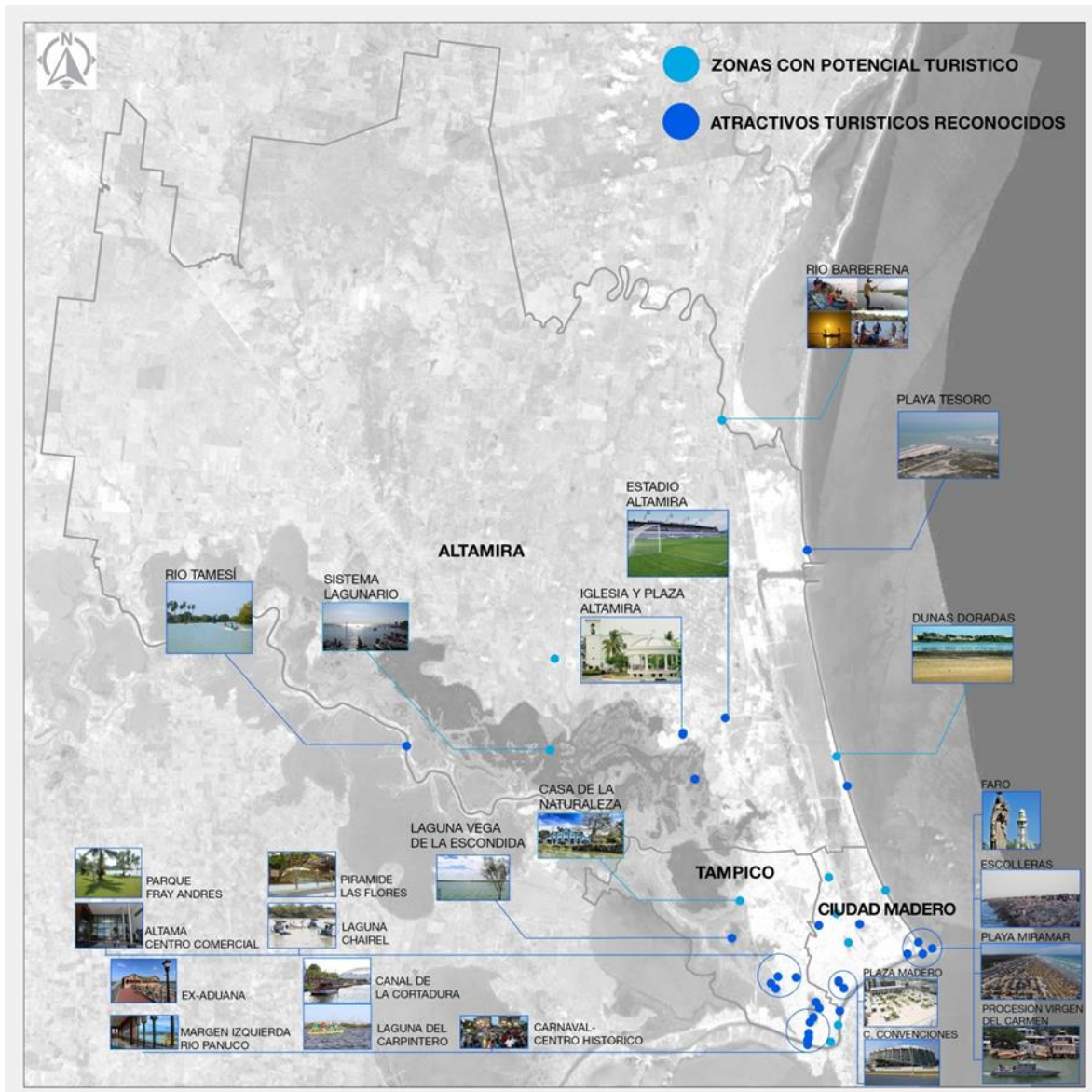


DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DE LOS MUNICIPIOS DE CIUDAD MADERO, TAMPICO Y ALTAMIRA TAM.





Gobierno del Estado de Tamaulipas. Secretaría de Turismo



IMEPLAN



Playa Dunas Doradas.



mtouch.facebook.com



www.elsoldetampico.com.mx



Altama city Center. Tampico



expreso.press



Laguna de Champayán en Altamira, imagen

Contenido

INTRODUCCIÓN

1.- ANTECEDENTES	4
1.1 Marco Normativo.....	4
1.2 Objetivos y alcances del estudio	5
1.3 Características principales de las ciudades de estudio	6
1.4 Tipos de turismo en la zona de estudio y conceptos.	8
2. LA DEMANDA TURÍSTICA	11
2.1 La afluencia turística en la zona de Tampico- Miramar y el origen del turista. Datos del 2014 al 2019.....	11
2.2 Estancia y tiempo de pernoctas del turista	20
2.3 Medios de transporte del turista:.....	20
3.- LA OFERTA TURÍSTICA DE LA ZONA.....	21
3.2 El Patrimonio histórico edificado:	24
4.- SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA	27
4.1 Análisis del alojamiento turístico:.....	27
4.2 Equipamiento para congresos y convenciones:.....	29
4.2 Movilidad	31
4.4 Capacitación del recurso humano:.....	31
5.- ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA.....	31
6.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN TURÍSTICA Y SU ANÁLISIS. SEMANA SANTA 2019	33
7.- CONCLUSIONES	56
8.- BIBLIOGRAFÍA	60

INTRODUCCIÓN

1.- ANTECEDENTES

El presente trabajo contiene los resultados obtenidos del diagnóstico y análisis del sector turístico de Ciudad Madero, Tampico y Altamira, municipios que se encuentran localizados en el Sur del Estado de Tamaulipas. Esta zona representa un nicho de oportunidades debido principalmente a las condiciones geográficas en la que se encuentra, factor que permitiría, junto con otras variables, el desarrollo de diversos segmentos del mercado turístico, por lo que las autoridades estatales, municipales y el sector privado, con el fin de conjuntar esfuerzos orientados al desarrollo del sector turístico local, llevan a cabo acciones para el aprovechamiento del potencial económico, que beneficien al sector así como a la comunidad receptora.

1.1 Marco Normativo

En México, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2019-2024, Eje 3 Desarrollo económico que establece como objetivos “incrementar la productividad y promover un uso eficiente y responsable de los recursos para contribuir a un crecimiento económico, equilibrado que garantice un desarrollo igualitario, incluyente, sostenible y a lo largo de todo el territorio.” En materia turística será posicionar a México como un destino turístico competitivo que haga del turismo un pilar para el desarrollo equilibrado entre comunidades y regiones mediante el aprovechamiento sostenible del patrimonio turístico nacional y de los recursos naturales, así como Implementar políticas de sostenibilidad y resiliencia de los recursos turísticos, enfocadas a su protección, conservación y ampliación. El turismo beneficia a ciudades, comunidades, empresas y personas a través de la creación de empleos y la generación de ingresos económicos, los cuales son posibles gracias al consumo que realiza el turista. También “trae consigo beneficios no económicos para la población local como son la construcción de infraestructura y vías de transporte que satisfagan las necesidades del turista; la preservación del patrimonio cultural y de los recursos naturales, los cuales son las principales razones de visita, así como la creación de empresas locales para proveer bienes y servicios al turista”. Por lo que la política nacional turística va encaminada hacia esos logros, incentivando la inversión en diversos rubros del sector, que promueva un mayor flujo de turistas, y a la vez generar más y mejores empleos y procurar el desarrollo local y regional.

El Gobierno del Estado, en apego a los lineamientos y objetivos del Plan Nacional de Desarrollo en materia de turismo, realiza acciones promoviendo y orientando esta

actividad económica, mediante la planeación participativa de los municipios de la entidad en este importante sector. Dentro de sus objetivos tiene desarrollar y promover la oferta turística del Estado, y dentro de sus principales líneas de acción establece desarrollar infraestructura turística pública ordenada, que permita incrementar la oferta turística, atraer inversión privada y un mayor número de visitantes, así como Identificar fuentes alternativas de financiamiento para desarrollar infraestructura turística tanto pública como privada. (Plan Estatal de Desarrollo 2016-2022. Eje 3. Desarrollo Económico Sostenible).

En ese contexto, el gobierno municipal de Tampico, en el sector turismo, entre otras cosas establece como prioridades, impulsar la diversificación turística y cultural como sustento de la actividad económica fomentando una infraestructura que permita el uso sostenible de distintos tipos de atractivos del orden físico, natural y cultural, mejoras en infraestructura e imagen urbana; impulsar el turismo de reuniones, foros, convenciones y eventos internacionales de diversos sectores que busquen fomentar el conocimiento, la participación ciudadana, la cultura, los negocios y el desarrollo económico. (Plan Municipal de Desarrollo Económico del Municipio de Tampico 2018-2021. Eje 3).

Asimismo, en Ciudad Madero, dentro de su Plan Municipal de Desarrollo Económico 2018-2021 establece que el municipio será un “promotor del turismo, la inversión y el empleo” a la vez que prioriza la inversión en infraestructura turística, módulos de atención, mantenimiento, generación de empleo y diversas actividades para la Playa de Miramar, con el objetivo de mejorar la imagen de la ciudad para turistas foráneos y locales.

Por otra parte, el Municipio de Altamira, también basa sus políticas de turismo en su Plan Municipal de Desarrollo 2018-2021 Eje 4. Desarrollo Económico Incluyente, que a su vez se alinea con las plataformas básicas y prevé efectuar acciones con inversiones de infraestructura turística para promover el turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, ecoturismo; así como en zonas rurales, el senderismo turístico y deportivo, dotando de infraestructura básica.

1.2 Objetivos y alcances del estudio

En este contexto, este diagnóstico pretende dar a conocer la situación turística regional actual y potencial de los municipios de Ciudad Madero, Tampico y Altamira, Tamaulipas y su área de influencia, que pueda servir como un documento útil para la toma de decisiones acerca de las futuras acciones y estrategias dentro de la planificación turística,

direccionadas a favorecer el incremento, tanto en el número de visitantes como la duración de su estancia en este destino.

La elaboración de este trabajo consistió en la revisión y actualización de información estadística sobre el sector turístico, para lo cual se consideraron datos obtenidos de la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo (SEDET) Tamaulipas; diversos Estudios de la Afluencia y Perfil del Mercado Turístico de Playa de Miramar en los períodos 2014-2019, por el Ayuntamiento de Ciudad Madero; la información proporcionada por el Portal de Tampico- Miramar; datos obtenidos de fuentes del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI); datos de la Asociación de Hoteles y Moteles de Tampico, entre otros.

Así como también se complementó con la aplicación de una encuesta en sitio sobre la Calidad Perceptiva de la Playa de Miramar, realizada por el Instituto Metropolitano de Planeación del Sur de Tamaulipas (IMEPLAN), a los visitantes en período vacacional de Semana Santa y de Pascua abril 2019.

En base a la información obtenida se procede al análisis estadístico de los datos, que permitió realizar una estimación de la demanda, conocer la oferta turística, sus atractivos naturales y culturales, la capacidad hotelera, así como otros servicios turísticos, identificando su potencial turístico.

1.3 Características principales de las ciudades de estudio

El Estado de Tamaulipas se encuentra ubicado en la porción noreste de la República Mexicana, teniendo como límites: al norte, los Estados Unidos de América, con 370 km de frontera; al sur, los estados de Veracruz y San Luís Potosí; al oriente, el Golfo de México, con 420 km de costa, y al poniente con el estado de Nuevo León.

La Zona Conurbada colinda al norte y oeste con el municipio de González, al norte y noreste con el de Aldama, al este con el Golfo de México y al sur con el Estado de Veracruz.

El Municipio de Altamira cuenta con una extensión territorial de 1,662.3 km², (PDM Altamira Tam. 2018-2022), que representa el 2.09% de la superficie del Estado, es el que cuenta con una mayor disponibilidad de suelo urbanizable, ya que representa el 90.12% de la superficie total de los municipios que conforman la zona conurbada; Ciudad Madero con una superficie territorial de 54.53 km², (el 0.07% del total estatal) y el 2.96 % de la superficie de los municipios de la zona conurbada; es el municipio de menor superficie en el Estado. En lo que respecta a Tampico, este cuenta con 127.6 km² que representa el

0.16% del total de la superficie estatal y el 6.92% de total de los tres municipios mencionados.

De acuerdo a proyecciones del Consejo Nacional de Población, en conjunto los municipios de la Zona Conurbada contaban con una población de 800,397 habitantes, correspondiendo al municipio de Altamira 267,354, Ciudad Madero 215,649 y Tampico con 317,394 habitantes (CONAPO, 2019).

En cuanto a las actividades económicas en la zona, el sector terciario es uno de los tres grandes sectores en los que se dividen estas actividades económicas; este sector es muy variado y engloba una amplia gama de actividades tales como transporte, comunicaciones, comercio, turismo, servicios financieros, educación, salud, entre otros, los cuales, por medio de las empresas prestadoras de esos servicios, resultan fundamentales para el crecimiento de la economía.

En la Zona Conurbada de acuerdo a INEGI 2015, de un total de 296,122 personas ocupadas en los diferentes sectores y ramas económicas, el 70.0% se encontraba laborando dentro del sector servicios y el comercio, el 26.3% en el sector industrial y solamente el 2.3% en actividades del sector agropecuario. Este crecimiento del sector servicios se ha dado a un ritmo mayor que el de las actividades primarias y secundarias, tanto a nivel estatal como también en estos municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico. (PDI 3ª Ed. 2018).

En la zona se cuenta con dos importantes puertos, el de Altamira y el de Tampico. Ambos puertos cuentan con una extensa zona de influencia, ya que se localizan a solo 492 km de la frontera de los Estados Unidos de Norteamérica, a 537 km de Monterrey y a 468 km de la Ciudad de México, extendiéndose dicha influencia hacia San Luis Potosí, a 392 km de distancia y Saltillo, Coahuila a 610 km.

Como uno de los grandes atractivos del Estado de Tamaulipas, están los más de 430 km de litoral en las aguas del Golfo de México; de éstos, casi 27 km corresponden a Altamira y 10 km a Ciudad Madero donde se encuentra la playa de Miramar. Tampico no tiene litoral costero, sin embargo, cuenta con 14 km aproximadamente en la margen izquierda del Río Pánuco, aun cuando la mayoría están utilizadas por instalaciones portuarias. (PDI 3ª Ed. 2018).

Por otro lado, la Zona Conurbada forma parte de la región hidrológica del Río Pánuco, integrada en parte por el Río Tamesí, el Río Barberena, así como las lagunas de

Champayán, del Chairel, la Vega Escondida y la del Carpintero, la cual desemboca al río Pánuco a través del canal de la Cortadura, que tiene la gran ventaja turística de atravesar gran parte de la zona centro de Tampico. Todos estos cuerpos de agua tienen un gran potencial turístico susceptible de ser aprovechado.

Sin embargo, el desarrollo del turismo implica no solo la presencia de los atractivos naturales y culturales con los que se cuenta, sino que requiere considerar otros elementos del sistema turístico, como el equipamiento y la infraestructura necesaria para hacer posible el impulso de esta actividad, infraestructura carretera que permita el acceso seguro al destino, la capacidad hotelera y restaurantera, la capacitación de los prestadores de servicios, así como los organismos públicos y privados que contribuyan a gestionar y promocionar al sector, entre otros. Todo ello representa un conjunto de elementos que involucra tanto a empresas grandes, pequeñas y medianas y que generan oportunidades de trabajo, por lo que presentan una alternativa en la economía de la región, así como un sector público que brinde su apoyo, en vías de lograr un crecimiento y desarrollo económico, puesto que, de esa manera, los atractivos naturales pueden ser aprovechados en mayor grado y en forma sostenible, generando beneficios para la localidad.

1.4 Tipos de turismo en la zona de estudio y conceptos.

El turismo se define como " el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo, mayor a un día e inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos". (Organización Mundial del Turismo. OMT).

Tipos de turismo en los municipios de la Zona Conurbada.

- **El turismo de sol y playa.**

Llamado también turismo de masas, se da en localidades costeras y la mayoría del tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas cálidas. En estas localidades existe una gran diversidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se puede acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento; este tipo de turismo ha sido el más promovido por las autoridades mexicanas desde hace algunos años.

- **Turismo de negocios (o de reuniones)**

Es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales llevadas a cabo en reuniones de negocios con diferentes propósitos, como son los congresos, las convenciones, las reuniones de grupos religiosos, los viajes de incentivo, ferias y exposiciones, entre otros.

El municipio de Tampico se ha enfocado a reforzar su imagen como una ciudad de negocios, con la edificación de equipamientos como el Teatro Metropolitano, el Centro de Convenciones y Exposiciones de Tampico entre otros, espacios diseñados para la celebración de exposiciones, congresos y reuniones en general.

- **El turismo náutico:**

También ligado al de “sol y playa”, se considera como el conjunto de relaciones entre personas surgidas al efectuar un viaje y con la característica de que la principal motivación es la realización de actividades náuticas de tipo recreativo o deportivo, que se llevan a cabo en el mar, ríos o lagos. Este se puede clasificar en:

Turismo de cruceros:

Que consiste en el uso de grandes embarcaciones para el transporte de los pasajeros y una diversa gama de prestación de servicios.

- **Náutico y deportivo:**

Este tipo de turismo se puede relacionar con otros rubros, como son, las competencias, el buceo, la natación, el vuelo extremo, wind surf entre otros.

En relación al turismo deportivo en la zona, anualmente se celebran diversos eventos de pesca deportiva, entre los cual se pueden mencionar el torneo del marlín, así como el del sábalo que tradicionalmente son organizados por clubes privados de la ciudad de Tampico y que se llevan a cabo en el mes de julio y agosto respectivamente, así como de otras especies como el del robalo, peto, jurel y barrilete en los meses de abril, mayo y junio y el de lobina en el mes de febrero.

- **El turismo social:**

Se entiende como el conjunto de actividades que generan una demanda turística caracterizada esencialmente por personas de escasos recursos económicos y que

permiten incluir en el turismo a este sector de población, fortaleciendo a la vez el mercado interno regional.

El turismo alternativo que incluye el ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural:

- **Ecoturismo:**

Consiste en visitas a los sitios naturales relativamente inalterados, con la finalidad de disfrutar y apreciar sus atractivos naturales –paisaje, flora y fauna silvestre-, así como sitios en donde se puedan apreciar manifestaciones culturales, propiciando la conservación y la participación activa de las poblaciones locales.

Cercano al área de playa de Miramar, se encuentra el arrecife artificial creado con el hundimiento del buque Usumacinta, en el año 2004, ubicado a cerca de treinta y cinco metros de profundidad y es considerado como un atractivo potencial para el desarrollo del ecoturismo.

- **El turismo de aventura:**

Esta actividad tiene como finalidad el campismo, ascenso y descenso de elevaciones, observación de flora y fauna y disfrutar el paisaje, entre otros, para lo cual se utilizan diversos tipos de movilidad, ya sea a través de animales de carga, en bicicletas, caminatas o en algún medio de transporte acuático.

- **El turismo rural, o turismo verde:**

Consiste en recorridos realizados con el fin de conocer e interactuar con las actividades agropecuarias, así como las costumbres y tradiciones de las zonas rurales.

- **El turismo cinegético:**

Este representa un conjunto de actividades que se relacionan con la caza y pesca de especies permitidas y en forma controlada. Tamaulipas ha sido pionero de este tipo de turismo, en el caso de la zona sur, los municipios de Altamira, Aldama y González, cuentan con ranchos cinegéticos para el desarrollo de esa actividad.

El turismo de salud:

Se considera la instalación de spas, o clínicas especializadas que ofrecen una amplia variedad de servicios con fines de estética, medidas preventivas para la salud y bienestar, entre otros.

- **El turismo religioso o espiritual:**

Hace referencia a las visitas a sitios religiosos y peregrinaciones de personas creyentes.

El principal sitio de interés para viajar a la zona, lo constituye la playa de Miramar, que la convierte en un destino ancla para atraer visitantes y así crear sinergias hacia otros sitios turísticos de los municipios de la Zona Conurbada y sus alrededores.

2. LA DEMANDA TURÍSTICA

El análisis de la demanda turística es de gran interés para dar respuesta a diversos aspectos cuantitativos sobre el número de visitantes en la zona, el lugar donde se hospedan, la duración de la estancia por persona, la temporada vacacional, los productos que consumen, el dinero que gastan en su consumo diario o promedio en sus días de estancia, y también dentro de los aspectos cualitativos, interesa conocer sobre características del cliente, como el lugar de procedencia, los motivos del viaje, sus gustos y preferencias, y principalmente la percepción del turista sobre los servicios que ofrece la Zona Conurbada y sus niveles de aceptación, por lo que es importante un análisis de los períodos vacacionales tanto de primavera como el de verano, y sus beneficios en la economía local.

2.1 La afluencia turística en la zona de Tampico- Miramar y el origen del turista. Datos del 2014 al 2019.

Esta información fue obtenida de la Dirección de Turismo del Gobierno del Estado de Tamaulipas y del municipio de Ciudad Madero, mediante metodología aplicada para conocer la afluencia de visitantes a Playa de Miramar, en el período vacacional de Semana Santa y Pascua.

Cuadro No. 1 Estimaciones del número de visitantes en Playa de Miramar 2014-2019.

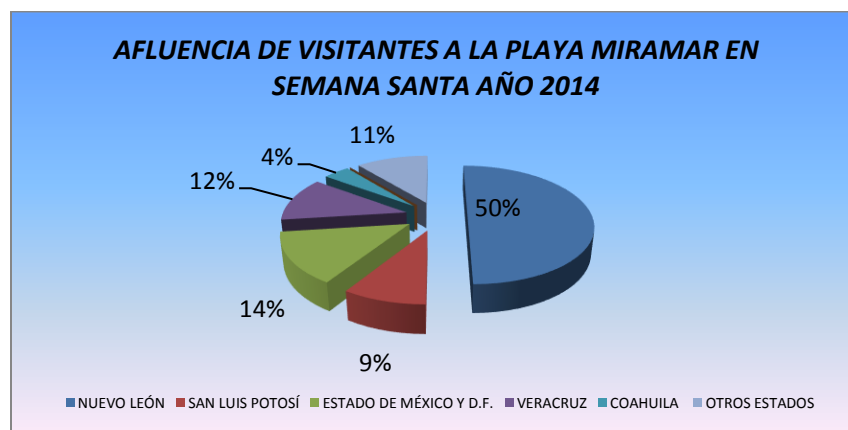
AÑOS	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NÚMERO DE VISITANTES	517,069	702,340	739,414	976,149	961,662	1,000,890

FUENTE: Dirección de Turismo de Ciudad Madero.

En el período vacacional de verano conocido como Semana Santa y Pascua 2014, la afluencia de visitantes registrada en Playa de Miramar, fue de 517,069, (Cuadro no. 1) siendo esta participación en el segmento de sol y playa el que mayormente ha contribuido en la generación de ingresos por concepto de turismo. (Dirección de Desarrollo Económico y Turismo de Ciudad Madero Tam. DGDET 2014).

En el año 2014, de acuerdo al lugar de procedencia, las personas que visitaron la playa, cerca de un 50% fueron de Nuevo León, un 14% del Distrito Federal y la Ciudad de México, el 12% de Veracruz, un 9% de San Luis Potosí, un 4% de Coahuila, un 26% de Tamaulipas, y un 3.4% de otros estados, como se aprecia en la siguiente gráfica.

Gráfica núm. 1



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero, 2014.

De acuerdo a dichas fuentes de información, el destino turístico Tampico- Miramar ha sido un buen receptor del turismo en el segmento de sol y playa, y en el año 2015 tuvo una afluencia de 702,340 visitantes tanto locales como foráneos (cuadro no. 1). En cuanto a

su procedencia o lugar de origen, los visitantes vienen principalmente de Nuevo León con un 40%, Estado de México el 18%, Veracruz un 13% entre otros, como se puede observar en la gráfica siguiente.

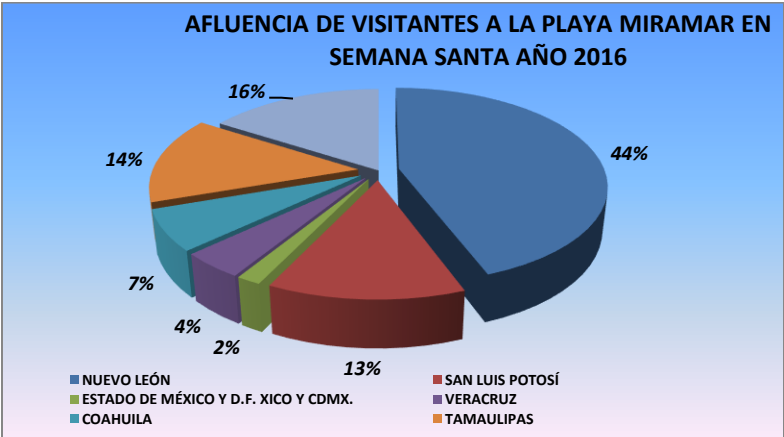
Gráfica núm. 2



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero, 2015.

En el período de Semana Santa y Pascua 2016, de acuerdo al censo realizado en Playa de Miramar en Ciudad Madero, el total de visitantes registrados fue de 739,414* visitantes; más del 50% de los visitantes en el Estado, prefirieron la zona sur como destino turístico. (Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico Playa Miramar, Ciudad Madero, 18-27 de marzo 2016). En ese mismo año, el 44% de la afluencia turística procedió del Estado de Nuevo León, un 16% del Estado de México y CDMX, el 14% de municipios de Tamaulipas, un 13% de San Luis Potosí, mientras que un 7% de Coahuila, datos que se presentan en la siguiente gráfica.

Gráfica núm 3



* De acuerdo a la metodología empleada en Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico Playa Miramar, Ciudad Madero. Censo vehicular y registro de placas para identificar el origen del mercado emisor, conteo de vehículos, camionetas, vans, motos, autobuses de ruta y charters. Tres entradas a Playa Miramar: Av. Torre Cantú, Av. Madero y Paso Doña Cecilia.

En el período 2017, en el período vacacional de verano conocido como Semana Santa y Pascua, la afluencia de visitantes registrada en Playa de Miramar, fue de 976,149, en el año 2018, los datos estimados en esa temporada fueron de 961,662 visitantes, en los que se observa una pequeña disminución del flujo de visitantes a playa de Miramar.

Sobre el origen del turista, en el período del 2017, un 42% fueron del Estado de Nuevo León, un 15% de municipios de Tamaulipas, el 12% del Estado de San Luis Potosí, el 9% de Coahuila, un 8% del Estado de México y CDMX, otro 8% de Veracruz, entre otros.

Gráfica núm. 4



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero, 2017.

En el año 2018, en ese período vacacional de Semana Santa y Pascua, como ya se mencionó, el número de visitantes en Playa de Miramar fue de 961,662 visitantes, y el 40% de éstos proceden de Nuevo León, el 16% del Estado de Tamaulipas, mientras que un 11% del Estado de México y CDMX entre otros, como se aprecia en la siguiente gráfica.

Gráfica núm. 5



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero, 2018.

En el período reciente, del año 2019, de acuerdo al censo de afluencia en Semana Santa (12 al 28 de abril), se registraron en Playa de Miramar 1, 000,890 visitantes, 208,027 vehículos, 739 charters. (Ayuntamiento de Ciudad Madero. Dirección de Turismo, dentro del Plan de Atención al Turismo 2019). En cuanto a su lugar de origen, un 38% proviene de Nuevo León, el 26% de Tamaulipas, mientras que un 10% del Estado de San Luis Potosí y un 9% del Estado de México y CDMX, entre otros, como se puede apreciar en la gráfica siguiente.

Gráfica núm. 6



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero, 2019.

De acuerdo a los datos analizados, el incremento de la afluencia de visitantes a Playa de Miramar, en período vacacional en los períodos vacacionales de Semana Santa, del año 2014- 2015 fue de un



35.83%; mientras que en el período 2015-2016 y 2016-2017 se presentaron incrementos de un 5.28% y de un 32% respectivamente; con respecto al período 2017-2018 presenta un leve decremento del -1.5% y finalmente del período 2018-2019 un incremento del 4.1% en este destino de sol y playa Miramar, de acuerdo a los datos estadísticos presentados.

Cuadro No. 2 afluencia de visitantes en Playa de Miramar por entidad federativa, en períodos comprendidos a la Semana Santa. Porcentajes.

AFLUENCIA DE TURISTAS EN PLAYA MIRAMAR						
ESTADOS	AÑOS					
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
NUEVO LEÓN	50%	40%	44%	34%	37%	38%
SAN LUIS POTOSÍ	9%	11%	13%	8%	11%	10%
ESTADO DE MÉXICO Y CDMX	14%	18%	2%	7%	10%	9%
VERACRUZ	12%	13%	4%	7%	2%	6%
COAHUILA	4%	4%	7%	9%	2%	3%
TAMAULIPAS	ND	ND	14%	19%	26%	26%
OTROS ESTADOS	11%	14%	16%	16%	12%	8%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%

FUENTE: Dirección de Turismo de Ciudad Madero.

De acuerdo a los datos presentados sobre la afluencia de visitantes en Playa de Miramar, por la Dirección de Turismo de Ciudad Madero en el cuadro siguiente se presenta un comparativo por entidad federativa de los años 2014 al 2019, en el cual se observan algunas variaciones porcentuales del lugar de procedencia del visitante, sin embargo, el principal mercado emisor sigue siendo el Estado de Nuevo León; sin embargo también son representativos en cuanto a su procedencia, visitantes del Estado de Tamaulipas, del Estado de México y CDMX, así como Veracruz y San Luis Potosí dentro de la afluencia de

visitantes a este destino turístico de Playa de Miramar en la zona Sur del Estado de Tamaulipas, porcentajes que se pueden observar en el cuadro anterior, número 2.

Gráfica núm. 7 Comparativo de la afluencia de visitantes a Playa de Miramar, períodos 2014-2019.



Fuente: Elaboración propia en base a datos proporcionados por la SEDET de Ciudad Madero 2014-2019

Finalmente, en lo referente al tema de la demanda turística, se presenta un gráfico sobre los datos del período 2014-2018 de la afluencia de visitantes en la Playa de Miramar, y en los tres últimos períodos se presentan considerables incrementos en el número de visitantes al destino turístico Miramar.

Cabe mencionar que no se contó con una estadística oficial sobre el número de turistas foráneos que viajan a nuestro destino, los datos de la afluencia turística de la zona también registran a los paseantes locales que esos días decidieron visitar la playa de Miramar.

Otros indicadores sobre el segmento de sol y playa en temporada vacacional de Semana Santa y Pascua en el destino turístico Miramar.

Como complemento a la información proporcionada por la Dirección de Turismo de Ciudad Madero, de acuerdo al Estudio de Afluencia Turística, de visitantes en Playa de Miramar, en el año 2016, esta Dirección presentó información más amplia sobre otros indicadores obtenidos, la cual se considera de interés incluirla, aunque solo sea de ese período, sobre el principal medio de transporte que usa el visitante, motivos principales para viajar a la zona, lugar donde se hospedan los visitantes, medios de publicidad sobre información del destino, así como el gasto promedio por familia, entre otros:

El medio de transporte masivo continúa siendo el automóvil con un 74%, un 19% registró el uso del autobús y el 4% prefirió el avión, y el autobús charter un 3%, de acuerdo a estimaciones realizadas por las fuentes municipales.

El 73% da como respuesta que no es la primera vez que visita el destino, y el 27% sí. En cuanto a la frecuencia de visita al destino turístico, el 64% da como respuesta de una vez al año, el 21% dos veces al año y un 15% visita la playa Miramar más de dos veces al año.

Dentro de los principales motivos para viajar a la zona, un 44.6% dijo ser la playa, como el principal motivo, el 23.4% visitar a familiares, un 11.6% por la cercanía, 8.7% su gastronomía, 3.9% por lo económico del lugar, 3.5% por experiencia anterior, 2.9% atractivos del destino, 0.6% promoción, 0.3% por los hoteles del lugar, y un 0.5%, otros motivos ; de acuerdo a esta información, el principal sitio de interés para viajar a la zona, lo constituye la playa de Miramar, que lo convierte en un destino ancla para atraer visitantes y así lograr crear ciertas sinergias hacia otros destinos turísticos de los municipios vecinos.

En cuanto al lugar donde se hospedan los visitantes, un 45% de los encuestados dan como respuesta hospedarse en casa de familiares, el 38% en hotel, y un 17% en la playa.

Los medios de publicidad por los que han tenido conocimiento del lugar son: 34% por recomendaciones, un 34% por medio de la televisión, 31% por el internet, 4% espectaculares, 3% prensa, 25 % publicidad en autobuses de Monterrey, 1% radio y un 1% en la página web.

Han visitado algún módulo de información turística, el 89% dijo que no, solo el 11% da como respuesta que sí; Dentro de este 11% los módulos más visitados son el de los delfines, las sirenas, en la playa, la plaza de armas y el de escolleras.

También es importante el análisis de datos sobre la estimación de gastos por visitante, tanto en alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, entretenimiento y compras de artesanías, debido a que por ese medio podremos conocer los ingresos generados por ese concepto y que estas actividades sean portadoras de empleos mejor remunerados, beneficiando el desarrollo económico de la localidad.

En cuanto al gasto promedio por familia, el 75% gastó en promedio menos de diez mil pesos, mientras que un 22% dijo que, entre diez y veinte mil, y sólo un 3% más de veinte mil pesos, en esa temporada, que representa una derrama económica significativa. Esta información, así como otra más obtenida se refiere al turismo de sol y playa, que se considera un segmento característico en la zona principalmente en la temporada vacacional de semana santa. La mayoría de las personas encuestadas, un 99.4% mencionó que sí regresaría a vacacionar a este destino. (SEDET, 2016)

De acuerdo a las cifras obtenidas por las fuentes citadas, Playa de Miramar ha sido considerado como un destino que logra atraer un gran número de visitantes, y en la temporada vacacional de semana santa y de verano. Sin embargo, parte de la problemática de la zona continúa siendo la estacionalidad de la actividad turística, de depender solamente de dos temporadas altas al año, por lo que los gobiernos municipales de las tres ciudades tratan de coordinar estrategias en conjunto con asociaciones representativas del sector turístico para promover este destino turístico.

Asimismo, en materia de Turismo de Congresos y Reuniones la Zona Metropolitana de Tampico cuenta con un segmento que continúa en desarrollo, fortaleciéndose también en últimas fechas a través de incrementar la oferta de espacios culturales dedicados a congresos y convenciones.

2.2 Estancia y tiempo de pernoctas del turista.

En el destino turístico Miramar, en el período de Semana Santa y Pascua 2016, el tiempo que permanecen los visitantes, un 55.36% dijo estar en el destino turístico de 3 a 4 días, un 11.6 % cinco días un 13.3 % hasta una semana. Cerca del 94% viaja en compañía de su familia, el resto con los amigos. (2016).

En los períodos vacacionales de Semana Santa y Pascua siguientes, 2017, 2018 y 2019, los días estimados de la estancia del visitante en el destino turístico Miramar fueron de 4 días respectivamente.

2.3 Medios de transporte del turista:

El servicio de líneas de autobuses foráneos de pasajeros está cubierto por varias líneas de autobuses, establecidas en la central camionera y otras terminales más en distintos puntos de las ciudades metropolitanas que han surgido para prestar un mejor servicio. Las líneas de autobuses con las se cuenta son Futura, Senda-Transpaís, Autobuses de Oriente (ADO), Vencedor, Estrella Blanca, Ómnibus de México, Enlaces Terrestres Nacionales (ETN), entre otras.

Por lo que se refiere a los enlaces aéreos, la Zona Conurbada del Sur de Tamaulipas cuenta con conexiones aéreas hacia los principales destinos nacionales. El Aeropuerto Francisco Javier Mina se encuentra a 25 km del puerto de Altamira y cuenta con vuelos regulares con destino a principales ciudades del país, como Ciudad de México, Monterrey, Cancún, Villahermosa, Guadalajara, Veracruz, etc, así como el servicio en conexiones internacionales, a la ciudad de Houston Texas.

Cuadro No. 3 Estadísticas del número total de pasajeros del aeropuerto internacional de Tampico/años 2014-2018

Años	Número de pasajeros
2014	688,893
2015	763,744
2016	696,862
2017	717,342
2018	736,627

FUENTE: Estadísticas históricas. Grupo Aeroportuario Centro Norte de México. Años 2014-2018.

Sin embargo este tipo de transporte aéreo de pasajeros puede representar un alto costo, por lo que la mayoría de los turistas prefiere usar el transporte carretero, ya sea mediante su automóvil o en líneas de autobuses privadas.

3.- LA OFERTA TURÍSTICA DE LA ZONA

Este apartado describe un inventario de la oferta de atractivos turísticos en los municipios de Ciudad Madero, Tampico y Altamira y que contiene los atractivos naturales, arquitectónicos, culturales y urbanos que pueden integrar y diversificar la oferta de la zona, con el fin aprovechar ciertas sinergias, estableciendo rutas turísticas, para que los visitantes puedan realizar recorridos programados hacia otros destinos y regresen a hospedarse en los hoteles de los municipios de la zona conurbada, considerados como las ciudades ancla.

3.1 Análisis de la oferta turística de los municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico pertenecientes a la Zona Conurbada del Sur de Tamaulipas.

Cuadro núm. 4. **Principales atractivos turísticos de los municipios de la zona conurbada.**

ATRATIVOS TURÍSTICOS		
Municipio	Atractivos reconocidos	Áreas con potencial
Altamira	Playa Tesoro	
	Río Tamesí	Río Barberena
	Laguna de Champayán	Cues de Palmas Altas
	Parroquia de Altamira (Santiago Apóstol)	Área de Dunas
	Dunas Doradas	
	Ejido Cues de Palmas Altas	
	Parque Acuático Altamira	
	Ejido Mata de Abra	
	Plaza de Armas de Altamira	
Ciudad Madero	Playa Miramar	Margen izquierda del Río Pánuco
	Escolleras - Malecón	Laguna la Ilusión
	Faro de la Barra	Laguna Nuevo Amanecer
	Arrecife Artificial	Laguna Chipús
	Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús (en plaza Isauro Alfaro)	Área de Dunas
	Iglesia San Juan Bosco (Árbol Grande)	
	Casa de la Cultura	
	Centro de Convenciones	
	Monumento a la Virgen del Carmen	
	Casa de la Tierra	
	Estadio Tamaulipas	
	Parque Bicentenario	

Tampico	Centro Histórico (Plazas y Edificios)	Isleta Pérez
	Laguna Carpintero	Canal de la Cortadura
	Centro de Convenciones	Casa de la Naturaleza
	Espacio Cultural Metropolitano	Margen izquierdo del Río Pánuco
	Parque Fray Andrés de Olmos	
	Laguna del Chairel	
	Río Pánuco	
	Área sujeta a protección ecológica “La Vega Escondida”	
	Catedral	
	Cues las Flores	
	Puente Tampico	
	Fiestas de Abril	
	Aduana Marítima	
	Carnaval	
	Altama City Center Tampico	
	Papalote Museo del Niño	
	Casa de la Cultura	

Fuente: Elaboración propia.

3.1. Atractivos naturales. El Golfo de México y sus litorales

El río Pánuco, es parte del paisaje natural de la zona sur del Estado de Tamaulipas y representa la cuenca lacustre más importante del país, nace con el nombre de río Moctezuma en el Valle de México, su recorrido es de 510 kilómetros aproximadamente; su caudal abarca también la huasteca de San Luis Potosí, prosigue su curso hacia el Estado de Veracruz, ahí adquiere el nombre de río Pánuco hasta finalmente desembocar cerca del Puerto de Tampico, en el Golfo de México. El gran caudal del río representa un potencial para la práctica de deportes extremos, el turismo ecológico, turismo natural, así como el aprovechamiento de su frente de agua para desarrollar diversos proyectos turísticos, sin embargo, presenta problemas de contaminación principalmente por la actividad industrial, agrícola y descargas residuales. En el caso de Tampico, desde sus inicios, la ciudad se ha expandido, dando la espalda al río, y su conservación, así como a sus diversas lagunas, principalmente por la contaminación en que se encuentran, y que son recursos naturales que hoy en día pudieran ser detonantes para el desarrollo del turismo.

➤ **El sistema lagunario de la zona: La Laguna del Carpintero:**

Dentro de los principales atractivos naturales con que cuenta el municipio, se encuentra la Laguna del Carpintero, dicha laguna se localiza en el centro de la ciudad de Tampico, cuenta con 150 hectáreas de superficie, con una vegetación formada principalmente de manglares, tulares, entre otros que son especies protegidas. En dicho sitio se puede desarrollar el turismo natural, observación de la fauna, así como el ecoturismo, para la realización de actividades al aire libre que permitan convivir con la naturaleza.

Uno de los atractivos principales de la laguna del Carpintero es conocer el hábitat de los cocodrilos, y ya en años anteriores, el australiano, Steve Irwin productor del programa de televisión "Cazador de Cocodrilos" para el canal Animal Planet, por invitación de autoridades locales, se interesó en documentar una investigación sobre estos reptiles realizando un viaje a la ciudad en el año 2002. Dicha laguna cuenta con un mirador de cocodrilos, en el cual las personas pueden recorrer el lugar a pie, y observar las especies de diferentes tamaños en su hábitat; cercano a la laguna se encuentra el Parque Metropolitano, con áreas verdes dedicadas a la recreación, sin embargo, desde hace algunos años la laguna ha estado sometida a constantes presiones urbanas, ya que aún siguen llegando descargas de aguas residuales sin tratamiento, aunque se han hecho algunas acciones para su protección.

La laguna del Chairel

La Laguna del Chairel forma parte del sistema lacunario del río Tamesí (afluente del río Pánuco que pertenece a la vertiente del Golfo de México) y constituye parte de la reserva de agua para satisfacer las demandas de la parte sur de Tamaulipas, particularmente la conurbación Tampico-Madero-Altamira (INEGI, 2011). Se encuentra localizada al oeste de la ciudad de Tampico.

Es un sitio donde arriban en invierno pelícanos y patos procedentes de Canadá y los Estados Unidos de América, los cuales pueden observarse en esa época del año; dentro de su fauna se cuenta con las nutrias, flamencos, garzas, aves acuáticas migratorias como el pato real entre otras especies. Dentro de las actividades recreativas se pueden llevar a cabo paseos en lanchas, observación de aves, ecoturismo, entre otras.

La Laguna de la Vega Escondida

Esta laguna forma parte también del sistema lacunario del Río Tamesí, y se encuentra ubicada al Noroeste de Tampico; por acuerdo municipal en el 2003 es declarada como Área Natural Protegida contando con una superficie de 2217-00-00 hectáreas; dicha laguna es de gran importancia por su gran diversidad, debido a que alberga especies que requieren de protección especial, por encontrarse en peligro de extinción, como la nutria; además de su importancia por ser escala de ciertas aves migratorias durante ciertos períodos del año.

La laguna de la Ilusión en Ciudad Madero:

Uno de los propósitos de las administraciones de gobierno recientes ha sido recuperar las lagunas afectadas en el municipio, y en el caso de la laguna de la Ilusión, se elaboró un proyecto para su reactivación, dicho proyecto ha consistido desde hace algún tiempo, en un parque lineal para uso recreacional de las familias, con lo cual se le otorgaría un uso de suelo que incentive el cuidado y protección de la laguna, contrarrestando parte de los efectos contaminantes causados desde años atrás en dicho sitio.

Dentro de otros atractivos del municipio se encuentran el Parque Bicentenario ubicado en el nuevo corredor turístico de Playa de Miramar, que incluye recientemente el Museo Casa de la Tierra.

3.2 El Patrimonio histórico edificado:

Dentro del Patrimonio Histórico de la Zona Metropolitana se cuenta con el Centro Histórico de Tampico, caracterizado por su arquitectura neoclásica y similar a la de la ciudad de Nuevo Orleans, y en 1993 fue declarada “zona patrimonial de monumentos históricos y artísticos”. En el año de 1997 se creó el Fideicomiso Centro Histórico de Tampico (FICETAM), para el apoyo de la restauración de edificios y coordinar eventos culturales, el cual abarca sesenta manzanas, en las que se ubican 145 edificios catalogados por el Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), con características de estilo francés e inglés, de la segunda mitad del siglo XIX y primera mitad del siglo XX.

Entre los mayores atractivos de la zona se encuentra el patrimonio edificado, considerados como hitos y que sirven como punto de referencia al turista, dentro de éstos destacan:

- El Centro Histórico del Puerto de Tampico, que posee una arquitectura de la época del Porfiriato (1877- 1911) y el auge petrolero (1907- 1936), etapas que marcaron su historia. En este sitio tuvo lugar el 11 de septiembre la rendición de tropas extranjeras, acontecimiento conocido como “la Victoria de Tampico de 1829”. Con el paso de los años, algunos de estos edificios han cambiado su fisonomía original, lo que motivó a las autoridades y la iniciativa privada, a la preservación y cuidado del patrimonio que representan los edificios.
- La Casa de Troya (1825).
- El edificio de la Antigua Casa de Castilla, uno de los edificios de mayor valor histórico de Tampico, ya que ahí se ratificó en 1829 la rendición del General Isidro Barradas tras su fallido intento por reconquistar este territorio para los españoles.
- La Catedral de Tampico o Templo de la Inmaculada Concepción (1841), de estilo neoclásico poscolonial.
- El Edificio Alicia (1844)
- El edificio del antiguo Salón Palacio (1880), inmueble de tres niveles, en el cual se encuentra la estatua de Humphrey Bogart, quien en 1947 participó en la película “El Tesoro de la Sierra Madre”, filmada en esta ciudad.
- El palacio Municipal de arquitectura neoclásica que fue construido en 1933.
- La plaza de Armas de Tampico, conocida también como Plaza de la Constitución cuenta en el centro con un kiosco, construido en 1945 y dentro de su arquitectura alrededor de la plaza se encuentra el Palacio Municipal, la catedral de Tampico, así como sitios para el esparcimiento al aire libre donde se puede disfrutar de eventos culturales.
- El edificio de la antigua Aduana Marítima de Tampico, (inaugurado durante el Porfiriato en el año de 1902), que cuenta con un museo sobre la victoria de Tampico en 1829.
- La Plaza de la Libertad, conocida también como el Centro Histórico de Tampico, formado por un conjunto de edificios que la rodean, ocupados en su mayoría por hoteles, restaurantes y otros comercios.

- El Edificio de Correos (1907)
- El Edificio de Telégrafos Nacionales (1908)
- El Edificio Villarreal ocupado actualmente por una cadena restaurantera.
- El Edificio Mercedes (1920).
- El Edificio de la Luz. Originalmente fue ocupado por las compañías petroleras, posteriormente por la Compañía de Luz.
- El Edificio de las Novedades
- El Edificio Obregón (1904)
- El Edificio de La Campana
- El Edificio de la Hacienda (1918- 1925)
- El Espacio Cultural Metropolitano, considerado como el centro de eventos culturales en la región, y dentro de sus instalaciones se encuentra, el Museo de la Cultura Huasteca, el Teatro Metropolitano, el Teatro Experimental, la Galería de Exposiciones Temporales y los Talleres de artes escénicas.
- El Museo de la Cultura Huasteca, que cuenta con una importante colección de piezas arqueológica, expresiones culturales de la región atribuidas a la Cultura Teneek, que se desarrolló en los Estado de Hidalgo, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tamaulipas y Veracruz que conforman la región de la huasteca.
- El Centro de Convenciones y Exposiciones de Tampico “EXPO Tampico, construido para la organización de conciertos y eventos a gran escala.
- El Museo de Historia Regional Andonegui, (antiguo penal Manuel de Andonegui), hoy Museo del Niño reconstruido con apoyo del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta).

En la parte norte del Municipio de Tampico, en Tancol se han encontrado vestigios de la cultura huasteca, que consisten en un conjunto de cues dentro de una plazoleta

ceremonial; también en la colonia las Flores y Monte Alegre existen pequeñas ruinas arqueológicas.

Por otra parte, dentro del folklore y sus manifestaciones culturales se realizan diversos eventos, de los cuales se mencionan festivales artísticos, culturales, religiosos, así como acontecimientos programados en el estado y municipios.

4.- SOPORTE PARA LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

4.1 Análisis del alojamiento turístico:

De acuerdo a la Asociación de Hoteles y moteles del Sur de Tamaulipas, al año 2019 en la Zona Conurbada de Tampico, Altamira y Ciudad Madero se registraron 109 establecimientos de alojamiento asociados, con un total de 4,226 unidades habitacionales.

Cuadro núm 5. Hoteles registrados en la Asociación de Hoteles y Moteles del Sur de Tamaulipas (AMMHST) 2019

HOTELES		
No.	Estrellas (****)	Habitaciones
1	Camino Real Tampico	97
2	Holiday Inn Altamira	203
Estrellas (***)		
3	Arenas del Mar	82
4	Hafersons Inn Hotel & Suites	60
5	Casa Meba	15
6	City Express Altamira	127
7	City Express Plus	126
8	City Express Tampico	124
9	Club Maeva Miramar	204
10	Doña Juana Cecilia Aeropuerto	55
11	Doña Juana Cecilia Miramar	104
12	El Paraíso Resort	16
13	Fiesta Inn Tampico	124
14	Gamma	89
15	Grand Royal	104
16	Hampton Inn by Hilton Tampico-Aeropuerto	149
17	Hampton Inn Zona Dorada	93
18	Impala de Tampico	82
19	Inglaterra	70
20	Mansión Real Tampico	45
21	Marsella	46

22	Mediterráneo	55
23	Miramar Inn	95
24	Misión Express	105
25	Montecarlo	91
26	Posada Casa Blanca	20
27	Posada de Tampico	120
28	Rio Vista Inn Tampico	80
29	San Antonio	180

HOTELES		
No.	Estrellas (***)	Habitaciones
30	Ave de Paraíso	29
31	Best Western Los Jacales	38
32	Bicentenario	12
33	Bonito Inn Aeropuerto	30
34	Bonito Inn Tampico	20
35	Bonito Inn UAT	15
36	Bonito Inn Arboledas	33
37	Bonitto Inn Lomas	22
38	Campestre Barranco	10
39	Carasol Villas & Suites	14
40	Comfort Inn Tampico	88
41	Danni's	ND
42	Del Rio	60
43	El Cielo	7
44	El Faro	ND
45	Evher	ND
46	Fiesta Madero	ND
47	Francés	ND
48	Gamasú	ND
49	Garza	33
50	Hacienda Cañada Rica	32
51	Hacienda Cañada Rica 2	32
52	Laguna	ND
53	La Central	69
54	La Finca	17
55	La Mansión del General	33
56	La Residencia	41
57	Leonardo López Mata	59
58	Lorencillo Miramar	38
59	Mandarín	40

HOTELES		
No.	Estrellas (***)	Habitaciones
60	María Elena	30
61	María Quinta	35
62	Maritza Inn	60
63	Metropolitano	30
64	Morelia	42
65	Mundo	50
66	Oasis	50
67	Paraíso	31
68	Posada de Jesús	27
69	Posada de la Cruz	ND
70	Posada del Viajero	ND
71	Posada don Francisco	ND
72	Posada don Ramón	18
73	Posada de Altamira	ND
74	Posada Montecristo	ND
75	Puerto Bello	38
76	Puerta del Sol	ND
77	Provincia Express	49
78	Real del Mar	54
79	Regis	ND
80	Relax Inn	ND
81	Rey	13
82	San Francisco	ND
83	Santa Helena	46
84	Santa Rita	ND
85	Sevilla	18
86	Suites Ejecutivas	30
87	Tampico Garden	ND
88	Tres Soles	35
89	Venecia	40

FUENTE: Asociación de Hoteles y Moteles del Sur de Tamaulipas (AMHST) 2019.

De acuerdo a la AMHST, en el censo de registros en la Zona Metropolitana se ofertan servicios de alojamiento de 5 a 3 estrellas, los cuáles brindan un variado servicio para los diversos segmentos del mercado; siendo considerados hoteles de 5 estrellas, el Hotel Camino Real de Tampico y el Holiday Inn Altamira con 97 y 203 habitaciones respectivamente. Dentro de la categoría de 4 estrellas se encuentran registrados los hoteles Arenas del Mar (82 habitaciones), Hefersons Inn Hotel & Suites (60), City Express Altamira (127), City Express Plus (126), City Express Tampico (124), Club Maeva Miramar (204), hotel Posada de Tampico (120), Doña Juana Cecilia Aeropuerto (55), Doña Juana Cecilia Miramar (104), Fiesta Inn Tampico (124), Hampton Inn by Hilton Tampico Aeropuerto (149), Hampton Inn Zona Dorada (93), Impala de Tampico (82), el hotel Inglaterra (70), Mansión Real Tampico (45), Miramar Inn (95), Misión Express (1

05), Montecarlo (91), Río Vista Inn Tampico (80), San Antonio (180 habitaciones), entre otros.

De los catalogados de 3 estrellas, se encuentran el hotel Bonito Inn Aeropuerto (con 30 habitaciones), Bonito Inn Tampico (20), Bonito Inn Arboledas (33), Bonito Inn Lomas (22), Carasol Villas& Suites (14), Confort Inn Tampico (88), Lorencillos Miramar (38), hotel Mandarín (40), Real del Mar (54), Suites Ejecutivas (30), Tres Soles (35 habitaciones), entre otros.

Los hoteles con mayor capacidad de cuartos, en el área de Playa de Miramar son: Club Maeva – Miramar, Doña Juana Cecilia Miramar, Arenas del Mar, Miramar Inn, Villa Capricho, Lorencillos, Carasol. Entre éstos diversos establecimientos hoteleros se ofertan en total, aproximadamente 500 habitaciones, y se encuentran ubicados en la zona cercana al Boulevard Costero de Playa de Miramar.

4.2 Equipamiento para congresos y convenciones:

En la última década la Zona Conurbada ha aumentado su infraestructura para cubrir la demanda ante nuevas tendencias del mercado turístico como es el segmento de Turismo de Congresos y Negocios. El turismo de negocios ha registrado un notable repunte en estos últimos años en la organización de eventos tanto a nivel nacional como internacional, contexto que permite a los municipios que conforman el sur de Tamaulipas, lograr una mayor proyección y promoción de la infraestructura y equipamiento para

realizar este tipo de turismo. En el caso de Tampico se cuenta con equipamiento de apoyo para el desarrollo del turismo de eventos, congresos, exposiciones y convenciones, y es una ciudad para la cual representa un potencial turístico. Este desarrollo del turismo de negocios contribuiría a elevar el gasto promedio de los visitantes, además de regular la estacionalidad del turismo al mejorar la ocupación hotelera en temporadas bajas.

El Espacio Cultural Metropolitano en la Ciudad de Tampico.

Este se encuentra dividido en varias secciones, como es el teatro metropolitano, el teatro experimental, la galería de exposiciones temporales, los talleres de artes escénicas, el museo de la cultura huasteca, la biblioteca interactiva. Este espacio cultural ha servido de marco para diversos espectáculos culturales internacionales y cuenta con una capacidad para albergar a unas mil cien personas.

El Centro de Convenciones y Exposiciones de la Ciudad de Tampico.

El Centro de Convenciones y Exposiciones Expo –Tampico está ubicado frente al Espacio Metropolitano, es un recinto con un diseño moderno edificado para realizar congresos y exposiciones y espectáculos culturales, y cuenta con una capacidad para congresos y convenciones que da cabida a unas ocho mil personas. (visitam.mx 2018. Negocios y convenciones).

El Centro de Convenciones de Ciudad Madero

Es una de las grandes obras realizadas en Ciudad Madero en los años setenta, y ha tenido algunas remodelaciones en años recientes.

Ciudad Madero, cuenta también con atractivos que permitan el desarrollo del segmento del turismo cultural, como son los siguientes sitios:

- La iglesia del Sagrado Corazón de Jesús, edificio de tipo neoclásico (1924).
- La iglesia de San Juan Bosco ubicada en el barrio de Árbol Grande, de estilo barroco, considerada una de las más impresionantes en el Estado.
- La Plaza Isauro Alfaro Otero.
- La Casa de la Cultura
- La figura histórica del Busto de Doña Cecilia en el sitio donde se encontraba “El Paso de Doña Cecilia”, y su hostel “La casa de Teja”, considerada precursora de este municipio, doña Cecilia Villarreal.

En cuanto a otros servicios turísticos, existen en la zona algunas agencias de viaje, entre las cuales se citan la Agencia de Viajes Gámez, Edcano Travel, Interviajes, MG Travelandtours, My Trip México, Viajes Asturiano, Viajes Morales, Somnus Tampico, entre otras.

4.2 Movilidad

La movilidad en un entorno turístico es uno de los elementos que marcan diferencias de una ciudad turística con una ciudad común. El atractivo de una determinada ciudad radica principalmente en sus grandes avenidas o calles estrechas, cuyo trazado viene ya de muchos años atrás, y cuyo tránsito en temporadas de gran demanda vacacional puede causar conflictos por el elevado número de vehículos motorizados que circulan en ellas. En el servicio de transporte el problema puede ser similar, debido a que esa movilidad tiene que ser atendida por vehículos privados o en ocasiones por los taxis, que trae como consecuencia problemas de tráfico vehicular, que generalmente como se menciona, suelen ser mayores en temporadas vacacionales; el problema puede ser mayor por la falta de estacionamientos principalmente en áreas del centro de las ciudades; acciones que afectan al ciudadano local, que forman parte del costo social y ambiental inherente a esta actividad, y que previamente debe contemplarse dentro de la planeación de las actividades turísticas en ciudades consideradas como destinos, para que el impacto generado sea menor.

4.4 Capacitación del recurso humano:

En relación a este tema, el Área Metropolitana de Tampico cuenta con escuelas de especialidad en el ramo turístico, como el Instituto de Estudios Superiores de Tamaulipas de la red de Universidades Anáhuac, la Universidad Autónoma de Tamaulipas, la Universidad del Noreste, Cualti- Instituto culinario, entre otras.

5.- ANÁLISIS DE LA PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA.

La Secretaría de Turismo (SECTUR) realiza promociones con el fin de apoyar el desarrollo de la actividad turística, contribuyendo principalmente a diversificar la oferta turística, así como a la promoción de los destinos turísticos e incentivar las inversiones públicas y privadas a la región.

El Gobierno del Estado de Tamaulipas a través de la Secretaría de Turismo continúa implementado estrategias para incorporar los Objetivos del Desarrollo Sostenible de la

Agenda 2030 a los destinos turísticos, buscando el crecimiento del sector en forma ordenada y considerando los acuerdos sobre la inclusión y sostenibilidad en el sector.

En cuanto a la promoción y comercialización turística de los municipios que conforman la Zona Conurbada, la Marca Tampico- Miramar, desde su creación en el año 2011, incluyó a los Municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira, en conjunto, como una estrategia para sumar esfuerzos para dar impulso a la promoción de los atractivos turísticos con que cuenta la zona, considerando los efectos que la inseguridad estaba originando en el sector turístico de la región. Durante algunos años funcionó, y en el 2014, con la finalidad de continuar impulsando la promoción de la Marca Tampico-Miramar, a nivel nacional e internacional, se ratificó la firma del convenio de colaboración con los alcaldes de los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira, cuyo objetivo principal fue impulsar el turismo en esta región del Estado; por lo que en la actualidad es necesario llegar a nuevos acuerdos para dar continuidad a esa estrategia de promoción del destino turístico, en los diferentes estados del país y ciudades del Sur de Texas y seguir fortaleciendo el turismo de la zona, que en época vacacional de primavera o Semana Santa y Pascua, llegó a concentrar una afluencia turística del 70% de todo el Estado. (2015).

Mientras se llega a nuevos acuerdos, la promoción se continúa realizando también por cada uno de los municipios, en el caso de Ciudad Madero la promoción vacacional de la Semana Santa se efectuó bajo el lema “Playa de Miramar”, así como Tampico también realiza promociones para impulsar el desarrollo del turismo de negocios y convenciones, turismo de aventura, turismo cultural; por su parte Altamira continuará impulsando las diferentes áreas de oportunidad con que cuenta el municipio, en el desarrollo de proyectos estratégicos que contribuyan a promover el turismo de naturaleza y aventura, debido a su potencial de atractivos naturales con que cuenta.

Por otra parte, la Secretaría de Desarrollo Económico y Turismo (SEDET) en colaboración con el gobierno federal y las entidades municipales, han tomado previsiones para garantizar la seguridad a la ciudadanía y auxilio a los viajeros, indispensable para el desarrollo del sector. Se espera que con estas iniciativas, se incremente el número de turistas y sus días de estancia en nuestros destinos de playa y otros atractivos turísticos, debido principalmente a estas promociones y así continuar posicionando a la zona como un destino turístico que ofrezca recreación, diversión, esparcimiento y seguridad al turista.

En cuanto a la promoción de los productos turísticos en la zona y su comercialización, se han llevado a cabo medidas que fortalecerán el turismo de sol y playa, así como en mejoramiento de la infraestructura de los sitios principalmente del segmento de sol y playa.

- Se continúa participando en diversas ferias turísticas nacionales e internacionales en algunas ciudades y se presenta la oferta de atractivos turísticos que se poseen en el Estado.
- Se habilitan algunas oficinas en atención al turista en las oficinas de Turismo, en varios puntos de la avenida principal a la Playa de Miramar, en el Parque Bicentenario y el Parque Fray Andrés de Olmos, así como módulos de atención en el Aeropuerto Internacional F. Javier Mina, Centro Histórico de Tampico, central camionera, plazas comerciales, entre otros.

6.- RESULTADOS DE LA ENCUESTA DE PERCEPCIÓN TURÍSTICA Y SU ANÁLISIS. SEMANA SANTA 2019

Como complemento a la información presentada anteriormente por el estudio de Afluencia Turística de Playa de Miramar en Ciudad Madero, se agregan los resultados obtenidos de la encuesta realizada por el Instituto Metropolitano de Planeación del Sur de Tamaulipas (IMEPLAN), que se le denominó Encuesta de Percepción Turística sobre la Playa de Miramar, aplicada en fechas de Semana Santa y Pascua 2019.

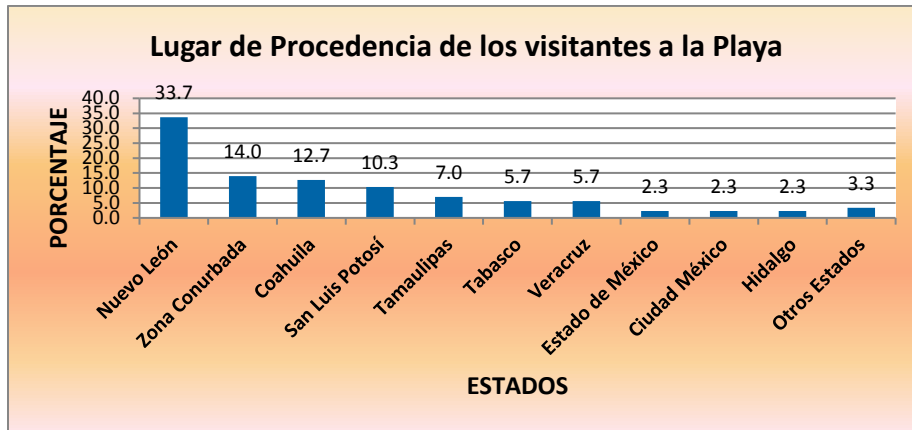
Cuadro núm. 6 Lugar de procedencia de los visitantes

Estados	Número	%
Nuevo León	101	33.7
Zona Conurbada	42	14.0
Coahuila	38	12.7
San Luis Potosí	31	10.3
Tamaulipas	21	7.0
Tabasco	17	5.7

Veracruz	17	5.7
Estado de México	7	2.3
Ciudad México	7	2.3
Hidalgo	7	2.3
Otros Estados	10	3.3
Total	300	100.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 8



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior.

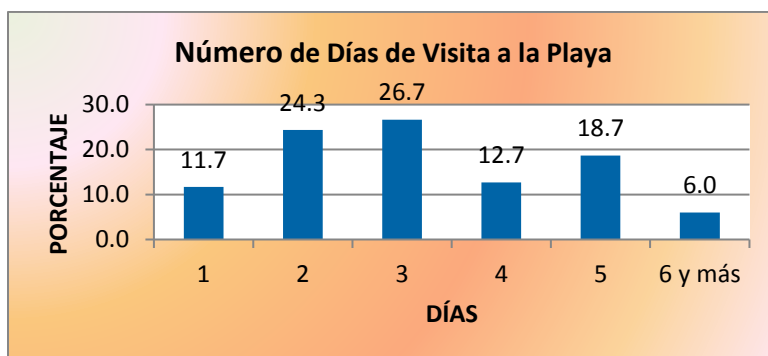
En cuanto al lugar de procedencia de los visitantes a Playa de Miramar, de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta de percepción, cerca de un 34% provienen del Estado de Nuevo León, un 14% de la Zona Conurbada, el 13% de Coahuila, un 10% de San Luis Potosí, un 7% de otros municipios del Estado de Tamaulipas, cerca de un 6% de Tabasco y Veracruz respectivamente, mientras que un 2.3% para cada uno, Estado de México, la Ciudad de México y el Estado de Hidalgo, entre otros. Nuestro principal mercado emisor continúa siendo el Estado de Nuevo León. Respecto a la demanda turística, el turismo en temporada alta, se encuentra influenciado por la demanda interna, siendo los flujos mayoritarios los provenientes del Estado de Nuevo León principalmente

Cuadro núm. 7

DÍAS DE VISITA AL DESTINO		
Días de visita	Número	%
1	35	11.7
2	73	24.3
3	80	26.7
4	38	12.7
5	56	18.7
6 y más	18	6.0
Total	300	100

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 9



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

De acuerdo a los resultados obtenidos, el número de días que permanece el visitante en el destino, cerca de un 63% dijo quedarse de uno a tres días, mientras que un 13% su estancia fue de 4 días, el 19% prefirió permanecer cinco días, y sólo un 6% de seis a más días. La duración de la estancia o las pernoctas como tiempo de estancia del turista en los municipios de la zona se determina por los visitantes que permanecen entre dos a cinco días, con aproximadamente un 82% en total.

Cuadro núm. 8

¿Con cuántas personas viaja?:		
Visitantes	Número	%
1	28	9.3
2	66	22.0
3	56	18.7
4	38	12.7
5	59	19.7
6	17	5.7
7	8	2.7
8 y más	28	9.3
Suma	300	100.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

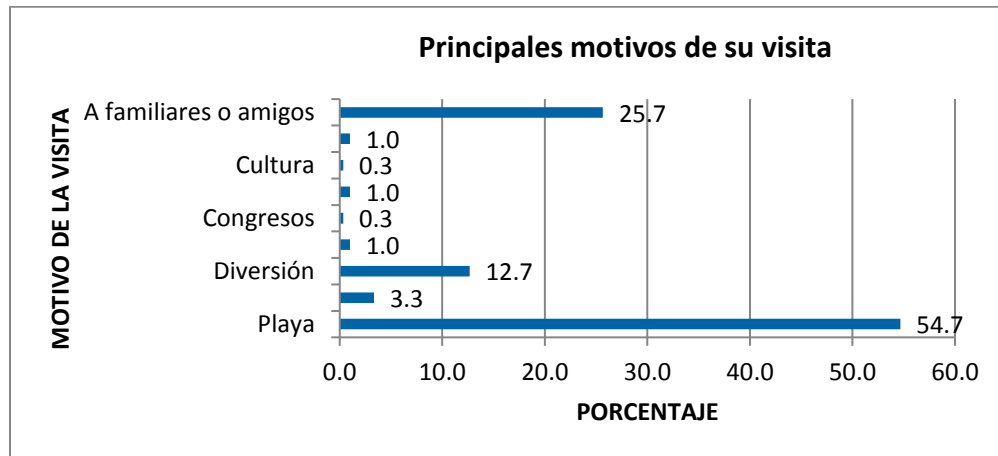
En cuanto al número de personas con las que viaja el encuestado, el 73% dan como respuesta que viajan de dos a cinco personas, y por lo general viajan en familia.

Cuadro núm. 9

1. ¿Cuáles son los motivos principales de su visita?	Número	%
Playa de Miramar	164	54.7
Gastronomía	10	3.3
Diversión	38	12.7
Negocios	3	1.0
Congresos	1	0.3
Compras	3	1.0
Cultura	1	0.3
Estudios	3	1.0
A familiares o amigos	77	25.7
Suma	300.0	100.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 10



Dentro de los motivos principales para visitar el destino, cerca de un 55% da como respuesta el principal motivo para viajar es la playa de Miramar, el 13% por la diversión, y cerca de un 26% por visitar a familiares o amigos, como también se muestra en la gráfica siguiente.

Cuadro núm. 10

3. Porque medio se enteró de la Playa?	Internet	Publicidad	Amistades	Agencia de viajes	Familiares	otro	Suma
Número	21	11	80	10	178	0	300
Porcentaje	7.0	3.7	26.7	3.3	59.3	0.0	100.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 11



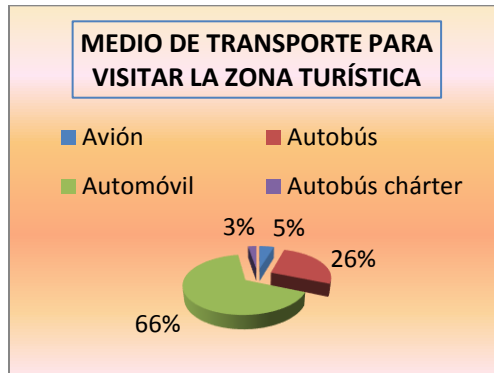
Con respecto a la pregunta de por qué medio se enteró del destino turístico, el 59% fue por visitar familiares, un 27% por las amistades, un 7% por medio del internet, mientras que sólo un 4% dijo ser por la publicidad.

Cuadro núm. 11

4. ¿Cuál fue el medio de transportación que utilizó para visitar la zona turística?	Avión	Autobús	Automóvil	Autobús chárter	otro
Número	14	80	198	8	0
Porcentaje	4.7	26.7	66.0	2.7	0.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 12



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

Sobre el medio de transporte que utilizó para visitar la zona turística, un 66% fue por medio del automóvil, el 26% por autobús, un 5% en avión y un 3% por medio de autobús chárter.

Cuadro núm. 12

5. ¿es la primera vez que visita la playa?	Si	No
Número	63	237
Porcentaje	21.0	79.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 13



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

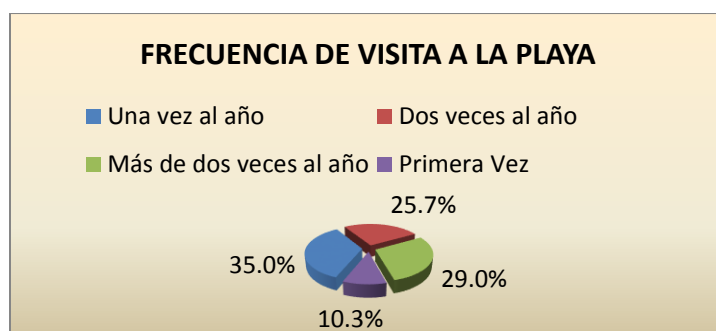
La respuesta que dan los encuestados sobre ésta pregunta fue que un 79% no es la primera vez que visita la playa, mientras que el 21% dijo ser la primera vez.

Cuadro núm. 13

6. ¿cuál es la frecuencia de su visita?	Una vez al año	Dos veces al año	Más de dos veces al año	Primera Vez
Número	105	77	87	31
Porcentaje	35.0	25.7	29.0	10.3

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 14

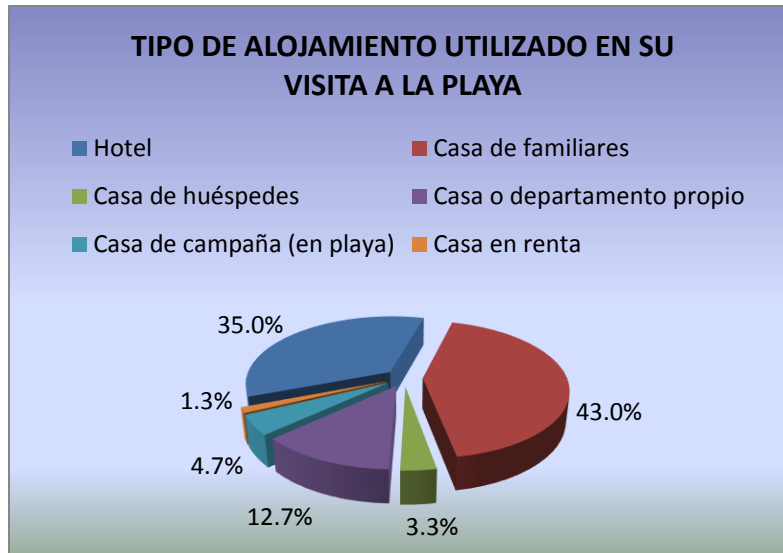


En cuanto a la frecuencia de visita a la playa, un 35% respondió ser una vez al año, el 29% más de dos veces al año, un 25.7% dos veces al año, mientras que el 10.3% visita por primera vez la playa.

Cuadro núm. 14

7. ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia en la playa?	Hotel	Casa de familiares	Casa de huéspedes	Casa o departamento propio	Casa de campaña (en playa)	Casa en renta	otro
Número	105	129	10	38	14	4	0
Porcentaje	35.0	43.0	3.3	12.7	4.7	1.3	0.0

Gráfica núm. 15

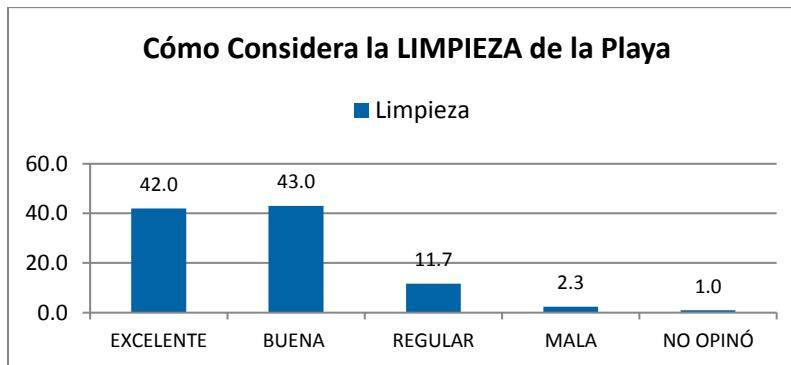


Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

Cómo respuesta al tipo de alojamiento utilizado en su visita a la Playa de Miramar, el 43% llegó a casa de familiares, un 35% utilizaron de alojamiento el hotel, mientras que un 13% fue en casa o departamento propio, y un 5% en casa de campaña en la playa.

8. Sobre la pregunta de ¿Cómo considera Ud. las siguientes condiciones de la playa?

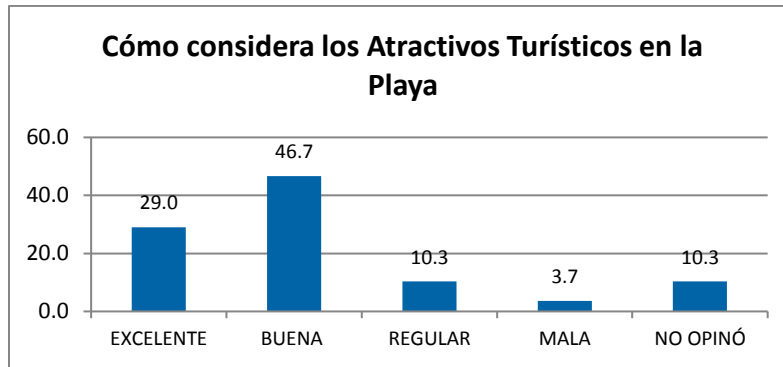
Gráfica núm. 16



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto a la limpieza de Playa de Miramar, el 42% dijo ser excelente, un 43% buena, un 12% regular, mientras que un 2.3% mala.

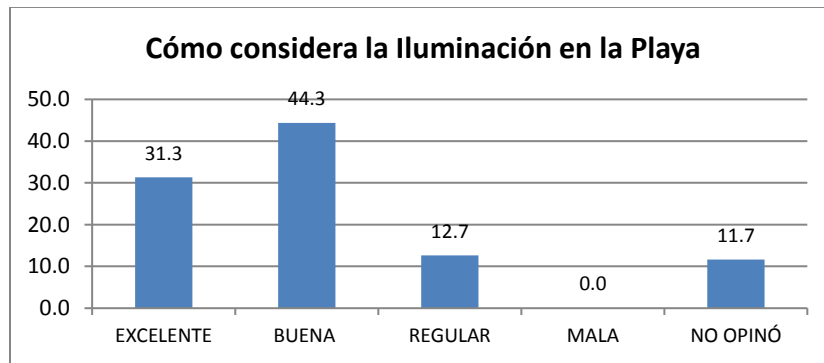
Gráfica núm. 17



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En lo referente a cómo considera los atractivos turísticos en la playa, un 47% dijo ser buena, un 29% excelente, un 10.3% regular, un 4% mala, y un 10.3% no opinó.

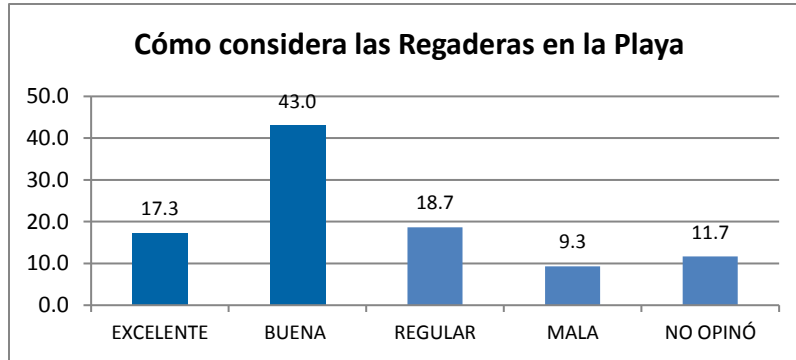
Gráfica núm. 18



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto a la percepción sobre la iluminación en la playa, un 44.3% dijo ser buena, el 31.3 % excelente, un 13% regular, mientras que el 12% no opinó.

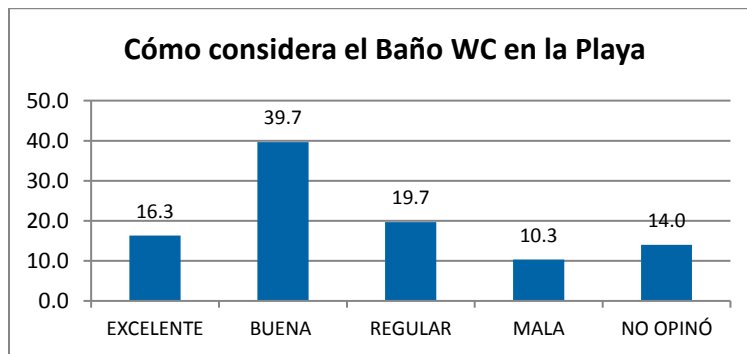
Gráfica núm. 19



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En la pregunta que se refiere a cómo considera las regaderas en la playa, el 43% de los encuestados da como respuesta ser buena, un 18% excelente, el 19% regular y un 9.3% dijo ser mala.

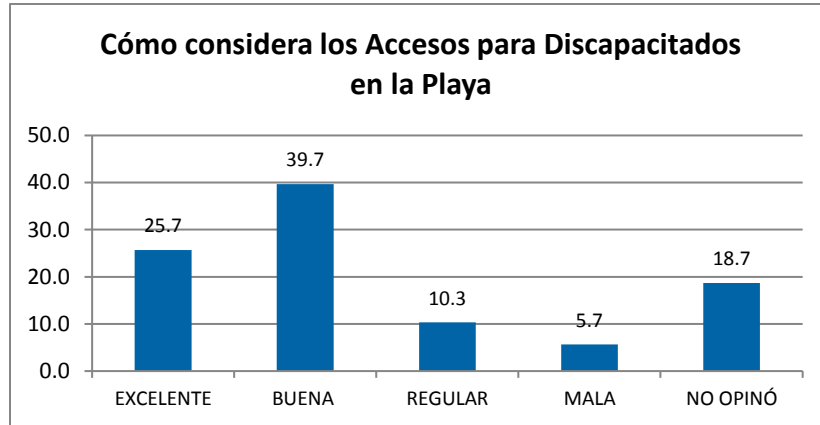
Gráfica núm. 20



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto a la calidad perceptiva de los baños wc en área de playa, el 40% dijo ser buena, un 16.3% excelente, cerca del 20% regular, y el 10.3% fue mala.

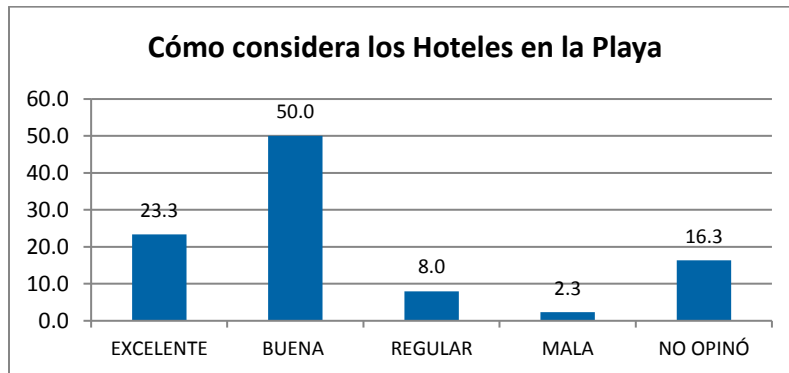
Gráfica núm. 21



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En la pregunta sobre acceso a discapacitados en la playa, cerca de un 40% dijo ser buenos, el 26% excelente, mientras que un 10.3% los consideran regular y cerca del 6% malos; cerca del 19% no opinó.

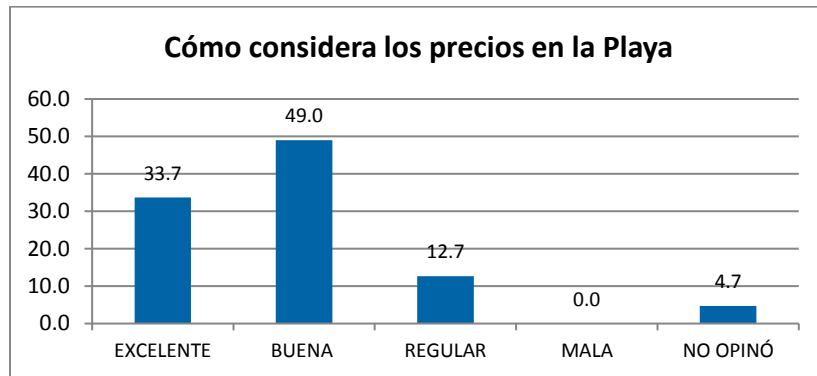
Gráfica núm. 22



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto a la calidad perceptiva de los hoteles en la playa, el 50% considera buena, un 23.3% excelente, el 8% regular, mientras que un 2.3% dijo ser mala; un 16.3% no dio respuesta.

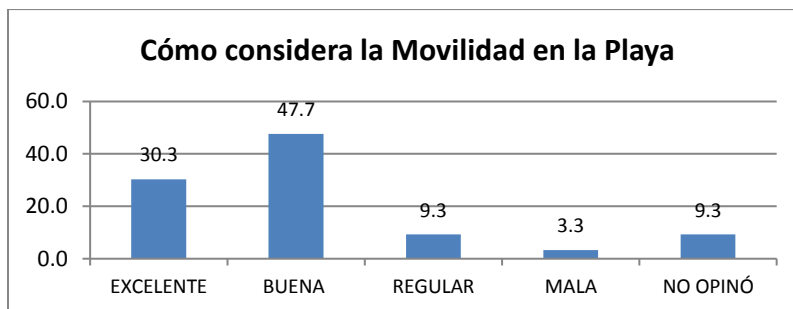
Gráfica núm. 23



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

El 49% de los encuestados consideran buenos los precios en la playa, cerca de un 34% excelente, mientras que cerca de un 13% regular y 5% no opinó. En cuanto a la competencia en precios con otros sitios turísticos, la zona se encuentra en mejor posición haciendo hincapié en el aspecto económico, debido a que aún resulta ser precios bajos, en comparación con otros destinos.

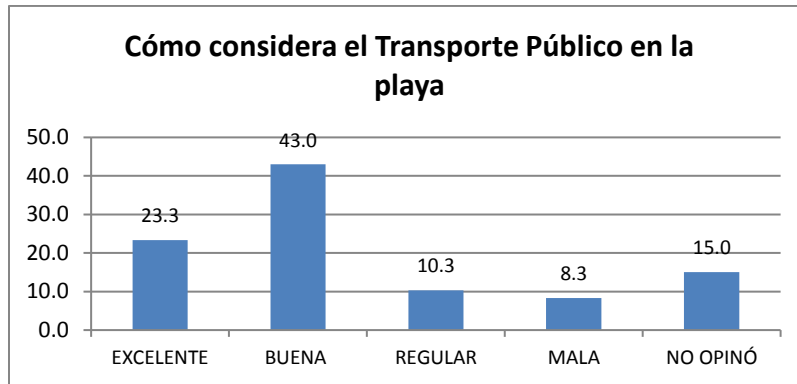
Gráfica núm. 24



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

Sobre como considera la movilidad en la playa, cerca de un 48% la considera buena, el 30.3% excelente, un 9.3% regular, mientras que un 3.3% considera mala la movilidad en la playa.

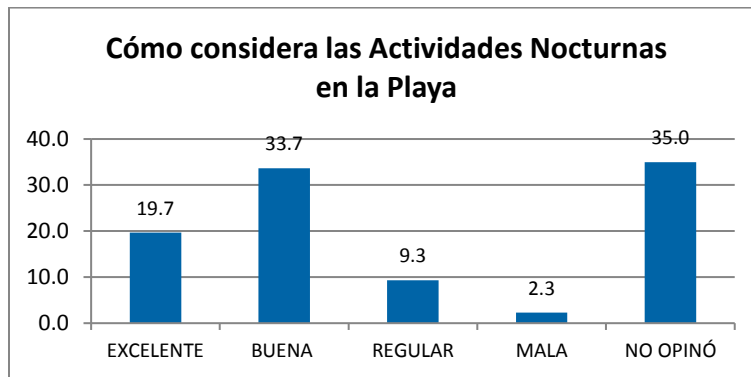
Gráfica núm. 25



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En lo que se refiere a la pregunta sobre como considera el transporte público en la playa, el 43% respondió que es bueno, un 23.3% excelente, el 10.3% regular, y un 8.3% lo considera un servicio malo, el 15.0% no opinó.

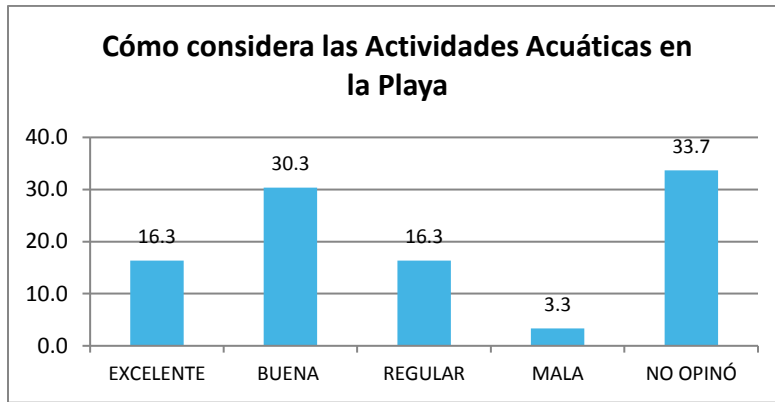
Gráfica núm. 26



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

Sobre las actividades nocturnas en la playa, cerca del 34% las consideran buena, un 19.7% excelente, el 9.3% regular, un 2.3% mala, mientras que el 35% no opinó.

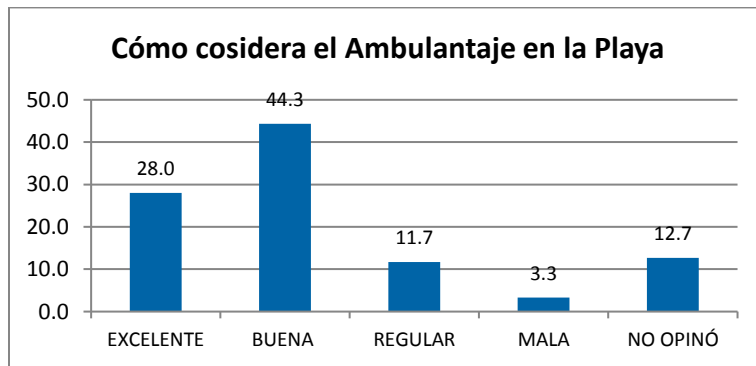
Gráfica núm. 27



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En relación a la percepción del encuestado sobre como considera las actividades acuáticas en la Playa de Miramar, un 30.3% considera buenas las condiciones de las actividades acuáticas que se ofertan, un 16.3% excelente, otro 16.3% regular, el 3.3% considera mala las actividades acuáticas, mientras que casi el 34% no opinó.

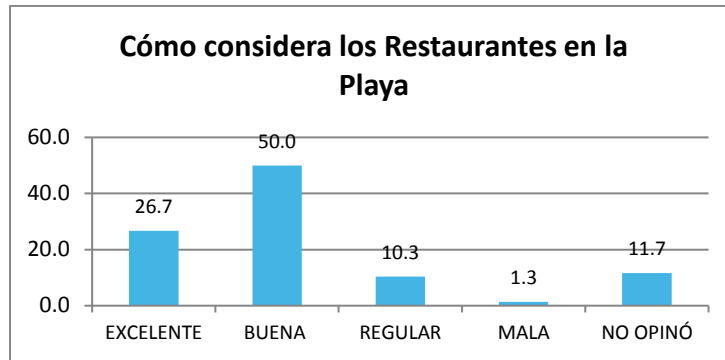
Gráfica núm. 28



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto al ambulante en la playa, el 44.3% de los visitantes encuestados consideran buena la actividad, el 28% excelente, cerca del 12% regular, el 3.3% mala y cerca de un 13% no opinó.

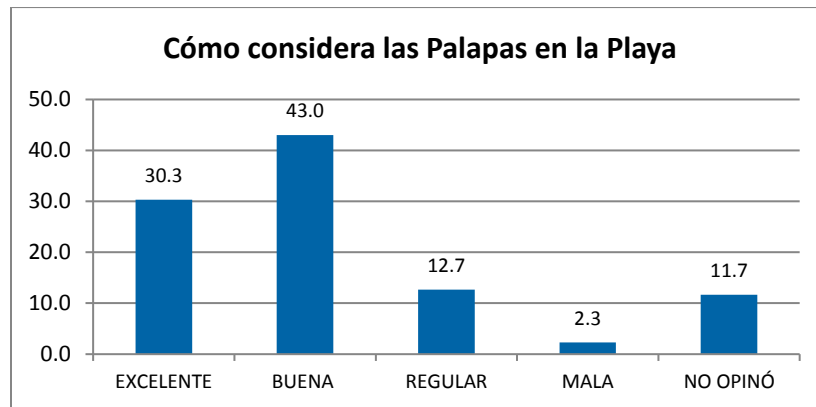
Gráfica núm. 29



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior.

Con respecto a la pregunta sobre la condición de los restaurantes en área de la playa, el 50% dijo ser buena, un 26.7% excelente, el 10.3% regular, un 1.3% mala, y el 11.7% no opinó.

Gráfica núm. 30



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

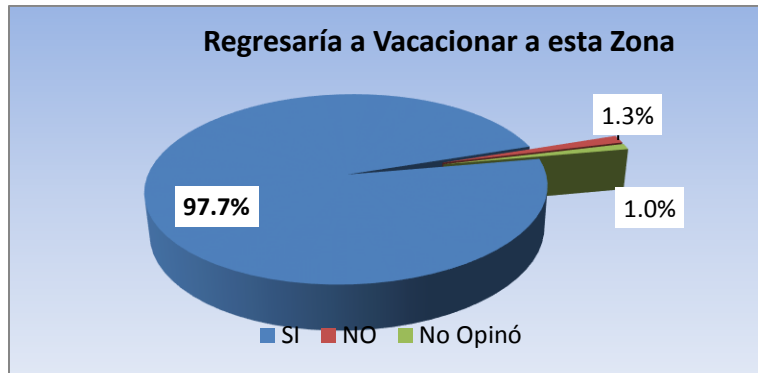
Sobre las condiciones de las palapas en la playa, el 43% dijo ser buena, un 30.3% excelente, el 12.7% consideró regular, un 2.3% mala y el 11.7% no opinó.

Cuadro núm. 15

9. ¿Regresaría Usted a vacacionar a esta zona?	SI	NO	No Opinó
NÚMERO	293	4	3
PORCENTAJE	97.7	1.3	1.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

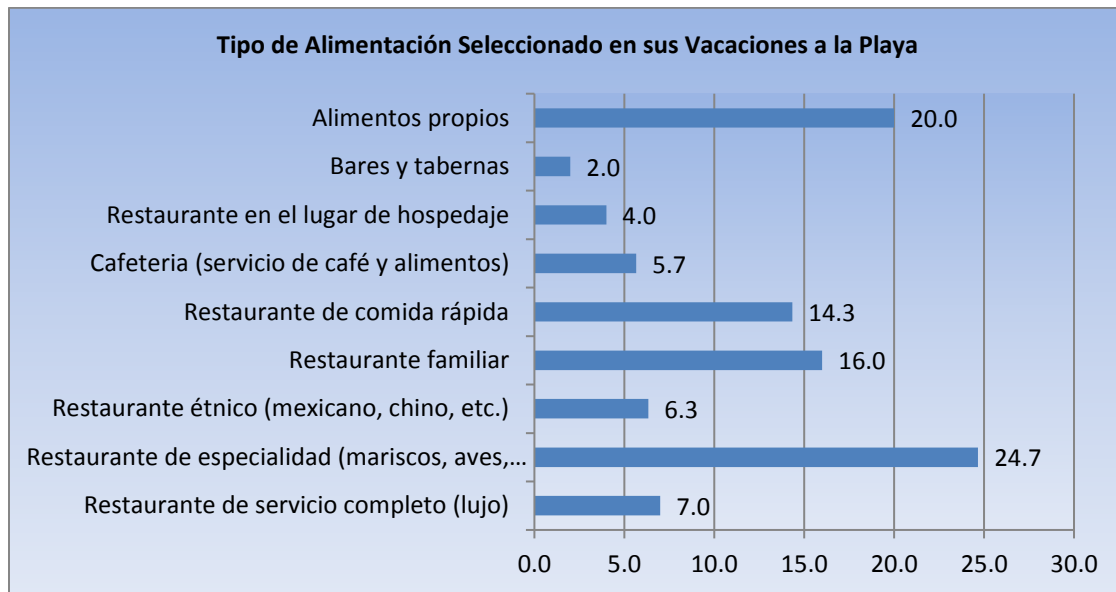
Gráfica núm. 31



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En cuanto a si regresaría a vacacionar a esta zona, el 97.7% de los encuestados dio un sí como respuesta, mientras que el 1.3% no, y el 1% no opinó.

Gráfica núm. 32



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

En lo que se refiere a la gastronomía, a los tipos de alimentación seleccionados en su visita a la zona de playa, el 25% de las personas encuestadas señaló la preferencia de los restaurantes de especialidad, como mariscos; un 20% prefirieron llevar alimentos propios, el 16% optó por el servicio del restaurante familiar, mientras que un 14.3% prefirió restaurantes de comida rápida.

Cuadro núm. 16

12. Cómo considera usted los atractivos turísticos de ALTAMIRA: Excelente; Bueno; Regular; Malo; No Conocido. Porcentajes						
Atractivos de Altamira	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Conocido	Suma Porcentaje
Playa Tesoro	12.7	14.0	1.0	1.3	71.0	100.0
Río Tamesí	11.7	16.3	2.3	0.0	69.7	100.0
Sistema Lagunario de Champayán	9.3	8.0	3.3	1.3	78.0	100.0
Parroquia Santiago Apóstol	4.7	14.0	2.3	1.0	78.0	100.0
Dunas Doradas	10.3	7.0	3.3	0.3	79.0	100.0
Ejido Cues de Palmas Altas	1.0	9.3	0.0	2.3	87.3	100.0
Ejido Mata del Abra	1.0	7.0	1.0	2.7	88.3	100.0
Plaza de Armas	10.3	12.7	1.0	0.3	75.7	100.0
Río Barberena	1.0	7.0	2.3	2.3	87.3	100.0
Área de Dunas	4.7	12.7	1.0	0.3	81.3	100.0
Parque Acuático	4.7	9.3	2.3	1.0	82.7	100.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

En cuanto a cómo considera los atractivos turísticos en Altamira, de Playa Tesoro un 13% dijo ser excelente, 14% bueno, el 1% regular, mientras que un 1.3% malo; sin embargo, el 71% de los encuestados no conoce ese atractivo turístico del municipio. Del Río Tamesí y sus atractivos, el 12% mencionó ser excelente, un 16.3% bueno, un 2.3% regular, y cerca del 70% señaló no conocido el lugar. En los atractivos del sistema lagunario de Champayán, el 9.3% da como respuesta ser excelente, un 8% bueno, el 3.3% regular, y el 1.3% malo, y un 78% dijo no conocer el sitio turístico. En cuanto al atractivo turístico de Playa de Dunas Doradas, un 10.3% dijo ser excelente, el 7% da como respuesta que es bueno, un 3.3% regular, mientras que el 79% dijo no conocer esa playa de Altamira.

Dentro de los atractivos culturales municipales se consideran el ejido Cues de Palmas Altas y el ejido Mata del Abra, sin embargo, no son conocidos por los encuestados, ya que dan como respuesta, un 87.3% y 88.3% de los sitios respectivamente, así como el caso de otros de los atractivos turísticos del municipio, como la Plaza de Armas, el parque acuático, entre otros.

Por los resultados reflejados en la encuesta aplicada, es necesario realizar actividades para dar a conocer los atractivos que dispone el municipio de Altamira, debido a que un alto porcentaje de los principales sitios turísticos, fueron desconocidos por los encuestados.

Cuadro núm. 17

12. :Cómo considera usted los atractivos turísticos de CIUDAD MADERO: Excelente; Bueno; Regular; Malo; No Conocido						
Atractivos de Ciudad Madero	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Conocido	Suma Porcentaje
Playa de Miramar	69.7%	24.3%	3.3%	2.7%	0.0%	100.0%
Escollera (malecón)	62.7%	23.3%	1.0%	0.3%	12.7%	100.0%
Faro	53.3%	16.3%	4.7%	0.0%	25.7%	100.0%
Arrecife artificial	10.3%	8.0%	4.7%	1.3%	75.7%	100.0%
Iglesia San Juan Bosco	7.0%	18.7%	2.3%	0.0%	72.0%	100.0%
Casa de la cultura	12.7%	12.7%	3.3%	0.3%	71.0%	100.0%
Monumento a la Virgen del Carmen	5.7%	9.3%	3.3%	0.3%	81.3%	100.0%
Casa de la tierra	11.7%	12.7%	2.3%	0.0%	73.3%	100.0%
Estadio Tamaulipas	24.3%	10.3%	5.7%	6.3%	53.3%	100.0%
Parque Bicentenario	28.0%	10.3%	4.7%	0.0%	57.0%	100.0%
Área de dunas	16.3%	9.3%	2.3%	1.0%	71.0%	100.0%
Centro de convenciones	19.7%	7.0%	3.3%	1.3%	68.7%	100.0%

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

En los atractivos turísticos de Ciudad Madero, cerca del 70% de los encuestados opinan que es excelente, el 24.3% bueno, un 3.3% regular y un 2.7% malo, y resultó ser el sitio turístico más conocido de la zona; otro sitio similar fueron las Escolleras o malecón, con un calificativo de cerca del 63% como excelente, un 23.3% bueno, el 1% regular, el 0.3% malo, y un porcentaje mínimo de 13% dijeron no conocerlo.

En cuanto al turismo cultural el municipio manifiesta deficiencias debido a la falta de atractivos culturales, por lo que es importante invertir recursos en estas actividades, buscando diversificar el turismo y no sólo depender del turismo de sol y playa.

Cuadro núm. 18

12. Cómo considera usted los atractivos turísticos de TAMPICO: Excelente; Bueno; Regular; Malo; No Conocido. Porcentaje						
Atractivos de Tampico	Excelente	Bueno	Regular	Malo	No Conocido	Suma Porcentaje
Centro Histórico (plazas y Edificios)	55.7%	14.0%	5.7%	1.3%	23.3%	100.0%
Laguna Carpintero	51.0%	24.3%	3.3%	0.3%	21.0%	100.0%
Centro Convenciones	40.7%	16.3%	2.3%	0.0%	40.7%	100.0%
Espacio Cultural Metropolitano	43.0%	12.7%	2.3%	0.0%	42.0%	100.0%
Parque fray Andrés de Olmos	19.7%	19.7%	3.3%	0.3%	57.0%	100.0%
Laguna del Chairel	21.0%	18.7%	5.7%	0.0%	54.7%	100.0%
Río Pánuco	25.7%	17.3%	7.0%	2.3%	47.7%	100.0%
Isleta Pérez	11.7%	11.7%	4.7%	4.7%	67.3%	100.0%
Casa de la Naturaleza	9.3%	15.0%	3.3%	1.3%	71.0%	100.0%
Laguna "La Vega Escondida"	8.0%	5.7%	3.3%	2.7%	80.3%	100.0%
Catedral	30.3%	15.0%	4.7%	0.0%	50.0%	100.0%
Cues las Flores	11.7%	10.3%	4.7%	1.3%	72.0%	100.0%
Puente Tampico	31.3%	17.3%	2.3%	2.3%	46.7%	100.0%
Aduana Marítima	31.3%	15.0%	1.0%	0.3%	52.3%	100.0%
Altama City Center Tampico	50.0%	7.0%	2.3%	0.0%	40.7%	100.0%
Carnaval	16.3%	10.3%	3.3%	2.7%	67.3%	100.0%
Canal de la Cortadura	21.0%	12.7%	5.7%	0.3%	60.3%	100.0%
Plaza tres Arcos	24.3%	14.0%	7.0%	4.7%	50.0%	100.0%

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

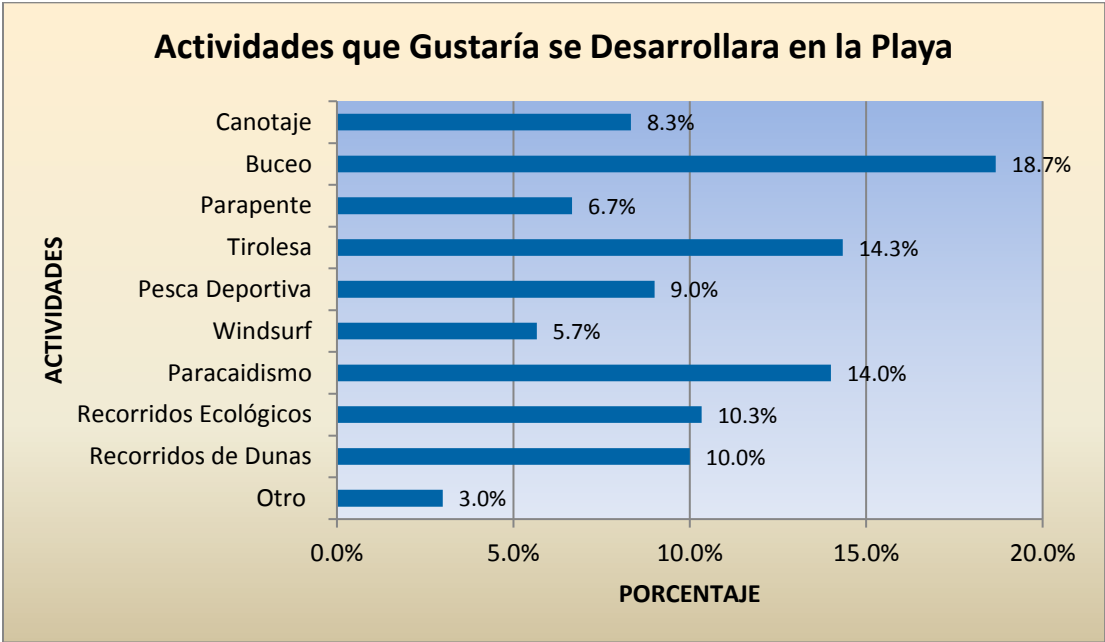
En el caso del Municipio de Tampico y sus atractivos turísticos, los resultados más sobresalientes fueron el Centro Histórico (considerado la plaza de Armas y sus edificios históricos), con cerca del 56% dan como excelente, el 14% bueno, 5.7% regular, un 1.3% malo, sólo el 23.3% manifestó no conocido el espacio turístico. La Laguna del Carpintero, otro sitio representativo, ya que es una laguna que se encuentra ubicada en el centro de la ciudad, y un 51% dijo ser excelente el sitio, el 24% bueno, un 3.3% regular, 0.3% malo y un 21% lo registró como no conocido.

Otros espacios turísticos como el parque Fray Andrés de Olmos, la laguna del Chairel, Cues las Flores, el carnaval, Canal de la Cortadura fueron considerados con porcentajes altos como no conocidos por los encuestados.

En lo que se refiere a la Isleta Pérez, considerado éste como un atractivo de gran potencial turístico, cerca de un 12% dijo ser excelente, sin embargo al 67.3% de los encuestados resultó no ser conocido el espacio, por lo que también es necesario considerar acciones para revitalizar ese espacio turístico, mediante inversiones canalizadas hacia un mayor desarrollo turístico del municipio.

Gráfica núm. 33

13.¿De las siguientes actividades, cuál le gustaría que se desarrollara en le zona?



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

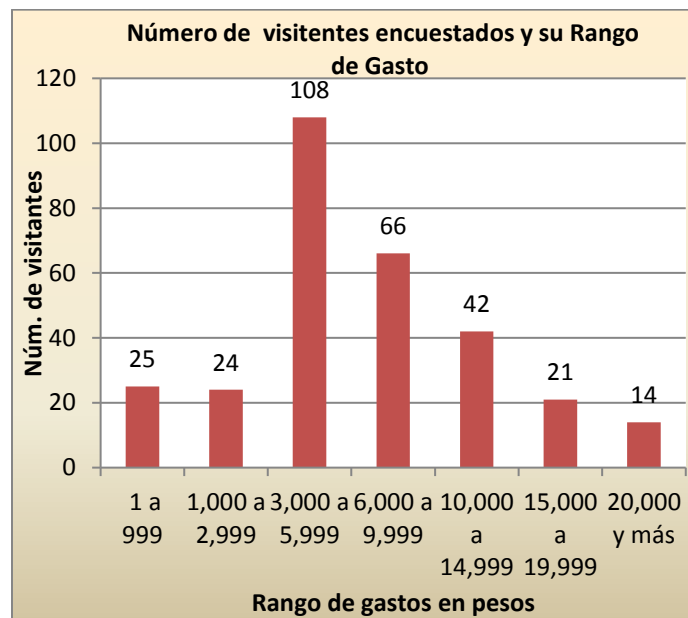
En cuanto a las actividades que les gustaría se desarrollaran en la Playa de Miramar, cerca del 19% prefirió el buceo, el 14.3% la tirolesa, un 14% paracaidismo, mientras que el 10.3% los recorridos ecológicos.

Cuadro núm. 19

14. ¿A cuánto asciende el gasto total que usted tiene contemplado en su visita al sitio turístico?			
Rango de gasto	Número	Promedio	Suma
1 a 999	25	571	14,275
1,000 a 2,999	24	1,671	40,104
3,000 a 5,999	108	4,258	459,864
6,000 a 9,999	66	7,158	472,428
10,000 a 14,999	42	10,600	445,200
15,000 a 19,999	21	15,000	315,000
20,000 y más	14	25,000	350,000

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm.34



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

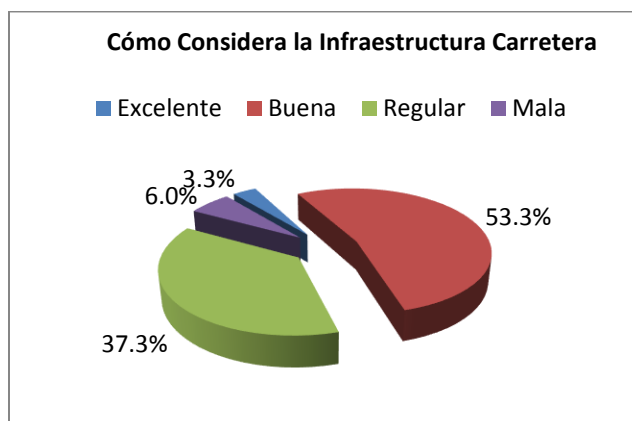
Dentro del gasto promedio realizado por los visitantes, los rangos más representativos de gastos realizados, como respuesta de los encuestados fueron entre \$3,000.00 hasta \$14,999.00 en promedio, y sólo el 1.2 % dieron como respuesta ser más de \$15,000.00 en su visita al destino turístico.

Cuadro núm. 20

15. ¿Cómo considera la infraestructura carretera hacia este destino turístico?				
Respuestas	Excelente	Buena	Regular	Mala
NÚMERO	10	160	112	18
PORCENTAJE	3.3	53.3	37.3	6.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 35



Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística en base al cuadro anterior

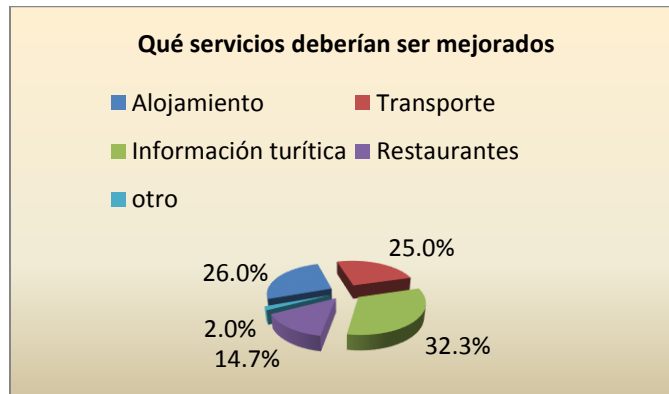
Sobre la pregunta de cómo considera la infraestructura carretera hacia el destino turístico, sólo un 3.3% dijo ser excelente, un 53.3% buena, mientras que un 37.3% regular y un 6% mala.

Cuadro núm. 21

16. ¿Qué servicios cree usted que deberían ser mejorados?	Alojamiento	Transporte	Información turística	Restaurantes	otro
NÚMERO	78	75	97	44	6
PORCENTAJE	26.0	25.0	32.3	14.7	2.0

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm. 36



En cuanto a que servicios deberían ser mejorados, un 32.3% dijo ser la información turística, el 26% hizo referencia al alojamiento, el 25% el transporte, y un 15% los restaurantes.

Cuadro núm. 22

17. ¿Qué recomendaciones daría a las autoridades del lugar para mejorar el turismo en la playa?	Infraestructura	Carreteras	Inversión	Promoción del lugar	Otros
NÚMERO	86	63	70	76	5
PORCENTAJE	28.7	21.0	23.3	25.3	1.7

Fuente: Resultados de encuesta de percepción turística de los visitantes en Playa de Miramar, abril 2019.

Gráfica núm.37



Finalmente, sobre que recomendaciones daría a las autoridades del lugar para mejorar el turismo en la Playa de Miramar, cerca del 29% dijo que mejoras en la infraestructura, el 25.3% en la promoción del lugar, un 23.3% realizar mayores inversiones, y el 21% mejoras en sus carreteras de acceso al destino turístico.

7.- CONCLUSIONES

En los últimos años el sector terciario ha tenido un mayor dinamismo frente a otros sectores de la economía, ocupando un lugar importante como generador de empleo. Al año 2015, de acuerdo al INEGI, más del 70% de la población ocupada de la Zona Conurbada de los municipios de Tampico, Ciudad Madero y Altamira, se encontraba laborando en el sector terciario de la economía, integrado por el comercio, el turismo y otros servicios, por lo que estos renglones significan una importante fuente de empleo para la población y dinamismo para la economía de la región.

La Zona Metropolitana en el período de análisis comprendido del año 2014 al 2019 muestra un crecimiento en la actividad económica del sector terciario, situación que se ha visto reflejada en el incremento de la infraestructura turística con la que cuenta la ciudad metropolitana, considerando que durante ese período de referencia, el número de establecimientos hoteleros ha aumentado y mejorado, principalmente en establecimientos de tres y cuatro estrellas, así como de otros servicios turísticos, sin embargo se requiere de un mayor fortalecimiento al sector.

Playa de Miramar es considerado un destino ancla, que ha logrado atraer un gran número de visitantes a la zona sur, en temporada vacacional de semana santa y de verano, en los últimos años, logrando consolidarse como el principal destino turístico del Estado, lo que hace necesario darle mayor prioridad a proyectos estratégicos, inversiones que sean de apoyo para diversificar la oferta turística, e incentivar a que el visitante tenga una mayor estadía en la zona.

El municipio costero de Altamira presenta un área de oportunidad para realizar proyectos eco-turísticos, debido a que es el municipio que cuenta con mayor superficie territorial para el desarrollo del sector, y cuenta con variedad de atractivos naturales, sin embargo requiere de acciones de ordenamiento territorial para un eficiente uso y expansión urbana.

Dentro del análisis de la oferta turística de la zona metropolitana, se encuentran atractivos turísticos de gran potencial, que constituyen un recurso natural y cultural caracterizado importante para la zona, sin embargo se considera necesario implementar acciones para su protección y a la vez aprovechar estos espacios y darlos a conocer para que el visitante pueda disfrutar de esos atractivos.

La Laguna del Carpintero ubicada en el centro de la Ciudad de Tampico, es un área que desde años atrás, ha presentado niveles de contaminación, y se encuentra dentro de los

principales espacios a revitalizar por actual gobierno municipal, debido a que se considera un atractivo turístico de gran potencial.

Dentro del segmento de congresos y convenciones, conciertos, exposiciones, el Municipio de Tampico cuenta con el equipamiento necesario para cubrir dicha demanda de eventos, al contar con un centro de convenciones con cupo para ocho mil personas, así como la oferta de Ciudad Madero y Altamira en éste rubro.

El turismo de playa en la zona depende principalmente de dos temporadas consideradas altas; el período vacacional de primavera llamado de semana santa y pascua, así como la de vacaciones de verano, que resultan insuficientes para un grupo empresarial que se ve obligado a cubrir costos de sus instalaciones todos los meses del año, por lo que es necesario gestionar inversiones para diversificar la oferta turística, que permita que el visitante permanezca más días de estancia en la zona.

El turismo social o inclusivo, puede influir en la disminución de la estacionalidad de la demanda existente, y de la capacidad ociosa de la oferta hotelera, impulsando estas actividades, mediante la creación de paquetes turísticos dirigidos a las escuelas, a las personas de la tercera edad y jubilados, personas con discapacidad, en época de vacaciones de verano e invierno, o fines de semana.

En lo que se refiere a la inseguridad en la zona, y sus afectaciones a la actividad turística, se han implementado medidas de protección a la ciudadanía en las principales carreteras de acceso principalmente de destinos como Monterrey, San Luis Potosí, y el sur de Texas, para que los turistas viajen con mayor tranquilidad, por lo que hace necesario seguir reforzando dichas medidas.

En la zona conurbada, los flujos internacionales de turistas no han sido relevantes en los últimos años, excepto cuando visitaban la zona los charters de turistas canadienses sobre todo en época de invierno desde el 2000-2005, que generaban una derrama económica considerable y que por diversos motivos principalmente la inseguridad, dejaron de viajar a Playa de Miramar.

En relación a los resultados reflejados en la encuesta de calidad perceptiva en Playa de Miramar, es necesario realizar actividades para dar a conocer los atractivos que dispone el municipio de Altamira, debido a que algunos de los principales sitios turísticos, fueron desconocidos por visitantes. La Playa de Miramar es el sitio más conocido de Ciudad

Madero, así como las Escolleras y sólo un porcentaje mínimo de visitantes, mencionan no conocer otros principales atractivos del municipio.

En cuanto al turismo cultural el municipio de Ciudad Madero manifiesta deficiencias debido a la falta de atractivos culturales, por lo que es importante invertir recursos en estas actividades, buscando diversificar el turismo y no sólo depender del turismo de sol y playa.

En la Ciudad de Tampico, dentro de los lugares que resultaron más conocidos y frecuentados por los visitantes en temporada alta de Semana Santa, se encuentran el Centro Histórico, considerando la Plaza de Armas y sus edificios históricos, y la Laguna del Carpintero, así como el Canal de la Cortadura, mientras que algunos otros fueron considerados con porcentajes altos como no conocidos por los visitantes, por lo que se requieren acciones publicitarias para dar a conocer los atractivos del municipio.

A partir de la información recabada, se puede considerar que el destino turístico cuenta con una oferta de atractivos para desarrollar el turismo de negocios y convenciones, el turismo de aventura, deportivo, de naturaleza, cultural y de salud, entre otros, sin embargo, su fortaleza principal lo constituye el turismo de sol y playa, debido a que la zona cuenta con Playa de Miramar como uno de sus principales atractivos, de acuerdo a la información obtenida en la encuesta de Percepción Turística.

Algunas otras propuestas para el desarrollo del Sector turismo en la Zona Metropolitana:

- Mejorar infraestructura carretera de acceso al destino, principalmente tramo en colindancia con el norte de Veracruz.
- Continuar implementando acciones para dar seguridad al turista a viajar en carretera hacia el destino turístico de Miramar.
- Mayor equipamiento urbano en las ciudades al servicio de los turistas.
- Mejorar infraestructura y equipamiento en el área de playa, en Ciudad Madero y Altamira.
- Siembra de mayor número de palmeras así como flora endémica en la zona y áreas de playas.
- Acondicionar y equipar área de regaderas en área de playas.

- Acondicionar juegos infantiles en áreas de playas.
- Mejora continua en el servicio de recolecta de basura en áreas de playa.
- Mejoras en el servicio de sanitarios públicos en el área de playa.
- Mejora continua en acciones de concientización a los visitantes sobre el cuidado y buen uso de los sitios turísticos.
- Acciones de promoción y publicidad de los atractivos turísticos municipales para un mejor conocimiento del visitante.
- Escasa señalización, tanto en el centro de las ciudades así como hacia donde se encuentran los sitios importantes por visitar.
- Elaboración y ejecución de proyectos eco turísticos para el aprovechamiento del atractivo natural en lagunas y ríos de la localidad.

Proyectos estratégicos en el sector turístico de los municipios de la Zona Conurbada:

- Terminación del” Proyecto Laguna del Carpintero.
- Construcción del Acuario
- Dar continuidad y ampliación de la regeneración urbana conforme el Plan Canal de la Cortadura.
- El Proyecto de los Pasos del Humo y 106, dentro de los proyectos de rescate a la vista del Río Pánuco.
- Continuar el andador peatonal sobre la calle Juárez, para conectar el Centro Histórico con la Laguna del Carpintero.
- Revitalizar parte del centro de la Ciudad de Tampico.
- Revitalización de áreas del Puerto de Tampico al servicio del turismo.
- Revitalizar la Isleta Pérez con el objeto de integrarla turísticamente al Centro Histórico, al Canal de la Cortadura y al desarrollo de la laguna del Carpintero.

8.- BIBLIOGRAFÍA

- Agenda de Competitividad Turística de los Destinos de Tampico, Ciudad Madero y Altamira 2013.
- Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles del Sur de Tamaulipas.
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios (Canaco) .Tampico.
- Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos (CANIRAC).
- Consejo Nacional de Evaluación de la política de Desarrollo Social (CONEVAL).
- Diagnóstico Integral Turístico de los municipios de Altamira, Ciudad Madero, Tampico, Tam 2015
- Dirección de Desarrollo Económico y Turismo del Estado.
- Estudio de Afluencia y Perfil del Mercado Turístico Semana Santa Playa de Miramar. Ciudad Madero 2010- 2016; Censo de afluencia Semana Santa 2019
- Encuesta de Percepción Turística en Playa de Miramar. IMEPLAN. Período vacacional Semana Santa 2019.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI).
- Plan de Desarrollo Integrado para la Zona Metropolitana de Altamira, Ciudad Madero, y Tampico Tamaulipas. PDI 3ª. Ed. 2018). Instituto Metropolitano de Planeación del Sur de Tamaulipas (IMEPLAN).
- Plan Nacional de Desarrollo 2018-2024
- Plan Estatal de Desarrollo del Estado de Tamaulipas 2016-2022
- Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Altamira Tam. (POT) 2015.
- Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Ciudad Madero Tam. (POT) 2015.
- Programa Municipal de Ordenamiento Territorial y Desarrollo Urbano de Tampico, Tam. (POT) 2015.
- Plan Municipal de Desarrollo de Ciudad Madero 2018-2021
- Plan Estatal de Desarrollo
- Plan Municipal de Desarrollo de Altamira, Tam. 2018-2021.

Plan Municipal de Desarrollo del Municipio de Tampico Tam. 2018-2021

Plan Parcial de Ordenamiento y Desarrollo Urbano del Centro Histórico de Tampico, Tam.

Plan de Desarrollo Integral de los Municipios de Altamira, Ciudad Madero y Tampico Tam. de la Zona Conurbada del Sur de Tamaulipas. (PDI) 2018.