

COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES

4



ISBN: 978-607-5893-36-5



COORDINADORES
ERIC MANUEL RAMOS NERI
ARTURO MORA MATUS

COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES 4

COORDINADORES

ERIC MANUEL RAMOS NERI
ARTURO MORA MATUS

AUTORES

ERIC MANUEL RAMOS NERI, ARTURO MORA MATUS, MARÍA DE LOS ÁNGELES CARDONA CORTÉS, SAÚL DANIEL MARTÍNEZ PÉREZ, OMAR ESTEBAN DE LA TORRE ALOR, GUSTAVO MENDOZA BARRÓN, ANAIS BETSABÉ ARANGO GARCÍA, DAMARIS ABRIL PACHECO ÁLVAREZ, CARLOS REYES GUTIÉRREZ, GEORGINA GARCÍA RAMÍREZ, JOSÉ LUIS ROGEL MONTALVO, JAZMÍN CORREA POXTAN, ABIGAIL VALDÉS VICTORIA, ALMA SARAI ROSELLO LUNA, JUAN ANTONIO ZAPATA ZAPATA, YANIRÉ LIZBETH MENDOZA RIVERA, EFRÉN HERNÁNDEZ ARENIVAS, VIVIANA BERROTERÁN MARTÍNEZ, LIZ NAYELY MENDOZA XALA, VERÓNICA GISELL QUINTANA CANALES, PABLO ALEJANDRO ÁLVAREZ TRENTI, LESLIE GONZÁLEZ RAMÍREZ.

EDITORIAL

©RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A. C.2025



RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C.
DUBLÍN 34, FRACCIONAMIENTO MONTE MAGNO
C.P. 91190. XALAPA, VERACRUZ, MÉXICO.
CEL 2282386072
www.redibai.org
redibai@hotmail.com



Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-5893)
Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.
Presentación en medio electrónico digital: Descargable
La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.
Formato: PDF 4 MB
Fecha de aparición 14/02/2025
ISBN 978-607-5893-36-5

RED DE COLABORACIÓN DE CUERPOS ACADÉMICOS EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y DESARROLLO
EMPRESARIAL

Comunicación en el Escenario Global
UV-CA-484
Universidad Veracruzana
Eric Manuel Ramos Neri
Arturo Mora Matus
María de los Ángeles Cardona Cortés
Omar Esteban De La Torre Alor
Gustavo Mendoza Barrón
Anais Betsabé Arango García
José Luis Rogel Montalvo
Abigail Valdez Victoria
Alma Sarai Rosello Luna

Innovación, Gestión y Desarrollo de las Organizaciones
Universidad Autónoma de Chihuahua
Viviana Berroterán Martínez
Verónica Gisell Quintana Canales
Efrén Hernández Arenivas
Pablo Alejandro Álvarez Trenti

Universidad Autónoma San Luis Potosí
Juan Antonio Zapata Zapata

Grupo Colaborativo de Investigación
Gestión y Desarrollo Empresarial, Social y Sustentable
Instituto Tecnológico de Boca del Río/Tecnm
César Augusto Severino Parra
Veronica Uscanga Hernández
Luz Elena Barrientos Hernández
Ángel René Zamudio Prieto

Xalapa, Veracruz. México a 30 de enero de 2025

DICTAMEN EDITORIAL

La presente obra fue arbitrada y dictaminada en dos procesos; en el primero, se sometió a los capítulos incluidos en la obra a un proceso de dictaminación a doble ciego para constatar de forma exhaustiva la temática, pertinencia y calidad de los textos en relación a los fines y criterios académicos de la RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C., cumpliendo así con la primera etapa del proceso editorial. En el segundo proceso de dictaminación se seleccionaron expertos en el tema para la evaluación de los capítulos de la obra y se procedió con el sistema de dictaminación a doble ciego. Cabe señalar que previo al envío a los dictaminadores, todo trabajo fue sometido a una prueba de detección de plagio. Una vez concluido el arbitraje de forma ética y responsable del Comité Editorial y Científico de la Red Iberoamericana de Academias de Investigación A.C. (REDIBAI), se dictamina que la obra "**Comunicación, innovación, educación y cultura en las organizaciones municipales 4**" cumple con la relevancia y originalidad temática, la contribución teórica y aportación científica, rigurosidad y calidad metodológica, rigurosidad y actualidad de las fuentes que emplea, redacción, ortografía y calidad expositiva.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

Xalapa, Veracruz. México a 14 de febrero de 2025

CERTIFICACIÓN EDITORIAL

RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI) con sello editorial **Nº 978-607-5893** otorgado por la Agencia Mexicana de ISBN, hace constar que el libro **"COMUNICACIÓN, INNOVACIÓN, EDUCACIÓN Y CULTURA EN LAS ORGANIZACIONES MUNICIPALES 4"** registrado con el **ISBN 978-607-5893-36-5** fue publicado por nuestro sello editorial con fecha de aparición del **14 de febrero de 2025** cumpliendo con todos los requisitos de calidad científica y normalización que exige nuestra política editorial.

Fue evaluado por pares académicos externos y aprobado por nuestro Comité Editorial y Científico y pre-dictaminado por el Comité Editorial de la Red Iberoamericana de Académias de Investigación A.C. (REDIBAI)

Todos los soportes concernientes a los procesos editoriales y de evaluación se encuentran bajo el poder y disponibles en Editorial RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI), los cuales están a disposición de la comunidad académica interna y externa en el momento que se requieran. La normativa editorial y repositorio se encuentran disponibles en la página <http://www.redibai-myd.org>

Doy fe.

Dr. Daniel Armando Olivera Gómez

Director Editorial

Sello Editorial: Red Iberoamericana de Académias de Investigación, A.C. (978-607-5893)

Dublín 34, Residencial Monte Magno

C.P. 91190. Xalapa, Veracruz, México.

Cel 2282386072

ÍNDICE

TURISMO ALTERNATIVO: MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS TUXTLA, VER.	1
FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ARTE Y LA CULTURA: CIUDAD Y PUERTO DE VERACRUZ, VER.	22
CALIDAD EN EL SERVICIO: RUTAS CAFÉ DEL GRUPO ADO DEL PUERTO DE VERACRUZ, VER.	41
RUTA TURÍSTICA NATURAL, CULTURAL E HISTÓRICA: MUNICIPIO DE MINATITLÁN, VER.	60
ESCENARIOS GLOBALES: IMPACTOS ECONÓMICOS ENTRE MÉXICO Y CHINA.	75

TURISMO ALTERNATIVO: MUNICIPIO DE SAN ANDRÉS TUXTLA, VER.

Resumen

San Andrés Tuxtla, Veracruz es una región llena de riqueza cultural y natural, con espectaculares vistas, selvas protegidas, historia, música, gastronomía y una calidez por parte de los lugareños inenarrable. El presente trabajo de tesina aborda el diseño de una ruta gastronómica en el municipio de San Andrés Tuxtla, Veracruz, con el objetivo de posicionarlo como un nuevo producto turístico. La investigación se centra en cómo el turismo gastronómico puede ser una estrategia efectiva para el desarrollo económico local, fomentando tanto la atracción de visitantes como la valorización de la cultura y productos locales, así como la protección y visualización de la ecología protegida local. Finalmente, se discuten las posibles implicaciones económicas, sociales y culturales de la implementación un nuevo producto turístico, subrayando la importancia de una gestión sostenible que involucre a la comunidad local en todas las etapas del proyecto.

Palabras clave: Turismo, producto turístico, sostenibilidad, ruta gastronómica

Introducción

El turismo se ha consolidado como uno de los sectores más dinámicos y de rápido crecimiento a nivel global, presentando una oportunidad vital para el desarrollo económico y social de las regiones rurales. La región de los Tuxtlas cuenta con un gran margen de atractivos y servicios turísticos que apoyan la economía local. Dentro de este ámbito, un producto turístico impulsa el desarrollo socioeconómico y la sostenibilidad de un municipio. Así mismo, el turismo gastronómico ha emergido como una tendencia significativa, destacando el potencial de la gastronomía local no solo como una atracción turística, sino también como un medio para preservar y promover el patrimonio cultural y culinario de una comunidad.

Se comprende como turismo el fenómeno social, cultural y económico que está en conjunto con el desplazamiento de personas que se encuentran fuera de donde predomina su residencia habitual ya sea por motivos personales, de negocios o profesionales. Estas personas se les llama visitantes y el concepto de turismo tiene que ver con las actividades que realizan y los servicios que consumen. (OMT, 2005-2007)

Otro concepto igual de importante es el producto turístico. Este es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, con elementos emocionales, para los posibles clientes.

Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (OMT, 2020), por tanto, se hace necesaria formular la siguiente pregunta de investigación ¿La elaboración de un modelo de productos turísticos en el municipio de San Andrés Tuxtla, Ver., impulsará la sostenibilidad a través del turismo alternativo?, por lo que nos lleva a nuestro objetivo general, elaborar un modelo de productos turísticos en el municipio de San Andrés Tuxtla, Ver., para impulsar la sostenibilidad a través del turismo alternativo.

La región de Los Tuxtlas representa una veta de “oro verde”, rica en clorofila y oxígeno; un enorme “almacén” de recursos forestales con un gran valor ecológico y comercial. Además de ser un santuario animal, funge como potencial médico aprovechado por los lugareños. Desafortunadamente, esta región ha estado amenazada por la deforestación, la fragmentación de la vegetación y la desaparición de especies animales y vegetales. Desde la década de los 60 hasta hace algunos años se había perdido 80 por ciento de su vegetación original. (UNAM, 2015).

Marco Teórico

Turismo

Se entiende como el estudio de diversas perspectivas, esto por la complejidad que presentan los conceptos. De esta forma se conceptualiza el turismo como los traslados temporales de las personas a destinos distintos al lugar de residencia y trabajos, junto con las actividades realizadas durante su estancia en dichos destinos. En conclusión, sugiere de manera positiva la noción de viaje y ocio en contraste con la residencia y el trabajo. Sin embargo, al mismo tiempo excluye conceptos contemporáneos del turismo, como los viajes por motivos laborales, ya sea con o sin elementos recreativos, y las vacaciones en segundas residencias. Además, se puede cuestionar la ambigüedad del término desplazamiento corto. (OMT, 2001)

Perspectiva del crecimiento turístico

En los últimos años, el sector turístico mexicano ha experimentado un notable crecimiento, alcanzando su mejor desempeño en la historia moderna del país. Desde el 2017 ha logrado hitos históricos con la llegada de visitantes internaciones y en la captación de divisas, situándose como el sexto país más visitado del mundo con 39.3 millones de turistas. Además de que el empleo en el sector turístico experimentó un crecimiento superior al del conjunto de la economía, beneficiando a alrededor de 10 millones de personas de manera indirecta. Hacia el futuro, se prevé una actividad turística en México continúe ganando importancia en la economía nacional. La meta es que el sector represente el 10% del PIB en los próximos 20 años, lo que se percibe como una oportunidad significativa para regiones que han estado al margen de los procesos de integración económica y atracción de capitales. El turismo se vislumbra como un fuerte motor económico, incluso para ciudades o regiones que enfrentan amenazas en sus sectores productivos tradicionales. (SECTUR, 2018)

Turismo alternativo

El turismo alternativo constituye un segmento de la actividad turística que ha sido practicado a lo largo de la historia por turistas de todo el mundo en diversas modalidades. Este sector del mercado turístico ahora está empezando a ser reconocido como un producto que puede contribuir no solo a la generación de empleo e ingresos en el ámbito turístico, sino también al desarrollo económico sostenible de las comunidades locales. El turismo alternativo engloba actividades como el turismo rural, de naturaleza, ecológico, de aventura, de salud, médico, temático y gastronómico, entre otros. Su característica distintiva es su respeto por el medio ambiente, el aprovechamiento racional de los recursos naturales y su estrecha relación complementaria con otros segmentos de la actividad turística. (AEPCA, 2015)

Turismo rural

Esta faceta representa el aspecto más humano del Turismo Alternativo, brindando al turista una valiosa oportunidad para sumergirse en las diversas formas de vida presentes en las comunidades que coexisten en entornos rurales. Además, promueve la conciencia del turista sobre el respeto y la apreciación de la identidad cultural de dichas comunidades. Así mismo, en el Turismo Rural, el turista no asume el papel de un simple observador de un día de paseo; en cambio, se convierte en un miembro activo de la comunidad durante su estadía.

Durante este tiempo, participa activamente en diversas actividades, como la preparación de alimentos cotidianos, la creación de artesanías para uso personal, el aprendizaje de lenguas ancestrales, el conocimiento de plantas medicinales, el cultivo y la cosecha de productos que consume diariamente. Además, se involucra como actor en los eventos tradicionales de la comunidad y desarrolla una comprensión y aprecio por las creencias religiosas y paganas arraigadas en la cultura local. (SECTUR, 2004)

El turismo rural constituye una forma de actividad turística en la que la vivencia del visitante se encuentra asociada a una amplia gama de productos, comúnmente vinculados a las

actividades en entornos naturales, la agricultura, los modos de vida y las culturas rurales, así como la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (OMT, 2023)

Producto turístico

Un producto turístico constituye un conjunto de componentes tanto tangibles como intangibles, que abarcan desde recursos naturales, culturales y antropogénicos hasta atracciones turísticas, instalaciones, servicios y actividades, todos enfocados en torno a un elemento específico de interés. Este conjunto representa la esencia del plan de marketing de un destino y da origen a una experiencia turística integral que incorpora elementos emocionales para los potenciales clientes. La comercialización de un producto turístico se realiza a través de canales de distribución, los cuales también determinan su precio, y sigue un ciclo de vida específico. (OMT, 2023)

Sostenibilidad turística

El turismo sostenible se configura como un enfoque de gestión que debe ser implementado en cualquier tipo de producto y destino turístico. Asimismo, implica considerar plenamente las repercusiones actuales y futuras, tanto económicas, sociales como medioambientales, con el objetivo de satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el entorno y las comunidades anfitrionas. Las pautas para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo y a todos los tipos de destinos, abarcando desde el turismo de masas hasta los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se centran en los aspectos medioambientales, socioeconómicos y territoriales del desarrollo turístico, subrayando la necesidad de lograr un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para asegurar la sostenibilidad a largo plazo. (Turismo, 2022)

Sostenibilidad social

La sostenibilidad social implica el reconocimiento por parte de los individuos de su capacidad como sujetos humanos y creadores de acciones. Este proceso implica el uso de la razón para reconocer las consecuencias y obligaciones asociadas con las decisiones o

acciones tomadas. Se abordan temas sociales emergentes como los derechos civiles de las minorías, igualdad de oportunidades para las mujeres, protección del medio ambiente y derechos de los consumidores. Incorpora valores intrínsecos que implican compromiso, maximización de beneficios sociales y una connotación de carácter colectivo. Estos valores, como la solidaridad, subsidiaridad y justicia, guían a los individuos hacia la construcción de una sociedad garante capaz de abordar eventualidades sociales de manera individual o grupal. Se convierte así en un enfoque para organizar y dirigir la gestión social en la comunidad humana, buscando superar la discriminación y la exclusión social, así como restablecer el respeto hacia la naturaleza y la dignidad humana. (Martínez, 2022)

Sostenibilidad cultural

Dentro del concepto de sostenibilidad cultural, resultan fundamentales aspectos como la preservación del patrimonio y la diversidad cultural, el uso adecuado de los recursos naturales, la aplicación de formas tradicionales y ancestrales, el comercio justo, así como la participación de la comunidad tanto en la mano de obra como en la toma de decisiones. En la sostenibilidad cultural, es crucial que el diseñador tenga la capacidad de comprender de manera clara las diversas formas de hipertextualidad e intertextualidad gráficas y visuales, que incluyen lo original y la copia, lo propio y lo ajeno. (Castells, 1996)

Sostenibilidad económica

Desde esa perspectiva, la existencia de la economía está intrínsecamente ligada a la presencia de los ecosistemas, priorizando la supervivencia de los procesos físicos y biológicos sobre la rentabilidad, independientemente de la percepción de las personas. La economía ecológica se enfoca en la naturaleza física de los recursos y su conexión con los sistemas interrelacionados. Considera aspectos como la escasez, la renovabilidad, la nocividad y la posibilidad de reciclaje de los residuos generados. Su objetivo principal es orientar el marco institucional y proponer soluciones con el fin de abordar estos aspectos. (Haro, et.al., 2014)

El Municipio de San Andrés Tuxtla Veracruz

Antecedentes

En la época prehispánica, San Andrés Tuxtla tiene sus raíces en el pueblo de Ixtlán, cuyo nombre en náhuatl significa llanura o sabana, debido a su ubicación en la sabana chica al oriente del Titépetl, también conocido como volcán de San Martín.

En un principio, el lugar fue llamado Tzacocalco, que en náhuatl significa encierro o escondite debido a su ubicación entre cerros. En 1580, ya establecidos y sedentarizados, los habitantes lograron ser declarados Estancia, integrándose a una de las seis Estancias correspondientes a la Villa de Tuxtla. Más tarde, el alcalde mayor don Juan Medina. Pasó a formar parte de la jurisdicción de Santiago Tuxtla y adoptó el nombre de San Andrés Tuxtla. En 1825, mediante un decreto, se estableció la cabecera del municipio en el pueblo de San Andrés Tuxtla, y se definieron los límites y divisiones de la ciudad y el municipio. En 1826, San Andrés fue declarada cabecera del Cantón, Partido o Distrito, liberándose de Santiago Tuxtla. En 1830, alcanzó el estatus de Villa. El 26 de octubre de 1893, mediante el decreto número 61, artículo único, San Andrés Tuxtla fue designada como ciudad por la Honorable Legislatura del Estado Libre y Soberano de Veracruz, durante el mandato del gobernador Don Teodoro A. Dehesa. Este destacado suceso, que marcó un hito en la historia local, celebró su 128º aniversario el 26 de octubre de 2021. (PMD, 2022)

Toponimia. Del nahuatl. Toch-tli; conejo, Tla; lugar. “Lugar de conejos” (PMD, 2022)

Geografía. El municipio de San Andrés Tuxtla se ubica entre las latitudes norte 18° 13' y 18° 43' y las longitudes oeste 95° 03' y 95° 27'. Su altitud varía entre 10 y 1,600 metros sobre el nivel del mar. Limita al norte con los municipios de Ángel R. Cabada y el Golfo de México, al este con el Golfo de México y el municipio de Catemaco, al sur con Hueyapan de Ocampo e Isla, y al oeste con Isla y Santiago Tuxtla. Su extensión representa el 1.33% del territorio estatal y alberga 227 localidades, con una población total de 162,428 habitantes. (PMD, 2022)

Cultura y tradiciones

La Mojiganga: con sus raíces en 1896, la Mojiganga fue introducida por primera vez en San Andrés por Don Julio Chigo del barrio Belén Grande. Tras su fallecimiento, Don Zenón Catemaxca del barrio San Francisco continuó la tradición. Estas figuras, elaboradas con bejuco de granadilla para el cuerpo y aserrín o grifos de madera para la cabeza, representan personajes diversos. Su propósito original, de origen europeo, era la sátira o reconocimiento a figuras sociales, aunque la música y características de las figuras han evolucionado. Los muñecos ahora complementan las celebraciones religiosas de San Andrés Apóstol, patrono del lugar, durante las festividades titulares el 29 y 30 de noviembre; los Globos: en 1914, Don Ricardo Cadena Maldonado creó el globo trompito, y Don Carlos Chávez Mundo confeccionó el globo ilama y otras figuras. La tradición de "La suelta de globos" durante el mes de septiembre, especialmente los días 15 y 16, llena el cielo de San Andrés con vistosos globos de papel de china. Esta tradición, que destaca durante el Mes de la Patria, ha sido reconocida con un récord Guinness. Los globos se elaboran con estructuras de alambre y papel de china en diversas formas y tamaños, elevándose gracias a la combustión de aguarrás en una bola de estopa; la Rama: del 16 al 24 de diciembre, la tradición de La Rama involucra adornar una rama de paraíso, un arbusto silvestre local, con bebetas, paixtle, flores de dagame y faroles de naranja manteca con velitas encendidas.

Clima y estaciones

El clima de San Andrés Tuxtla se clasifica mayormente como cálido subhúmedo con lluvias en verano, caracterizado por una mayor humedad (33%). También se presenta como cálido húmedo con lluvias abundantes en verano (32%), cálido húmedo con precipitaciones a lo largo de todo el año (24%), cálido subhúmedo con lluvias en verano y humedad de nivel medio (7%), y semicálido húmedo con lluvias durante todo el año (4%)⁸. La temperatura varía en un rango de 18 a 28°C, mientras que el rango de precipitación abarca desde 1,100 hasta 4,600 mm.

Método de investigación

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema. (Hernández, 2014)

Para Del Cid Méndez y Sandoval Franco (2011), la investigación es una herramienta utilizada por las personas y la sociedad para aclarar dudas y problemas y, de paso, aumentar el conocimiento sobre algo, abre rutas de acceso a información desconocida. Este método proporciona una estructura lógica y organizada para llevar a cabo investigaciones de manera efectiva y científica.

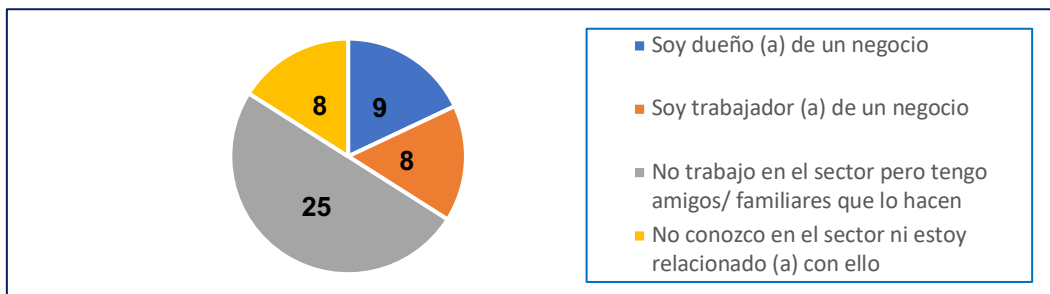
Método cualitativo

El método cualitativo es el instrumento analítico y de reflexión sobre el camino de la metodología y la descripción, también se puede concebir como un modelo de campo, la cual crea una simbiosis sujeto-objeto. Exige una sistematización rigurosa de las distintas técnicas e instrumentos que componen el acervo metodológico y, por ende, un gran conocimiento de la teoría. La investigación cualitativa se puede definir también, como la conjunción de ciertas técnicas de recolección, modelos analíticos normalmente inductivos y teorías que privilegian el significado de los actores, el investigador se involucra personalmente en el proceso de acopio, por ende, es parte del instrumento de recolección. Su objetivo no es definir la distribución de variables, sino establecer las relaciones y los significados de su objeto de estudio. (Silva, 2005)

Encuesta aplicada a los habitantes del Municipio de San Andrés Tuxtla, Ver.

Con las siguientes preguntas:

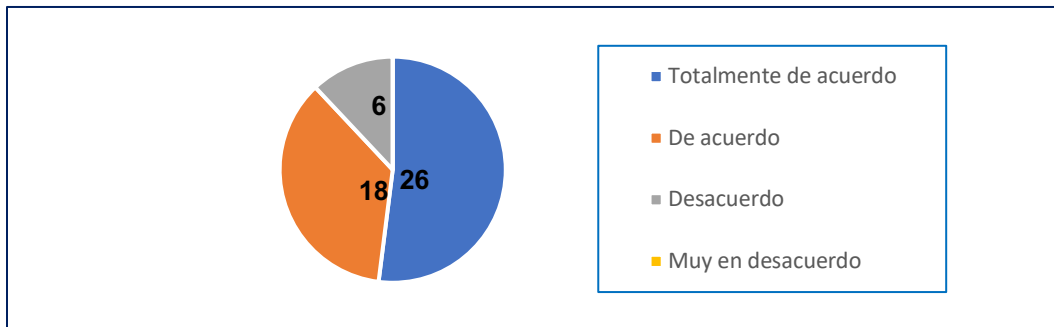
1.- ¿Trabajas o eres dueño de algún negocio turístico de la región?



Asimismo, el 17% cuenta con el negocio propio, el 16% es trabajador de un local, mientras que el 51% no está relacionado con el sector turístico, pero tiene conocidos que lo hacen. Finalmente otro 16% no trabaja ni está relacionado con este sector. Esto demuestra la gran participación de los locales en el turismo, además del fuerte vínculo entre visitantes y anfitriones, facilitando la implementación de la propuesta.

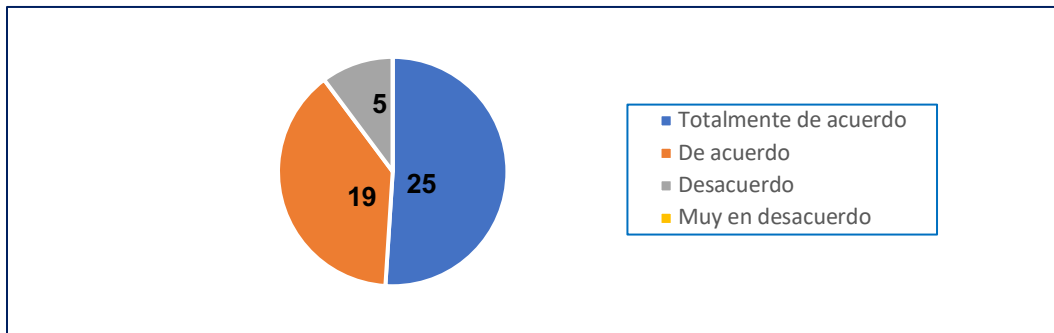
Entendiendo que existen dos modelos de turismo, convencional y alternativo, el primero se caracteriza por el turismo masivo y las grandes instalaciones de alojamiento como hoteles, para el descanso y placer, mientras el segundo es un modelo más participativo donde involucra el ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, agroturismo y nuevas tendencias de sostenibilidad ambiental.

2.- ¿Considera que el municipio cuenta con los atractivos necesarios para desempeñar el turismo alternativo?



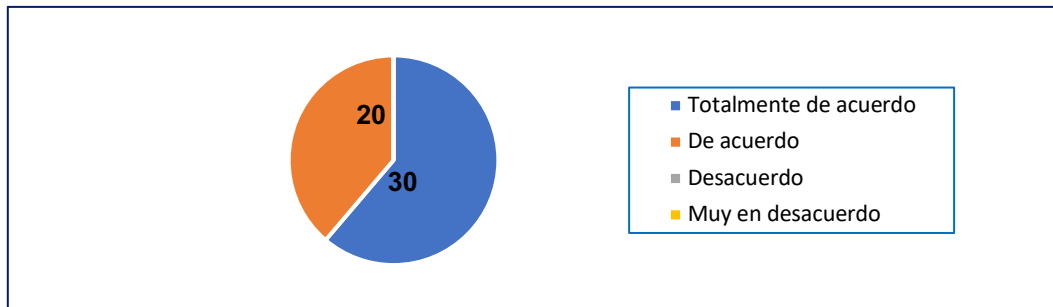
Con un 86%, se corroboró que la zona de los Tuxtles cuenta con atractivos necesarios para desempeñar la propuesta, el 14% no estuvo de acuerdo. Bajo estos resultados podemos analizar el paradigma emergente de nuevas tendencias turísticas sostenibles y fomentar su importancia en la región para que más locales reconozcan su importancia en el ámbito social y económico.

3.- ¿Considera que el turismo sostenible puede contribuir a la conservación de los recursos naturales y culturales de la región?



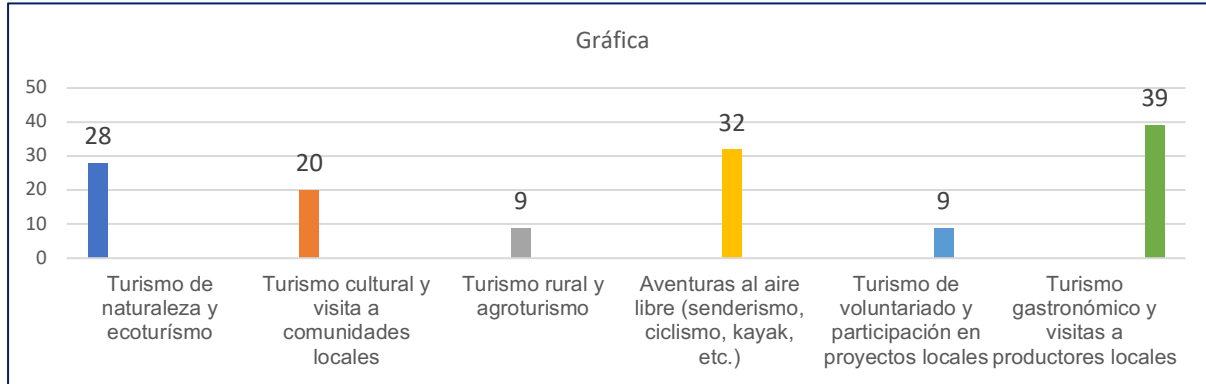
El 89% está de acuerdo sobre la contribución del turismo sostenible en la conservación de recursos naturales y culturales de la región, y solo el 11% está en desacuerdo. Con esto podemos decir que, el turismo sostenible no solo puede ser una fuente de ingresos económicos para las comunidades locales, sino que también puede actuar como un vehículo para la preservación y gestión sostenible de los recursos naturales y culturales, asegurando que estas riquezas se mantengan para las generaciones futuras.

4.- ¿Considera que el turismo alternativo puede beneficiar a las localidades rurales?



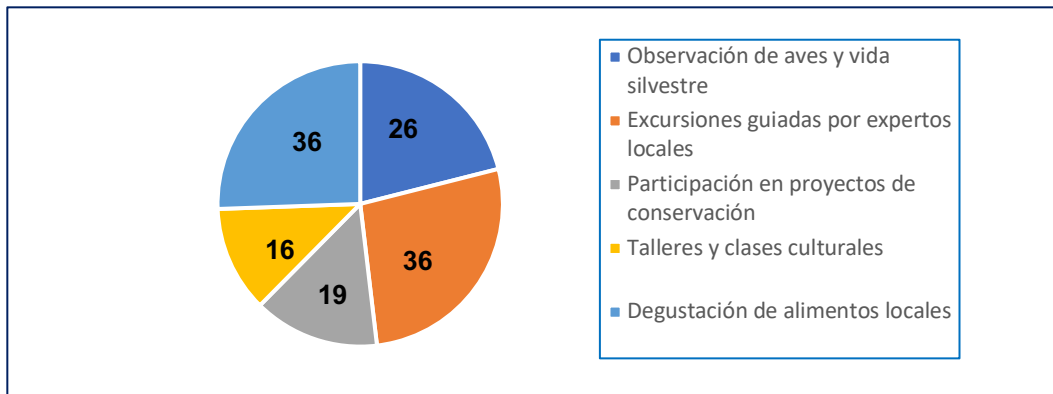
Con una decisión unánime, el 100% de los encuestados estuvieron de acuerdo sobre el beneficio que conllevaría un modelo de productos turísticos alternativos a las localidades rurales. Siendo una herramienta poderosa para el desarrollo sostenible al ofrecer beneficios económicos, culturales y medioambientales directos a las comunidades locales, siempre y cuando se actúe de forma responsable para evitar la gentrificación y la aculturación.

Cuestionario aplicado a los turistas visitantes del Municipio de San Andrés Tuxtla, Ver, por favor, selecciona las opciones de tu interés en las siguientes experiencias de turismo alternativo (puedes elegir más de 1)



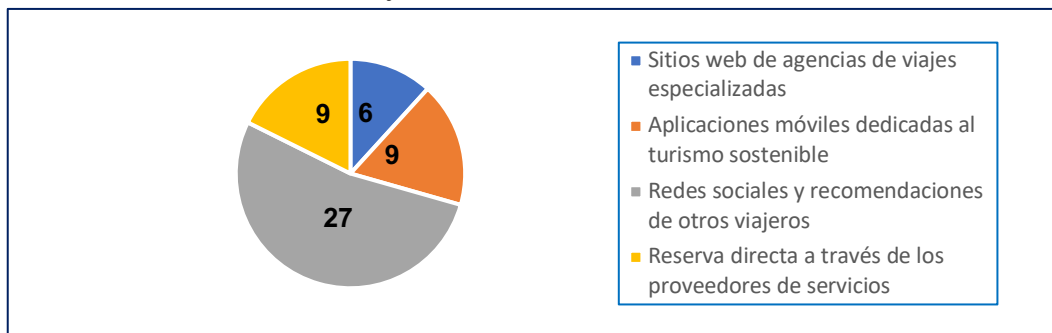
Hubo también preguntas para seleccionar más de una vez. Esto dio como resultado que, el 54% del turismo está interesado en el turismo de naturaleza y ecoturismo, el 40% en turismo cultural, el 18% en el turismo rural y agroturismo, el 64% en el turismo de aventura al aire libre (senderismo, ciclismo, kayak, etc.), el 18% en turismo de voluntariado y participación en proyectos locales, y el 78% en el turismo gastronómico y visitas a productores locales. Esto ayuda a hacer una segmentación del mercado, la oferta turística y la optimización de recursos. Estos conceptos son esenciales para desarrollar prácticas turísticas más responsables, inclusivas y sostenibles, promoviendo el desarrollo equitativo y respetuoso del destino turístico.

1.- ¿Qué lugares de la región te gustaría visitar? (puedes seleccionar más de una opción)

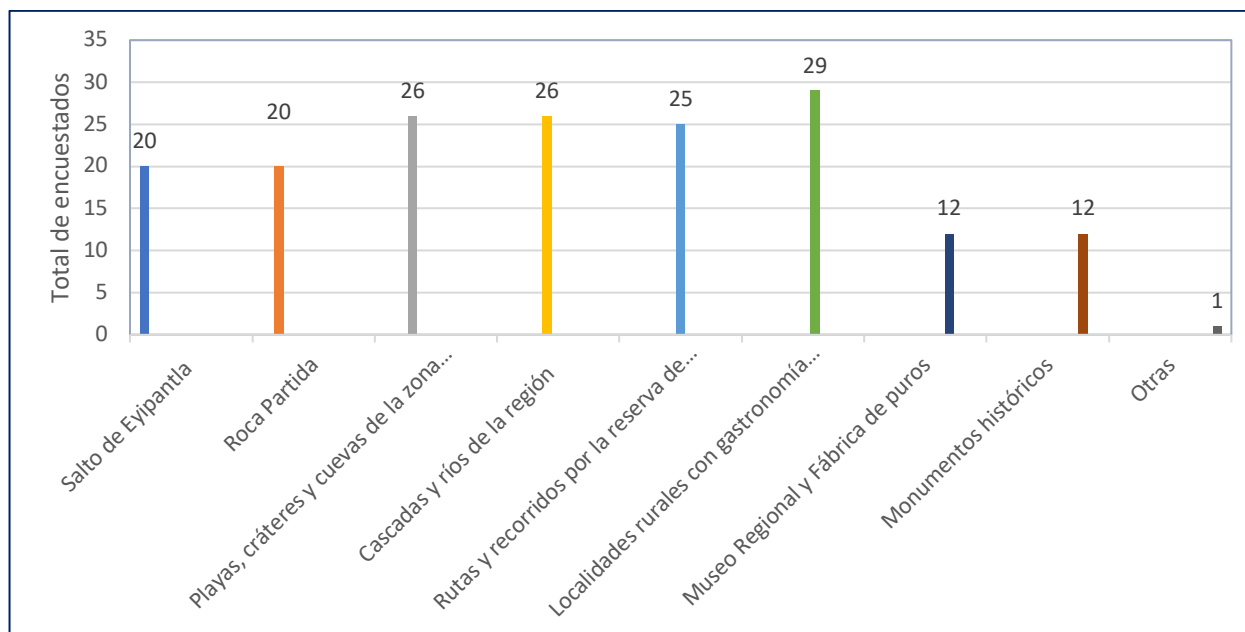


Los Tuxtlas cuenta con una diversidad de actividades que se pueden realizar mientras visitas la región, por eso dentro de la encuesta se preguntó qué tipo de actividades les gustaría realizar en sus viajes sostenibles. El 52% se inclina por observación de aves y vida silvestre, el 72% excursiones guiadas por expertos, el 38% participación en proyectos de conservación, el 30% en talleres y clases culturales y el 72% en degustación de alimentos locales. Comprender las actividades deseadas por los turistas en el turismo alternativo facilita la toma de decisiones informadas para promover prácticas sostenibles, preservar los recursos y garantizar que las experiencias turísticas sean beneficiosas tanto para los visitantes como para los destinos.

2.- ¿Qué canales de comunicación y reservas prefieres para conocer y reservar tus experiencias de turismo sostenible y alternativo?



Dentro de sus preferencias para recibir información, conocer y reservar experiencias de turismo sostenible y alternativo, el 12% prefiere sitios web de agencias de viajes, el 18% aplicaciones móviles dedicadas al turismo sostenible, el 52% redes sociales y recomendación de otros viajeros, y el 18% reservas directas a través de los proveedores de servicios. La comprensión de los canales de comunicación preferidos por los turistas es esencial para garantizar una comunicación efectiva, una interacción positiva y una experiencia turística bien gestionada. Esto contribuye significativamente a la satisfacción del turista y al éxito general de Los Tuxtlas.



Asimismo, se preguntó también sobre los principales atractivos turísticos que cuenta el municipio y a los cuales les gustaría visitar, esto arrojó los siguientes resultados: el 40% le gustaría visitar Salto de Eyipantla, el 40% indicó querer visitar Roca Partida, el 50% los cráteres, playas y cuevas de la zona; el 52% cascadas y ríos de la región, el 48% rutas y recorridos por la reserva e la Biosfera, 58% localidades rurales con gastronomía endémica y del estado, el 24% el Museo Regional y la fábrica de puros, el 24% los monumentos históricos de la ciudad de San Andrés y el 2% seleccionó querer conocer otras actividades. El turismo alternativo no solo ofrece a los viajeros experiencias enriquecedoras, sino que también beneficia directamente a las localidades al generar ingresos, empleo, preservar la cultura y contribuir al desarrollo sostenible, por lo que conocer las necesidades turísticas de los visitantes nos ayuda a realizar una segmentación del mercado, su promoción y la diversificación económica de las localidades receptoras.

Modelo de turismo alternativo en el Municipio de San Andrés Tuxtla, Ver.

Datos generales

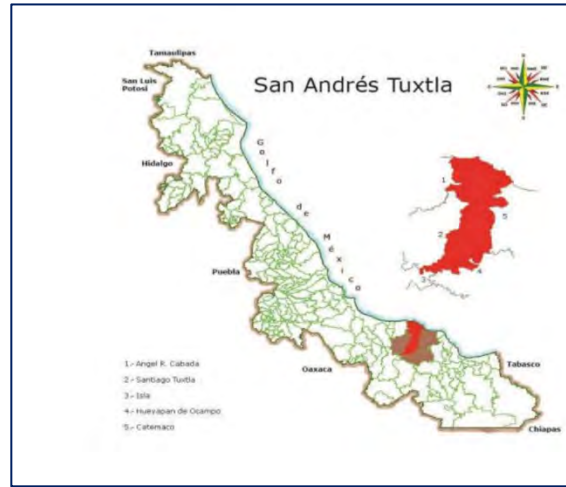
Nombre del modelo: Sabores y raíces de Los Tuxtlas

Ubicación: San Andrés Tuxtla, Ver.

Tipos de turismo: Turismo rural, agroturismo, turismo sostenible

Perfil del viajero: Gastronómico, cultural, aventurero, eco consciente

Ubicación geográfica del municipio



Logo de la Ruta



Mapa de la ruta



Presupuestos

Infraestructura señalización	y	\$15,000- \$20,000 MXN	Adecuaciones necesarias en los locales para que cumplan con los estándares de sostenibilidad, así como diseño e instalación de señalética que sea respetuosa con el medio ambiente.
Marketing y promoción		\$10,000-\$15,000 MXN	Herramientas digitales accesibles, medios digitales, folletos y mapas utilizando materiales sostenibles.
Operación lanzamiento	y	\$5,000-\$10,000 MXN	actividades como workshops, demostraciones de cocina y degustaciones para atraer al público.
Mantenimiento evaluación	y	\$500-\$1,000 mensuales	Mantener la tecnología actualizada y funcional, así como monitoreo y evaluación continua que incluye revisiones periódicas de la sostenibilidad y el impacto de la ruta.



Conclusión

Para concluir, el desarrollo de un producto alternativo para una ruta gastronómica sostenible en el municipio de San Andrés Tuxtla, Ver., representa una oportunidad significativa para revalorizar la cultura local, fomentar la economía y promover prácticas ambientales responsables.

La creación de una ruta gastronómica sostenible emerge como una estrategia prometedora para abordar la problemática de desarrollo económico y cultural en los municipios rurales. A lo largo de este estudio, se ha evidenciado la importancia y el potencial de este tipo de producto turístico para impulsar la economía local, preservar el patrimonio cultural y promover prácticas sostenibles.

En conclusión, la implementación de un producto alternativo como lo es una ruta gastronómica de San Andrés Tuxtla, Ver., no solo es viable sino crucial para impulsar una transición hacia la sostenibilidad en la industria gastronómica local. Este proyecto sirve como un claro ejemplo de cómo las iniciativas basadas en la sostenibilidad pueden beneficiar simultáneamente a la economía, la sociedad y el medio ambiente, proporcionando un modelo replicable para otros municipios interesados en desarrollar sus propios programas de turismo y gastronomía sostenibles.

Referencias

- AEPCA, A. d. (2015). Desarrollo y perspectivas del turismo alternativo. Zapopan, Jalisco, México: Núcleo Universitario Los Belenes.
- Carvajal, S. (27 de Enero de 2020). Crónicas de mi pueblo. Diario Los Tuxtlas: La voz ciudadana, pág. unica.
- Castells, M. (1996). La sostenibilidad cultural: una respuesta al reto de la sociedad de la información. Obtenido de La sostenibilidad cultural: una respuesta al reto de la sociedad de la información: <https://www.udla.edu.ec/wp-content/uploads/2020/01/La-sostenibilidad-cultural-2.pdf>
- Cavassa, C. R. (2012). Turismo y hotelería. México: Trillas.
- Del Cid, A., Mendez, R., & Sandoval Franco. (2011). Investigación. Fundamentos y metodología segunda edicion . México: Pearson educacion.
- Haro Martínez, A. A., & Taddei Bringas, I. C. (2014). Sustentabilidad y economía: la controversia de la valoración ambiental. En Economía, Sociedad y Territorio, vol. XIV (págs. pág 743-76). Toluca, México: El Colegio Mexiquense, A.C.
- Hernández, R. (2019). Modelos de desarrollo turístico: Creación y gestión de productos turísticos. Tercera edición. España: Editorial Académica Española.
- Hernández, et.al. (2014). Metodología de la investigación, sexta edición. México: Mc Graw Hill/ Interamericana Editores, S.A. de C.V.
- Martínez, P. C. (2022). Sustentabilidad y Responsabilidad Social. Nuevo León, Monterrey: Universidad Autónoma de Nuevo León. Sustentabilidad Ecológica.
- OMT. (2001). Introducción al turismo. España: Madrid.
- OMT. (2020). Tourism Definitions. Madrid: CEDRO, Centro Español de Derechos Reprográficos.
- OMT. (2023). Turism Definitions. UNWTO, 32-33.
- PMD. (2022). Plan Municipal de Desarrollo. San Andrés Tuxtla, Veracruz: Gobierno de San Andrés Tuxtla.
- SECTUR. (2004). Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo. CDMX, México: Secretaría De Turismo.

SECTUR. (2018). Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional. México: D. R.© 2018, Secretaría de Turismo.

Silva, M. S. (2005). La metodología en la investigación cualitativa. Mundo siglo XXI, revista del Centro de Investigaciones económicas, Administrativas y Sociales del Instituto Politecnico Nacional, 115-116.

Turismo, M. d. (2022). Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos. España: Secretaría de Estado de Turismo.

UNAM. (2015). Los tuxtlas: una veta de “oro verde”. Obtenido de los tuxtlas: una veta de “oro verde”:

Anexos

Encuesta aplicada a los habitantes de San Andrés Tuxtla, Veracruz

Esta entrevista tiene la finalidad con de conocer su opinión acerca de algunos temas relacionados al turismo en el municipio de San Andrés Tuxtla, Ver., y al mismo tiempo conocer su perspectiva sobre el turismo en la zona y considerar sus respuestas como oportunidades de mejora.

Subraye la respuesta que usted prefiera.

¿Conoce los factores culturales y los antecedentes históricos del municipio?

Sí las conozco	Solo conozco algunas cosas	Es muy poco lo que conozco	No conozco nada
----------------	----------------------------	----------------------------	-----------------

¿Trabajas o eres dueño de algún negocio turístico de la región?

Soy dueño (a) de un negocio	Soy trabajador (a) de un negocio	No trabajo en el sector, pero tengo familiares que lo hacen	No trabajo en el sector ni estoy relacionado (a) con ello
-----------------------------	----------------------------------	---	---

¿Está de acuerdo con que el turismo provoca altos índices de contaminación en la región?

Totalmente de acuerdo	Parcialmente de acuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
-----------------------	-------------------------	---------------	--------------------------

Entendiendo que existen dos modelos de turismo, convencional y alternativo, el primero se caracteriza por el turismo masivo y las grandes instalaciones de alojamiento como hoteles, para el descanso y placer, mientras el segundo es un modelo más participativo donde involucra el ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, agroturismo y nuevas tendencias de sostenibilidad ambiental. ¿Está de acuerdo que el municipio cuenta con los atractivos necesarios para desempeñar el turismo alternativo?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
-----------------------	------------	------------	-------------------

¿Por qué considera que la región de los Tuxtlas es un destino atractivo para el turismo?

Por su cultura y tradiciones	Por su atractivo natural de sol y playa	Por las nuevas tendencias del turismo	Todas las anteriores
------------------------------	---	---------------------------------------	----------------------

¿Qué opinión tiene sobre la idea de promover el turismo sostenible a través del turismo alternativo en la región de los Tuxtlas?

Muy favorable	Neutral	Desfavorable	Muy desfavorable
---------------	---------	--------------	------------------

¿Está de acuerdo que el turismo alternativo fomentaría la sostenibilidad del municipio?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
-----------------------	------------	------------	-------------------

¿Está de acuerdo que el turismo sostenible puede contribuir a la conservación de los recursos naturales y culturales de la región?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
-----------------------	------------	------------	-------------------

¿Está de acuerdo que el turismo alternativo puede beneficiar a las localidades rurales?

Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Desacuerdo	Muy en desacuerdo
-----------------------	------------	------------	-------------------

¿Está dispuesto (a) a participar activamente en la promoción o implementación de iniciativas de turismo sostenible a través del turismo alternativo en nuestra comunidad?

Me gustaría involucrarme	Dependiendo las oportunidades	Probablemente	No estoy interesado (a)
--------------------------	-------------------------------	---------------	-------------------------

¿Qué tipos de actividades o atracciones de turismo alternativo cree que podrían ser más atractivos para los visitantes en nuestra región? (Ejemplos: rutas de senderismo, talleres culturales, observación de aves, turismo rural, etc.)

Espacio para respuesta abierta

¿Estaría dispuesto(a) a participar en futuras reuniones o grupos de trabajo relacionados con el desarrollo del turismo sostenible en nuestra comunidad?

Totalmente dispuesto (a)	Parcialmente dispuesto (a)	Indispuesto (a)	No estoy dispuesto (a)
--------------------------	----------------------------	-----------------	------------------------

¿Tiene alguna sugerencia adicional o comentarios sobre cómo mejorar esta propuesta para que sea más efectiva en la región?

Espacio para respuesta abierta

Muchas gracias por su atención y tiempo. Los datos recolectados son con fines académicos. Serán tratados de manera confidencial.

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL ARTE Y LA CULTURA: CIUDAD Y PUERTO DE VERACRUZ, VER.

Resumen

El presente estudio de investigación es de corte descriptivo, explicativo y analítico, enmarca dos enfoques, el cualitativo con las técnicas de análisis FODA y entrevistas, y el enfoque cuantitativo con instrumentos como encuestas y cuestionarios.

El objetivo general de esta investigación es analizar los factores que influyen en el interés por el arte y la cultura, en la Ciudad y el Puerto de Veracruz, Ver., con el fin de reactivar la apreciación e influencia de los ciudadanos en estas áreas.

La investigación se desarrolló en la Ciudad y el Puerto de Veracruz, donde se identificó una problemática de bajo interés por el arte y la cultura entre los ciudadanos. Esta situación motivó el estudio de investigación, ya que, se considera crucial fomentar el interés por estas expresiones para enriquecer la identidad cultural, promover la creatividad en el arte y fortalecer el sentido de pertenencia de la comunidad.

Palabras clave: Arte, cultura, Veracruz, interés, apreciación

Introducción

El planteamiento del problema en esta investigación se centra en la necesidad de fortalecer la apreciación y participación en actividades artísticas y culturales en una comunidad local, como lo es la Cd. y Puerto de Veracruz, Ver., se ha identificado una brecha entre la promoción y accesibilidad a eventos artísticos y culturales, así como en la valoración del patrimonio cultural de este municipio, lo que limita el desarrollo integral de la región y la proyección de su identidad cultural a nivel local, regional, nacional e internacional.

La falta de comprensión a este ámbito ha desatado una enorme ola de desinterés con el pasar de los años por parte de los ciudadanos, los cuales tienen una idea errónea hacia el arte, en el que solo las personas de altos recursos pueden ser partícipes en el enfoque del arte y la cultura, que te ofrece en el propio municipio.

Lo que conlleva a realizar la siguiente pregunta de investigación: ¿El análisis de los factores que influyen sobre el interés en el arte y cultura en la Ciudad y Puerto de Veracruz, Ver., reactivará la apreciación, valoración e influencia de los ciudadanos?

Analizar los factores que influyen en el arte y la cultura en la Ciudad y en el Puerto de Veracruz, Ver., nos dará como objetivo general, identificar de qué manera se puede reactivar la apreciación, valoración e influencia en los ciudadanos.

La justificación de la investigación se fundamenta en la hipótesis de trabajo, que plantea que el análisis de los factores que influyen en el interés por el arte y la cultura en la Cd. y Puerto de Veracruz, Ver., reactivará la apreciación, valoración e influencia en los ciudadanos, de tal forma, que para abordar este problema, se propone identificar oportunidades que ofrecen los museos y librerías para incentivar el interés en la comunidad, aplicando las técnicas de recolección de datos como un check-list de eventos que se ofrecen en los centros culturales, y un análisis FODA el cual se basará en un reporte del Plan Municipal de Desarrollo Veracruz, de la presente administración, al mismo tiempo que se realizarán entrevistas con un profesor de licenciatura en arte, y aplicando encuestas al alumnado del propio profesor, en sus materias de artes y cuestionarios para los ciudadanos y estudiantes de la Facultad de Administración del 7mo semestre de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Veracruzana región Veracruz, y demostrar cuáles son los factores que podrían influir en la reactivación, valoración e interés por el arte y la cultura. Se espera comprobar dicha hipótesis de trabajo con la participación de los ciudadanos, y observar su interés en actividades artísticas y culturales, que ofrece el H. Ayuntamiento de Veracruz, para fortalecer la identidad artística y cultural como desarrollo integral de la localidad

Marco Teórico.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1995), el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

Conceptos y definiciones del turismo

“El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimiento, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y sucinta; con los cuales se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con la finalidad de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geografía donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año. (Guerrero y Ramos, 2014)

Demanda turística

“Turistas, viajeros y visitantes forman la demanda turística y, tras este término, se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias. Por ello, son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés ya que, a través de la identificación de los modelos de demanda, se busca – además de la ya mencionada homogeneización conceptual que facilite la elaboración de estadísticas– formular adecuadas estrategias de marketing”. (Sancho, 2018:48)

Oferta turística

Existe una clara tendencia –que parte de una visión demasiado amplia del negocio turístico– a considerar a las agencias de viajes, compañías de transporte regular e incluso a empresas y organismos promotores del turismo como parte integrante de esta oferta cuando, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y que, si bien forman parte del sistema turístico, no son estrictamente oferta, no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas. (Sancho, 2018:51)

Impactos socioculturales del turismo

“Mientras los impactos económicos del turismo han sido enfocados tradicionalmente desde el punto de vista de los beneficios que aporta, los impactos socioculturales suelen ser analizados desde su parte negativa. Y, sin embargo, el turismo puede aportar también beneficios positivos al fomentar el contacto entre comunidades diferentes.” (Sancho, 2018: 236)

Impactos positivos

“El turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, puesto que los elementos culturales con valor para los turistas se recuperan y conservan, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino.” (Sancho, 2018: 237)

Impactos negativos

“El turismo puede provocar, asimismo, una desculturización del destino: el efecto demostración puede llevar a la desaparición de la cultura (que suele ser la de la comunidad receptora), frente a la más fuerte (la del visitante). Este fenómeno puede afectar a muchos países en desarrollo, ya que la cultura de los turistas suele ser percibida por los residentes

como superior a la local, especialmente por el mayor nivel de vida que manifiestan, provocando la adaptación de costumbres occidentales a culturas indígenas.” (Sancho, 2018: 238)

El turismo cultural

El turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la consumación de la comercialización de la cultura. Elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico.

Los bienes naturales y/o culturales que dan cohesión y grandeza a un imaginario del pasado y la tradición, esos lugares, son desde entonces rescatados, preservados y custodiados, no tanto por su funcionalidad para las poblaciones locales, sino más bien por el mero monumentalismo conservacionismo, aunque para ello deban limitarse sus usos, adornarse sus estilos y recrear sus historias. (Espeso - Molinero, 2019)

Tendencias culturales del turismo

Los nuevos públicos, unidos a las nuevas tecnologías están generando transformaciones en el turismo, tanto por los procesos de desintermediación como también, por la coproducción de lugares y experiencias construidas colaborativamente por los múltiples agentes involucrados. Fernández (2019) analiza la aparición de la economía compartida, con la que se abren nuevas vías de relación entre anfitrión y visitante y donde el concepto de hospitalidad se transforma. Los procesos de turistificación urbanos, entendidos como las transformaciones culturales, sociales, económicas físicas, políticas y ambientales originadas por la llegada del turismo a las ciudades, adquieren una nueva dimensión. (Espeso -Molinero, 2019)

Culturas, cambios y productos turísticos

El turismo usa y consume rasgos culturales, al tiempo que contribuye a reconstruir, producir y mantener culturas.

Una vez más el turismo se desenvuelve como un motor de cambios, que obliga a releer el pasado y el presente, a adaptar los significados no tanto a los hechos supuestamente objetivos como a la consideración que de los mismos tienen sus usuarios permanentes.

La cultura, como tal abstracción, refleja un modelo ideal que incluye un conjunto de elementos tanto observables como no observables, que son aprendidos y traspasados, en la medida que los tiempos permitan, de una generación a la siguiente. (Santana, 2003)

Ciudad y Puerto de Veracruz

Históricamente esta ciudad y puerto destaca por haber sido fundada por Hernán Cortés, encontrándose en la región por la que los españoles desembarcaron para emprender la conquista de Tenochtitlan. Además, ha recibido el nombramiento de Cuatro veces heroica por decreto presidencial, a raíz de haber enfrentado cuatro distintas invasiones extranjeras.

El nombre de Villa Rica de la Vera-Cruz, se debió a la cantidad de oro tomado de los amerindios y la palabra Vera Cruz se la agregaron debido a que los conquistadores desembarcaron en los arenales, situados frente a la isla de San Juan de Ulúa el 22 de abril de 1519, que fue Viernes Santo (día de la Verdadera Cruz). Veracruz, ciudad y puerto, importante del estado de Veracruz de Ignacio de la Llave. Históricamente esta ciudad y puerto destaca por haber sido fundada por Hernán Cortés, encontrándose en la región por la que los españoles desembarcaron para emprender la conquista de Tenochtitlan. Además, ha recibido el nombramiento de Cuatro veces heroica por decreto presidencial, a raíz de haber enfrentado cuatro distintas invasiones extranjeras.

Historia

El Puerto artificial de Veracruz fue construido apoyándose en las formaciones coralíferas entre Punta Gorda y Punta Mocambo, a los 19° 12' de latitud Norte y a los 96° 06' de longitud oeste, en el litoral del Golfo de México. Frente a la costa a un kilómetro de distancia se encuentra el arrecife de La Gallega sobre el que se levanta el famoso Castillo de San Juan de Ulúa; entre este islote y la costa se encontraba el puerto usado en la época virreinal,

pero al ejecutarse las obras de construcción de la bahía artificial este arrecife quedó unido con tierra con el rompeolas Norte.

Escudo

El Escudo del Estado de Veracruz corresponde desde el año 1954, al otorgado por la corona española a la Villa Rica de la Vera Cruz en 1523. El 4 de Julio de 1523 el rey Carlos I de España y V de Alemania, expidió la cedula real con la cual le otorgó escudo de armas por ser la primera villa fundada y poblada por españoles en la Nueva España. Y el 23 de noviembre de 1954 entro en vigor la Ley N°92 expedida por la Honorable Legislatura del Estado, con la que se adoptó oficialmente dicho escudo como emblema del estado.

Toponimia

A ese lugar se le nombró la Villa Rica de la Vera Cruz: Villa como las de España, Rica por las manifestaciones de riqueza que Moctezuma hizo en el puerto a los recién llegados; Vera de verdadera y Cruz porque el día de su llegada se festejaba el viernes santo y se rendía tributo a la cruz donde falleció Cristo.

Localización

El estado de Veracruz se localiza en la porción central meridional del declive del Golfo de México; limita al norte con el estado de Tamaulipas; al oeste los estados de San Luis Potosí, Hidalgo y Puebla; al sur con Oaxaca y Chiapas; y al este con el Golfo de México. (Flores & Capetillo, 2013)

Población

La población total de Veracruz en 2020 fue 607,209 habitantes, siendo 52.6% mujeres y 47.4% hombres. Los rangos de edad que concentraron mayor población fueron 25 a 29 años (48,206 habitantes), 30 a 34 años (48,090 habitantes) y 35 a 39 años (47,893 habitantes). Entre ellos concentraron el 23.7% de la población total.

Sitios turísticos

Cuenta con una gran cantidad de Recintos Culturales cuya principal función en la actualidad es albergar exposiciones, eventos artísticos, culturales que se ofrecen a los visitantes y ciudadanos de todas las edades para conocimientos de nuestra historia y tradiciones, con la finalidad de conservar el arraigo y el respeto a éstas. De estos, no todos están bajo el resguardo del Municipio de Veracruz, también se cuentan los que son del Gobierno del Estado a través del IVEC, los de la Secretaría de Marina, del INAH entre otros. (e-consulta.com-veracruz)

Metodología

Para profundizar en la interpretación de los significados y experiencias mediante el enfoque cualitativo, se realizó un análisis FODA a partir de la indagación del Plan Municipal de Desarrollo Veracruz 2022 - 2025:

H. Ayuntamiento de Veracruz.

“El Plan Municipal de Desarrollo es un documento que establece la hoja de ruta para la gestión pública del municipio durante el periodo 2022-2025, enfatizando la participación de la ciudadanía en su elaboración. Se fundamenta en una metodología de planificación estratégica basada en el Marco Lógico, que permite identificar programas, objetivos, estrategias y líneas de acción para abordar los desafíos y necesidades del municipio.

El plan se estructura en cinco ejes rectores: Desarrollo Social, Desarrollo Económico, Seguridad Ciudadana, Infraestructura y Sostenibilidad, y Sociedad y Cultura. Cada eje aborda aspectos específicos relacionados con el bienestar social, el crecimiento económico, la seguridad ciudadana, la infraestructura urbana y la promoción de la cultura en el municipio.

Además, se incorporan tres estrategias transversales que atraviesan todos los ejes temáticos: Igualdad de Género, Gobierno Abierto y Derechos Humanos, con el propósito de garantizar la equidad, la transparencia y el respeto a los derechos fundamentales en todas las acciones y políticas municipales.

En el cual se establece un mecanismo de seguimiento, monitoreo y evaluación para medir el cumplimiento de los objetivos y la eficacia de las acciones implementadas. Asimismo, se alinea con los planes Nacional y Estatal de Desarrollo, así como con la Agenda 2030 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, buscando contribuir a un desarrollo sostenible a nivel local y global.

Se destaca la importancia de la evaluación continua como un proceso vital para fortalecer el sistema de planeación democrática. Se enfatiza la necesidad de establecer y normar mejores prácticas para la planificación del desarrollo, con el objetivo de presentar resultados en línea con los contextos nacional e internacional. Al igual, se menciona que el proceso de diseño se basa en un marco normativo sólido, una metodología de trabajo fundamentada en el modelo de Marco Lógico, y en la participación y consulta ciudadana para recabar opiniones y propuestas de la población en relación con los problemas y necesidades más relevantes.

El documento también incluye una Misión que destaca el compromiso de otorgar servicios públicos de manera eficaz, eficiente, transparente y honesta, con atención a los sectores más vulnerables, buscando garantizar el pleno ejercicio de sus derechos y abatir las brechas de desigualdad". Plan de Desarrollo Municipal 2022 - 2025. (2022). Gobierno del Estado de Veracruz

Un check-list en el cual se observó un esfuerzo por preservar el patrimonio cultural y restaurar edificios históricos, algunos de estos lugares se encontraban en mal estado o abandonados, lo que afectaba su accesibilidad al público. Por otro lado, si bien se proporcionaban espacios para presentaciones artísticas y culturales, la difusión de eventos y actividades era escasa, lo que limitaba la participación de la comunidad.

En cuanto a la promoción de la cultura literaria, se identificó una falta de organización de ferias de libros literarios y una escasa oferta de libros relacionados con la cultura de Veracruz en algunas librerías. Asimismo, aunque se realizaban eventos culturales, artísticos y festivales folclóricos, estos no siempre reflejaban la diversidad cultural de Veracruz, centrándose mayormente en ferias de comida, danza y música.

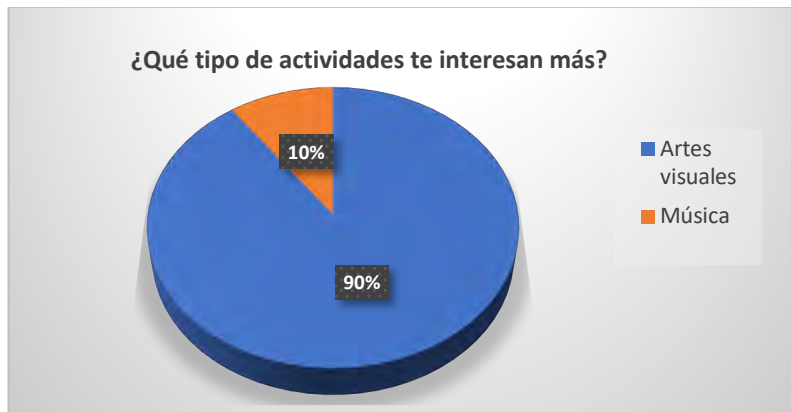
Por otra parte, en la investigación cuantitativa, se llevó a cabo una entrevista profesor Abdal Antonio Vitorino Ángeles, cuenta con una Licenciatura en Artes, el profesor imparte clases y actividades artísticas en el museo Centro Cultural Casa Principal; con un total de 11 preguntas abiertas, para identificar las estrategias que implementa para fomentar el interés en el arte y la cultura, en los alumnos, él explica que:

“En su experiencia, ha observado un bajo interés por el arte y la cultura entre los ciudadanos del Puerto de Veracruz, así como, en algunos de sus alumnos cuando ingresan a la licenciatura en Artes, a la falta de fomento al consumo cultural desde el ámbito educativo, menciona que, en las escuelas, no se promueve la visita a museos, ni el conocimiento de los centros culturales locales, lo cual genera un desconocimiento generalizado sobre las opciones culturales disponibles en la ciudad. Esta carencia de información y experiencia desde temprana edad resulta en una falta de interés y apreciación por parte de los ciudadanos.

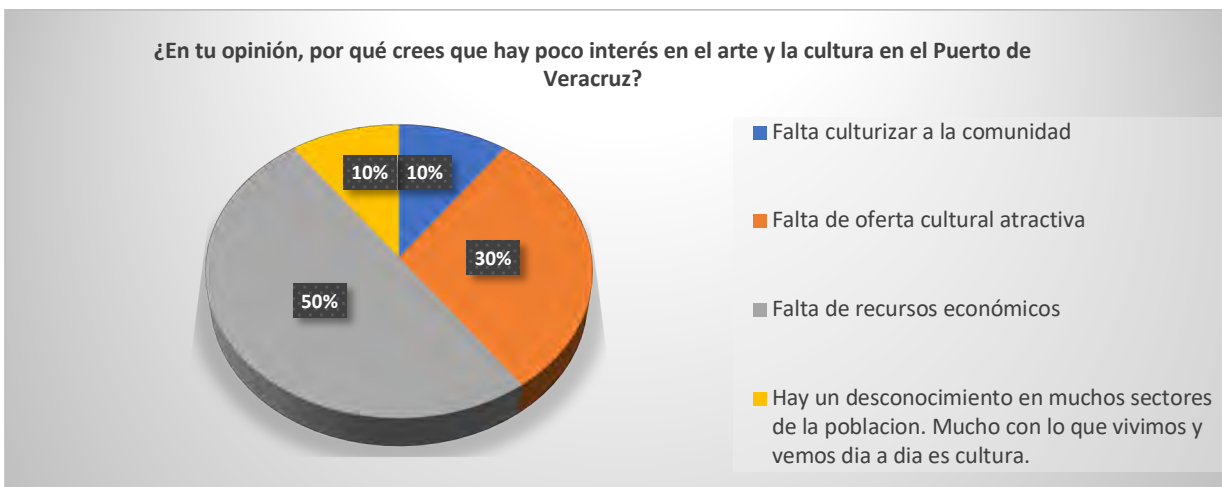
Señala que varios factores influyen en este bajo interés. En primer lugar, la educación en casa, ya que, este juega un papel crucial; los niños no son enseñados a valorar y consumir cultura. Además, en el sistema educativo se dedica muy poco tiempo al arte, limitando la exposición y el conocimiento que los estudiantes pueden adquirir. Esta falta de enfoque desde una edad temprana desemboca en adultos que no están familiarizados con la oferta cultural de la ciudad, entre otros.”

Finalmente, el profesor Abdal Vitorino recomienda a otros profesores de artes enseñar a sus alumnos todo el proceso detrás de la gestión cultural, promoviendo la colaboración y el apoyo mutuo entre colegas para crear una oferta cultural más rica y diversa. Subraya la importancia de romper con las prácticas de exclusión y amiguismo que limitan el crecimiento del arte y la cultura en Veracruz.

Para analizar los datos numéricos y obtener información cuantificable sobre el interés en el arte y la cultura, se aplicó una encuesta a 15 alumnos que toman las clases artísticas y culturales en el taller con el nombre de: “La Ciénega” con el profesor Abdal, consta de 13 preguntas cerradas con opciones en escala de Likert, mediante el muestreo por conveniencia. Donde solo 10 estuvieron de acuerdo en contestar las preguntas.



En la gráfica se encuestó a los alumnos con la siguiente pregunta: “¿qué tipo de actividades te interesan más?” en el que los resultados arrojaron que el 90% prefiere las artes visuales, mientras que el 10% le interesa mucho más la música. Por lo que el teatro, la danza y la literatura se evidencia una actitud desfavorable en relación con los alumnos.



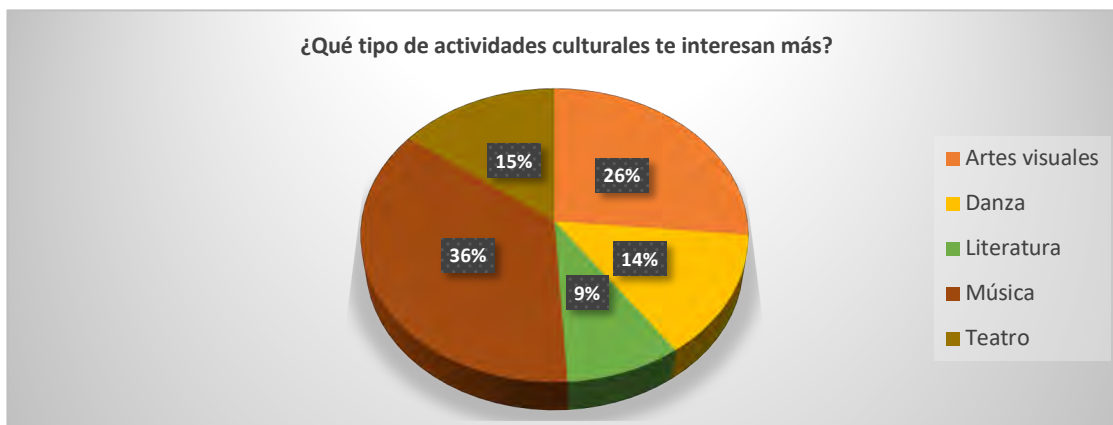
La respuesta de valor más representativo fue la falta de recursos económicos con el 50%, mientras que el 30% de los alumnos aseveran que es por la falta de oferta cultural atractiva. Dejando al 10% culpando a la falta de culturización a la comunidad, en tanto el otro 10% expresó que, por la falta de conocimiento en varios de los sectores de la población, mientras

que el último ítem “falta de tiempo” no es una de las razones por la que los alumnos creen que sea razón por el poco interés.



Los resultados obtenidos denotan de manera que el 60% son los pocos horarios que pueden llegar a dar dichos eventos dificultando asistir a ellos, cuando el 30% la ubicación de los eventos les perjudica a algunos por la distancia. Cuando el 10% la disponibilidad del transporte, dejando así que los costos de las entradas no impiden que asistan a los eventos.

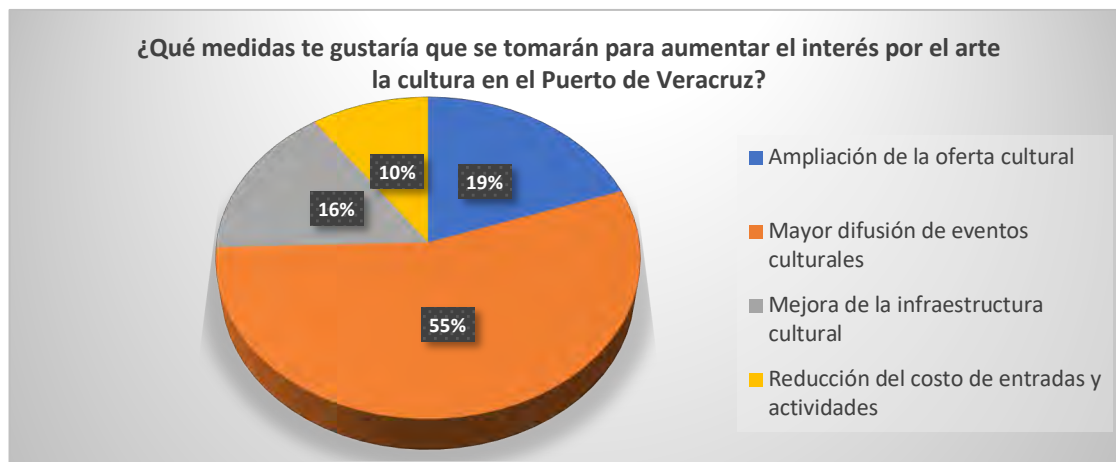
Por otro lado, también se realizó un cuestionario a 60 ciudadanos del Puerto de Veracruz y a los estudiantes de la Facultad de Administración, 7mo. semestre del PE LAT de la Universidad Veracruzana; consta de doce preguntas cerradas y una abierta, con opciones de respuesta en escala de Likert, mediante el muestreo por conveniencia. Este cuestionario tuvo demanda, ya que se aplicaron 102 cuestionarios:



Los resultados indican una tendencia en el que el 36% aprecian más la música, ya que el 26% prefieren las actividades de las artes visuales, mientras que el 15% les agrada más el teatro, por lo que el 14% escogieron la danza. Por último el 9% quieren más la literatura.



Como resultado el 51% culpan a la desvalorización del arte y la cultura, dejando así que el 27% expresan que es por la falta de oferta cultural atractiva. Donde el 16% creen que es por la falta de recursos económicos, en tanto el 6% es por la falta de tiempo.



Donde se asevera un porcentaje de 55% donde exigen una mayor difusión de eventos culturales, donde el 19% piden una mejor ampliación de la oferta cultural. Mientras que el 16% prefieren que se mejore la infraestructura de cultural y por último el 10% piden una reducción de costos de las entradas y actividades culturales.

Ante el análisis de los resultados entre el método cualitativo y cuantitativo, podemos referir que nos encontramos en un momento crucial donde se consolidan las reflexiones y hallazgos obtenidos a lo largo de la investigación, presentando una mirada integral sobre la interacción entre el arte, la cultura y el turismo en esta región emblemática de México.

A través de un análisis profundo y detallado, se han identificado tanto los retos como las oportunidades que se presentan en el panorama cultural de la Cd. y Pto. de Veracruz, Ver., destacando la importancia de valorar y promover el patrimonio artístico y cultural como un activo invaluable para el desarrollo integral de la región; lo cual ha demostrado la hipótesis de trabajo.

Conclusión

La tesis ha evidenciado la necesidad de fomentar la participación, apreciación, valoración e interés sobre el arte y la cultura entre la población local, así como entre los visitantes de otras ciudades y/o regiones, con el fin de fortalecer los lazos de identidad y pertenencia con la región. La creación de espacios culturales inclusivos y accesibles, la promoción de actividades artísticas y la generación de alianzas estratégicas entre instituciones públicas y privadas se presentan como estrategias clave para dinamizar la escena cultural de Veracruz y potenciar su proyección a nivel nacional e internacional.

La sinergia entre el arte, la cultura y el turismo se revela como un camino prometedor para enriquecer la vida de la comunidad, generar oportunidades económicas y proyectar a Veracruz como un destino culturalmente enriquecedor y turísticamente atractivo; con lo anterior queda demostrada la hipótesis nula, la cual refiere, que a partir del análisis de los factores que influyen sobre el interés en el arte y cultura en

Referencias

- Espeso-Molinero, P., (2019). Tendencias del turismo cultural. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 17 (6), 1101-1114.
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.076>
- Guerrero y Ramos (2014) Introducción al Turismo. E-book. México
- Organización Mundial del Turismo (OMT), (1995): Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo: manual técnico. Madrid
- Sancho, et al, (2018) Introducción al Turismo. Secretaria de la OMT. México
- Santana Talavera, A. (2003). Encuentros turísticos: efectos de los estereotipos en los cambios socioculturales (Islas Canarias). Estudios y Perspectivas en Turismo.
<https://e-veracruz.mx/nota/2022-08-16/turismo/mira-la-historia-y-origen-de-los-nombres-de-los-municipios-de-veracruz>

Anexos

Check List

Ítems de verificación en Cd. y Pto. de Veracruz	SÍ	NO	Observaciones
Los museos ofrecen exposiciones de artistas locales, nacionales e internacionales	X		Los museos prestan un espacio para ofrecer exposiciones de cualquier persona y artistas que quieran presentar su arte.
Los museos implementan talleres educativos artísticos y culturales para niños, jóvenes y adultos		X	Solo dos museos del Puerto de Veracruz implementan talleres artísticos para todas las edades, mientras que los demás museos ya no los implementan por falta de personas dispuestas a impartir dichas actividades recreativas.
Ofrecen exhibiciones permanentes que reflejan la diversidad cultural e histórica de Veracruz	X		En su mayoría los museos ofrecen al público la historia de Veracruz, pero no la diversidad artística y cultural.
Promueven la preservación del patrimonio cultural y la restauración de edificios históricos	X		Los edificios históricos, no les dan mantenimiento, algunos los tienen abandonados y restringen el paso al público.
Facilitan el acceso a espacios públicos para presentaciones artísticas y culturales	X		Proporcionan espacios para presentaciones artísticas y culturales en los cuales si son pinturas o fotografías se les otorga un plazo de un mes para exhibirlas, siempre y cuando se llene un formato en el ayuntamiento.
Apoyan la organización de ferias de los libros literarios y la cultura de Veracruz	X		Algunas librerías no organizan las ferias de libros, únicamente prestan algunos a las escuelas o museos, mucho menos cuentan con libros de la cultura de Veracruz.
Organizan eventos temáticos que destacan la diversidad cultural de Veracruz, como ferias culturales, artísticas y festivales folclóricos	X		Únicamente ofrecen eventos como ferias de comida, danza y música.
Facilitan el acceso a espacios de trabajo para artistas locales, como estudios de pintura o salas de ensayos para músicos y bailarines	X		Facilitan el acceso, siempre y cuando haya difusión y reconocimiento de dicho lugar que ofrece el espacio para que este sea más conocido entre los ciudadanos.

Establece alianza con instituciones educativas para promover actividades culturales entre los estudiantes		X	Es nula la alianza entre las escuelas para promover dichas actividades culturales.
Actividades educativas, como visitas guiadas, talleres y charlas, para fomentar la interacción con las obras de arte	X		Algunos museos no cuentan con personal para otorgar un recorrido al recinto.
Difunden información sobre eventos culturales a través de diferentes canales (redes sociales, páginas web, etc.)	X		Es muy baja la interacción y el marketing que se maneja.
Ofrecen actividades para niños y familias.		X	Solo dos museos de la ciudad ofrecen actividades culturales y artísticas.
Realizan actividades interactivas, como conciertos, proyecciones de cine o charlas con artistas, para atraer a diferentes audiencias	X		Tienen una difusión pobre ocasionando que pocos ciudadanos se enteren de las actividades y asistan.
Proporcionan mantenimiento a los espacios culturales	X		Los museos y bibliotecas los mantienen en constante restauración y cuidado, ya sea de las instalaciones o del mobiliario.
Ofrecen tarifas especiales o descuentos para estudiantes, personas mayores y grupos de bajos recursos.	X		Ofrecen varias tarifas accesibles y gratuitas para todo público.

Elaboración propia.

Cuestionario

Ciudadanos y alumnos de la Facultad de Administración 7mo. semestre del PE LAT de la Universidad Veracruzana Región Veracruz.

¿Qué edad tienes?

Menor de 18

18 – 23 años

24 – 30 años

31 – 40 años

Mayor de 41

¿Cuál es tu ocupación?

Estudiante

Trabajador

Desempleado

Jubilado

Ama de casa

¿En qué medida te consideras una persona interesada en el arte y la cultura?

Muy interesado

Interesado

Poco interesado

Nada interesado

¿Con qué frecuencia asistes a eventos culturales (museos, exposiciones, obras de teatro, etc.)?

Varias veces a la semana

Una vez a la semana

Una vez al mes

Menos de una vez al mes

¿Qué tipo de actividades culturales te interesan más?

Música

Teatro

Danza

Literatura

Artes visuales

¿En tu opinión, por qué hay poco interés en el arte y la cultura en el Puerto de Veracruz?

Falta de recursos económicos

Falta de tiempo

Falta de oferta cultural atractiva

Desvalorización del arte y la cultura

¿Qué factores te influyen para asistir o no a eventos culturales?

Mi interés personal en la temática

El costo de la entrada

El horario de los eventos

La ubicación de los eventos

La disponibilidad del transporte

¿Qué opinas sobre las oportunidades que ofrecen los museos del Puerto de Veracruz?

Son variadas y accesibles

Son limitadas

No conozco las ofertas

¿Qué opinas sobre las oportunidades que ofrecen las bibliotecas del Puerto de Veracruz?

Son suficientes y de calidad

Son insuficientes o de baja calidad

No conozco las ofertas

¿Qué opinas sobre las acciones del Ayuntamiento del Puerto de Veracruz para fomentar el arte y la cultura?

Son suficientes y efectivas

Son insuficientes o poco efectivas

No conozco las acciones que se realizan

¿Qué medidas te gustaría que se tomarán para aumentar el interés por el arte la cultura en el Puerto de Veracruz?

Mayor difusión de eventos culturales

Reducción del costo de entradas y actividades

Ampliación de la oferta cultural

Mejora de la infraestructura cultural

¿Qué mensajes le darías a los ciudadanos sobre la importancia de fomentar el arte y cultura en el Puerto de Veracruz?

CALIDAD EN EL SERVICIO: RUTAS CAFÉ DEL GRUPO ADO DEL PUERTO DE VERACRUZ, VER.

Resumen

En la presente investigación de corte descriptivo, analítico y explicativo utilizando un enfoque cualitativo por medio de un análisis FODA y un Check List y cuantitativo por medio de una entrevista a la Jefa del Departamento de Terminal, de la Central de Autobuses de Oriente (ADO), una encuesta a los colaboradores y un cuestionario a los clientes, el objetivo de este trabajo de investigación es analizar el desempeño laboral de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO del Puerto de Veracruz para medir la calidad en el servicio al cliente. Algunos de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO, Veracruz, no cuentan con la disposición necesaria para la atención al cliente y esto podría provocar consecuencias al establecimiento al no poder satisfacer las necesidades del cliente. Por lo tanto, es necesario analizar el desempeño a los colaboradores y así desarrollar soluciones efectivas para que esto no ocasione algunas consecuencias como pérdida de ganancias, mala fama hacia el lugar o despidos injustificados.

Palabras clave: Desempeño laboral, calidad del servicio, capacitación, satisfacción del cliente, competitividad.

Introducción

En la presente investigación aborda de manera minuciosa la importancia de la calidad en el servicio turístico en la región de Veracruz. Este estudio se caracteriza por su enfoque descriptivo, explicativo y analítico, que permite una comprensión profunda de los factores que inciden en la experiencia de los turistas que visitan las Rutas Café del Grupo ADO.

Con un enfoque riguroso y orientado a resultados tangibles, esta investigación no solo busca enriquecer el conocimiento académico en el campo de la administración turística,

sino también ofrecer recomendaciones prácticas y aplicables que puedan tener un impacto positivo en la industria turística de la región.

A través de un análisis profundo y fundamentado, esta tesis se posiciona como una contribución significativa al ámbito de la gestión turística, destacando la importancia de la excelencia en el servicio al cliente para impulsar el crecimiento y la promoción del turismo en Veracruz.

El bajo rendimiento de desempeño laboral, al alto ausentismo por parte los colaboradores e incluso la mayor rotación de personal son ejemplos del deficientemente rendimiento de los mismos a la hora de atender al cliente, muchos de ellos no cuentan con la experiencia necesaria para poder desempeñar correctamente su trabajo, y muchas de las veces, esto traería consecuencias significativas a la empresa Rutas Café del Grupo ADO del puerto de Veracruz, que en el área de administración de empresas comerciales presentan múltiples colaboradores al no poder atender correctamente al cliente y esto ha ocasionado que muchos de los colaboradores sean reportados, al igual se encuentra una significativa falta de comunicación en el servicio.

Por lo tanto, en base a lo anterior, se hace necesario trabajar con la siguiente pregunta de investigación: ¿El análisis del desempeño laboral en los colaboradores de Rutas Café ADO del Puerto de Veracruz, medirá la calidad en el servicio al cliente?, teniendo como objetivo general: Analizar el desempeño laboral de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO del Puerto de Veracruz para medir la calidad en el servicio al cliente. Los beneficios de este enfoque son múltiples, para la empresa, toda vez que se espera una mejora en la calidad del servicio, lo que se traduce en una reducción de quejas, un aumento de la satisfacción del cliente y la fidelización de la base de clientes, para los colaboradores, el análisis del desempeño laboral y la implementación de estrategias de mejora se traducen en un mayor desarrollo profesional, con oportunidades de aprendizaje y crecimiento dentro de la empresa.

También, se espera que el estudio tenga un impacto positivo en la calidad del servicio por parte de los colaboradores y que sus resultados puedan ser utilizados por otras empresas del sector turismo para mejorar el desempeño de sus colaboradores y la calidad del servicio. El análisis del desempeño laboral de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO del puerto de Veracruz se presenta como una herramienta valiosa para mejorar la calidad del servicio restaurantero en general y así poder cumplir con la hipótesis de trabajo: El análisis del desempeño laboral de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO del puerto de Veracruz medirá la calidad en el servicio al cliente.

Marco Teórico.

“Al hablar de cultura organizacional debe asumirse que, en su concepción integral, presupone todas las prácticas, los valores, las presunciones, las costumbres y los hábitos, la filosofía, el clima laboral, los significados compartidos, los lenguajes, los rituales, los códigos y los reglamentos, las manifestaciones, las creencias, los modos de pensar, producir o hacer y actuar o comportarse, de generar información y contenido simbólico, de integrarse o asociarse; las formas de percepción y los sentimientos que se generan en el interior de las organizaciones, en los que se involucran los distintos tipos de públicos”. (Calvo de Mora, 1991:112)

Definición y conceptos

“La cultura organizacional es un concepto central en la gestión de las organizaciones en la actualidad, pues tanto directivos empresariales en diversas compañías, como académicos e investigadores, no dudan en concebirlo como elemento clave en el momento de gestionar y direccionar el rumbo de las organizaciones o de comprender aspectos de su funcionamiento y del comportamiento organizacional. No obstante, esta centralidad y vigencia del concepto, no es fácil establecer una definición unificada, ya que en la actualidad “prevalece una ausencia de consenso sobre su definición” (Vesga, 2013:94)

Elementos de la Cultura Organizacional

“Es importante tener en cuenta que también se busca lograr un compromiso con la empresa y que los trabajadores sean felices de trabajar en ella. Además, el tema de cultura organizacional ha sido abordado por diversos autores de en diversas investigaciones, que favorece el enriquecimiento de dicha variable y muestra lo importante que ha sido y seguirá siendo para las organizaciones, además de dejar en claro como las empresas pueden lograr mejores resultados gracias a la cultura organizacional que poseen, de acuerdo con Berson, Oreg y Dvir (2008) mencionan que también permite obtener resultados firmes.

Es por ello por lo que las empresas buscan que sus trabajadores desarrollen un sentido de lealtad y pertenencia hacia la propia organización volviéndose más productivos y, favoreciendo así al desarrollo de diversos elementos que conforman una cultura organizacional tales como su misión, visión, valores, etc. siendo también un marco de referencia y distinción ante la competencia (Pous, 2007).

Aunado a lo anterior, este aspecto es de gran relevancia en el análisis de las organizaciones debido a que todas las estrategias, actividades, funciones y procesos que se realicen en las empresas son gestionados por personas y éstos llevan a cabo sus funciones de acuerdo con la cultura organizacional en la que se encuentren, siendo además un factor determinante en el subsistir de las mismas.” (Palafox, Ochoa, Jacobo,2019:3)

En lo que respecta a la definición de gestión empresarial, no se ha logrado unanimidad, sin embargo, algunos autores como León (2008) establece que se puede definir como la actividad empresarial que busca a través de personas (como directores institucionales, gerentes, productores, consultores y expertos) mejorar la productividad y por ende la competitividad de las empresas o negocios.

Definición y concepto

Una óptima gestión no busca sólo hacer las cosas mejor, lo más importante es hacer mejor las cosas correctas y en ese sentido es necesario identificar los factores que influyen en el éxito o mejor resultado de la gestión”. (León, 2008).

Desde otra perspectiva Hernández (2011: 9,10 y 14), define la gestión empresarial, como: “Gestión empresarial en todas las áreas de negocio y actividades de organización son los actos de reunir a las personas para lograr las metas y objetivos deseados. Comprende la planificación, organización, dotación de personal, lo que lleva a dirigir y controlar una organización (un grupo de una o más personas o entidades) o del esfuerzo con el fin de lograr un objetivo.

Tipos de Gestión

Análisis estratégico, Gestión organizacional o proceso administrativo, Gestión de la tecnología de información, Gestión financiera, Gestión de Recursos Humano, Gestión de personal (Hernández, 2011:13,14)

Gestión del Talento Humano

La gestión del talento humano es un área muy sensible a la mentalidad que predomina en las organizaciones. Es contingente y situacional, pues depende de aspectos como la cultura de cada organización, la estructura organizacional adoptada, las características del contexto ambiental, el negocio de la organización, la tecnología utilizada, los procesos internos y otra infinidad de variables importantes”. (Vallejo, 1996)

Reclutamiento y Selección

El procedimiento de reclutamiento, selección e integración de recursos humanos es el conjunto de actividades administrativas destinadas a proveer, de manera oportuna y a un costo adecuado, de personal calificado a una organización, buscando el justo equilibrio entre las necesidades de los trabajadores y de la propia empresa. El proceso permanente mediante el cual una organización reúne solicitantes de empleo, de manera oportuna,

económica y con suficiente cantidad y calidad, para que posteriormente concursen en la función de selección, es todo lo que implica el Reclutamiento de recursos humanos, además de dividir a los solicitantes de empleo que se consideran aspirantes, en cuatro grupos principales:

- Persona que nunca han sido contratadas.
- Personas desempleadas por diversas razones.
- Personas subempleadas o con empleo actual.
- Empleados de la compañía para promoción o transferencia a puestos vacantes” (Vallejo, 1996:5)

Capacitación y Desarrollo

Al diseñar sus políticas de capacitación, las empresas piensan, en unos casos, en puestos anónimos, en otros casos (muy pocos) piensan específicamente en quienes los ocupan. En otras palabras, en el contexto organizacional, existe la capacitación dirigida a todos los empleados y el desarrollo de planes de carrera para algunos. Esta distinción conceptual y práctica abre la necesidad de profundizar los planes de desarrollo de carrera y las acciones de capacitación en las empresas, cada una por separado”. (Börth, 2000:2,3)

Evaluación del Desempeño

“La evaluación del desempeño laboral tiene importantes ventajas tanto para las organizaciones como para los trabajadores. Una de sus principales aportaciones es la de aumentar el conocimiento de la organización sobre cómo se está realizando el trabajo. La información obtenida orientará, además, en el diseño y desarrollo de los procesos de selección y en la detección de las necesidades de formación, entre otras estrategias de gestión de los Recursos Humanos. Asimismo, otras utilidades de las evaluaciones para las organizaciones están relacionadas con el reconocimiento de los trabajadores y el desarrollo de planes motivacionales. Por su parte, los trabajadores obtendrán información útil que les permite tener una mayor claridad sobre sus funciones y tareas, tomar conciencia sobre

cómo realizan su trabajo y mejorar sus prácticas laborales. La evaluación del desempeño ha sido objeto de interés de numerosos investigadores y profesionales. (Cabrera, 2014:2)

Motivación y Clima Laboral

Hay una relación significativa entre la motivación y la percepción, porque la motivación se ve influida por la percepción que se tenga de un contexto situacional específico. Igualmente, “el clima organizacional es un concepto integrado que permite determinar la manera como las políticas y prácticas administrativas, la tecnología, los procesos de toma de decisiones, etc. (Chaparro,2006:3-6)

Marco referencial

En el 2005 se impulsa fuertemente la venta de café en las Terminales con la marca: Andén #1, que en la actualidad se está sustituyendo por un nuevo concepto de cafeterías con la marca "Ruta Café".

En 2006 se inicia la aplicación del medidor de la satisfacción de los colaboradores MSC o "Levanta la mano", con el fin de conocer la percepción de la satisfacción de todas las personas que laboramos en las diferentes Empresas del Grupo ADO, con la finalidad de aplicar acciones concretas, sostenidas y hacer del Grupo ADO cada vez más, un mejor lugar para trabajar y que esto se refleje en la calidad del servicio que brindamos a nuestros clientes.

A partir del año 2006 se modifica el esquema societario a través de la fusión de las distintas copropiedades que constituían cada Segmento de Servicio en el Grupo, por lo que ahora cada Socio se vuelve dueño de una parte del Grupo, en lugar de tener distintas participaciones.

- Misión

Transportar personas y bienes, así como comercializar productos y servicios, asegurando la satisfacción de clientes, accionistas, colaboradores y la sociedad.

- Visión

Ser el mejor Grupo Mexicano de Transporte, Logística y Servicio, con líneas de negocio diversificadas, rentable, con excelencia en el servicio, responsabilidad social y laboral.

- Valores

Dado que la empresa está hecha de personas y es para personas éstas son el eje donde se centran los valores del Grupo ADO. Cada persona es un elemento fundamental del todo, por lo que debe ser tratada como un fin en sí misma, con dignidad propia, reconociéndole sus conocimientos, capacidades, experiencia y desempeño. Nunca como un medio o instrumento que puede ser usado y desechado como si fuera una herramienta.

El respeto a la dignidad de las personas y el reconocer que son un fin en sí mismas son una condición necesaria para la vivencia de los valores de la organización.

Empresas Comerciales y Ruta Café.

En la Dirección de Empresas Comerciales ofrecemos un servicio de calidad que cumpla con las expectativas de nuestros clientes y los motive a regresar a consumir una y otra vez. Su principal valor es contar con colaboradores honestos para contribuir al éxito de la empresa.

Marcas de Empresas Comerciales:

- Giro de conveniencia: Vendemos una amplia variedad de productos que satisfacen el antojo del usuario, haciendo más placentera y cómoda su estancia en la Terminal o durante los viajes que realiza. Podemos encontrar refrescos, aguas, chocolates, dulces, chicles, frituras, cigarros, periódicos, revistas y una amplia variedad de alimentos fríos, así como un delicioso café.

- Giro de Alimentos: Está formado por negocios de Cafeterías, Restaurantes y Franquicias donde ofrecemos una amplia gama de platillos de comida rápida, ensaladas, tortas, empanadas y también contamos con comedores.
- Giro de Servicios y Arrendamientos: Ofrecemos servicios complementarios al usuario del auto transporte que les permita tener una estancia más placentera y cómoda dentro de la Terminal, como son: sanitarios, estacionamientos, servicio de internet, renta de espacios comerciales dentro de las terminales para negocios complementarios de productos demandados por nuestros pasajeros. Tenemos instalados banners, letreros, posters y espectaculares que promocionan marcas líderes y que generan ingresos adicionales para la organización. Además, rentamos locales y espacios publicitarios.

Metodología

En el estudio cualitativo se utilizó un Análisis FODA con el fin de evaluar al equipo de Rutas Café del Grupo ADO en el Puerto de Veracruz y reveló una serie de aspectos tanto positivos como áreas de oportunidad que influyeron directamente en la calidad del servicio ofrecido a los clientes

“En términos de conocimiento sobre materiales y procedimientos, se observó un nivel adecuado en la mayoría del personal, aunque se evidenció que regularmente enfrentaban dificultades al responder correctamente a los exámenes sobre los productos. Este hallazgo sugirió la necesidad de reforzar la formación y actualización del equipo en cuanto a los productos ofrecidos, con el fin de garantizar un servicio informado y de calidad”.

También se realizó Check List para poder observar una serie de aspectos tanto positivos como áreas de oportunidad que incidieron directamente en la calidad del servicio ofrecido a los clientes. En términos de conocimiento sobre materiales y procedimientos, se observó

un nivel adecuado en la mayoría del personal, aunque se evidenció que regularmente se enfrentaban a dificultades al responder correctamente a los exámenes sobre los productos.

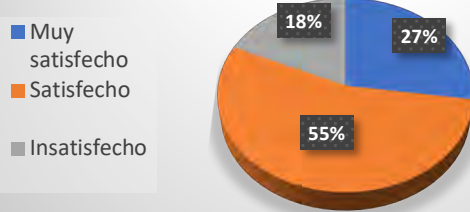
Por medio del enfoque cuantitativo, se realizó una entrevista a la Lic. Karla Jeanette Ortega Novelo jefa del departamento de terminal en dónde se profundizó en diversos aspectos relacionados con la evaluación del desempeño de los colaboradores en Rutas Café. La conversación reveló una estructura sólida de evaluación y gestión del rendimiento, así como estrategias específicas para motivar y mejorar el desempeño del personal.

“La Lic. destacó que los principales indicadores utilizados para evaluar el desempeño laboral eran la puntualidad, el servicio y las ventas. Estos aspectos se consideraban fundamentales para garantizar una experiencia satisfactoria para los clientes y contribuir al éxito del negocio. Además, se señaló que las evaluaciones se realizaban de manera mensual, lo que permitía un monitoreo regular del rendimiento y la identificación temprana de áreas de mejora.”

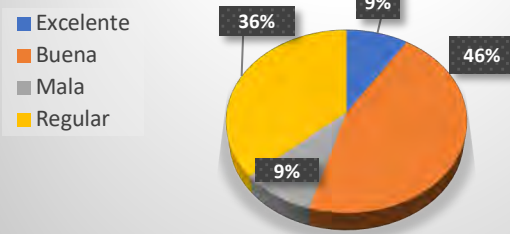
“En cuanto a las acciones tomadas para mejorar el rendimiento de los colaboradores, se mencionaron diversas estrategias, como ofrecer capacitación presencial y trimestral, especialmente enfocada en el manejo de recetas y el mantenimiento de equipos de trabajo. También se destacó la importancia de utilizar los resultados de las evaluaciones para proporcionar retroalimentación individualizada y brindar apoyo adicional a aquellos colaboradores que lo necesitaran”.

Se aplicó una encuesta con 10 preguntas de tipo cerradas por el método de conveniencia a los 11 colaboradores de Rutas Café del Puerto de Veracruz, misma que se presentan en este paper, las cuatro gráficas representativas.

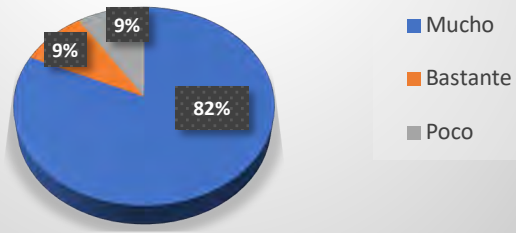
4. ¿Qué tan satisfecho estás con la forma en que el personal maneja las quejas y problemas del cliente?



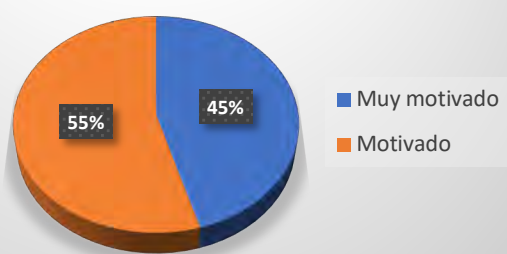
7. ¿Qué tan buena es la relación que tiene con sus compañeros de trabajo?



8. ¿En que medida cree que su trabajo contribuye a la satisfacción al cliente?

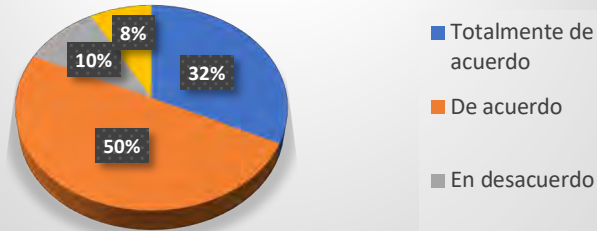


10. ¿Qué tan motivado te sientes para brindar un servicio al cliente excepcional que exceda las expectativas de los clientes?



El cuestionario manejó 11 preguntas de tipo cerradas y una abierta a los clientes de Rutas Café del grupo ADO del Puerto de Veracruz que nos arrojaron las siguientes respuestas:

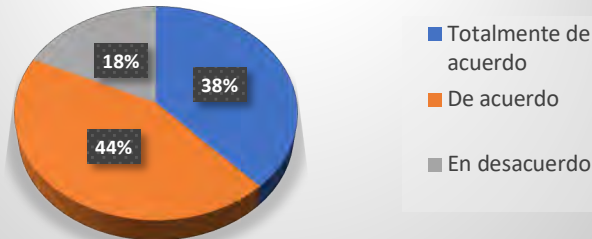
3. ¿Está de acuerdo que el personal está capacitado para ofrecer una buena atención al cliente?



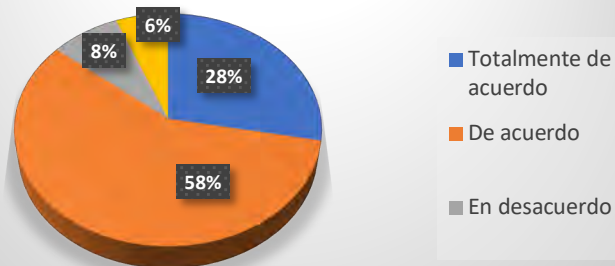
4. ¿Está de acuerdo que se le atendió de forma amable y respetuosa?



5. ¿Considera que podría mejorar el trato que recibió?



9. ¿Volverías a visitar el local?



Conclusión

La investigación llevada a cabo por una servidora en la tesis "análisis del desempeño laboral en los colaboradores de Rutas Café ADO del Puerto de Veracruz para medir la calidad en el servicio al cliente" ha arrojado resultados significativos que destacan la importancia crítica de la gestión del desempeño laboral en el sector turístico.

A lo largo de este estudio explicativo, demostrativo y analítico, se ha evidenciado que el rendimiento de los colaboradores tiene un impacto directo en la calidad del servicio ofrecido a los clientes, lo que a su vez influye en la satisfacción, fidelización y percepción positiva de la marca; lo anterior demuestra la hipótesis de trabajo, la cual refiere, que el análisis del desempeño laboral de los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO del puerto de Veracruz mide la calidad en el servicio al cliente.

Uno de los hallazgos más relevantes de esta investigación es la necesidad imperante de implementar estrategias de capacitación y desarrollo profesional para los colaboradores de Rutas Café ADO. La formación continua en áreas clave como el conocimiento del producto, la atención al cliente, el trabajo en equipo y la resolución de problemas se ha identificado como un factor determinante para elevar la calidad del servicio y mejorar la experiencia del cliente.

Asimismo, se ha constatado que la comunicación efectiva, tanto interna entre los colaboradores como externa con los clientes, juega un papel crucial en la percepción de la calidad del servicio.

Además, se ha observado que la aplicación de herramientas de medición como encuestas, cuestionarios y análisis FODA han permitido identificar áreas de oportunidad como mejoras específicas en el desempeño laboral de los colaboradores, ofreciendo a la gerencia de Rutas Café del Grupo ADO la oportunidad de implementar acciones correctivas y preventivas de manera proactiva.

Estas acciones no solo tienen el potencial de mejorar la calidad del servicio al cliente, sino que también pueden traducirse en beneficios tangibles para la empresa, como la reducción de quejas, el aumento de la satisfacción del cliente, la optimización de recursos y el incremento de las ventas.

Por lo tanto, la presente investigación no solo aporta conocimientos teóricos y empíricos al campo de la gestión turística, sino que también ofrece recomendaciones prácticas y aplicables que pueden tener un impacto directo en la competitividad y sostenibilidad de Rutas Café del Grupo ADO en el mercado turístico de Veracruz. La importancia de invertir en el desarrollo del capital humano, en la mejora de los procesos de comunicación interna y en la implementación de estrategias de mejora continua se erige como pilares fundamentales para garantizar la excelencia en el servicio al cliente y la diferenciación en un entorno altamente competitivo.

La investigación destaca la relevancia estratégica de la gestión del desempeño laboral en el sector turístico, subrayando la necesidad de enfocarse en la formación, la comunicación y la evaluación constante para alcanzar altos estándares de calidad en el servicio. Las implicaciones de este estudio trascienden el ámbito académico para ofrecer directrices claras y fundamentadas que pueden guiar a las empresas turísticas hacia la excelencia operativa, la satisfacción del cliente y el éxito sostenible en un mercado dinámico y exigente.

Referencias

- Berson, Y., Oreg, S., & Dvir, T. (2008). CEO Values, Organizational Culture and Firm Outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 29(5), 615-633
- Böhrt Pelaez, M. R. (2000). Capacitación y desarrollo de los recursos humanos: reflexiones integradoras. *Revista ciencia y cultura*, (8), 123-131.
- Cabrera, D. D., Fernaud, E. H., Díaz, R. I., Rodríguez, N. D., Vilela, L. D., & Sánchez, C. R. (2014). Factores relevantes para aumentar la precisión, la viabilidad y el éxito de los sistemas de evaluación del desempeño laboral. *Papeles del psicólogo*, 35(2), 115-121.
- Calvo de Mora, J. (1991). ¿Conocimiento del clima o la cultura en las organizaciones: qué hacer? *Actas de las Jornadas de Estudio sobre el Centro Educativo: nuevas perspectivas organizativas*.
- Chaparro Espitia, L. (2006). Motivación laboral y clima organizacional en empresas de telecomunicaciones: factores diferenciadores entre las empresas pública y privada. *Innovar*, 16(28), 7-32.
- Hernández y Pulido (2011). *Fundamentos de Gestión Empresarial*. McGraw-Hill/Interamericana Editores, SA de CV
- León, R. (2001). Cultura organizacional y liderazgo: Reflexiones sobre algunos resultados de entidades bancarias. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17(2), 155-172.
- Palafox Soto, M. O., Ochoa Jiménez, S., & Jacobo Hernández, C. A. (2019). La cultura organizacional como base para la permanencia en las organizaciones. *Revista San Gregorio*, (35), 198-207.
- Pous, G. C. (2007). Cultura organizacional e identidad. *Hospitalidad ESDAI*, 1(11), 25-45.
- Vallejo Salinas, J. C. (1996). El proceso de reclutamiento y selección de recursos humanos (Doctoral disertación, Universidad Autónoma de Nuevo León).
- Vesga R., JJ, (2013). Cultura organizacional y sistemas de gestión de la calidad: una relación clave en la gestión de las instituciones de educación superior. *Revista Guillermo de Ockham*, 11 (2), 89-100.

Anexos

Check List

Rutas Café del Grupo ADO del Puerto de Veracruz	Sí	No	Observaciones
Demuestran conocimiento profundo en materiales y procedimientos de su área de trabajo.	X		Tienen conocimientos acerca de los materiales de trabajo y procedimientos, aunque regularmente les hacen un examen (Cuestionario) para ver que tal saben sobre los respectivos productos y muchas veces suelen salir mal.
Saludan a los clientes de forma cordial y profesional.	X		La mayoría de los baristas si tienen una buena atención al cliente, pero algunos si suelen ser más informales y algunas veces groseros.
Administran el tiempo de forma efectiva y cumple con las tareas a tiempo.	X		Suelen administrar bien su tiempo, aunque en ocasiones tienen algunos problemas, ya que algunos llegan tarde y provocan que los que están antes salgan más tarde y en ocasiones no tienen a tiempo las cosas solicitadas por sus superiores.
Trabajan de manera proactiva y busca mejorar su trabajo.	X		La mayoría si busca un crecimiento, mientras los demás se quedan en su zona de confort.
Cumplen con las normas y reglamentos de la empresa.	X		Si los cumplen, aunque a veces descuiden, por ejemplo; el uniforme de trabajo y no lo traen como corresponde.
Identifican y resuelven problemas de forma efectiva.	X		La mayoría si suele ser eficiente y resolver los problemas de forma práctica y efectiva, otros suelen pedir ayuda.
Facilidad para poder desenvolverse.	X		Suelen desenvolverse bien y tienen facilidad de comunicación con los clientes.
Buena actitud a la hora de trabajar en equipo.		X	La mayoría no sabe trabajar en equipo, no se saben comunicar con sus compañeros de trabajo.
Ofrecen un servicio amable y cordial a los clientes.	X		La mayoría si, aunque hay veces en las que no son amables con los clientes.
Los clientes parecen disfrutar del servicio que los colaboradores brindan.	X		Si, dependiendo el barista que los atiende.

Elaboración propia

Encuesta a los colaboradores de Rutas Café del Grupo ADO, Veracruz

El motivo de esta encuesta es identificar la satisfacción laboral de los colaboradores.

Seleccione la respuesta correcta de acuerdo con su criterio.

Sexo: F M

Edad

¿En qué medida cumple con las responsabilidades a su cargo?

Siempre

Algunas veces

Pocas veces

Nunca

¿Qué tan satisfecho estás con la forma en la que el personal maneja la quejas y problemas de los clientes?

Muy Satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Nada Satisfecho

¿Qué tan capacitado se siente para realizar su trabajo?

Muy capacitado

Capacitado

Poco capacitado

Nada capacitado

¿Qué tan satisfecho está con la comunicación que recibe de sus superiores?

Muy satisfecho

Satisfecho

Insatisfecho

Muy insatisfecho

¿Qué tan buena es la relación que tiene sus compañeros de trabajo?

Excelente

Buena

Regular

Mala

¿En qué medida cree que su trabajo contribuye a la satisfacción al cliente?

- Mucho
- Bastante
- Poco
- Nada

¿Qué tan satisfecho está con el reconocimiento que recibe de su trabajo?

- Muy satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Muy insatisfecho

¿Qué tan probable es que siga trabajando en Rutas Café en el futuro?

- Muy probable
- Probable
- Improbable
- Muy improbable

Cuestionario a clientes de Rutas Café

El motivo por el cual se realizó este cuestionario es con lo finalidad de recopilar información de los clientes para conocer como es la manera en lo que son atendidos. Con 10 preguntas y con cuatro opciones de respuesta de opción múltiple y una pregunta cerrada.

Marque con una X la respuesta que considere correcta de acuerdo con su criterio.

Pregunta Opciones de respuestas

1. ¿Considera que el personal está capacitado para ofrecer una buena atención al cliente?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

2. Considera que se le atendió de forma amable y respetuosa?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

3. Considera que podría mejorar el trato que recibió?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

4. Considera que los factores internos de la empresa afectan el desempeño laboral?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

5. ¿El servicio fue rápido y eficiente?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

6. ¿El local estaba limpio y ordenado?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

7. ¿Volverías a visitar el local?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

8. ¿Considera que hay algo en lo que debería mejorar o cambiar el servicio?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

9. En general, ¿estás satisfecho con el servicio recibido?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo
- c. En desacuerdo d. Totalmente en desacuerdo

10. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la atención al cliente?

RUTA TURÍSTICA NATURAL, CULTURAL E HISTÓRICA: MUNICIPIO DE MINATITLÁN, VER.

Resumen

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico, que tiene como objetivo elaborar una propuesta de mejora mediante una ruta turística en el Municipio de Minatitlán, Ver., donde se revela como una experiencia integral que fusiona la belleza de la naturaleza, la riqueza cultural y la narrativa histórica de la región.

Desde paisajes cautivadores hasta monumentos que cuentan historias centenarias, esta ruta ofrece a los visitantes la oportunidad de sumergirse en la autenticidad de Minatitlán, explorando su pasado, disfrutando de su presente y conectando con la hospitalidad de su gente.

Un recorrido que va más allá de lo turístico, dejando una impresión duradera de la diversidad y el encanto de este rincón minatitleco. Esta ruta turística sería un nuevo indicio de posicionarlo como un nuevo municipio turístico a nivel estatal y en algún futuro sería a nivel nacional. Cabe mencionar que esta propuesta promovería lo que es la sustentabilidad, esto con el fin de conservar lo que ya tiene el Municipio de Minatitlán.

Introducción

En la actualidad, el turismo se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos para muchas regiones, proporcionando oportunidades económicas y culturales, el municipio de Minatitlán no es una excepción, ya que posee una rica historia, belleza natural y un patrimonio cultural único que atraerá visitantes de todo Veracruz y en algún punto de todo México y el mundo.

Debido a que los ciudadanos de Minatitlán tienen un enorme desconocimiento de lo que cuenta en sí el municipio, en donde no le dan el valor oportuno a conocer sus atractivos turísticos, de darle la oportunidad de indagar más en su historia y en la cultura que enriquece a esta región. Por lo consiguiente, el diseño de una ruta turística natural, cultural e histórica sería una oportunidad de posibilitar la admiración, el disfrute y la apreciación de sus sitios potencialmente turísticos. Esto ayudaría a mejorar la economía local y tener mejor gestión turística.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.”, y por su versatilidad en el ámbito de comprensión y desarrollo, el turismo es dinámico por sus múltiples ópticas, sus formas de tratamiento y porque se desarrolla una interacción que siempre está en constante cambio.

En el Plan Nacional de Desarrollo (2019 - 2024) se establece y orienta que, todo el trabajo que realizaran las y los servidores públicos los próximos seis años, para lograr el desarrollo del país y el bienestar de las y los mexicanos, requiere de impulsar los servicios, recurso y atractivos turístico de la región, mismo objetivo se destaca en el Plan Veracruzano de Desarrollo (2019 – 2024) el cual hace mención que se quiere impulsar un turismo sostenible e inclusivo que favorezca económicamente a cada región del Estado mediante la promoción de su diversidad turística, por lo cual busca diversificar los servicios turísticos nuevos y existentes mediante la promoción y difusión de la Entidad.

La Agenda 2030 (2015) en el objetivo 8: Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos y el objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización sostenible y fomentar la innovación, ambos promueven el desarrollo turístico del sector a nivel regional sostenible a través de corredores turísticos.

De este modo, el Plan Municipal de Desarrollo del Municipio de Minatitlán 2022 – 2025; nos dice que en base a la toma de decisiones se construye en conjunto con la sociedad para eficientarlas y establecer la participación democrática en la elaboración del plan, no solo es un mandato señalado por la ley, sino que ayuda a que los ciudadanos se apropien de las soluciones planteadas y permitan su continuidad a largo plazo, así como el ejercicio de la propia implementación.

A partir de la información anterior, se formula la siguiente pregunta: ¿El diseño de una ruta turística en el Municipio de Minatitlán, Ver., mejorará la gestión turística?, mismo que nos lleva a identificar el objetivo general el diseñar una ruta turística en el Municipio de Minatitlán, Ver., para mejorar la gestión turística.

La investigación propuesta busca recabar la mayor información para la buena gestión turística en el municipio y poder aprovechar los atractivos naturales, culturales e históricos del municipio de una manera sustentable y crear una ruta turística para el municipio de Minatitlán, la cual sería muy interesante y totalmente necesaria, ya que, no se ha estructurado una ruta que genere un recorrido fundamentado en los gustos y preferencias del viajero, aprovechando la potencialidad de la ciudad con servicios, atractivos, costumbres, tradiciones, eventos culturales y recursos naturales que ofrece este destino.

Metodología

En esta investigación se utilizaron dos técnicas de recolección de datos desde el enfoque cualitativo; el análisis FODA y un check list; y de la misma forma, se utilizó el método cuantitativo aplicando dos instrumentos de recopilación de datos, la entrevista a la Jefa de turismo del municipio y encuestas a la población receptora pertenecientes al municipio de Minatitlán, Veracruz.

De acuerdo con Huerta (2020:3), “el análisis FODA es una herramienta clave para hacer una evaluación pormenorizada de la situación actual de una organización o persona sobre

la base de sus debilidades y fortalezas, y en las oportunidades y amenazas que ofrece su entorno. Es también una metodología de trabajo que facilita la toma de decisiones.”

Bolaños y Muñoz (2015:52), menciona que “los listados de verificación (Checklist) son una ayuda cognitiva para la realización de determinadas actividades. Se ha demostrado su eficacia tanto para garantizar la correcta ejecución de funciones, como en la prevención de errores al sistematizar las acciones y constituir un recordatorio de las mismas”, en definitiva, es útil para cualquier situación que emerge al proceso sistematizado para prever cualquier tipo de falta.

Hurtado y Toro (1998:63), mencionan que, “la investigación Cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema, que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos”.

Desde su punto de vista de Sullivan (1977), la entrevista es una situación en la cual la comunicación vocal, en un grupo de dos o más integrantes, donde se desarrolle un progresivo experto-cliente, cesto con el propósito de persuadir al sujeto entrevistado, en el cual experimente como productoras de dificultades, con finalidad de tener un resultado obtener algún beneficio.

Para Trespacios y cols. (2005:96) “las encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo.”

En esta investigación se utilizará el método de probabilístico finito para realizar 123 encuestas aplicando la fórmula de muestreo con la cual la encuesta contará con un total de 10 preguntas. En el municipio de Minatitlán se aplicarán 123 encuestas a los ciudadanos por medio de un Google Forms. El motivo el cual se va a realizar 123 encuestas es porque

una vez dada el número de la población el cual es 144,776 de habitantes, se le aplicará al 5% de probabilidad.

Fórmula para obtener el número de muestra para aplicarla es la siguiente:

N= población

N= muestra (cantidad de personas)

p= probabilidad a favor

q= probabilidad en contra

z = nivel de confianza

e =error de la muestra

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 144,776}{0.05^2(144,776 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

Marco teórico.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994), “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros”. (Pérez, 2013)

Cabe destacar que la gestión turística es un juicio dinámico, participativo, eficiente y eficaz; consistente en planear, organizar, liderar y controlar las operaciones en la existencia, desarrollado por una pieza de trayectoria que cuenta con grupos de personas, recursos y autoridad para el establecimiento, logro y mejora de los propósitos de constitución de la distribución, sobre la base del sensatez de las leyes y principios, de la sociedad, la naturaleza humana y la habilidad, así como de información en general. (Pérez 2006).

Una ruta turística es definida como una ruta trazada para que los turistas puedan conocer y visitar los diferentes atractivos turísticos. Existen dos tipos de rutas turísticas: circulares y lineales. La primera nos indica un punto de partida y a su vez nos va mostrando sus diferentes atractivos naturales, como paisajes; con el objetivo de ir haciendo paradas en

puntos de interés. La segunda, se puede decir que van como lo indica su nombre, en línea, con el fin que los destinos turísticos se vayan ligando entre sí por medio de características en común. (Cruz, 2014)

Marco Contextual. Municipio de Minatitlán, Ver.

Es un cruzamiento español-náhuatl que representa "Lugar dedicado a Mina", en honor a Don Francisco Javier Mina. Para el año 1826, Tadeo Ortiz fundó un pequeño pueblito que llamaría Minatitlán, esto con una fracción de terreno otorgado por Francisco de Lara y Vargas, vecino de Chinameca.

Luego para el año 1831, Minatitlán sería cabecera de la Colonia del Coatzacoalcos. Esto con para la fecha del 28 de mayo de 1853, en ese momento el Presidente de la República Antonio López de Santa Anna declaró al pueblo de Minatitlán, villa y cabecera del territorio de Tehuantepec. Por decreto de 6 de septiembre de 1910, para esto se elevaría como "la villa de Minatitlán", a la categoría de "Ciudad de Minatitlán". Para el año de 1961 se crearía el municipio de Las Choapas, en congregaciones de Minatitlán. Para finalizar en la fecha del 8 de octubre de 1963, se decretaría establecer los límites entre los municipios de Hidalgotitlán y Minatitlán. (Gobierno del Estado de Veracruz, s.f.)

Ruta Turística para el Municipio de Minatitlán, Ver.

Mapa de la ruta



Folleto

Destinos:



Poza Azul



Lomas de Tacozalpa

Parque Natural Protegido "La Montaña"



El Terraplén

Y muchos más!

Tierra de Flechadores

¡Bienvenido!

CONOCE MÁS LA RUTA

Esta ruta turística tiene como finalidad de posibilitar la admiración, el disfrute y la apreciación de paisajes naturales, elementos culturales, valores históricos, piezas y zonas arqueológicas, sitios recreativos y culturas culinarias de la región.

Medios de comunicación

¡CONTÁCTANOS!

 Ruta Los Flechadores

 Ruta Los Flechadores

 922 214 0415

 Av. Miguel Hidalgo 107, Centro, 96700 Minatitlán, Ver.

No te quedes con las ganas de visitar:



\$550 x adulto

\$260 x niño

MINATITLÁN



¡Una aventura de ensueños, nosotros nos encargamos!

¿Qué puedes hacer en la ruta?



Parque Natural Protegido "La Montaña"

Área natural protegida con el objetivo de conocer y promover el turismo de aventura en el municipio.



Lomas de Tacozalpa

Sitio arqueológico con más de 1,000 años de antigüedad conocida también como "Ciudad Serpiente - Jaguar", contiene vestigios de la Cultura Olmeca.

Monumentos importantes de la ciudad

Conoce El Mirador del Puente II, Monumento y Refinería "Lázaro Cárdenas", La Parroquia "San Pedro Apóstol" y sin dejar mencionar el monumento "El Flechador"

Paquete estrella: 3 DÍAS

- Transporte ida y regreso de los destinos
- Ingreso a sitios
- Almuerzo
- Guía turístico
- Seguro
- Recuerdo de la ruta

Experiencias en el paladar

Precio: Depende

Experiencias culinarias, ferias gastronómicas, platos y productos deliciosos representativo de la región: La Carne de Chinameca.



Poza Azul

Zona donde el agua se ve bastante azul (parecido a un cenote), es transparente y extensa, por lo que hay espacio para todo el que la visite.

\$800 x adulto

\$400 x niño

Cartel

Ruta "Los Flechadores" MINATITLÁN, VER.

¡Una aventura de ensueños, nosotros nos encargamos!

LA RUTA INCLUYE POR 2 DÍAS:
 (Transporte | Almuerzo con comida típica de la región | Guía turística | Seguro | Ingreso a 3 sitios)

POR 3 DÍAS:
 (Transporte | Almuerzo con comida típica de la región | Guía turística | Seguro | Ingreso a 4 sitios)
 + UN RECUERDO DE LA RUTA

DESTINOS

- Parque Natural Protegido "La Montaña"
- Las Lomas de Tacojalpa
- El Terraplén
- Poza Azul
- Monumentos importantes de la ciudad

REDES SOCIALES:

Instagram: Ruta Los Flechadores

Facebook: Ruta Los Flechadores

CELULAR:
 922 214 0415

MÁS INFORMACIÓN:
 Av. Miguel Hidalgo 107, Centro, 96700 Minatitlán, Ver.

RUTA LOS FLECHADORES

PAQUETES:

PAQUETE 1
 \$550 x adulto | \$260 x niño
 2 días

- ✓ Ida y regreso de los destinos
- ✓ Ingreso a sitios
- ✓ Almuerzo
- ✓ Guía turística
- ✓ Seguro
- ✓ Transporte

PAQUETE 2
 \$800 x adulto | \$400 x niño
 3 días

- ✓ Ida y regreso de los destinos
- ✓ Ingreso a sitios
- ✓ Almuerzo
- ✓ Guía turística
- ✓ Seguro
- ✓ Transporte
- ✓ Un recuerdo de la ruta

CONTACTO
 922 214 0415
 Av. Miguel Hidalgo 107, Centro, 96700

REDES SOCIALES
 Instagram: Ruta Los Flechadores
 Facebook: Ruta Los Flechadores

Conclusión

La presente investigación logra realizar el análisis de dar a conocer la importancia que tendría el diseñar una ruta turística natural, cultural e histórica en el municipio de Minatitlán, Ver., donde se proporciona una visión profunda y detallada, esto sería un gran impacto en la economía local hasta en su papel en la preservación cultural y ambiental. Actualmente el municipio no cuenta con una buena difusión y gestión turística, esto ha ocasionado que los ciudadanos no reconozcan los atractivos con los que cuenta el municipio y menos tener consideración por la perseverancia de lo natural, cultural e histórico, ya que desconocen de su propia región.

Por lo cual, una ruta turística en el Municipio de Minatitlán sería un enfoque estratégico clave para impulsar el turismo local. Por esto, al identificar y promover los atractivos turísticos, segmentar el mercado, fomentar la sostenibilidad y brindar experiencias enriquecedoras a los visitantes, para que se conciban las bases para un crecimiento

económico y la preservación de la riqueza cultural y natural., con la finalidad de mejorar la efectividad de la ruta turística, no solo se logrará aumentar la derrama económica y la generación empleos en la región, sino potencializar un beneficio significativo, tanto para la comunidad local como para los visitantes, al tiempo que fortalecería la imagen de Minatitlán como un destino turístico.

Referencias

- Bolaños, L., & Muñoz, D. (2015). El check list como herramienta para el desarrollo de la seguridad al paciente quirúrgico. *Revista Cubana de Anestesiología y reanimación*.
- Cruz, D. N. (2014). *Las Rutas Turísticas y su incidencia en el Turismo de Aventura en el Cantón Archidona*. Provincia de Napo: Universidad Técnica de Ambato.
- Estado de Veracruz. (2019). *Plan Veracruzano de Desarrollo*. Obtenido de http://www.veracruz.gob.mx/programadegobierno/wp-content/uploads/sites/9/2022/03/AlineacionPVD2019-2024_PND2019-2024.pdf
- Gobierno del Estado de Veracruz. (s.f.). *Minatitlán*. Obtenido de <https://veracruz.mx/destino.php?Municipio=108>
- Huerta, D. S. (2020). *El Análisis FODA o DAFO*. Madrid: Bubok.
- Hurtado, I., & Toro, J. (1998). *Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio*. Valencia: Episteme.
- Municipio de Minatitlán. (2022). *Plan Municipal de Desarrollo Minatitlán*. Obtenido <http://www.veracruz.gob.mx/finanzas/wp-content/uploads/sites/2/2022/PMD/PMD%20Minatitl%C3%A1n.Veracruz.2022-2025..pdf>
- Naciones Unidas. (25 de septiembre de 2015). *Agenda 2030*. Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Organización Mundial de Turismo. (1994). *Gobierno de México*. Obtenido de https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_T
- Pérez, D. M. (2013). *Antología Economía Turística*. Obtenido de <http://www.unich.edu.mx/wp-content/uploads/2014/01/Economia-Turistica.pdf>
- Pérez, R. (2006). *Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad del destino turístico holguinero*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000300109#B17

Plan Nacional de Desarrollo. (2019). Plan Nacional de Desarrollo. Obtenido de <https://www.planeandojuntos.gob.mx/>

Sullivan, H. (1977). La entrevista psiquiátrica. Psique.

Trespacios, J., Vázquez, R., & Bello, L. (2005). Investigación de Mercados. International Thomson Editores.

Anexos

Interpretación de datos de la entrevista

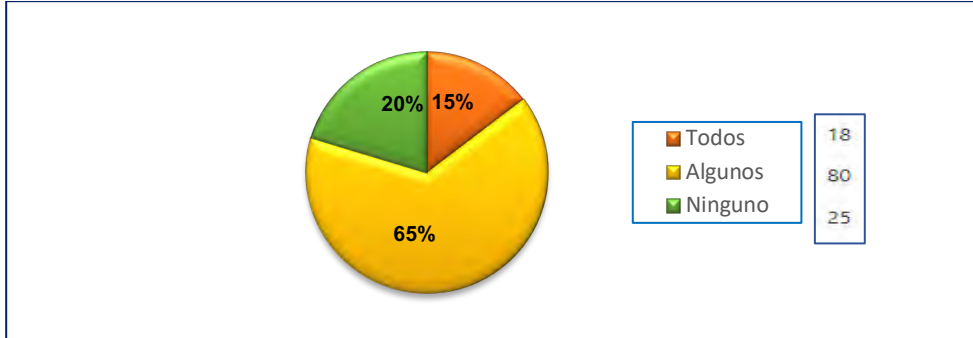
Con las respuestas que obtuvimos en la entrevista con la Lic. Ruth Torres Rendon, nos sirvieron para darnos cuenta de que el municipio si cuenta con gran potencial turístico y que se vuelva un lugar turístico, ya que cuenta con identidad natural, cultural e histórica para ser varios tipos de turismo. De igual manera en algunas preguntas se derivaron varios datos extras que uno desconoce regularmente de su propio municipio. Que más que nada los ciudadanos deben de igual cuidar la imagen del municipio.

La Lic. Ruth comentó que ella si confiaba en el gran potencial de Minatitlán para posicionarse como un municipio turístico, solo que la falta de interés de los gobiernos anteriores y actuales, no le presta el suficiente interés de incentivar a los ciudadanos a participar en eventos culturales y que conozcan de los lugares naturales, culturales e históricos que hay.

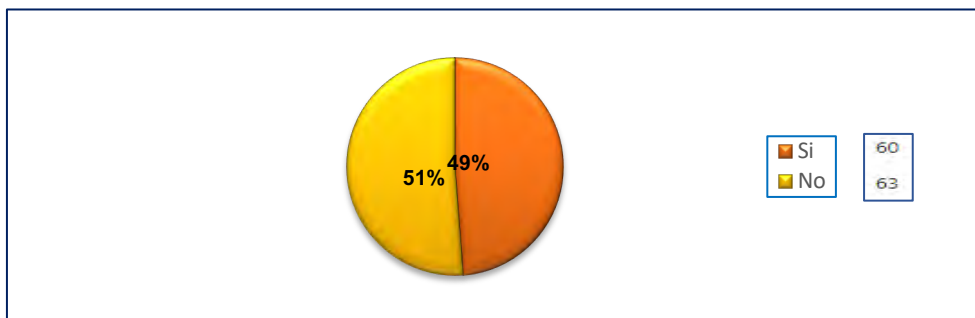
Comenta que también se han encontrado piezas arqueológicas dentro del municipio, sucesos importantes que se podrían representar en un museo local y no en un museo de Xalapa, por esta razón se está tratando de que dichas piezas se regresen al municipio.

Resultados de las encuestas (gráficos)

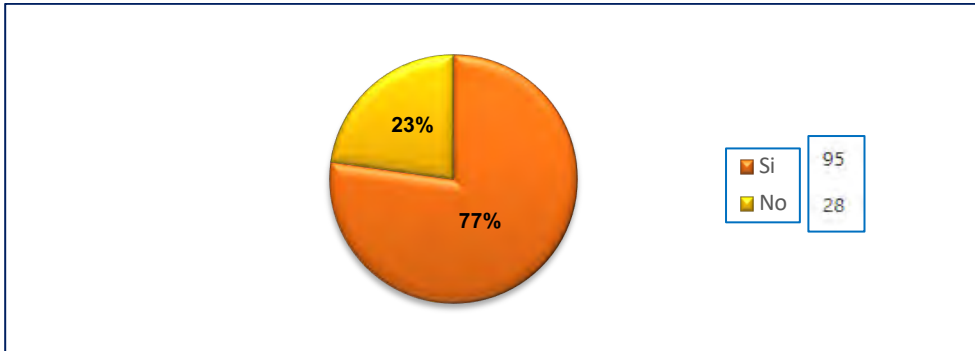
¿Conoce los atractivos naturales que cuenta el Municipio de Minatitlán?



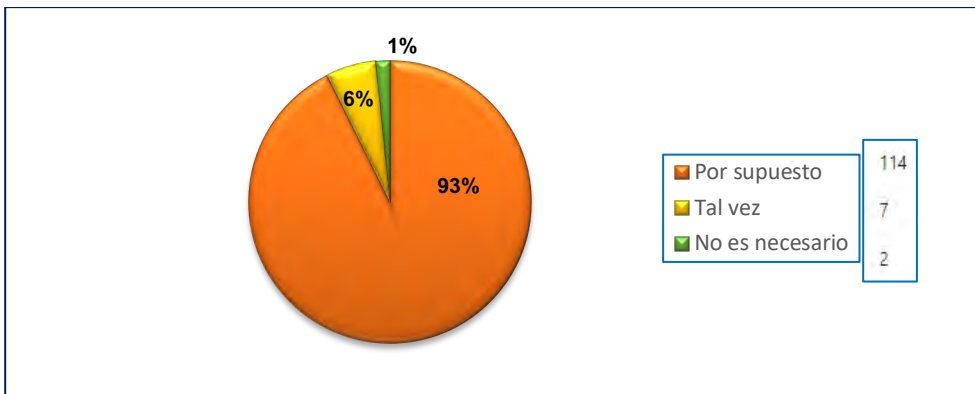
¿Usted ha visitado algún atractivo natural (parques naturales protegido, manantiales, pozas, reservas, etc.) dentro del municipio?



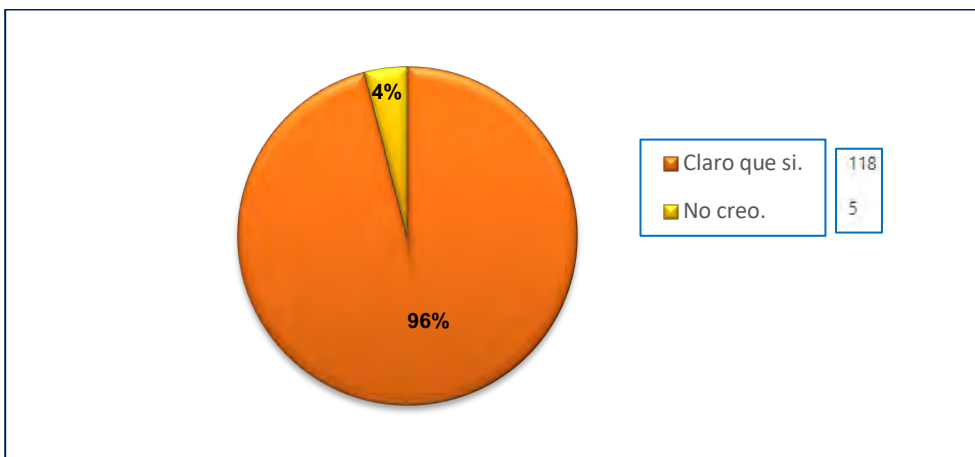
¿Considera que el municipio podría llegar a ser un lugar turístico?



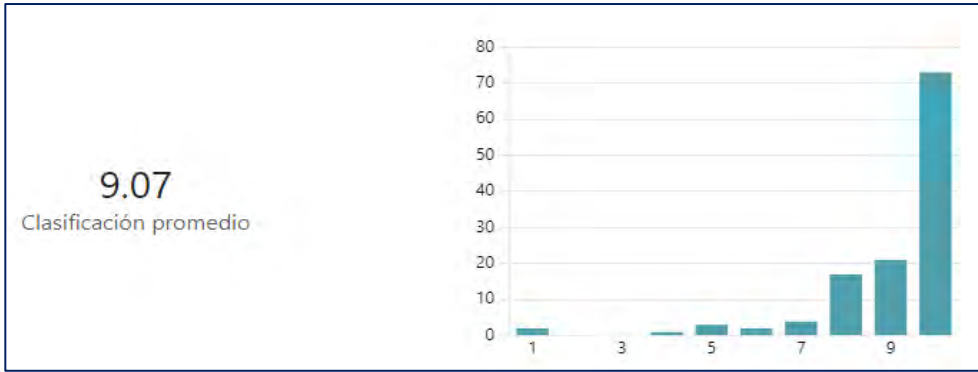
¿Cree que Minatitlán necesita más difusión turística en sus atractivos naturales, eventos culturales, gastronomía, etc.?



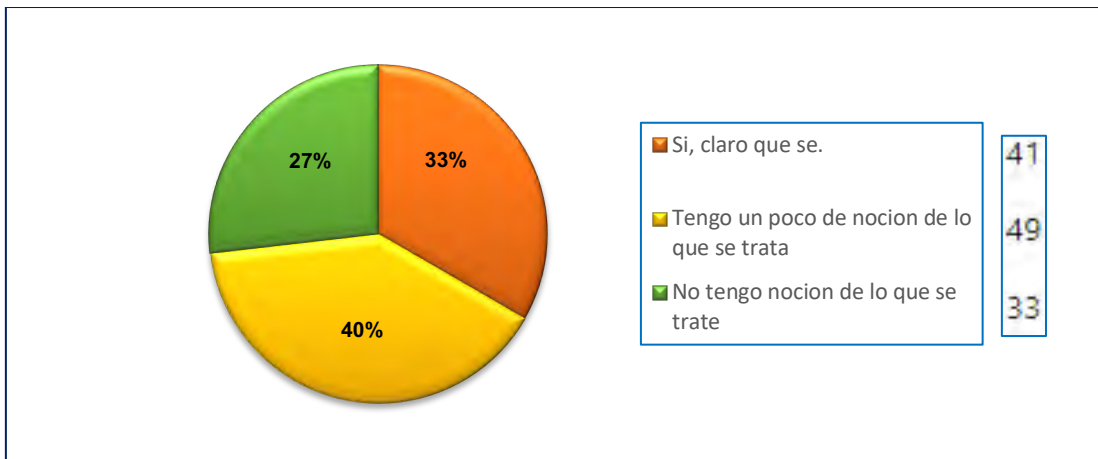
¿Considera usted que una ruta turística haría que Minatitlán tenga un incremento en la economía local?



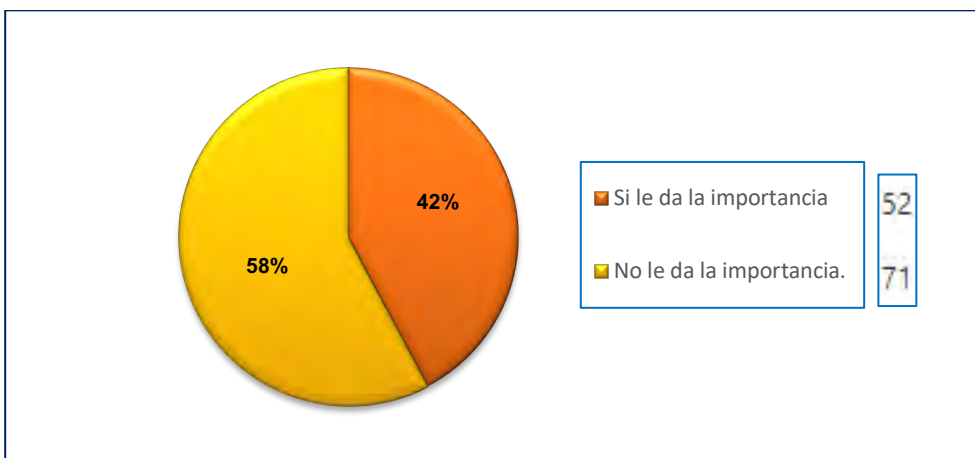
Del 1 al 10, que tanto estaría comprometido a cuidar los lugares naturales y culturales que posee Minatitlán.



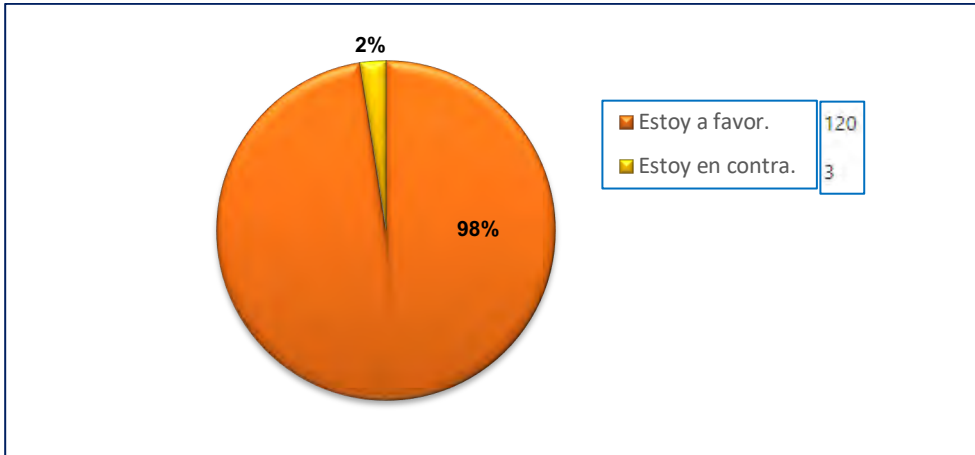
¿Usted conoce sobre el turismo de aventura?



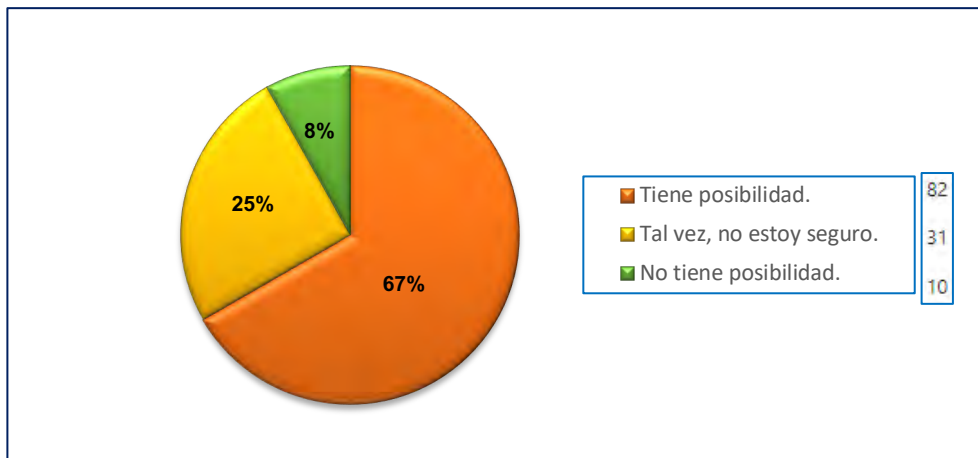
¿Considera que el Municipio de Minatitlán le da la importancia de mejorar su infraestructura (edificios, monumentos, calles, avenidas, centros deportivos, etc.) a la ciudad?



¿le gustaría recibir turistas nacionales e internacionales en un futuro?



Por último, ¿Considera que Minatitlán sería apto para posicionarse a nivel estado como un Municipio Turístico?



ESCENARIOS GLOBALES: IMPACTOS ECONÓMICOS ENTRE MÉXICO Y CHINA.

Resumen

El presente trabajo de investigación es un estudio descriptivo, explicativo y analítico que tiene como objetivo analizar la oportunidad de elaborar y firmar un Tratado de Libre Comercio con la República Popular China. En el análisis se detalla como la ausencia de un Tratado se exhibe como una oportunidad comercial para la sociedad México. El enfoque aplicado permite proyectar cuáles serían los impactos económicos que México podría contraer al establecer un acuerdo bilateral con China. La aplicación de los métodos cualitativos y cuantitativos permiten recabar una vasta y amplia información para un análisis meticoloso.

La oportunidad de elaborar un nuevo tratado, México se potenciaría mediante los recursos económicos, tecnológicos y de capital humano para despojarse de ser denominado una economía emergente. La apertura comercial que se obtendría permitirá contrarrestar los obstáculos con los que se enfrentan los productos de origen mexicano al introducirse a un sector y mercado hermético.

Palabras clave: México, China, Tratado de Libre Comercio.

Introducción

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) se definen como acuerdos reguladores de relaciones comerciales entre dos o más países de manera exhaustiva, su objetivo primordial es impulsar el aumento de los flujos de comercio e inversión. Los Tratados comprenden un conjunto de normas y procedimientos meticulosamente elaborados para asegurar que los intercambios de bienes, servicios e inversiones entre los países signatarios se realicen de manera fluida y eficiente, sin restricciones injustificadas. (Botero, et al.,2004, pág. 5)

En los últimos años, China ha emergido como un actor destacado en el comercio global y ha extendido su influencia al ámbito latinoamericano. Actualmente, ha firmado 10 tratados de libre comercio con 24 países, entre los cuales se encuentran tres naciones latinoamericanas: Chile, Costa Rica y Perú. México se posiciona como el principal socio comercial de China en América Latina. (López & Rodil, s.f)

China se consolidó como una de las principales economías en el comercio global ejerciendo una influencia en el continente asiático. Las relaciones comerciales entre China y México se han visto favorables en los últimos años. China pasó de ser receptor de apoyo económico a ser un destacado proveedor de financiamiento global, por lo que hoy su presencia en el comercio mundial, se estima que es de un 12%, distinguiéndose por su liderazgo en las cadenas de valor globales. (Torres & Orozco, 2022)

El objetivo general del proyecto de investigación es analizar los impactos económicos entre México y China para demostrar la oportunidad de elaborar un Tratado de Libre Comercio, por consiguiente, la hipótesis de trabajo es el análisis de los impactos económicos entre México y China demostrará la oportunidad de elaborar un Tratado de Libre Comercio. La ausencia de un Tratado de Libre Comercio específico entre México y China destaca como una oportunidad para mejorar las relaciones comerciales y promover un mayor desarrollo económico.

Los tratados de libre comercio juegan un papel fundamental en la promoción de relaciones comerciales estables y beneficiosas entre países. Este análisis se configura como una herramienta invaluable para empresas, entidades gubernamentales y académicos interesados en abordar los desafíos derivados de la ausencia de un acuerdo específico entre México y China. (Ventura & Meléndez, s.f.)

De acuerdo con datos de la Secretaría de Economía en 2023, China desempeñó un papel destacado en las operaciones de importación y exportación de México, representando más del 20% del total de transacciones, con un valor de \$9,292 millones de dólares. Esta cifra

equivale al 1.71% de las exportaciones mexicanas y al 18.90% de las importaciones, alcanzando un monto total de \$104,867 millones de dólares. (Secretaría de Economía, s.f.)

Un análisis detallado de los efectos económicos derivados de un Tratado de Libre Comercio permitirá reconocer la gran oportunidad de crecimiento económico que representa para México. En el análisis se abordará el crecimiento que se estimula por la inversión extranjera, lo que a su vez tiene un impacto favorable en el Producto Interno Bruto (PIB). Además, se prevé un incremento en la generación de nuevos empleos, dado que México contará con una mayor presencia de empresas de origen chino.

Marco Teórico

Los Tratado de Libre Comercio

El libre comercio es una antigua aspiración que, en rigor, nace con la ciencia económica a fines del siglo XVIII, pero que solo ha existido, en forma parcial y limitada, en el último tercio del siglo XIX y hasta la I Guerra. El nacimiento del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio después de la II Guerra como segunda opción ante la fracasada Carta de Comercio y Empleo obedece a la necesidad de las grandes potencias comerciales de la época de liberalizar el comercio. (Gazol, 2016, pág.123)

Definición

El Convenio de Viena (1969, pág. 1) define a los tratados como “un acuerdo internacional celebrado por escrito entre Estados y regido por el derecho internacional, ya conste en un instrumento único o en dos o más instrumentos conexos y cualquiera que sea su denominación particular”. (Convención de Viena Sobre El Derecho de Los Tratados, 1969, pág. 1)

Antecedentes de los Tratados de Libre Comercio

La historia de los tratados se remota a los inicios de la humanidad, con registro de su existencia desde el año 2500 a. c. Civilizaciones antiguas como las de Egipto, Babilonia,

Asiria y los pueblos precolombinos como los mayas, zapotecas, incas, olmecas, teotihuacanos y aztecas, practicaban el comercio entre ellos y celebran alianzas y acuerdos que indudablemente son un antecedente de los actuales tratados internacionales. (Becerra & Ávalos, 2020, pág. 6)

Un ejemplo destacado de un Tratado en la antigüedad es el Tratado de Qadesh, celebrado entre Egipto y el reino de los Hititas en el año 1259 a. C. Este tratado se le denomina tratado de paz y también actuaba como una alianza defensiva. En la antigua Grecia y Roma, también se pueden encontrar tratados principalmente de paz que principalmente tenían un carácter religioso. (Becerra & Ávalos, 2020, pág. 6)

La base del derecho de los Tratados se fundamenta por las tres convenciones internacionales de Viena, resultado del trabajo de codificación de la Comisión de Derecho Internacional. La primera convención de Viena es sobre el Derecho de los Tratados, suscrito el 23 de mayo de 1969, entró en vigor el 27 de enero de 1980, la segunda convención es sobre la Sucesión de Estados en Materia de Tratados, firmada el 23 de agosto de 1978; entró en vigor el 6 de noviembre de 1996, pero México no la suscribió. La tercera convención habla sobre el Derecho de los Tratados Celebrados entre Estados y Organizaciones Internacionales o entre Organizaciones Internacionales, firmada el 21 de marzo de 1986. (Becerra & Ávalos, 2020)

El Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) establecido en Ginebra dentro del marco del Acuerdo de Bretton Woods, marcó el inicio de los Tratados internacionales multilaterales de Libre Comercio. Este acuerdo estuvo en efecto desde el 30 de junio de 1948 hasta el 1 de enero de 1995, y fue diseñado para coordinar el desarrollo económico mundial en respuesta a la gran crisis económica que siguió a la Primera y Segunda Guerra Mundial. (Becerra & Ávalos, 2020)

Originalmente ratificado por 23 países, el GATT fue concebido como una medida provisional con el fin principal de establecer la Organización Internacional de Comercio (OIC). Este

objetivo se trazó en la Conferencia de La Habana el 21 de noviembre de 1947, con la firma de su acta final, la "Carta de la Habana", el 24 de marzo de 1948. Sin embargo, la creación de la OIC no se materializó en su momento por la oposición de Estados Unidos. Esto llevó al GATT a convertirse en el "pilar institucional y organizativo del comercio mundial. (Randy et al., s.f.)

Importancia de los Tratados de Libre Comercio

El comercio puede desempeñar un papel crucial como factor para impulsar la productividad, los ingresos y el empleo. Existen evidencias de que la apertura comercial conlleva al aumento del ingreso nacional de los países, lo que se puede traducir como generador de nuevos y mejores empleos, lo que implica mejorar las condiciones laborales. Además, funciona para la transferencia de conocimientos, tecnología y aptitudes. La asistencia para el comercio permite a los países en desarrollo, maximizar los beneficios del comercio al ayudarlos analizar y aplicar los acuerdos comerciales y adaptarse a ellos. (Organización Mundial del Comercio, 2017, pág. 23)

Beneficios de un Tratado de Libre Comercio

Los objetivos de los Tratados de Libre Comercio y de los convenios comerciales son fundamentales para la integración económica de los países involucrados, buscan incrementar el comercio internacional y las exportaciones de los productos o servicios con ventajas competitivas de los países firmantes. Además, incrementan la inversión extranjera, tanto de los inversionistas de los países firmantes como de terceros países. Los acuerdos fortalecen los lazos de cooperación, promoviendo la integración económica que se interpreta como oportunidades de empleo y mejorar el nivel de vida. (Van Den Berghe, 2014, pág. 33)

Beneficios económicos

Los Tratados de Libre Comercio ofrecen múltiples beneficios que conllevan aspectos de tipo comercial, además existen implicaciones positivas para la economía en su conjunto. Los beneficios incluyen un aumento en la tasa de crecimiento económico y, por tanto, en el

nivel de ingreso per cápita, así como en el nivel de bienestar de la población, también un flujo significativo de nueva inversión extranjera, con repercusiones favorables en el volumen de exportaciones, la generación de empleo y la transferencia de tecnología. Además, la creación de empleos derivados de una mayor actividad exportadora y del incremento de la competitividad. (Ministerio de Comercio, 2004)

Marco Contextual

Tratados de Libre Comercio de los que dispone México

Actualmente, México tiene firmando 12 TLC con 46 países y mantiene 32 Acuerdos para la promoción y protección recíproca de las inversiones con 33 países. Además, cuenta con 9 Acuerdos de Alcance Limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y es miembro del Tratado de Asociación Transpacífico. (Agencia Nacional de Aduanas de México, s.f.)

En cuanto a los países proveedores de México, E.E.U.U. ocupa el primer puesto (43,7 por ciento del total), China el segundo (20% del total) y la UE en su conjunto el tercero (10,4%). Además de China, Japón es un fuerte proveedor representando el 3.4 por ciento de las importaciones, Malasia el 2.5 por ciento y Tailandia el 1.3 por ciento. (México Estados Unidos Mexicanos, 2024).

Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM)

El 1 de julio del 2000 entró en vigor el TLCUEM, convirtiendo a México en el primer país de América Latina en firmar un tratado de tal magnitud con la Unión Europea. La firma de este Tratado estableció una alianza estratégica importante, tanto en el ámbito multilateral como en el bilateral en materia de comercio, diálogo político y cooperación. (Bosques, 2018, pág. 3)

La Unión Europea se consolidó como uno de los principales socios comerciales y uno de sus principales inversionistas en México. Desde la entrada en vigor del tratado el comercio

entre México y la Unión Europea se ha cuadruplicado hasta alcanzar un intercambio comercial de 72 mil millones de dólares en 2017. Los miembros del bloque comunitario representan el 30% de las inversiones que recibe México. La Inversión Extranjera Directa aumentó en México 174.8 mil millones de dólares, lo que equivale al 35.9 por ciento de la Inversión Extranjera Directa. (Bosques, 2018)

Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TMEC)

El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), suscrito por México, Estados Unidos y Canadá, entró en vigor el 1 de enero de 1994, de modo que acaba de cumplir veinte años. (Bosques, 2014)

Al momento que entró en vigor, el TMEC significó la creación de un mercado común compuesto por 400 millones de habitantes, y sede de un tercio de la producción mundial, aproximadamente 11 billones de dólares anuales. El Tratado establece las reglas comunes para la eliminación de barreras al comercio de bienes y servicios, movilidad de los flujos de inversión y el respeto a la propiedad intelectual, así como los procedimientos comunes para la resolución de controversias. (Bosques, 2014)

Tratados de Libre Comercio de los que dispone China

La visita del presidente Yang Shangkun en 1990 a países de América Latina como; México, Brasil, Uruguay, Argentina y Chile. Fomento la intensificación de las relaciones comerciales y políticas, ya que, estas se encontraban limitadas. Este aumento en las relaciones es debido al interés de China de asegurar la obtención de materias primas garantizar su alta tasa de crecimiento. (Witker, s.f., pág. 6)

La necesidad china por acceder a materias primas y alimentos ha impulsado las exportaciones latinoamericanas a ese mercado, y simultáneamente ha fomentado la inversión extranjera china en proyectos de extracción de recursos naturales. Esta fuerte demanda china por materias primas y alimentos ha favorecido el alza de los precios y ha garantizado superávits comerciales a Brasil, Argentina, Chile y Perú. Paralelamente, para

asegurarse un mejor acceso a los recursos naturales, China está comenzando a realizar inversiones en la región. (Witker, s.f., pág. 6)

Tratado de Libre Comercio China y Perú

De acuerdo con cifras emitidas por el Servicio Aduanero de China, el comercio bilateral ascendió a un total de \$ 3,919 millones de dólares en el 2006, incrementando un 35.80 por ciento con respecto al año anterior, con \$ 1,009 millones de dólares en exportación y \$ 2,910 millones dólares en importación incrementando en un 65.63% y un 27.82% respectivamente. Actualmente, China es el segundo socio comercial más grande de Perú; mientras que éste último es el sexto socio comercial más grande de China en Latino América. (Tratado de Libre Comercio Entre Perú y China, s.f., pág. 72)

Entre los productos que gozarán de un acceso preferencial al mercado chino figura una amplia gama de productos agrícolas y pesqueros entre los que se encuentran: uvas, espárragos, cítricos, pimientos, tomate, cacao, frutos secos, frejoles, alcachofas, ajos, cebollas, paltas, fresas, harina de pescado, aceite de pescado, pota, pulpos frescos, pescado congelado, langostinos, entre otros. (Resumen Ejecutivo, s.f.)

Metodología

Los enfoques cualitativos y cuantitativos son fundamentales para la recolección de datos en un trabajo de investigación, por ello, fueron implementados a lo largo del proyecto. Por una parte, el método cualitativo permite la aplicación de técnicas e instrumentos con el propósito de obtener información en forma de narraciones, grabaciones, notas de campo, registros escritos, transcripciones de audio y video, fotografías. Mientras que el método cuantitativo es una manera de recolectar y analiza datos obtenidos de diversas fuentes, es una herramienta que permite entender la realidad de una manera imparcial, dado que, se recopila y se analiza los datos a través de los conceptos y variables medibles. La investigación cuantitativa está enfocada en comprobar las proposiciones planteadas en la investigación, esto es mediante la construcción de hipótesis en base a la relación de

variables para posteriormente someterlas a medición logrando así su confirmación o refutación.

La aplicación de herramientas cualitativas, como lo es checklist y las bitácoras, fueron fundamental para identificar aspectos e información que previamente habían pasado desapercibidos. Estas herramientas no solo facilitaron una orientación precisa y adecuada de la investigación, sino que también guiaron de manera efectiva las técnicas de recolección de datos. Gracias a los datos recolectados, el uso de estas herramientas resultó ser exitoso, contribuyendo significativamente al éxito de la investigación.

La aplicación del checklist, como herramienta de investigación permitió evaluar los aspectos y características relevantes para la oportunidad de elaborar y firmar un Tratado de Libre Comercio con China, que se posiciona como una de las economías más firmes. De igual manera, la serie de bitácoras analizadas proporciona una visión detallada y estructurada que delimitan la hipótesis de que un Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México y China podría tener impactos económicos significativos.

El enfoque cuantitativo se apoya en herramientas como la entrevista, cuestionarios y encuestas, con el fin de recolectar datos numéricos y medibles, facilitando la confirmación o refutación de dicha hipótesis. Los datos y la información recolectada se limitaron exclusivamente a un segmento de especialistas en el tema, lo que contribuyó a obtener resultados precisos y relevantes para el área de estudio específica.

El uso de la entrevista como una técnica de recolección de datos funciona como un intercambio de información, siempre hay la participación de dos personas, el entrevistador y entrevistado(s). A través de la implementación de preguntas y respuestas se obtiene una comunicación conjunta de significados respecto a un tema.

La entrevista se aplicó a un doctor en economía siendo un experto en el análisis de economías mundiales, lo que enriqueció notablemente el trabajo de investigación, proporcionando una perspectiva distinta y valiosa. El objetivo de la entrevista es poder analizar y delimitar el comercio exterior de México con China, el flujo comercial que existe en estas naciones y cómo se ve reflejado en los beneficios económicos en comparación con otras naciones con las que se cuenta un tratado de libre comercio.

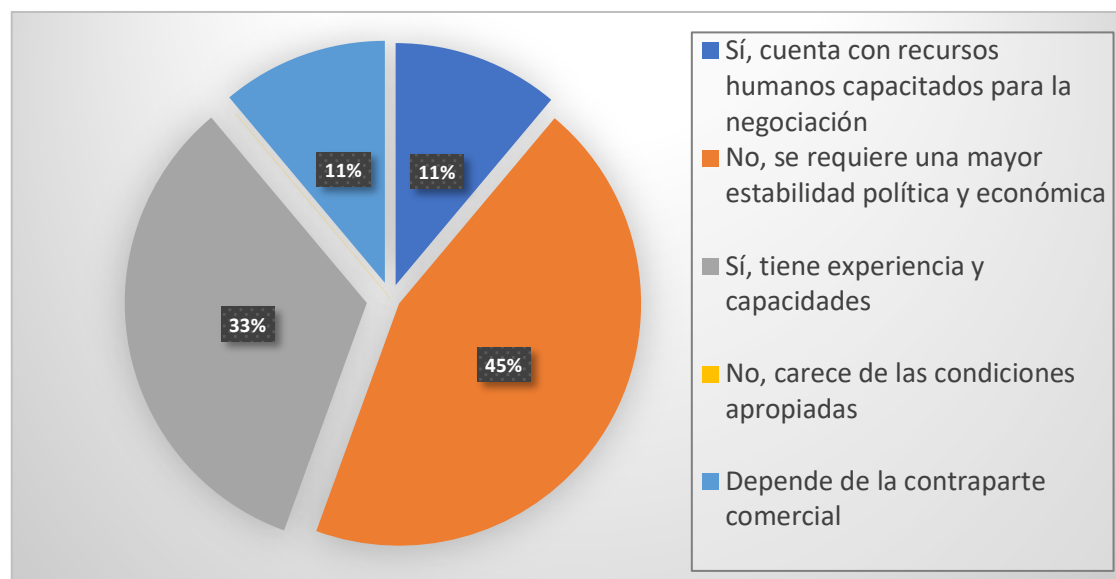
La aplicación de esta técnica se limitó a 9 colaboradores de una Agencia Aduanal en el Puerto de Veracruz, Veracruz. Esta selección permitió obtener una perspectiva más amplia de personas especializadas en materia de comercio exterior, quienes realizan operaciones diarias con proveedores chinos en el ámbito del comercio exterior. Esta elección estratégica se realizó con el objetivo de obtener información valiosa y detallada sobre las interacciones comerciales entre México y China desde una perspectiva práctica y experta.

La aplicación del cuestionario se realizó utilizando la escala de Likert y fue dirigida a estudiantes de octavo semestre de la licenciatura en Logística Internacional y Aduanas. Los estudiantes, debido a su exitosa trayectoria académica, poseen los conocimientos requeridos para ofrecer perspectivas valiosas desde su rol como futuros profesionales. Sus respuestas proporcionan un apoyo comparativo con los profesionales a los que se le aplicó la encuesta y que quizás no cuentan con los conocimientos más recientes que los estudiantes han adquirido de los catedráticos.

Demostración de la hipótesis

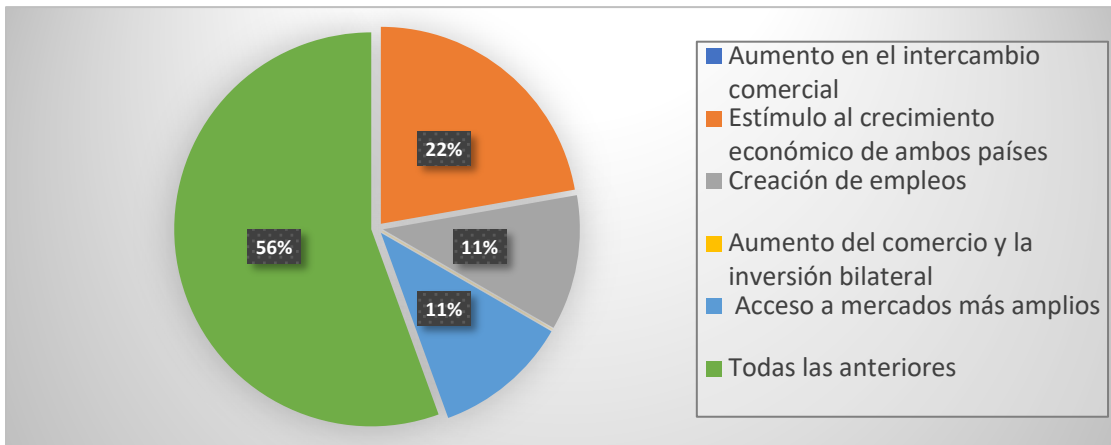
La aplicación de las encuestas a los colaboradores de la agencia aduanal permitió obtener los siguientes resultados que refutan en el tema de investigación.

¿Considera que México cuenta con las bases para realizar otro Tratado de Libre Comercio?



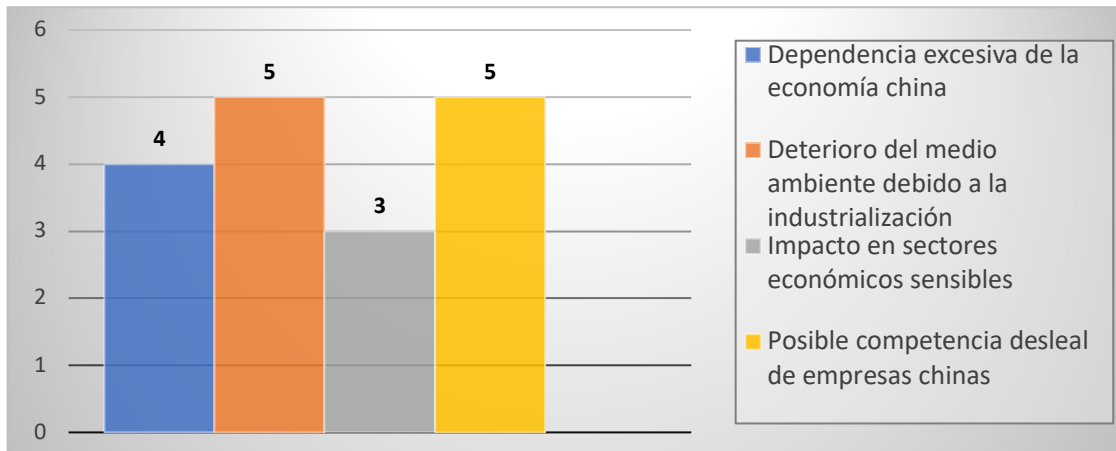
De acuerdo con los resultados obtenidos, la mayoría de los encuestados expresan su preocupación por la falta de bases sólidas para la negociación de un nuevo tratado, atribuyendo esta carencia a la actual inestabilidad política y económica del país, especialmente destacando las elecciones presidenciales en curso y la alta dependencia económica con Estados Unidos, que también está en proceso electoral. Este grupo de encuestados sugiere que estas condiciones podrían dificultar el establecimiento de acuerdos comerciales sólidos y beneficiosos para México. Por otro lado, varios de los encuestados están de acuerdo en que México sí cuenta con las bases necesarias para la negociación de un nuevo tratado, consideran que el país posee la experiencia y un capital humano capacitado para llevar a cabo negociaciones exitosas, se destacan los recursos humanos calificados y la trayectoria del país en la negociación de tratados comerciales anteriores, cabe destacar la siguiente política comercial que se empleara en el país. Los últimos encuestados adoptaron una postura neutral, sugiriendo que la elaboración de un nuevo tratado dependerá en gran medida de la contraparte comercial y de su disposición para una negociación efectiva y asertiva, ya que, se debe buscar una balanza comercial.

¿Cuáles serían los posibles impactos económicos de un Tratado de Libre Comercio entre México y China?



De acuerdo con los resultados obtenidos, un porcentaje de los encuestados considera que uno de los principales beneficios sería el acceso a mercados más amplios con esto los productos de origen mexicano podrían alcanzar a socios comerciales con los que México no cuenta aún con una relación comercial estrecha actualmente, se puede destacar el caso de grupo Bimbo con la entrada al mercado chino, donde la poca apertura comercial, logro impedir penetrar en el mercado, lo cual se pudo haber evitado con un TLC. Otro porcentaje de los encuestados destaca la creación de mayores empleos como un impacto económico positivo de la implementación del tratado, un aumento en el comercio bilateral generaría una demanda adicional de mano de obra en diversas industrias, lo que contribuiría a reducir el desempleo. Además, un por ciento considera que la implementación del tratado aumentaría el crecimiento económico entre ambas naciones, esto sugiere que el aumento en el intercambio comercial y la inversión extranjera resultante del tratado podría estimular el crecimiento económico y mejorar la prosperidad, pero se necesitara la revisión detallada los términos y condiciones, ya que, México por ahora solo puede ofrecer productos agrícolas. Por último, el porcentaje predominante de los encuestados están de acuerdo en que todas estas opciones se materializarían con la implantación del tratado, esto implica un escenario en el que el aumento del intercambio comercial no solo impulsaría el crecimiento económico, sino que también generarían más empleos y abrirían acceso a mercados comerciales más amplios.

¿Existen riesgos o preocupaciones que considere importantes tener en cuenta al negociar un Tratado de Libre Comercio entre México y China?

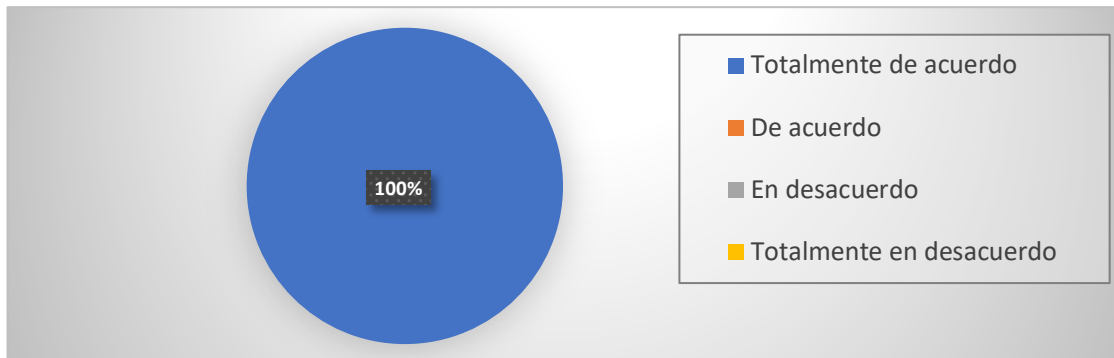


De acuerdo con los resultados obtenidos, se encuentran dos preocupaciones principales entre los encuestados: el deterioro ambiental y la posibilidad de una competencia desleal. De acuerdo con la preocupación del medio ambiente, los encuestados resaltaron el notable deterioro actual, evidenciado por las altas temperaturas que se registran a lo largo de todo México, por consiguiente, el cuidado ambiental es un aspecto crucial que debe considerarse en las negociaciones del Tratado de Libre Comercio. Por otra parte, existe la preocupación de que se pueda desarrollar una dependencia hacia China, similar a la dependencia económica que México ya tiene con Estados Unidos, cabe resaltar que se implementa el TLC con China, esto podría complicar las relaciones dentro del Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC), obligando a reevaluar la situación con Estados Unidos. Los encuestados señalaron la preocupación por el impacto en sectores sensibles como otro riesgo significativo que podría derivarse del Tratado de Libre Comercio, debe ser evaluado cuidadosamente durante la elaboración del tratado y considerado en la agenda política del próximo presidente.

Esta evaluación ayudará a asegurar que los intereses nacionales sean protegidos en cualquier acuerdo comercial futuro.

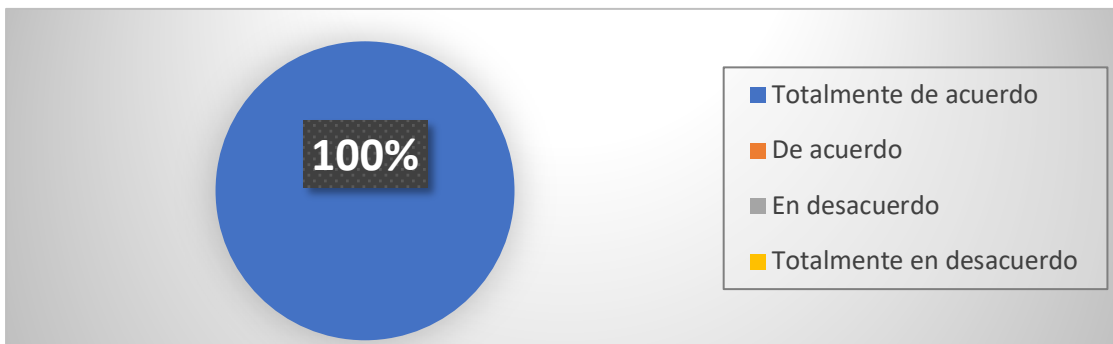
Las encuestas aplicadas a los estudiantes de Licenciatura de Logística Internacional y Aduanas arrojan los siguientes gráficos.

¿Está de acuerdo con que existe una oportunidad de mejorar la relación comercial entre México y China?



De acuerdo con los resultados obtenidos, todos los estudiantes que se les aplicó el cuestionario están de acuerdo con que existen áreas de oportunidad para mejorar la relación bilateral entre estas dos naciones, esto a su vez se podría relacionar a los resultados obtenidos en la primera pregunta del cuestionario, donde los especialistas en comercio exterior cuentan con una opinión similar, por consiguiente, se debe de analizar a profundidad cuales serían las áreas de oportunidad.

¿Está de acuerdo con que México no cuenta con una diplomacia adecuada para llevar a cabo la negociación de otro TLC?



Los resultados obtenidos del cuestionario indican que todos los estudiantes encuestados están completamente de acuerdo en que México carece de la diplomacia adecuada para negociar un Tratado de Libre Comercio. Basándose en sus experiencias prácticas, servicio social y formación académica, los estudiantes perciben que los altos mandos del gobierno gestionan de manera deficiente estas negociaciones. Esta percepción destaca la necesidad de mejorar las capacidades diplomáticas y de negociación del país para enfrentar desafíos internacionales eficazmente.

Conclusión

Posterior a un exhaustivo análisis de los impactos económicos entre México y China, se ha demostrado que la elaboración y firma de un Tratado de Libre Comercio con China, sería realmente beneficioso para ambos países, no solo facilitando el acceso al mercado chino, sino que también promovería el crecimiento económico y el acceso a tecnología avanzada, sin embargo, para motivos de esta investigación explicativa, demostrativa y analítica la hipótesis nula indica que, el análisis de los impactos económicos entre México y China, no demostrará la oportunidad de elaborar un Tratado de Libre Comercio.

Toda vez que, la relación bilateral entre México y China es buena, pero aún existen áreas de oportunidad para mejorar, como destacaron los profesionales en comercio exterior. Diariamente, México importa una variedad de productos de origen chino, y muchos de estos enfrentan altas contribuciones al comercio exterior. La falta de beneficios arancelarios, a diferencia de lo que ocurre en países de la Unión Europea y Estados Unidos, resulta en estos elevados costos. Este aspecto resalta la necesidad de revisar y ajustar las políticas arancelarias para alinearlas con estándares internacionales más competitivos.

Como se destaca en el capítulo 3 de esta investigación, Grupo Bimbo, una de las empresas más reconocidas en México, intentó introducirse en el mercado chino, lo que resultó en pérdidas millonarias durante varios años. La presencia de un Tratado de Libre Comercio pudo haber facilitado esta entrada al mercado chino. Sin embargo, es importante recalcar lo conservador que sigue siendo el mercado chino en comparación con el mexicano. A diferencia de México, donde se permite el acceso a una amplia variedad de productos, el mercado chino restringe significativamente la entrada de ciertos tipos de bienes. Esta diferencia representa una desventaja competitiva que requiere un análisis más profundo sobre cómo los gobiernos de ambos países podrían implementar una apertura comercial efectiva.

Referencias

- Agencia Nacional de Aduanas de México. (s.f.). Recuperado 10 abril, 2024, de <https://anam.gob.mx/tratados-y-acuerdos-con-mexico/>
- Becerra, M., & Ávalos, R. (2020). Derecho de los tratados. Teoría y práctica.
- Bosques, G. (2014). El Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).
- Botero, H., Ortega, R., Zarruk, A. viceministro de Desarrollo Empresarial Hernando José Gómez, C., & General, S. (2004). Álvaro Uribe Vélez presidente de la República María Isabel Campo Las 100 Preguntas del TLC más empleos y Mejor Calidad de Vida.
- Convención de Viena sobre el derecho de los tratados. (1969).
- Gazol, A. (2016). Free trade: new order. A balance.
- López, J & Rodil O. (s.f.). El patrón de inserción comercial de China en América Latina: Un nuevo modelo centro-periferia.
- México Estados Unidos Mexicanos. (2024). https://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/MEXICO_FICHA%20PAIS.pdf
- Ministerio de Comercio, I. y T. (2004). Las 100 preguntas del TLC Neill, D. A., & Cortez Suárez, L. (2017). Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica.
- Organización Mundial del Comercio. (2017). La ayuda para el comercio en síntesis 2015. OECD. https://doi.org/10.1787/ayuda_sintesis-2015-es
- Randy N., Sánchez, P, & Hernández, M. (s.f.). ¿Qué es y cuál es la importancia de la organización mundial de comercio en los tratados de libre comercio?
- Resumen Ejecutivo. (s.f.). Recuperado 7 de abril, 2024, de https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/en_vigencia/china/Documentos/docs/Informes_Finales_TLC_Peru-China.pdf
- Torres, V. (s.f.). El TLC Perú-China: Posibles implicancias para el Perú. www.sunat.gob.pe
- Tratado de Libre Comercio entre Perú y China. (s.f.).

Van Den Berghe, E. (2014). *Tratados de libre comercio: retos y oportunidades*: (ed.). Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/bibliotecauv/70420?page=33>.

Anexos

CHECK LIST			
Característica	Sí	No	Observaciones
¿Existe una buena relación bilateral entre ambos países?	X		Sí, con muchas áreas de oportunidad de mejora
¿Se han realizado visitas entre estos dos países para continuar negociando la relación comercial?	X		No las han realizado los presidentes de ambas naciones, las visitas las han realizado políticos de alto rango (cancilleres, ministros). El primer encuentro entre los presidentes fue en EE. UU. a 11 meses de terminar el mandato del actual presidente.
¿México goza de una posición geográfica privilegiada?	X		Se encuentra en una ubicación geográfica que permite integrarse a América del Norte, Centroamérica y América del Sur.
¿Se anticipa que el aumento del comercio entre México y China genere más oportunidades de empleo en sectores clave de ambas economías?	X		El aumento de la demanda en los diversos sectores económicos traerá como consecuencia mayor uso de mano de obra.
¿Se espera que el tratado aumente la competitividad de las empresas mexicanas y chinas al proporcionar acceso preferencial a los mercados respectivos?	X		Las empresas mexicanas y chinas se verían aún más competitiva en los mercados internacionales. Harían uso del capital humano.
¿Se contempla que el tratado facilite la transferencia de tecnología entre México y China, lo que podría impulsar la innovación y la productividad en ambos países?	X		La tecnología con la que dispone China ha permitido destacarse y la transferencia de esta, permitirá que México se destaca aún más, ya que, se mantendrá a la vanguardia en la tecnología y una mayor competitividad en el mercado.
¿Se considera que el tratado contribuirá al desarrollo económico regional en México y China, especialmente en áreas menos desarrolladas?	X		Con la transferencia de tecnología permitiría que las áreas cuenten con una mayor oportunidad de mejora y esto impactaría en el desarrollo económico.
¿Se espera que el tratado aumente las exportaciones e importaciones entre ambos países?	X		Con una preferencia arancelaria se reducirán los costos de importaciones y exportaciones lo cual, atraería a proveedores y clientes.
¿Se aguarda obtener un aumento en el Producto Interno Bruto de México?	X		A su vez se vería afectado de manera positiva el Producto Per Cápita.
¿Se espera reducir el pago de las contribuciones al comercio exterior a los productos de origen chino?	X		

Elaboración propia

Encuesta

¿Cómo describiría la relación comercial actual entre México y China?

Excelente

Buena con áreas de oportunidad

Regular

Deficiente

¿Qué oportunidades ve en esta relación para el comercio bilateral?

Incremento en exportaciones de productos mexicanos

Aumento de inversión extranjera en ambos países

Diversificación de mercados para ambas economías

Expansión de mercados y diversificación de exportaciones

Integración en cadenas globales de valor

Todas las anteriores

¿Cuáles considera que son los principales desafíos o barreras para el comercio entre México y China?

Barreras arancelarias y no arancelarias

Distancias geográficas y logísticas

Diferencias culturales y distancia geográfica

Regulaciones y políticas comerciales restrictivas

Todas las anteriores

¿Cuáles considera que son los efectos económicos más destacables por la ausencia de un tratado de libre comercio entre México y China?

El alto pago a las contribuciones al comercio exterior

La pérdida de inversión extranjera

Desaprovechamiento del potencial comercial

Aumento de la dependencia de intermediarios y agentes comerciales

Menor competitividad de productos mexicanos en el mercado chino

Si pudiera enumerar de mayor a menor la relevancia de los efectos económicos siendo 1 el de menor relevancia y 5 como de mayor relevancia, ¿Cómo los enumeraría?

El alto pago a las contribuciones al comercio exterior

La pérdida de inversión extranjera

Desaprovechamiento del potencial comercial

Aumento de la dependencia de intermediarios y agentes comerciales

Menor competitividad de productos mexicanos en el mercado chino

¿Considera que México cuenta con las bases para realizar otro Tratado de Libre Comercio?

Sí, cuenta con recursos humanos capacitados para la negociación

No, se requiere una mayor estabilidad política y económica

Sí, tiene experiencia y capacidades

No, carece de las condiciones apropiadas

Depende de la contraparte comercial

¿Cuáles serían los posibles impactos económicos de un Tratado de Libre comercio entre México y China?

Aumento en el intercambio comercial

Estímulo al crecimiento económico de ambos países

Creación de empleos

Aumento del comercio y la inversión bilateral

Acceso a mercados más amplios

Todas las anteriores

¿Qué oportunidades de crecimiento económico y comercial identifica para México con un Tratado de Libre Comercio con China?

Ampliación de mercados para productos mexicanos

Incremento en la inversión extranjera directa

Atracción de inversión china en sectores estratégicos

Integración en cadenas de valor globales chinas

¿Existen riesgos o preocupaciones que considere importantes tener en cuenta al negociar un Tratado de Libre Comercio entre México y China?

Dependencia excesiva de la economía china

Deterioro del medio ambiente debido a la industrialización

Impacto en sectores económicos sensibles

Posible competencia desleal de empresas chinas

Preocupaciones de seguridad nacional

¿Qué sectores económicos o industrias cree que podrían enfrentar retos o desafíos con un Tratado de Libre Comercio entre ambos países?

Manufactura y textiles

Tecnología y telecomunicaciones

Agricultura y agroindustria

EDITA: RED IBEROAMERICANA DE ACADEMIAS DE INVESTIGACIÓN A.C. (REDIBAI)

Sello editorial: Red Iberoamericana de Academias de Investigación, A.C. (978-607-5893)

Primera Edición, Xalapa, Veracruz, México.

Presentación en medio electrónico digital: Descargable

La imagen de portada cuenta con licencia autorizada.

Formato PDF 4 MB

Fecha de aparición 14/02/2025

ISBN 978-607-5893-36-5