

## Sectur mantiene meta anual de dos dígitos (El Financiero 23/05/11)

Sectur mantiene meta anual de dos dígitos (El Financiero 23/05/11) Claudia Alcántara Lunes, 23 de mayo de 2011

- Arribo de 26 millones de turistas internacionales y captar 14 mil mdd, prevé.
- Prematuro adelantarse al resultado final: Guevara.
- Importante tener objetivo "agresivo y alcanzable".

• **SECTUR MANTIENE SUS METAS DE 2011** Pese a que la actividad turística registró durante el primer trimestre del año caídas superiores a 9 por ciento en llegada de turistas internacionales y derrama económica contra el mismo periodo de 2010, la Secretaría de Turismo (Sectur) mantendrá las metas anuales para 2011, que establecen un crecimiento inédito de dos dígitos. La titular de la dependencia, Gloria Guevara Manzo, aseguró que es muy prematuro adelantarse a los resultados que podrían registrarse al cierre de este año, ya que el primer trimestre no es el más fuerte del periodo; consideró que es importante tener un objetivo "agresivo y alcanzable".

En llegadas internacionales, la Sectur plantea un arribo de 26 millones de personas, lo que representará un crecimiento de 15 por ciento; y en captación de divisas se proyecta un total de 14 mil millones de dólares, lo que sería un crecimiento de 20 por ciento contra lo reportado el año anterior. En entrevista, la funcionaria justificó que la caída puede deberse a varios factores, como el hecho de que el periodo de Semana Santa y Pascua cayera en abril, así como el que el desempleo en Estados Unidos sigue siendo un problema y desincentiva el viaje de los estadounidenses. Agregó que de acuerdo con el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, no sólo se redujeron los viajes de los estadounidenses en general, sino la cantidad de días que pasan en el extranjero. De igual forma, resaltó que la fortaleza del peso ha hecho que el consumo se reduzca en nuestro país. Guevara mencionó que aun con estas variantes, creció la participación de mercado de México en el volumen de estadounidenses que viajan fuera de su país, al ubicarse en 14.7 por ciento, aunque no precisó en qué lapso. Agregó que Delta reportó en marzo de este año un crecimiento hacia México de 84 por ciento, y American Airlines transportó mil pasajeros más desde Estados Unidos. De acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el flujo de pasajeros internacionales transportados por las aerolíneas mexicanas cayó 49.2 por ciento, mientras que en las internacionales creció 10.2 por ciento por la salida de Mexicana de Aviación; entre enero y marzo se registraron 924 mil 916 viajeros, en comparación con el mismo periodo de 2009, cuando fueron un millón 822 mil pasajeros. Guevara consideró que parte de la estrategia del Acuerdo Nacional por el Turismo es la diversificación de mercados; aseguró que todavía nuestro país tiene una dependencia muy alta del mercado estadounidense, ya que dependiendo del mes representa de 70 a 80 por ciento. La secretaria precisó que la diversificación de mercados está funcionando, ya que se registra un incremento de 73 por ciento en el número de turistas rusos, chinos, japoneses, brasileños, franceses y de otras nacionalidades; y el enfoque para 2018 o 2020 es que de los 50 millones de turistas extranjeros que se prevé lleguen a nuestro país, 50 por ciento proceda de Norteamérica y 50 por ciento del resto del mundo.

**Recuperar mercado** Las agencias de viajes buscarán en este año recuperar al menos 10 por ciento del mercado de venta de productos turísticos que perdieron con la llegada de agencias de viaje on line, y la comercialización directa -vía Internet- que realizan hoteles y aerolíneas. El presidente de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV), Jorge Hernández, indicó que lanzarán vía medios masivos de comunicación y a través de las propias agencias de viajes, una campaña publicitaria para incentivar la compra de paquetes de viajes en estas unidades, y con ello reposicionarlas como principales canales de distribución como lo eran antes. Preciso que la campaña, que contará con un presupuesto cercano a los 13 millones de pesos, buscará al menos crecer 10 puntos porcentuales la participación del mercado de las agencias, de 60 a 70 por ciento. El empresario recordó que hace poco más de 12 años -antes de que iniciara la comercialización vía Internet-, las agencias comercializaban 90 por ciento del producto turístico.