcimiento a través de visitas guiadas a los museos de la ciudad, concluyendo el recorrido en el ZOOMAT.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Innovación en productos y servicios turísticos.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> General
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Áreas de Museos
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General y Turismo cultural (Producto esencial, segmento prioritario para el destino Tuxtla Gutiérrez)

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor Oferta Turística: Problemas 1 y 2

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- La estancia de mayor tiempo en la ciudad.
 - Mayor afluencia en museos
 - Generación de empleos.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

INSTITUCIÓN: FEDERACIÓN TURÍSTICA DE CHIAPAS (FEDETUR)

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto de peatonalización y creación de andadores turísticos en área del Parque de la Marimba”
Objetivo	Hacer del área del Parque de la Marimba un área peatonal mediante la construcción de andadores turísticos en su perímetro inmediato.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Construcción y mejora de infraestructura y equipamiento turístico.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT5 La Marimba
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Parque de la Marimba, zona centro.
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Parque de la Marimba y su perímetro inmediato peatonalizados. - Andadores turísticos que presenten infraestructura y equipamiento en buen estado de conservación. - Imagen urbana del Parque de la Marimba y su perímetro inmediato en buen estado y con identidad local. - El área del Parque de la Marimba como un lugar agradable para el disfrute de la población local y los turistas.

4. MERCADO	
¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor oferta: Problema 3

Factor Accesibilidad e Infraestructura: Problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Realización de prueba piloto (corte provisional del tráfico en la zona designada).
- Estudio de viabilidad y diseño de proyecto.
- Pavimentado de calles.
- Diseño, elaboración y colocación de señalización turística.
- Diseño de imagen de fachadas, iluminación, etc.
- Ordenamiento de la nueva zona, como zona turística prioritaria.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

100% del área del Parque de la Marimba y su perímetro inmediato peatonalizado a través de la realización de andadores turísticos.

Imagen urbana, infraestructura y equipamiento de zona del área del Parque de la Marimba y su perímetro inmediato en óptimo estado de conservación y presentando homogeneidad.

Área del Parque de la Marimba presenta un ordenamiento turístico propio.

Impactos: Incidir en la satisfacción de los visitantes al destino en general y al atractivo del Parque de la Marimba en particular; Aumentar derrama de turistas en Tuxtla Gutiérrez (zona peatonal puede impulsar el comercio); extender ingresos por turismo a un área mayor; incidir en la estadía promedio de los visitantes a la plaza; etc.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

Secretaría de Turismo del Gobierno del Estado de Chiapas

Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez

Secretaría de Servicio Municipales del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

Secretaría de Infraestructura. H. Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

Colegio de Arquitectos de Chiapas.

Consejo consultivo de Turismo Municipal.

INSTITUCIÓN: Secretaría de Servicios Municipales.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de construcción de un Mirador Turístico hacia el Cañón del Sumidero, en lateral del puente Dr. Belisario Domínguez".
Objetivo	Solucionar área para observar el Cañón del Sumidero.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejora de infraestructura turística de Tuxtla Gutiérrez.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u>
X	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> Límite entre Tuxtla Gutiérrez y Chiapa de Corzo (Lateral del Puente Dr. Belisario Domínguez).
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS
<i>¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?</i>
- Área de estacionamiento mejorada. - Mirador que permita una mejor vista al Cañón.

4. MERCADO	
<i>¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?</i>	
Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* * Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Factor accesibilidad e infraestructura: Problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Ampliación del espacio.
- Pavimentación.
- Iluminación.
- Conservación y reforestación.
- Mirador con elementos de protección.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

Mirador del Cañón del Sumidero con espacio para estacionamiento, terracería y pavimentación. Mirador iluminado, reforestado y con elementos de protección.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Infraestructura del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Colegio de Arquitectos de Chiapas.
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes de México (SCT)

INSTITUCIÓN: Secretaría de Servicios Municipales. Secretaría de Infraestructura. H Ayuntamiento Constitucional de Tuxtla Gutiérrez.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	"Proyecto de mejora de infraestructura, equipamiento e imagen urbana del Parque de la Marimba".
Objetivo	Mejoramiento de la imagen visual, instalaciones, servicios e infraestructura del Parque de la Marimba.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Mejoramiento de infraestructura y equipamiento general del destino.

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
X	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> UT5 (Parque de la Marimba)
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u>
	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS

¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?

Parque de la Marimba con instalaciones e imagen visual aptas para ofrecer una experiencia óptima al visitante y a la población local, además de servicios turísticos de calidad.

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	Turismo nacional e internacional.
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	General.

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

La atención de los problemas detectados, se alinean al factor Accesibilidad e Infraestructura – Problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Reparación de herrería y esquineros en jardineras.
- Colocación de un poste de luminaria.
- Reparación de piso estampado y registros.
- Homogenizar la imagen e identidad de la zona comercial adyacente y limitar el abuso de ocupación de vía pública por parte del comercio establecido.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- Lograr el control del avance hacia la vía pública por parte del comercio establecido.
- Recuperar el 100% de las instalaciones técnicas y visuales del Parque de la Marimba.
 - Rehabilitar al 100% iluminación, áreas verdes y andadores.
- Crear una zona única de apergolado con un diseño de identidad que sustituya los toldos de los particulares.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Economía.
- Secretaría de Obras Públicas.
- Secretaría de Servicios Municipales del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.

INSTITUCIÓN: Centro de Investigaciones Turísticas Aplicadas

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO SUGERIDO	
Posible nombre del proyecto	“Proyecto Integral de rescate del Río Sabinal para uso turístico y recreativo”
Objetivo	Recuperar El Sabinal y su cuenca para transformarlo en un lugar de uso turístico y recreativo de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, visitado por su belleza y actividades culturales.
Tipo de proyecto (por su ámbito o condición de componentes en materia turística: productivo; gestión turística; de servicios, etc).	Proyecto multifacético (infraestructura y equipamiento; imagen urbana; saneamiento; servicios turísticos, creación de producto turístico, etc)

2. (Por favor marque con una o varias opciones y especifique en caso necesario)		
	UT (Unidad Territorial)* *Ver identificación de Unidades Territoriales de Tuxtla Gutiérrez en Hojas de Trabajo.	<u>Especifique la UT o UT's:</u> No existe UT que incluya al Sabinal puesto que no se considera un atractivo en la actualidad.
	Área urbana (Si aplica)	<u>Especifique el área urbana:</u> El Sabinal recorre varias áreas urbanas de Tuxtla Gutiérrez.
X	Municipio de Tuxtla Gutiérrez en general	

3. PRODUCTOS ESPERADOS

¿Qué productos concretos se espera conseguir como resultado de la aplicación del proyecto?

Un río con agua limpia, que invite a la realización de eventos culturales en sus alrededores y admiración del paisaje.

4. MERCADO

¿Está pensado el proyecto para satisfacer las necesidades de un segmento de mercado prioritario?

Geográfico	General
Producto/segmento prioritario* <i>* Ver Segmentos prioritarios identificados en Hojas de Trabajo.</i>	General

5. PROBLEMA A RESOLVER

*¿Qué problema se espera resuelva este proyecto?**

**Ver identificación de principales nudos/problemas de competitividad en Hojas de Trabajo.*

Se alinean con los factores:
 Oferta Turística, problema 1
 Sustentabilidad turística, problemas 1, 2 y 3.
 Accesibilidad e infraestructura, problema 1

6. ACCIONES A REALIZAR

¿Qué actividades se llevarán a cabo para la realización del proyecto?

- Ubicar soluciones alternativas de drenaje de aguas residuales.
- Llevar a cabo planes de educación medioambiental para concientizar a la población sobre la importancia de cuidar la cuenca del Sabinal.
 - Controlar vertidos y descarga de aguas.
 - Nivelación de terreno.
- Colocar luminarias, jardineras, reforestación, depósitos de basura, bancas.

7. METAS CONCRETAS

Detallar las metas concretas y si es posible el impacto que se alcanzará en el destino donde se desarrollará el proyecto.

- La cuenca del Río Sabinal saneada, limpia, y apta para su uso turístico y recreativo.
- Una cuenca del Río Sabinal con áreas verdes, espacios de descanso y recreación, etc.
 - Población local concienciada en el cuidado y el respeto al río El Sabinal.

Impacto: Imagen de Tuxtla como destino turístico mejorada; población local cuenta con un nuevo lugar de esparcimiento; diversificación de la oferta y zonas turísticas; estancia media, gasto y visitas a la ciudad de Tuxtla Gutiérrez aumentadas; áreas urbanas situadas en los márgenes del Sabinal revalorizadas y dinamizadas.

8. AGENTES INVOLUCRADOS

¿Qué agentes serían responsables de la puesta en marcha de este proyecto? Autoridades locales, instituciones educativas, financieras, sector privado o asociaciones gremiales.

- Secretaría de Obras Públicas del Gobierno del Estado.
- Dirección de Desarrollo Turístico del H. Ayuntamiento de Tuxtla Gutiérrez.
- Secretaria de Infraestructura del H. Ayuntamiento Municipal.
- SMAPA (Sistema Municipal de Agua Potable y Alcantarillado de Tuxtla Gutiérrez)

COORDINACIÓN Y COLABORACIÓN

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIAPAS
MTRO. JAIME VALLS ESPONDA
Rector de la Universidad Autónoma de Chiapas

Dr. Jorge Humberto Trujillo Rincón
Director General del Proyecto

Colaboradores

Dr. Adolfo de Jesús Solís Muñiz
Dr. Aurora Pedro Bueno
Dr. Carlos Garrocho Rangel
Dr. Eduardo Loria Días de Guzmán
Dr. Rebeca Garzón Clemente
Dr. Rebeca Román Julián
Dr. Sergio González López
Dr. Xavier Font
Mtra. Ana Isabel Flores Hernández
Mtra. Mercedes Chacón Sol
Mtra. Paulina Ivette Juárez Castañeda
Mtro. Luis Arturo Ordaz Ruiz
Lic. Félix González Noo
Lic. Juan Carlos De Barutell Suquet
Lic. Juan Carlos Gordillo Caballero
Lic. Leydi Elizabeth Pérez López
Lic. María José Altamirano Pérez
Lic. Roger Orantes García
Lic. Yesenia Reyes Rodríguez
Lic. Yésica Jeanet Gómer García
C. Erick Daniel García Aquino
C. Gerardo Antonio García Sarmiento
C. Jorge Hernández Pérez
C. Josué Samuel Rafael Ruíz
C. Juan Carlos Lizama Zavaleta
C. Rudy Wilian Ramírez Ramírez

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