

MÉXICO
GOBIERNO DE LA REPÚBLICA



AGENDA DE INNOVACIÓN DE TABASCO

DOCUMENTOS DE TRABAJO

4.3 AGENDA DE ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN: TURISMO

Noviembre 2014

Índice

1. Agendas de las áreas de especialización	5
2. Área de especialización: Turismo	6
2.1. Breve descripción del área de especialización.....	6
2.2. Distribución del área de especialización en México y posicionamiento del estado....	7
2.2.1. Turismo en México	7
2.2.2. Posicionamiento de Tabasco en el área de especialización	11
2.2.3. Factores diferenciales del estado	13
2.3. Principales tendencias de la innovación en el área de especialización a nivel mundial	14
3. Breve descripción del ecosistema de innovación.....	15
3.1. Mapa de los agentes del ecosistema de innovación.....	15
3.2. Principales Instituciones de Educación Superior y centros de investigación	17
3.2.1. Instituciones de Educación Superior	17
3.2.2. Centros de investigación.....	18
3.3. Detalle de empresas RENIECYT del área	18
3.4. Evolución de apoyos en el área.....	19
4. Análisis FODA del área de especialización Turismo	20
4.1. Fortalezas	20
4.2. Debilidades.....	20
4.3. Oportunidades	21
4.4. Amenazas	21
5. Marco estratégico y objetivos sectoriales.....	22
6. Nichos de especialización y líneas de actuación	24
6.1. Nichos de especialización presentes	24
6.1.1. Turismo de negocios	24
6.1.2. Turismo de aventura	25
6.1.3. Turismo arqueológico	25

6.1.4. Nichos de especialización futuros.....	25
6.2. Líneas de actuación	26
6.2.1. Promoción del destino.....	26
6.2.2. Mejora de la cultura turística	26
6.2.3. Colaboración público privada	27
7. Caracterización de proyectos prioritarios	28
7.1. Observatorio turístico de Tabasco	28
7.2. Plataforma para creación y personalización de productos turísticos.....	30
7.3. Cluster de Turismo de Tabasco	31
7.4. Proyectos complementarios	33
8. Portafolio de proyectos	34

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Área de especialización Turismo	6
Ilustración 2 Evolución del PIB Turístico (2008-2012, ´000 mdp).....	8
Ilustración 3 Composición de las actividades turísticas (2012, %).....	8
Ilustración 4 Evolución de la IED (2009-2013, mdd)	9
Ilustración 5 Porcentaje de la IED en alojamiento, preparación de alimentos y servicios de esparcimiento (2009-2013, %)	10
Ilustración 6 Cadena de valor del sector Turismo	11
Ilustración 7 Distribución del PIB Estatal de Tabasco por actividad económica (2012, %)..	12
Ilustración 8 Evolución del PIB en el área Turismo en Tabasco (2008-2012, mdp)	13
Ilustración 9 Mapa del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en Turismo del estado de Tabasco	16
Ilustración 10 Evolución de los apoyos Conacyt en el área (2008-2012, pesos).....	19

Índice de tablas

Tabla 1 Entidades con el 50% de la aportación al PIB turístico en México (2012, ´000 mdp, %)	8
Tabla 2 Nichos de especialización actuales y futuros en el estado de Tabasco.....	24
Tabla 3 Lista de proyectos complementarios dentro de las actividades de las mesas sectoriales de la Agenda de Innovación del estado de Tabasco	33
Tabla 4 Portafolio de Proyectos	34

1. AGENDAS DE LAS ÁREAS DE ESPECIALIZACIÓN

La Agenda Estatal de Innovación define una estrategia que se refleja principalmente en dos grandes componentes:

- Un marco estratégico, detallado en las áreas de especialización, que a su vez se componen de los respectivos nichos de especialización y líneas de actuación.
- Una cartera de proyectos, algunos de los cuales se clasifican como prioritarios en función de su relevancia e impacto sectorial esperado.

Dentro de cada área de especialización se han definido objetivos estratégicos sectoriales y se realizó un análisis de pertenencia de los mismos, comprobando que se alinean con los objetivos estratégicos de la Agenda definidos en el Primer Taller del Grupo Consultivo.

Para responder a estos objetivos sectoriales se han seleccionado nichos dentro de cada área de especialización en las mesas sectoriales, puesto que se espera que la dedicación de recursos de los programas de apoyo a dichos nichos sea más eficiente a la hora de potenciar la innovación en el área, dada la estructura particular que éste presenta en el estado.

Además de los nichos de especialización se definieron líneas de actuación. La diferencia entre ambos estriba en que el primero es un ámbito específico (ya sea producto o área tecnológica) cuya atención se desea priorizar desde la agenda sectorial como forma de especialización diferencial del estado, mientras que una línea de actuación es un área de soporte al sector, cuyo impulso se espera que contribuya a la promoción de la innovación (e.g. vinculación, formación o difusión).

2. ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN: TURISMO

2.1. Breve descripción del área de especialización

El área de especialización de Turismo considera las actividades de Alojamiento temporal y preparación de alimentos así como las de Servicios de esparcimiento cultural, deportivos y otros recreativos. A su vez, estas actividades son impulsadas por sectores transversales para su desarrollo apropiado como lo son las tecnologías de la información y los servicios de gestión de energía y agua.

En este caso, para los datos macroeconómicos que se presentan en los siguientes apartados se considera el código SCIAN 71: Servicios de esparcimiento cultural y deportivo, y otros servicios recreativos, así como el SCIAN 72: Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas.

Ilustración 1 Área de especialización Turismo



Fuente: Idom Consulting basado en información de las mesas sectoriales de la Agenda

2.2. Distribución del área de especialización en México y posicionamiento del estado

A continuación se muestra información relevante a nivel nacional sobre el área de especialización Turismo, al representar las principales actividades económicas que influyen en la actividad.

2.2.1. Turismo en México

El Turismo es para México una actividad de notable interés. De acuerdo a la Secretaría de Turismo, en las últimas décadas esta área de especialización ha mostrado su capacidad para contribuir de manera significativa al crecimiento económico y el desarrollo social de importantes zonas del país.

El posicionamiento competitivo de México en Turismo es respaldado por sus atractivos turísticos, tanto naturales como culturales, entre los que destacan los más de 11 mil kilómetros de litoral bañados por cuatro mares, 32 sitios declarados patrimonio del humanidad por la UNESCO y los más de 20 mil sitios arqueológicos identificados, de los cuales alrededor de 200 se encuentran abiertos al público.

El potencial de crecimiento también es respaldado al contar con marcas reconocidas a nivel mundial como lo son Riviera Maya y Cancún. Además, el interés por aprender español que se ha multiplicado en Europa, Brasil y Estados Unidos. Otro hecho importante es que México ocupa el quinto lugar en Turismo de reuniones en América.

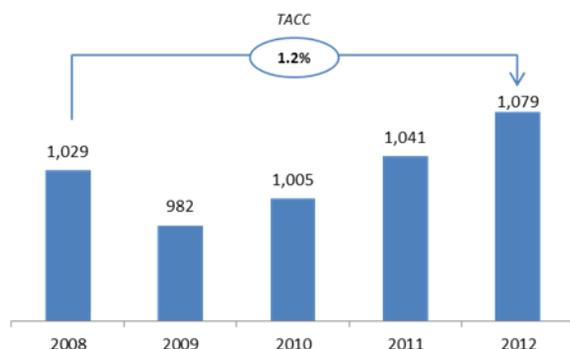
Estas características han hecho que el Turismo se convierta en un área de gran oportunidad a nivel nacional. De acuerdo con el Consejo Mundial de Viajes y Turismo en 2013, México se encontraba entre los 10 países con mayor contribución del sector Turismo al PIB Mundial junto con Estados Unidos, China, Japón, Reino Unido, Francia, Brasil, España, Italia y Alemania.

De acuerdo a las cuentas Satélite de Turismo del INEGI, el PIB Turístico en México ascendió a 1,079 miles de millones de pesos (8.4% del PIB Nacional) en el año 2012, presentando una TACC del +1.2% desde el 2008. Esta evolución se puede observar en la Ilustración 2.

Como se muestra en la Ilustración 3, durante el 2012, más del 80% del PIB Turístico aportado se concentraba en seis actividades: servicios inmobiliarios, servicios de transporte, bienes y

artesanas, actividades del gobierno, restaurantes, bares y centros nocturnos, así como en el alojamiento.

Ilustración 2 Evolución del PIB Turístico (2008-2012, '000 mdp)



Fuente: Cuenta Satélite del Turismo de México, INEGI.2014

Ilustración 3 Composición de las actividades turísticas (2012, %)



Fuente: Cuenta Satélite del Turismo de México, INEGI.2014

En 2012, a nivel nacional, el Turismo generó 2.27 millones de puestos de empleo, lo que equivale a un 5.8% del total en el país durante ese año. Sin embargo, de acuerdo al Consejo Mundial de Viajes y Turismo en 2013, se calculó que el número de personas ocupadas en el sector tanto directa como indirectamente ascendía a siete millones (14.2% de los empleos nacionales) ocupando la sexta posición a nivel mundial en cuanto a número de personas ocupadas en el sector.¹

Considerando sólo las actividades “Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas” y “Servicios de esparcimiento culturales y deportivos y otros servicios recreativos” en el 2012, su aporte al PIB fue del 2.6%. El Distrito Federal, Quintana Roo, Jalisco, Baja California Sur y el estado de México agruparon aproximadamente el 50% del PIB generado por estas dos actividades a nivel nacional², como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1 Entidades con el 50% de la aportación al PIB turístico en México (2012, '000 mdp, %)

¹ World Travel and Tourism Council, *Travel and Tourism Economic Impact 2014. Data Search Tool*, 2014

² INEGI, Cuentas Nacionales, Banco de Información Estadística 2014

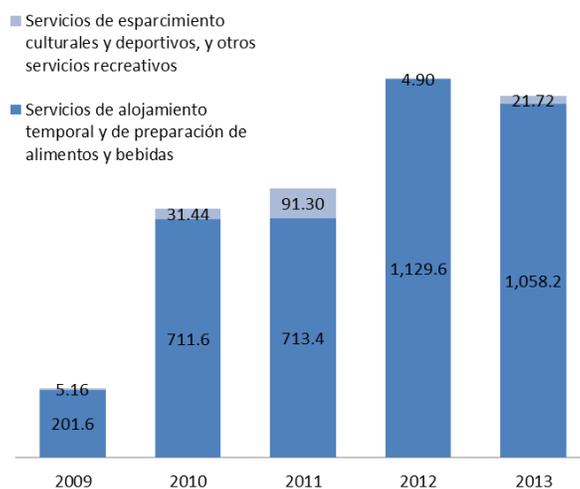
Entidad Federativa	PIB en miles de millones de pesos constantes 2008	Porcentaje (%)
1. Distrito Federal	60.91	18.3
2. Quintana Roo	45.84	13.8
3. Jalisco	23.99	7.2
4. Baja California Sur	16.84	5.1
5. Estado de México	16.65	5.0
Suma de las 5 Entidades	164.23	49.4%
25. Tabasco	4.0	1.2

Fuente: Idom Consulting basado en datos de BIE del INEGI

Como se muestra en la

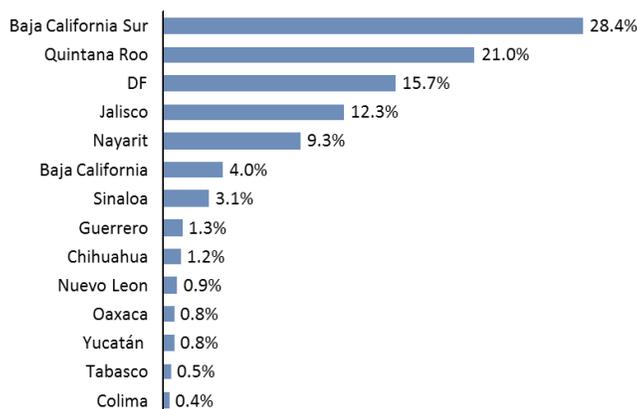
Ilustración 4, la inversión extranjera directa de las dos actividades principales del área de especialización Turismo han aumentado un 13.3% anual en los últimos cuatro años, ascendiendo a 1,080 millones de dólares en 2013, siendo Baja California Sur y Quintana Roo las entidades que recibieron mayor inversión (Ilustración 5).

Ilustración 4 Evolución de la IED (2009-2013, mdd)



Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión Extranjera Directa

Ilustración 5 Porcentaje de la IED en alojamiento, preparación de alimentos y servicios de esparcimiento (2009-2013, %)



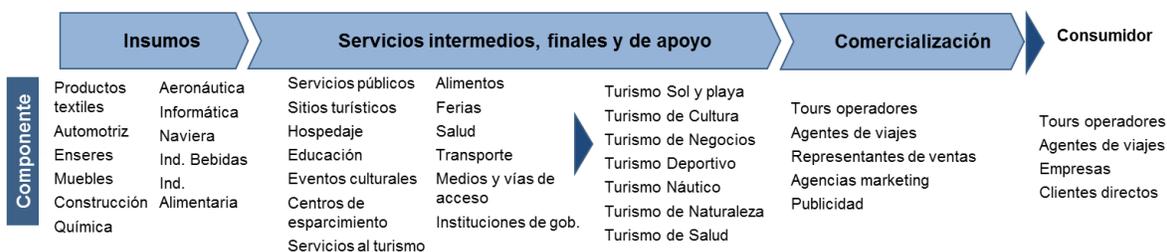
Fuente: Secretaría de Economía, Dirección General de Inversión Extranjera Directa

En lo que respecta a las unidades económicas del área de especialización, de acuerdo al Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) en 2013 existían 279 unidades con más de 250 trabajadores, que se consideran de tamaño grande. De éstas, el 63% se dedican a servicios de alojamiento temporal y el 19% a servicios de preparación de alimentos. Durante este mismo año Quintana Roo fue la entidad con mayor número de grandes empresas (81 unidades económicas).

Como parte de la importancia nacional que tiene el Turismo y considerando la gran diversidad de atractivos turísticos que ofrece en país en cada uno de sus estados, en el año 2012, el Tecnológico de Monterrey presentó la segunda edición del *Índice de Competitividad Turística de los Estados Mexicanos*. En el mismo se evalúan 125 variables en diez dimensiones para todas las entidades del país con el objetivo de medir las habilidades y capacidades que tiene cada una de ellas en materia turística. De acuerdo al estudio, las cinco entidades más competitivas durante ese periodo fueron Quintana Roo, Baja California Sur, Distrito Federal, Colima y Querétaro. Las que contarían con las mayores áreas de oportunidad serían Tamaulipas, Coahuila, Tlaxcala, Tabasco e Hidalgo.

La industria turística arrastra con ella el desarrollo de otras actividades y a su vez de otros sectores económicos. La Ilustración 6 muestra la cadena del valor del sector.

Ilustración 6 Cadena de valor del sector Turismo

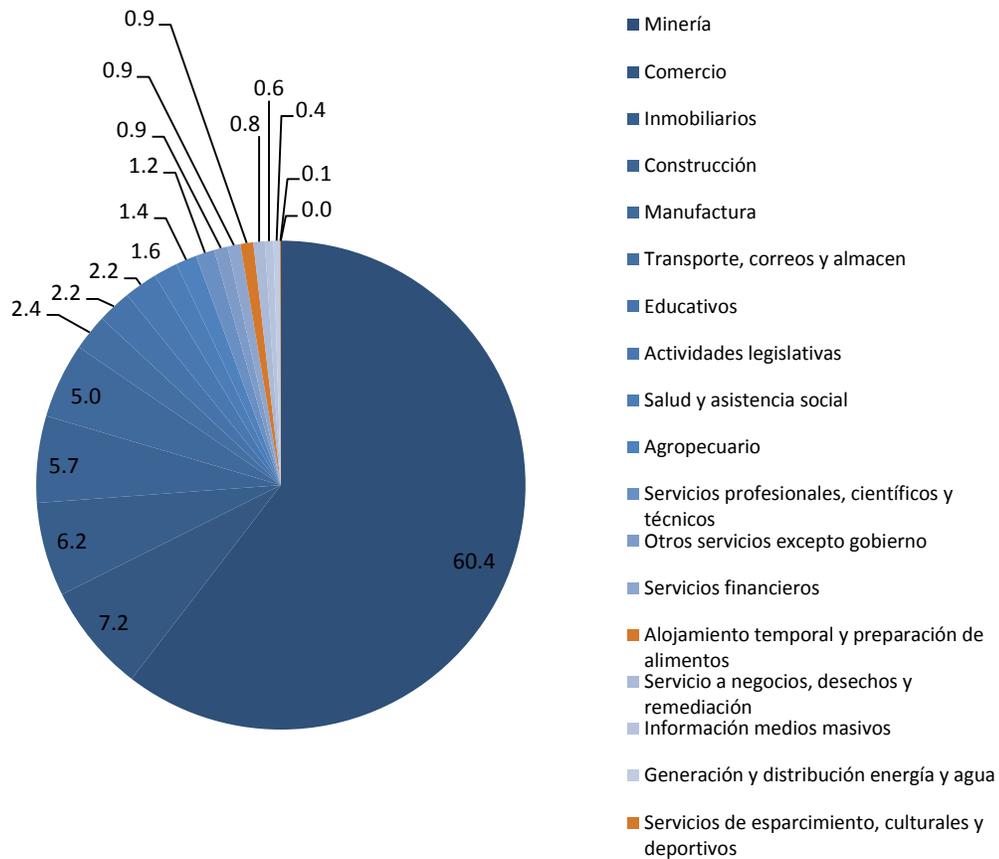


Fuente: Idom Consulting

2.2.2. Posicionamiento de Tabasco en el área de especialización

Como se menciona en la sección anterior, Tabasco está catalogado como una de las entidades a nivel nacional con mayores oportunidades en cuanto a Turismo. El estado presenta un reducido grado de desarrollo de los dos rubros que conforman esta área de especialización: servicios de esparcimiento cultural y deportivo, y servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas. En conjunto, ambas partidas aportaron aproximadamente el 1% del PIB Estatal en el año 2012, como puede apreciarse en la Ilustración 7.

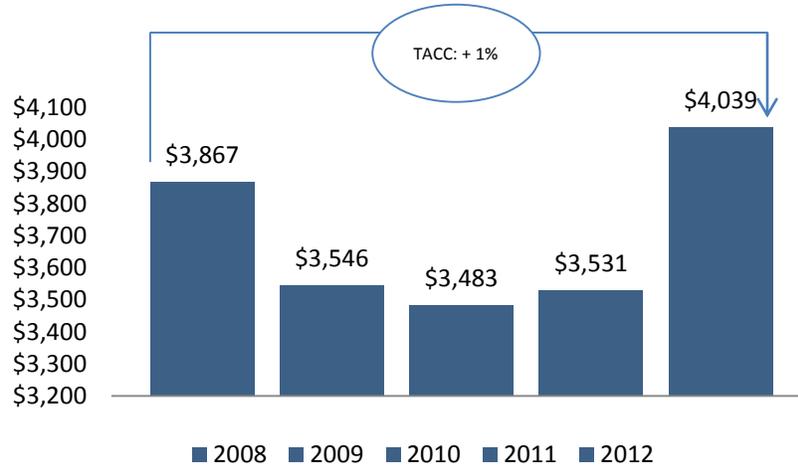
Ilustración 7 Distribución del PIB Estatal de Tabasco por actividad económica (2012, %)



Fuente: Tabasco-PIB, INEGI Banco de Información Económica

Desde otra perspectiva, la Ilustración 8 muestra una TACC del +1% desde el año 2008 al 2012, registrando un importante crecimiento en el año 2012 después de registrar caídas a lo largo de los cuatro años anteriores.

Ilustración 8 Evolución del PIB en el área Turismo en Tabasco (2008-2012, mdp)



Fuente: Tabasco - PIB, INEGI Banco de Información Económica SCIAN 11

Por último, de acuerdo al análisis macroeconómico realizado, Tabasco no se encuentra especializado en las actividades de servicios de alojamiento temporal ni en las correspondientes a los servicios de esparcimiento y culturales. Los Índices de Especialización Local (IEL) correspondientes para la entidad son:

- IEL Servicios de alojamiento temporal: 0.37
- IEL Servicios de esparcimiento y culturales: 0.13

En cuanto a empleo, las actividades de alojamiento y servicios alimentarios generaron el 7.7% del empleo en el estado, dando empleo a 70,160 personas en el año 2013³.

2.2.3. Factores diferenciales del estado

El estado de Tabasco tiene varios factores diferenciales que impulsaron la selección del área de especialización de Turismo como una de las principales apuestas de la Agenda Estatal de Innovación:

- 1) El estado cuenta con una gran riqueza arqueológica (Olmeca y Maya) y cultural para su explotación turística.

³ Fuente: Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE), 2013

- 2) Las actividades de la industria local atraen a una gran cantidad de turistas de negocio a la entidad que representan un potencial turístico importante.
- 3) Existe una extensión importante de áreas naturales protegidas en la entidad para el desarrollo del Ecoturismo.
- 4) El estado cuenta con siete rutas turísticas y un pueblo mágico.
- 5) El clima dominante de la región es cálido / húmedo con lluvias en verano que invita a la actividad turística. Ideal para actividades al aire libre.

2.3. Principales tendencias de la innovación en el área de especialización a nivel mundial

El perfil del turista actual se caracteriza por la búsqueda en la creación de productos y servicios que proporcionen experiencias turísticas transformadoras. Es inevitable el uso de las herramientas TIC para alcanzar este tipo de experiencias, debido a que vivimos en la sociedad de la información. El uso de objetos *Smart*, principalmente los teléfonos inteligentes, son un elemento fundamental en la comunicación con el turista actual. A través de él se envía y se consulta información en cualquier momento y desde cualquier lugar, bien sea para consultar algún aspecto del destino, bien para adquirir cualquier producto o servicio. A través de este tipo de canales se pueden captar tanto audiencias como clientes y convertirlas en prescriptoras del destino, pues compartirán a través de las redes sociales sus experiencias durante el viaje. A la vez, se puede obtener del turista información de forma automática que permite personalizar un viaje en función de la información asociada a sus gustos, todo ello basado en aplicaciones de *Big Data*.

La forma de comercialización de los productos y servicios está cambiando, los canales y los intermediarios van evolucionando, siguiendo las nuevas demandas de los turistas. El negocio tradicional de las agencias de viaje está cambiando a causa del mundo *on-line*, en donde se tiene acceso a una amplia información a golpe de *click*.

Se procuran crear nuevos modelos de negocio, con carácter innovador, que se enfocarán a una personalización de todos los servicios que se ofrecen al turista, desde los precios de las habitaciones hasta las actividades complementarias.

Otro ámbito que tiene importancia es el de la Sustentabilidad. La gestión eficiente de la energía, la reducción de CO₂, la energía verde..., además de ser elementos promocionales de primera magnitud, pueden convertirse en un elemento de reducción de costos de operación muy importante para las actividades turísticas, y de respeto del entorno, puesto que ese es el contexto en el que se moverán los turistas.

Por último, se destacan los **nuevos modelos de negocio de colaboración** que están surgiendo y que están irrumpiendo en la industria para quedarse, algunos ejemplos son: el intercambio de casas vacacionales, el alquiler de habitaciones y apartamentos, el transporte colectivo o compartido, e incluso el intercambio de moneda entre particulares.

3. BREVE DESCRIPCIÓN DEL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN

Este apartado muestra los principales actores del ecosistema de innovación en el ámbito de especialización de Turismo del estado de Tabasco.

En primer lugar, se presenta el mapa de agentes de la cadena del conocimiento, considerando también los agentes de soporte e intermediación, para posteriormente mostrar de una manera más detallada la presencia de las instituciones de educación superior, los centros de investigación y las empresas innovadoras.

3.1. Mapa de los agentes del ecosistema de innovación

El sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación está formado por diversos agentes que se pueden agrupar en cuatro grandes categorías: Generación de conocimiento, Desarrollo tecnológico, Aplicación, y Soporte e intermediación.

Las **instituciones de educación superior** están principalmente orientadas a la generación de conocimiento, esto es, la indagación original y planificada que persigue descubrir nuevos conocimientos y mayor comprensión de los existentes, en los terrenos científico o técnico.

Los **centros de investigación** también se encuentran en la categoría anterior, pero en ocasiones están más enfocados al desarrollo tecnológico, es decir, a la aplicación concreta de los logros obtenidos en la investigación a un plan o diseño en particular para la producción de materiales, productos, métodos, procesos, sistemas nuevos, etc. hasta que se inicia la producción comercial. Otros agentes que llevan a cabo desarrollo tecnológico son, además de las mencionadas instituciones de educación superior (IES), los centros de I+D+i privados o asociaciones público privadas.

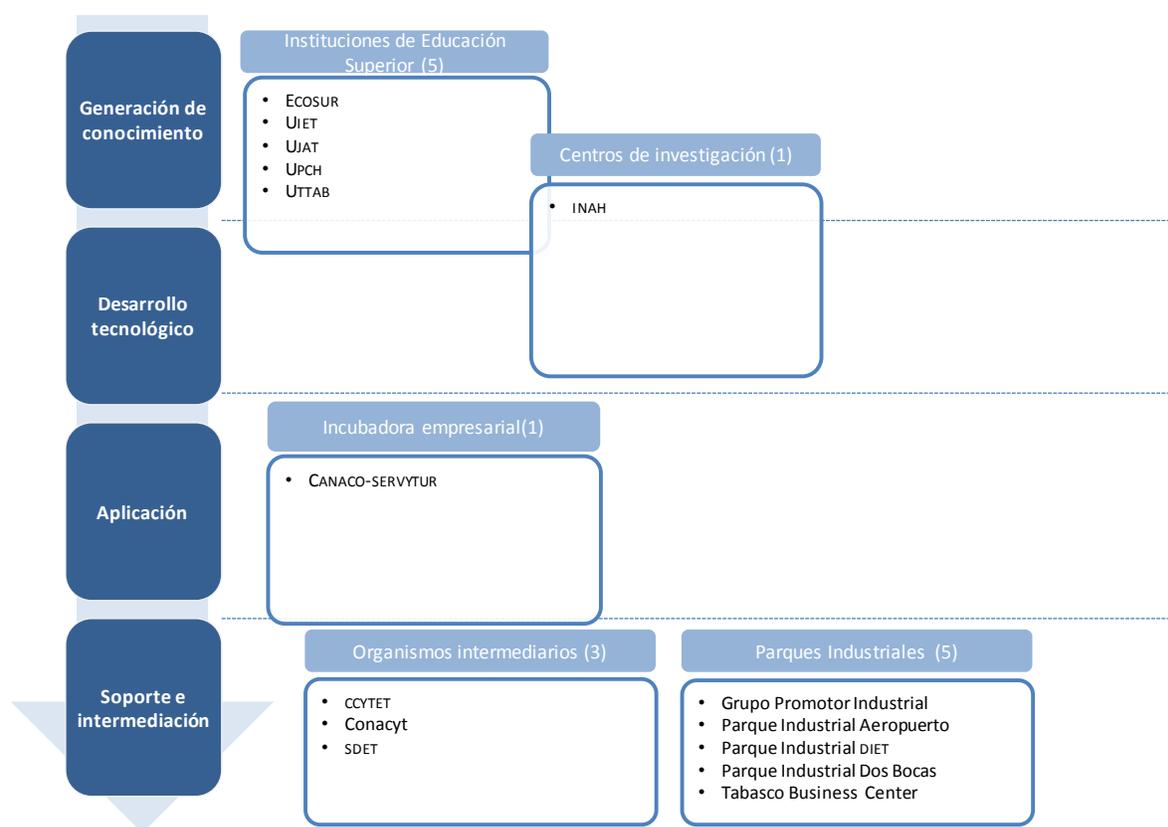
Por otro lado, las empresas están enfocadas principalmente a la **aplicación**, es decir, a la innovación, como la introducción de un producto nuevo o significativamente mejorado,

desarrollo de procesos nuevos, métodos de comercialización diferentes o de un nuevo esquema organizacional.

Por último, algunos agentes se orientan al **Soporte e Intermediación**: Organismos intermedios, redes temáticas, incubadoras, plataformas tecnológicas, parques tecnológicos, clústeres y aceleradoras.

En el caso de Tabasco, los principales agentes del ecosistema de innovación del área de especialización Agroindustria de Alto Valor Agregado se muestran en la Ilustración 9 según las categorías definidas.

Ilustración 9 Mapa del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación en Turismo del estado de Tabasco



Fuente: Idom Consulting basado en datos de RENIECYT y el Foro Consultivo Científico y Tecnológico

3.2. Principales Instituciones de Educación Superior y centros de investigación

Tabasco cuenta con centros de investigación, IES y otras instituciones que ofrecen programas y realizan proyectos de I+D+i sobre el área de especialización. A continuación se incluyen algunas de las principales instituciones identificadas.

3.2.1. Instituciones de Educación Superior



Colegio de Frontera Sur, centro público de investigación científica, que busca contribuir al desarrollo sustentable de la frontera sur de México, Centroamérica y el Caribe a través de la generación de conocimientos, la formación de recursos humanos y la vinculación desde las ciencias sociales y naturales.



Universidad Intercultural del Estado de Tabasco, institución dedicada a formar profesionales-intelectuales que contribuyan a elevar el nivel de desarrollo humano de su región, ofrece programas educativos como:

- Lic. en Desarrollo Turístico



Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, con la misión de contribuir de manera significativa a la transformación de la sociedad y al desarrollo del país, a través de la formación sólida e integral de profesionales capaces de adquirir, generar, difundir y aplicar el conocimiento científico, tecnológico y humanístico, con ética y responsabilidad. Ofrece programas como:

- Licenciatura en Desarrollo Cultural



Universidad Popular de la Chontalpa, forma profesionistas con vocación científica para contribuir al desarrollo de la región de la Chontalpa, por medio de programas educativos acreditados como:

- Turismo Alternativo
- Turismo de Naturaleza



Universidad Tecnológica de Tabasco, con un modelo educativo avanzado y práctico, presenta una fuerte vinculación entre la academia y el sector productivo. Ofrece programas como:

- Turismo y Gastronomía

3.2.2. Centros de investigación

En cuanto a los Centros de Investigación, se identifica un instituto principal que desarrolla actividades sobre temas de impacto al área de especialización, que cuenta con investigadores registrados en el SNI. A continuación se da una breve descripción del mismo:



Centro Regional de Tabasco, Instituto Nacional de Antropología e Historia, Conserva y difunde el patrimonio arqueológico, antropológico, histórico y paleontológico de la nación con el fin de fortalecer la identidad y memoria de la sociedad que lo detenta.

3.3. Detalle de empresas RENIECYT del área

Tabasco contaba con 84 instituciones en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT) a fecha 19 de julio de 2014⁴, de las cuales 47 eran empresas, quince instituciones de educación superior, uno centro de investigación, dos instituciones de administración pública, dos instituciones privadas no lucrativas y 17 personas físicas con actividad empresarial.

Como se menciona anteriormente, Tabasco cuenta con 47 empresas en el Registro Nacional de Instituciones y Empresas Científicas y Tecnológicas (RENIECYT), de las cuales ninguna se dedica a servicios de alojamiento temporal y preparación de alimentos o servicios de esparcimiento cultural y deportivos.

⁴ Fuente: SICYT; RENIECYT. <http://www.sicyt.gob.mx/sicyt/reniecyt/inicio.do?pSel>

3.4. Evolución de apoyos en el área

El Turismo representa el 0.72% del monto de programas de apoyos de Conacyt en el estado. En la Ilustración 10 se observa una gran variabilidad en las cantidades recibidas anualmente por el área lo que lleva a que la TACC presente un valor nulo. Aunque las cantidades tienen un peso muy reducido en el total estatal, se observa una tendencia creciente en la recepción de las mismas, aunque sea bianualmente.

Ilustración 10 Evolución de los apoyos Conacyt en el área (2008-2012, pesos)



Fuente: Conacyt

4. ANÁLISIS FODA DEL ÁREA DE ESPECIALIZACIÓN TURISMO

En base al análisis en detalle del área y tras la interacción con 28 actores, adentrados en el contexto del área de especialización Turismo del estado, que participaron en dos mesas sectoriales, se construyó y debatió el siguiente análisis FODA que propuso un punto de partida para la definición de la agenda sectorial.

Los principales resultados se resumen a continuación:

4.1. Fortalezas

- Riqueza arqueológica (Olmeca y Maya), natural y cultural.
- Participa en programas nacionales de fomento al Turismo como el del Mundo Maya.
- Buena oferta de programas educativos relacionados con el Turismo.
- Las actividades del sector petrolero atraen turistas de negocio de forma recurrente.

4.2. Debilidades

- La capacidad de los servicios dedicados al sector Turismo es pobre (agencias de viaje, oferta cultural, acceso a internet, transporte, etc.).
- Ocupación hotelera por encima de la media, pero con una estadía media de 1.8 días, por debajo del promedio nacional.
- 17ª entidad por penetración de telefonía móvil, con 79.1 líneas por cada 100 habitantes.
- La entidad se sitúa en el lugar 14 a nivel nacional por la cantidad de residuos peligrosos generados.
- Baja promoción de atractivos turísticos.
- Falta de vinculación / asociación entre participantes de la oferta.
- Baja seguridad.

4.3. Oportunidades

- Integración en una oferta turística regional junto con Campeche, Quintana-Roo, Chiapas y Yucatán.
- Promoción del Ecoturismo para atraer a un mercado creciente con conciencia sobre el impacto ambiental de sus actividades.
- Digitalización de la oferta turística utilizando tecnologías móviles y la digitalización de contenidos.
- La reforma energética incrementará el Turismo de negocios.

4.4. Amenazas

- La percepción de inseguridad.
- Estados cercanos con mejor promoción de servicios turísticos.
- Marcas turísticas consolidadas en los Estados vecinos.

5. MARCO ESTRATÉGICO Y OBJETIVOS SECTORIALES

Dentro de las mesas sectoriales, los grupos de trabajo definieron cuáles serían los impactos estratégicos que debieran conseguirse a medio plazo en el estado de Tabasco en el área de Turismo. Los más relevantes son los siguientes:

- Generar una identidad turística diferencial.
- Generar una cultura de colaboración público-privada
- Generar una cultura de innovación
- Potenciar el emprendedurismo y la creación de nuevas empresas

De lo anterior se pueden orientar las líneas de actuación sobre las que se espera trabajar en los próximos años con los actores del sector turístico. Tal y como se ha descrito en las tendencias del Turismo mundial, es fundamental la diferenciación de los productos que oferta un destino, para poder ser competitivo a nivel mundial, y dentro de esta diferenciación es imprescindible que estén implicados todos los actores de la cadena de valor del Turismo. En primer lugar se sitúa el fomento de la colaboración público-privada, con el propósito de alinear políticas públicas con objetivos e intereses empresariales. Asociada a la búsqueda de la diferenciación, la innovación es un instrumento esencial que tiene como objetivo alcanzarla para lograr una ventaja competitiva. El impulso a la generación de una cultura de la innovación promoverá el desarrollo de nuevos modelos de negocio que generen soluciones novedosas a las necesidades del sector y marcará la pauta para el emprendedurismo y el surgimiento de nuevas empresas en el área.

A partir del trabajo llevado a cabo por el Grupo Consultivo y el Comité de Gestión, se definieron los **Objetivos Sectoriales**:

- O.S.1: Mejorar la estadía media y fidelización de los turistas
- O.S.2: Generar información para mejorar la toma de decisiones
- O.S.3: Promocionar los recursos del destino y posicionar la marca Tabasco
- O.S.4: Mejorar la cultura turística de los habitantes
- O.S.5: Lograr una red integral de referencia de servicios y productos turísticos

Dentro de estos objetivos, dos de ellos se encontrarían ligados a la promoción, cuestión fundamental para el posicionamiento de la entidad y para establecer elementos diferenciadores frente a destinos competidores. Los tres restantes están ligados a la mejora de la competitividad del sector, en uno de los casos a través de la colaboración entre

agentes (red integral), en otro utilizando palancas como puede ser la tecnología, que facilitará elementos para la mejora de la toma de decisiones. Por último, el objetivo de mejora de estadía y fidelización está en cierta medida ligado al éxito de uno o varios de los anteriores.

6. NICHOS DE ESPECIALIZACIÓN Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

A partir de los debates que se produjeron en las mesas sectoriales de la Agenda, de las aportaciones de los actores y del trabajo de consultoría posterior, se han identificado las áreas de trabajo para desarrollar el Turismo desde la perspectiva de innovación. Por un lado se definen los nichos de especialización, centrados en segmentos de mercado, o productos concretos y con alto potencial, y por otro las líneas de actuación, que permiten desarrollar elementos transversales a todos los nichos.

Tabla 2 Nichos de especialización actuales y futuros en el estado de Tabasco

Nichos de especialización presentes	Nichos de especialización futuros
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de negocios • Turismo de aventura • Turismo arqueológico 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución de los nichos presentes
Líneas de actuación	
<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino • Mejora de la cultura turística • Colaboración Público-Privada 	

Fuente: Idom Consulting basado en datos de las mesas sectoriales de la Agenda

6.1. Nichos de especialización presentes

6.1.1. Turismo de negocios

Debido a la gran actividad industrial asociada a la industria petrolífera, hay un gran número de visitantes relacionados con este sector industrial. Esto hace que el estado de Tabasco sea uno de los principales destinos de congresos y convenciones a nivel nacional. La pronta liberalización del sector energético en México implicará la implantación de empresas extranjeras, que atraerá una mayor presencia de turistas de negocio durante cortos periodos de tiempo.

La capital Villahermosa cuenta con importantes centros comerciales, de entretenimiento, restaurantes y una infraestructura con servicios de primer nivel, que hacen de Tabasco un lugar con un gran potencial de desarrollo para este tipo de Turismo. Se percibe a la entidad como un sitio ideal para realizar desde pequeñas convenciones hasta congresos de talla internacional.

Es necesario aprovechar todo el potencial que tiene Tabasco alrededor del Turismo de negocios, fomentando principalmente actividades complementarias que permitan descubrir los recursos turísticos y fidelizando al turista de negocios para que consuma otros productos turísticos del estado en sus periodos vacacionales.

6.1.2. Turismo de aventura

En México, el 80 por ciento de la selva tropical se encuentra en Tabasco. Al oeste de Villahermosa se ubica la región de la Chontalpa, hogar de yacimientos arqueológicos mayas, aldeas indígenas, lagos, ríos, playas, reservas ecológicas y plantaciones de cacao. La región de la sierra se asienta a lo largo de la frontera sur del estado con Chiapas. Al este de Villahermosa se encuentra una región caracterizada por sus pantanos y ríos, un enorme humedal que cubre más del 40 por ciento del estado. También se encuentra el increíble río Usumacinta, con una longitud de mil kilómetros, y la reserva de la Biósfera Pantanos de Centla. Todo esto hace que el estado de Tabasco sea un lugar con grandes atractivos de Turismo de naturaleza y de aventura.

6.1.3. Turismo arqueológico

Tabasco dispone de grandes zonas arqueológicas como Comalcalco, que aunque se asemejan a algunas de las que se encuentran en Palenque, Chiapas; siguen siendo de las más asombrosas de la región. Dispone también de Pomoná, Malpasito, San Claudio, Moral-Reforma y del Parque Museo La Venta, lo que hace que el estado sea de gran interés para el Turismo arqueológico. Se han definido varios productos turísticos alrededor de estos lugares, pero a pesar de que en ocasiones su valor arqueológico es mayor que el de otras zonas de México, no han llegado a difundirse apropiadamente y, por lo tanto, han sido menos explotadas turísticamente.

6.1.4. Nichos de especialización futuros

No se han identificado nuevos nichos de especialización futuros en un mediano plazo para Tabasco. Esto se debe a que los actuales no están siendo desarrollados de forma adecuada y aún tienen un gran potencial de explotación y crecimiento. Por lo tanto, los esfuerzos deben concentrarse en desarrollar los actuales para poder pensar en desarrollar nuevos nichos de especialización en el futuro.

6.2. Líneas de actuación

6.2.1. Promoción del destino

A lo largo del tiempo, se han desarrollado políticas de promoción turística en el estado que no han sido lo suficientemente efectivas como para posicionar de forma adecuada el destino Tabasco dentro del lugar que le corresponde, atendiendo a la potencialidad de sus recursos turísticos. Esto se debe a que existen pocas campañas de promoción que estén ligadas a la oferta empresarial existente o, simplemente, por el desconocimiento de la existencia de las promociones entre el empresariado. Otro factor determinante es la inadecuada elección de los segmentos que forman parte de la promoción, o la falta de estrategias adecuadas sobre los productos a promocionar. Las acciones a desarrollar para posicionar la marca Tabasco, partirían en primer lugar de conocer la realidad de la oferta turística, los canales de venta con los que se disponen, la opinión del empresariado, los datos sobre el turista que llega a la entidad, así como ligar la oferta a los intereses de los empresarios. Para ello, se deberían desarrollar proyectos que proporcionen dichos datos (observatorios) y crear plataformas de promoción y comercialización que presenten por medio de diferentes canales la marca Tabasco y sus productos. Por último, sería necesario arbitrar organismos de colaboración entre los actores implicados para actuar de forma conjunta minimizando los esfuerzos y maximizando los resultados.

6.2.2. Mejora de la cultura turística

Un hecho diferencial en el desarrollo y mejora de la competitividad de un destino es la integración de los residentes. Si los habitantes del lugar no conocen sus recursos y viven de espaldas a ellos, difícilmente tendrán un desarrollo turístico adecuado.

El conocimiento de la población sobre el valor de los recursos, como la biodiversidad y la cultura, hace que los habitantes de un destino valoren la explotación turística como un elemento de conservación de estos patrimonios, siempre que se realice con los criterios adecuados de Sustentabilidad. Si la comunidad local conoce y se siente orgullosa de los recursos turísticos, los consumirán de forma habitual, facilitarán la tarea de promocionar, ya que serán prescriptores del mismo, y lo cuidarán. Por esta razón, es necesario realizar acciones que propicien la difusión de los recursos y de su valor localmente, pero no solo desde el punto de vista turístico o económico, si no incorporando también el aspecto cultural y medio ambiental.

6.2.3. Colaboración público privada

Una de las estrategias para obtener resultados positivos en el área turística, es avanzar de forma consensuada entre el empresariado turístico y la administración turística. La convergencia en las acciones no garantizan el éxito, pero si lo facilitan. El conocimiento de la realidad del área de especialización se encuentra fundamentalmente en los empresarios y ese conocimiento debe ser utilizado por parte de la administración pública a la hora de elaborar programas y planes gubernamentales.

7. CARACTERIZACIÓN DE PROYECTOS PRIORITARIOS

Durante la fase de mesas sectoriales se priorizaron los proyectos propuestos para el área de Turismo, tomando los más sobresalientes a partir de las valoraciones de sus miembros. A continuación se incluyen los proyectos prioritarios que resultaron de este esfuerzo:

- Observatorio turístico de Tabasco
- Plataforma para creación y personalización de productos turísticos
- *Cluster* de Turismo de Tabasco

Adicionalmente a estos tres proyectos prioritarios agregan dos proyectos macro que están en desarrollo por parte de la SDET con participación del GASDET y empresas especializadas en Turismo:

- Proyecto Integral para elevar la competitividad de las MiPyMEs del sector turístico tabasqueño y su región de influencia
- Desarrollo de infraestructura turística en apoyo al circuito turístico “Agua y Chocolate”

En los siguientes apartados se describe brevemente cada uno de estos proyectos.

7.1. Observatorio turístico de Tabasco

Oportunidad o problema que se quiere abordar:

La creación del Observatorio turístico de Tabasco surge por la necesidad de contar con información sobre el turista de forma sencilla que, de momento, no tienen los empresarios del sector en Tabasco. Los tipos de datos a los que pueden acceder fácilmente se limitan al número de turistas que visitan la entidad, la ocupación hotelera y la estadía. En ocasiones esta información se encuentra disponible sólo a nivel nacional.

A través de la creación de este observatorio a nivel local, los empresarios podrán conocer cuáles son las características que más les interesan de los visitantes y podrán tomar medidas correctoras o impulsoras de mejora de sus negocios.

Descripción del proyecto:

El proyecto consiste en la creación de un observatorio que recoja información turística local de Tabasco y que, integrado con DATATUR y otras fuentes locales, federales e

internacionales, genere informes, de utilidad para el empresariado y otros tomadores de decisiones.

El proyecto se basa en un sistema de información dotado de un conjunto de herramientas que permitan la recolección de datos de los establecimientos turísticos y de los turistas de forma sencilla y de la manera menos intrusiva posible. Dispondrá de un módulo específico que permitirá mostrar la información de manera segmentada.

El Observatorio tendrá, entre otras, las siguientes funcionalidades:

- Elaborar una metodología para la integración de datos de interés turístico a nivel local
- Identificación de fuentes de datos de interés para el empresariado turístico
- Toma de datos identificados como de interés turístico
- Integración con el sistema DATATUR
- Definición del perfil del visitante
- Generación de informes de interés para el empresariado turístico local

Las fases que componen el proyecto son las siguientes:

- Fase 1: Definición del Observatorio
- Fase 2: Construcción del sistema de información
- Fase 3: Difusión y promoción del Observatorio

7.2. Plataforma para creación y personalización de productos turísticos

Oportunidad o problema que se quiere abordar:

La creación de una plataforma de creación de producto, promoción y comercialización de Tabasco, surge por la necesidad de aprovechar el valor de la gran variedad de recursos turísticos de Tabasco. Esta plataforma cubrirá diferentes necesidades: la primera sobre la promoción de los recursos y el descubrimiento de las posibilidades del destino, ya que a través de la plataforma se darán a conocer los productos turísticos de Tabasco en diferentes ámbitos geográficos de interés (a los habitantes del estado, a nivel nacional, y a nivel internacional). Una segunda sobre la adecuación de los productos a la oferta real del estado: se crearán productos conforme a la oferta existente por parte del empresariado, alineados con las políticas públicas de promoción de productos. Por último, permitirá comercializar los diferentes productos en el momento en que los clientes están informándose del destino y de sus posibilidades.

El sistema funcionará como un puente entre la administración pública y el empresariado privado, ya que permitirá la colaboración y cooperación entre las diferentes instituciones de servicios turísticos del estado, a través de la creación de productos de una manera diferenciadora, sencilla y efectiva.

Descripción del proyecto:

La plataforma a desarrollar será una plataforma web que permita la creación, promoción y comercialización de la oferta turística de Tabasco. La plataforma dispondrá de varios módulos para lograr los objetivos planteados:

- **Módulo de Catálogo de Recursos:** Este módulo integrará las herramientas necesarias para poder cargar en la plataforma toda la información digital de los recursos turísticos existentes, de forma semiautomática. También permitirá la actualización de dichos recursos.
- **Módulo Generador de Producto:** este módulo permitirá la creación de productos turísticos utilizando los recursos existentes en la plataforma, así como otros adicionales que se identifiquen para completar el producto.

- Módulo de Promoción: este módulo permitirá la promoción de los productos existentes en la plataforma. Para ello utilizará información sobre los usuarios de la plataforma y de las redes sociales, pudiendo segmentar las campañas de promoción.
- Módulo de Comercialización: A través de este módulo un turista/cliente podrá contratar los productos de la plataforma directamente o ser redirigido a la plataforma de comercialización del responsable del producto.
- Módulo de Gestión: La plataforma dispondrá de un módulo con que se gestionarán los datos y las tareas propias de mantenimiento de la misma.

En apoyo a esta plataforma, el “Proyecto Integral para elevar la competitividad de las MIPYME del sector turístico tabasqueño y su región de influencia”, desarrollado por la SDET, contempla el desarrollo de productos turísticos innovadores.

Las fases que componen el proyecto son las siguientes:

- Fase 1: Definición del sistema
- Fase 2: Construcción del sistema
- Fase 3: Implantación y puesta en marcha
- Fase 4: Difusión y Promoción Plataforma

7.3. Cluster de Turismo de Tabasco

Oportunidad o problema que se quiere abordar:

La creación de un *cluster* de Turismo parte de la necesidad de impulsar la competitividad del destino y propiciar la colaboración entre los actores del mismo. Esta colaboración favorecerá la mejora de los modelos de negocio a través del conocimiento compartido que se producirá entre los componentes del *cluster*. Éste fortalecerá la generación de soluciones consensuadas a problemas comunes, como puede ser el desarrollo de acciones y estrategias concretas para la creación de productos turísticos en el estado, en consonancia con las actuaciones de las autoridades públicas. E.g., el *cluster* será el gestor de la plataforma de comercialización, promoción y desarrollo de productos turísticos. El *cluster* se erigirá como una pieza fundamental en el impulso de las mejores prácticas, ideas de desarrollo y fomento del Turismo en Tabasco.

Descripción del proyecto:

El proyecto consistirá en la creación de un organismo en forma de *cluster* que integre a toda la cadena de valor del sector turístico: hoteles, agencias de viajes, transporte, asociaciones profesionales, centros tecnológicos, universidad, administraciones públicas, etc. Este organismo tendrá, principalmente, las siguientes funciones:

- Identificar las entidades y agentes que pueden integrarse al *cluster*.
- Elaborar una metodología para la participación en el *cluster*.
- Apoyar la generación de proyectos que ayuden al desarrollo turístico de Tabasco.
- Fomentar el conocimiento de los recursos turísticos entre los habitantes de Tabasco.
- Fomentar la cultura de la colaboración entre el empresariado de Tabasco.
- Ser un canal de comunicación eficaz para la colaboración público-privada.
- Gestionar las plataformas de creación, desarrollo y comercialización de producto de Tabasco.
- Convertirse en el interlocutor de referencia con las administraciones públicas.

Cabe resaltar que este *cluster* no es necesariamente el organismo intermediario y centralizador entre el turista y los oferentes de los servicios en Tabasco sino el encargado de facilitar herramientas para que cada participante potencie su oferta desde la perspectiva de la innovación y la colaboración.

Para ello tendrá como objetivo primordial, entre los proyectos que desarrolle, la creación de una plataforma que englobe las siguientes funciones:

- Promoción y difusión de la oferta turística de Tabasco
- Herramienta de planificación, reserva, y compra de los productos turísticos de Tabasco
- Herramienta generadora de productos en base a la oferta turística de Tabasco

Las fases que componen el proyecto son las siguientes:

- Fase 1: Desarrollo del modelo de *Cluster*
- Fase 2: Constitución del *Cluster*
- Fase 3: Evaluación y seguimiento

7.4. Proyectos complementarios

En la Tabla 3 se muestra el listado de otros proyectos complementarios que, si bien no han sido priorizados como lo han sido los proyectos prioritarios, se muestran en este documento por su interés para Tabasco.

Tabla 3 Lista de proyectos complementarios dentro de las actividades de las mesas sectoriales de la Agenda de Innovación del estado de Tabasco

Proyectos Complementarios	Nicho
<ul style="list-style-type: none"> • Inventario de recursos turísticos del Estado 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino
<ul style="list-style-type: none"> • Quiscos interactivos de información 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino
<ul style="list-style-type: none"> • Metodología de gestión de productos. Proyecto piloto “Producto Turístico Cultura Olmeca” 	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción del destino
<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de realidad aumentada para un entorno inmersivo de las ruinas de Comalcalco 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo arqueológico
<ul style="list-style-type: none"> • Plan de emprendedores del sector Turismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la cultura turística / colaboración público-privada
<ul style="list-style-type: none"> • Centros de investigación y desarrollo de productos típicos con alto valor turístico 	<ul style="list-style-type: none"> • Evolución de los nichos presentes / mejora de la cultura turística

Fuente: Idom Consulting

8. PORTAFOLIO DE PROYECTOS

Dentro del desarrollo de esta Agenda se ha trabajado sobre 45 proyectos propuestos directamente desde la triple hélice, siendo 20 de ellos clasificados como prioritarios por su coherencia estratégica con la Agenda, su impacto esperado, su viabilidad y su potencial de vinculación de agentes.

Es importante recalcar que en la siguiente tabla se incluye una propuesta preliminar no exhaustiva de aliados para el financiamiento, a los que los proyectos pueden acudir de manera complementaria a la que se realice desde el sector privado, la cual se considera una característica fundamental para el desarrollo de aquellos en los que es necesario una involucración del tejido empresarial.

Tabla 4 Portafolio de Proyectos

Área	Nicho / línea de actuación / objetivo estratégico	Proyectos	Descripción	Tipo de proyecto	Fuente de financiamiento (posibles aliados)
Turismo	Colaboración público-privada	Observatorio turístico de Tabasco	Creación de un observatorio que recoja información turística local y que, integrado con DATATUR, genere informes sobre conocimiento turístico, de utilidad para el empresariado del área de especialización.	P	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • SECTUR-FONATUR • SE-PROSOFT • FOMIX Conacyt - Gobierno de Tabasco
		Cluster de Turismo de Tabasco	Reorganizar el <i>cluster</i> turístico de Tabasco para impulsar la competitividad del destino fomentar vínculos entre los actores del sector para la creación de productos turísticos en el estado.	P	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • SECTUR-FONATUR • Fondo Nacional Emprendedor de INADEM
	Promoción del destino	Plataforma de creación y personalización de productos turísticos	Plataforma web para la creación, promoción y comercialización de la oferta turística de Tabasco. Facilitará la promoción de los recursos y el descubrimiento de las posibilidades del destino y la adecuación de los productos a la oferta real del estado.	P	<ul style="list-style-type: none"> • SE – PROSOFT • Fondo Nacional Emprendedor de INADEM • ProMéxico - Estudios de Mercado y Planes de Negocios para la Exportación o Internacionalización • ProMéxico - Planeación y Realización de Actividades Promocionales en el Exterior • FONATUR de SECTUR
		Inventario de recursos turísticos del estado	Recopilación detallada de los recursos turísticos del estado de Tabasco para su explotación adecuada.	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • INAH



	Quioscos interactivos de información	Diseño e implementación de quioscos de información turística en puntos estratégicos del estado de Tabasco.	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • FONATUR de SECTUR
	Metodología de gestión de productos. Proyecto piloto "Producto Turístico Cultura Olmeca"	Elaborar una metodología de creación de clubs de productos turísticos para comercializarlos en forma conjunta.	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • FONATUR de SECTUR • FOMIX Conacyt - Gobierno de Tabasco
	Centros de investigación y desarrollo de productos típicos con alto valor turístico	Apoyar la creación de centros que agreguen valor y/o desarrollen productos típicos con alto potencial turístico (cacao-chocolate, por ejemplo).	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • FONATUR de SECTUR • FOMIX Conacyt - Gobierno de Tabasco
Mejora cultural turística	Plan de emprendedores del sector Turismo	Crear un programa que impulse y apoye el emprendimiento en el estado.	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • SECTUR-FONATUR • Fondo Nacional Emprendedor de INADEM
Turismo arqueológico	Proyecto de realidad aumentada para un entorno inmersivo de las ruinas de Comalcalco	Desarrollo de una aplicación de realidad aumentada para visualizar escenas e información sobre las ruinas de Comalcalco.	C	<ul style="list-style-type: none"> • SECTUR-Conacyt • SECTUR-FONATUR • INAH • FOMIX Conacyt - Gobierno de Tabasco • SE-PROSOFT

P=Prioritario, C=Complementario