

## Plantean retos en el turismo para 2011 (Reforma 08/12/10)

Plantean retos en el turismo para 2011 (Reforma 08/12/10) Buscan empresarios un modelo eficiente para la aviación comercial Dayna Meré Ciudad de México (8 diciembre 2010).- Elevar el número de visitantes internacionales que llegan al País, crecer el gasto promedio por turista, atraer mayor inversión privada, elevar los ingresos por cuarto disponible, y eficientar la aviación comercial, son los retos del sector para 2011. Pablo Azcárraga, presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), detalló que uno de los mayores desafíos para el próximo año es la aviación en México, ya que es necesario encontrar un modelo económico eficiente para las aerolíneas. "Se debe encontrar un modelo económico eficiente para las aerolíneas", señaló, "porque si tienen más costos que ingresos, tenemos que ver cómo promover que esos costos sean más eficientes". El titular del CNET detalló que para 2020 es posible elevar de 22.5 millones a 55 millones el número de visitantes internacionales al País. También ubicó como posible llegar a la cifra de 20 mil millones de dólares en la inversión privada en el sector turístico en los próximos cinco años y regresar a 13 mil 500 millones de dólares en ingreso de divisas, lo que se obtuvo en 2008. Lo anterior, destacó Azcárraga, será posible sólo si se logra el Acuerdo Nacional por el Turismo, que podría ser firmado el próximo año. El objetivo de dicho plan es establecer compromisos de parte de los empresarios, el Gobierno federal, gobiernos estatales y municipales, así como de legisladores. Dicho acuerdo plantea una serie de mecanismos para generar inversión turística en infraestructura y en la planta hotelera, darle mayor identidad a los destinos que tiene el País, así como establecer como prioridad nacional el turismo. Para ello se requiere incentivar la colaboración intersecretarial, y eficientar y optimizar las campañas de promoción turística del País. El empresario dijo que con este acuerdo, en los próximos cinco años, la actividad turística podría crecer al doble de lo que aumente el Producto Interno Bruto (PIB). Azcárraga también mencionó como reto hacer más eficiente y sobre todo oportuna la promoción del País, y no retrasar las licitaciones de las agencias de relaciones públicas como ocurrió el año pasado y ahora en este 2010. "Las campañas de promoción turística deben ser más oportunas y más eficientes, y tenemos que hacer que el Consejo de Promoción Turística de México goce de más independencia y autonomía", mencionó.