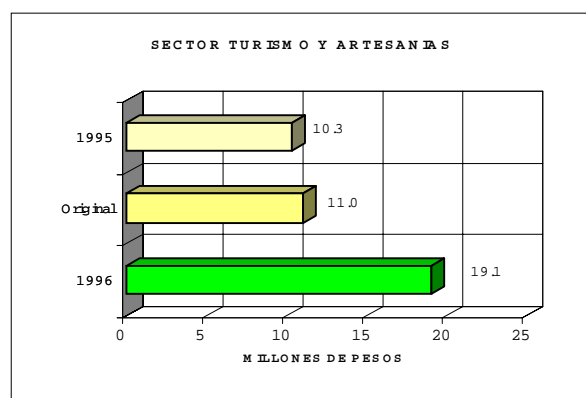




SECTOR P: TURISMO Y ARTESANÍAS

La diversidad de flora y fauna, así como los vestigios históricos, hacen de Chiapas un Estado de interés para el turismo nacional e internacional, que finalmente lo coloca en una posición muy competitiva. En los próximos 3 años se planea trabajar con campañas masivas en medios electrónicos y con la red Internet, que permitirán una mejor difusión de la oferta turística. Este sector ofrece en este momento, potenciales expectativas, como la generación de más empleos de manera rápida y permanente; sin que , signifique la explotación irracional de los recursos naturales con que cuenta el Estado, que hay que cuidar como un verdadero patrimonio de todos los chiapanecos y del mundo entero.



Para lograr una mayor afluencia turística necesario crear una infraestructura que la soporte, como caminos, energía eléctrica, agua, drenaje, centros de salud, y pistas aéreas que permitan el acceso de aviones de tamaño regular.

Mediante un acto de voluntades los gobiernos federal, estatal, municipal y los sectores social y privado, instalan la Alianza para el Turismo que pretende impulsar al turismo de una manera ambiciosa que desemboque

en una recuperación económica espontánea y rápida de bajo costo.

Particularizando en el Estado, la actividad económica se vio seriamente dañada por el conflicto socio-político en enero de 1994, que en su momento, los medios de comunicación proyectaron al interior y exterior del país, con una imagen distorsionada del Estado, aunada a ese suceso, la inesperada crisis económica que en su conjunto provocaran la contracción en la estadía de los visitantes nacionales y extranjeros. A pesar de estos obstáculos, el turismo de 1995, experimentó un modesto repunte relativo a las nuevas inversiones y en afluencia asimismo, no se reportó disminución en la ocupación de cuartos de hotel. Para 1996 se realizaron acciones de promoción y difusión turística, con gran aceptación nacional e internacional. En la

actividad artesanal puede decirse, que no se ha tenido el suficiente apoyo, lo que ocasionan el poco interés de muchos productores, en su mayoría indígenas, quienes están dedicados a esta actividad en sus diversas ramas como la textilería, alfarería, laca, tallado de madera, jarcería, pirograbado y ámbar, entre otros.

En los intentos por rescatar a este sector se han impartido cursos de capacitación con becas, enfocados a la difusión y comercialización de sus productos.

OBJETIVOS

- Consolidar y aprovechar la infraestructura turística y de servicios, conformando un producto atractivo, con acceso a los destinos, capacidad de alojamiento, servicios públicos y turísticos, actividades estructuradas e información adecuada.
 - Incrementar las demandas de mercados de mayor interés fortaleciendo la imagen de la oferta turística estatal.
 - Impulsar rutas turísticas básicas para convertir el turismo de paso en turismo de destino.
 - Promover productos turísticos que generen empleos con un desarrollo turístico sustentable y sostenido.
 - Apoyar la producción y comercialización de las artesanías de la entidad.
- ## **ESTRATEGIAS**
- Fortalecer con promoción e infraestructura los atractivos del Estado.
 - Armonizar el crecimiento económico y la calidad del medio ambiente, promoviendo la conservación de recursos naturales con que cuenta el Estado, realizando esquemas de desarrollo turístico que impulsan la dinámica del binomio ecología-turismo.
 - Difundir el rescate, conservación y desarrollo de artesanías chiapanecas.
 - Promover el interés de los municipios para adecuar su estructura presupuestal a proyectos y obras que se asocian con el desarrollo y cuidado de los recursos naturales.
 - Apoyar la participación en eventos con fines culturales, sociales y políticos.
 - Fomentar actividades turísticas complementarias, en escenarios ecoturísticos.
 - Promover viajes entre la población para concientizarlos de su entidad a través del conocimiento pleno de su estado natal.
-

ACCIONES Y RESULTADOS

La Secretaría de Desarrollo Turístico a emprendido acciones concretas orientadas a cumplir con las metas y objetivos encomendados por la Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado, entre los que destacan los siguientes:

Regulación y Promoción de la Actividad Turística

Con los importantes programas de mercadotecnia masiva, se logró mayor cobertura y eficiencia en las acciones de promoción y difusión y una mayor penetración en nuevos y mayores segmentos de mercado, así como, gestionar el mejoramiento y desarrollo de los lugares con potencial turístico de las diversas regiones del estado.

Regulación y Control

Para la regulación y control de la actividad turística se han realizado acciones que nos permiten avanzar en el proceso del fortalecimiento del turismo, el último reporte del Instituto Nacional de Antropología e Historia indica que a la Zona Arqueológica de Palenque, han llegado 100 mil turistas más con respecto al año pasado, al igual que en San Cristóbal de las Casas, lo cual indica que la ocupación hotelera en el Estado creció en un 10 por ciento por segundo año consecutivo; es importante mencionar que éste año

nos hemos acercado a la tasa de ocupación promedio nacional.

Por ello el Gobierno del Estado ha situado al turismo como una posibilidad para la diversificación económica y el desarrollo integral, ha puesto en operación el aeropuerto de Palenque con vuelos comerciales de las líneas Aerocaribe y Bonanza enlazando con las ciudades de Tuxtla Gutiérrez, Villahermosa, Cancún, Flores Tikal, Guatemala y recientemente a la ciudad de Belice; de igual forma próximamente se pondrá en operación el aeropuerto Copalar de Comitán, y se ha rehabilitado la pista del aeropuerto de Terán de Tuxtla Gutiérrez, que estará funcionando como aeropuerto emergente al de Llano San Juan.

Se realizó el tercer seminario de comercialización Mundo Maya con sede en la ciudad de Tuxtla Gutiérrez, en los que se concentraron más de 190 participantes nacionales y se contó con la presencia de ministros de turismo de los países adheridos a éste programa.

Este año en Tuxtla Gutiérrez, el Centro de Convenciones y los más importantes hoteles de la ciudad, reportaron 33 eventos entre reuniones de trabajo, seminarios y convenciones, con la asistencia de más de 12 mil 700 personas, destacan las convenciones de la Confederación Femenina Turística, el Sindicato de la Industria de la Radio y Televisión y el reciente IV Foro de

Financiamiento Empresarial del Sureste del país.

También se proporcionó 5 mil 163 servicios de información turística beneficiando a 332 mil 850 visitantes nacionales y extranjeros.

Durante este año se llevó a cabo un renovado programa de capacitación encaminado a alcanzar a todos los niveles operativos de los recursos humanos vinculados con la actividad turística, se trabajó en comunidades, organizaciones sociales, grupos de empresarios, policías, taxis y asociaciones de empresas turísticas, entre los que destaca el primer diplomado en Administración de Restaurantes impartido en Tuxtla Gutiérrez y San Cristóbal de las Casas, cursos de guías turísticas y cursos de guías bilingües. En cuanto a los proyectos de capacitación integral y ciudades con calidad turística también se realizaron en distintas áreas de interés cursos de capacitación.

En resumen se realizaron 130 eventos de capacitación beneficiando a 3 mil 464 personas, con el apoyo invaluable de la Universidad Autónoma de Chiapas, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey y el CONALEP.

Promoción y Fomento

La promoción y difusión es uno de los aspectos primordiales para la reactivación del sector turístico, en

este ámbito destacan las acciones del programa Mundo Maya.

Se ha realizado seminarios de promoción y comercialización en los más importantes mercados emisores como: Mérida, Veracruz, Villahermosa, Oaxaca y de alto poder adquisitivo internacional como Miami y Los Angeles presentando la oferta turística de Chiapas a más de 1 mil 100 agencias de viajes, así como en más de 70 eventos nacionales e internacionales, participando en el Tianguis Turístico de Acapulco, el Seminario Los Mayas de México, en Vancouver, Canadá y el Ki - Huic en Mérida.

Se promovió al Estado a través del programa Mundo Maya en las ferias turísticas de: Brasil, Chicago, Montreal, España, Alemania, Italia, Francia, Austria y Texas, entre otras.

Con el apoyo de la Secretaría de Gobernación se realizó, en tiempos oficiales durante 186 días (60 más que el año pasado), la campaña publicitaria nacional en radio y televisión.

Se contó con amplio programa de difusión en 59 canales de televisión y 216 estaciones de radio del país, que incluyó la transmisión de 4 spots de radio en 4 versiones alternadas en horarios doble y triple A.

Tomando como fuente los libros de medios publicitarios mexicanos de 1996, esta campaña tendría un valor comercial de 374 millones de

pesos. Con los recursos de éste programa sólo se diseñó la producción televisiva y de radio así como la reproducción de la misma para repartirla a los canales mencionados.

Por otra parte se impulsó al turismo social con paquetes turísticos a bajos costos habiéndose realizado 10 viajes en los principales destinos turísticos, beneficiando a 465 personas de grupos sociales no lucrativos como instituciones educativas, entre otras.

El universo promocional del sector turístico es muy amplio y diverso, sin el apoyo de la iniciativa privada no hubiese sido posible alcanzar muchas fronteras y mercados.

Al firmar convenios de promoción recíproca con productores agropecuarios, instituciones bancarias del país y empresas de transporte, nuestra capacidad en éste renglón creció este año exponencialmente.

Los empresarios participantes imprimieron en sus empaques la leyenda "Visita a Chiapas, naturaleza al 100 por ciento" en español o inglés y se incluyó en la campaña nacional de radio y televisión las virtudes productivas del Estado.

Con la empresas exportadoras de café, por ejemplo el mensaje de "Visita Chiapas", se imprimió en más de 500 mil sacos y en el caso de las líneas de autotransportes se exhibieron videos promocionales en

autobuses de las rutas entre Chiapas y Oaxaca, Veracruz, Morelos, Tabasco, Campeche, Yucatán, Quintana Roo y la Ciudad de México.

Las acciones derivadas de estos convenios posibilitaron el ingreso a nuevos mercados y la ampliación de difusión de los productos chiapanecos en el exterior asociándolos con el turismo.

Para la promoción turística del Estado se ha hecho uso de todos los medios de comunicación de mercadotecnia: Folletería, carteles y videos en español e inglés, que se distribuyeron entre los turistas o en diferentes eventos como convenciones, congresos ferias y seminarios.

Se distribuyeron 350 mil folletos, 4 mil 800 videos y diskettes y 1 mil 67 carteles en los 4 mil 762 servicios de información proporcionados a turistas en los diferentes módulos de la Secretaría de Desarrollo Turístico.

El material impreso se compone de mapas turísticos, guías estatales, folletos de las principales ciudades del Estado, la Serie Chiapas, Tierra Viva de Tapachula y Tonalá, folletos de Palenque y Bonampak, catálogo del Sistema de Información Turística Estatal, entre otros. En video se produjo y distribuyeron ejemplares de Chiapas Tierra de Encuentros, Mundo Maya Cinco Destinos, manuales de venta, Centro de Convenciones y paquetes de prensa.

Con la finalidad de proporcionar un auxilio claro y objetivo de la localización de los principales sitios de interés, vías de acceso, distancias, características de carreteras y prevención de riesgos y accidentes, se instalaron 20 señalamientos y 27 anuncios, beneficiando a 21 municipios turísticos de nuestro Estado.

Dentro del programa "Campaña Institucional de Fortalecimiento de Imagen del Estado", este año se recibieron 290 líderes de opinión dentro de los cuales se cuentan los siguientes:

226 tours operativos de Estados Unidos, Inglaterra, Canadá, Finlandia, República Checa, Hungría, Alemania, Bélgica, Italia, Noruega, España, México, Brasil, Chile y Argentina.

33 miembros de prensa especializada de diarios de Roma, Miami, Chicago, Nueva York, Los Angeles y Washington.

13 miembros de instituciones de financiamiento para el desarrollo, como Fomento Social Banamex, y el Banco Interamericano de Desarrollo así como 18 agentes de ventas de importantes líneas aéreas internacionales como Delta, Continental, Japón y North West.

Preservación y Restauración de Ecosistemas

Con el propósito de dar mantenimiento permanente y campañas de limpieza en las áreas navegables del Río Grijalva, dentro del Parque Nacional Cañón del Sumidero, se adquirió una embarcación con capacidad de carga de 20 toneladas de desechos sólidos, por lo que se espera que las tareas de limpieza tengan mejores resultados; por supuesto se deberá reforzar el compromiso y cultura ecológica, ya que ningún sistema de limpieza será suficiente mientras se continúe la indiscriminada contaminación de este invaluable patrimonio nacional y turístico. Beneficiando con la adquisición de la embarcación a 3 municipios del Estado.

Control de Residuos Sólidos

Con el propósito de proteger el medio ambiente en lugares turísticos se instalaron 727 depósitos para recolección de basura en playas, zonas arqueológicas, embarcaderos y miradores, beneficiando a 23 municipios de nuestro Estado.

Establecimientos Turísticos y de Esparcimiento

Con los recursos proporcionados por el Gobierno del Estado se realizaron las obras del andador turístico de

Palenque Centro Ecoturístico de Agua Clara, Reforma Agraria y Ex-convento La Merced. Las acciones consistieron en pago de personal calificado, materiales y suministros y servicios generales.

Construcción y Ampliación

El turismo representa una verdadera herramienta para el desarrollo social, uno de los principales proyectos ante instancias gubernamentales, es que tengan un valor turístico que llamen la atención al consumidor y asegure una demanda suficiente para la recuperación financiera del mismo.

El eco-turismo no sólo es un gran aliciente para el desarrollo integral de los recorridos turísticos de Chiapas, sino que también y, principalmente es una opción concreta de ingresos y de ocupación para la población que habita cerca de los atractivos naturales.

Construcción, Rehabilitación y Mantenimiento

Se han realizado los trabajos para la rehabilitación del templo y ex-convento de la Merced, con el propósito de conservar el patrimonio cultural de los pueblos, proporcionar al turista una alternativa más de visita, así como la generación de empleos entre la población.

Conducción y Coordinación General

A través del personal de las delegaciones regionales II Altos, III Fronterizas, VI Selva, VII Soconusco y IX Istmo-Costa se realizaron acciones de gestiones, coordinación y visitas promocionales, así como orientación al turista en los municipios.

Construcción y Ampliación

En apoyo a la creación de la infraestructura turística a través de la Secretaría de Desarrollo Urbano, Comunicaciones y Obras Públicas, se realizó la construcción de la Palapa Museo del Mar del municipio Boca del Cielo en Tonalá, el módulo de información turística en Chiapa de Corzo y Tuxtla Gutiérrez con una inversión de 136 mil 931 pesos.

El gasto ejercido en éste sector ascendió a 19 millones 81 mil 402 pesos cifra que es 71.4 por ciento superior a su asignación prevista y 84.8 por ciento superior respecto al año anterior.

Cuenta Pública 1996

CONCEPTO	PRESUPUESTO			VARIACIONES			
	1995	1996		RESPECTO	%	RESPECTO	%
	EJERCIDO	PREVISTO	EJERCIDO	AL PREVISTO		A 1995	
TOTAL	10,324,256	11,007,627	19,081,402	7,861,260	71.4	8,757,146	84.8
Sria. de Des. Urb. Comun. y Obras Pub	8,008,702		1,765,977	1,765,977		-6,242,725	-77.9
Secretaria de Desarrollo Turístico	2,315,554	8,574,628	14,172,943	5,598,315	65.3	11,857,389	512.1
Erogaciones no Sectorizadas		2,432,999	2,929,967	496,968	20.4	2,929,967	
Convenio de Desarrollo Social			212,515			212,515	
