



C O M U N I C A D O D E P R E N S A

Cae 4% el número de visitantes que vienen a Chiapas

- *Economía Naranja puede reactivar el turismo de Chiapas hasta en un 20%.*
- *Necesario realizar actividades que fortalezcan y mejoren la economía cultural de la entidad.*

Tuxtla Gutiérrez, Chiapas a 24 de octubre del 2018. Ana María de la Rosa Flores, docente e investigadora de la Escuela Bancaria y Comercial (EBC) Campus Chiapas, expuso que de acuerdo con datos de la Secretaría de Turismo, a través del Reporte Estadístico de Indicadores del Sector Turístico del Estado de Chiapas. Nuestra entidad presenta en el acumulado de enero a septiembre, una afluencia turística de 4 millones 873 mil 947 visitantes, cifra que es 4% menor en comparación a los 5 millones 058 mil 832 visitantes del mismo periodo del año 2017.

Si la industria, el gobierno y la ciudadanía chiapaneca unen voluntades, podría revertir esta tendencia negativa, poniendo en práctica la llamada Economía Naranja. La cual definió como el conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales. Esto va desde la promoción de la arquitectura, las artes visuales y escénicas, artesanías, el cine, el diseño editorial, la música, la moda y hasta los juguetes.

“Debido a que Chiapas cuenta con un patrimonio cultural basto, la realización de actividades artísticas que identifican a los chiapanecos, como lo son, la música de marimba o las celebraciones de los distintos santos, ayudarían a promover nuestras raíces y al mismo tiempo, beneficiarían la actividad turística y económicamente del estado hasta en un 20 por ciento, generando empleo y una mayor derrama económica” detalló la especialista.

Realizar acciones que permitan poner en práctica la Economía Naranja tales como: Obsequiar a nuestros familiares o amigos de otro estado o país, artesanías o productos típicos que se produzcan en el estado, deleitar la gastronomía regional, visitando lugares como Copoya, que actualmente está promoviendo la gastronomía ancestral Zoque, acudir a museos, galerías y bibliotecas, y fomentar y visitar los lugares eco-turísticos. Así como promover la creación y realización de recorridos en las zonas arqueológicas como en otros estados (Teotihuacán, Chichen Itzá, etc.), donde según indicadores, sólo este año se ha contado con 813 mil 475 visitantes en el periodo de enero a septiembre.

“Conocer más sobre nuestras tradiciones, visitando y consumiendo lo producido en el estado, por ejemplo, Villaflores, donde el día de muertos se celebra en el panteón con música, alimentos, etc. O la ya tan conocida Fiesta Grande de Chiapa de Corzo” agregó Ana María de la Rosa.

Aunque los principales objetivos de la economía naranja son generar valor y riqueza mediante la generación de empleo e impacto social, es probable que los resultados no se noten en un futuro cercano, pero con constancia, dedicación y compromiso, Chiapas puede convertirse en claro referente de economía cultural.

###

Acerca de la EBC

Con 89 años de experiencia la Escuela Bancaria y Comercial (EBC), es pionera en educación a distancia y considerada la Escuela de Negocios en México, cuya visión aspira a que la excelencia educativa sea base de su trabajo buscando el progreso de la comunidad y su misión es formar profesionales emprendedores que se distingan en el ámbito de las organizaciones por su saber, por su hacer y por su ser. Para mayor información consulta: www.ebc.mx

Contacto de prensa EBC

Carolina Nacif, Coordinadora de Relaciones con Medios de Comunicación

c.nacif@ebc.edu.mx

+55 36832400 ext.2057