

Empresarios turísticos replantean a la baja metas para 2011 y 2012 (El Financiero 31/08/11)

Empresarios turísticos replantean a la baja metas para 2011 y 2012 (El Financiero 31/08/11) Claudia Alcántara
Miércoles, 31 de agosto de 2011 · SE CAEN LAS METAS DEL SECTOR TURÍSTICO A raíz de los actos violentos ocurridos en el Casino Royale en Monterrey, Nuevo León y en el Estadio Territorio Santos Modelo de Torreón, Coahuila y la desaceleración económica de Estados Unidos, el sector empresarial turístico replanteó a la baja las metas para este y el próximo año en llegada de turistas internacionales y captación de divisas. Las dos principales cúpulas empresariales estiman que la industria crecerá 2 por ciento contra el año anterior, es decir, seis puntos porcentuales por abajo de lo pronosticado por la industria (8 por ciento) y 13 puntos abajo también respecto a lo proyectado por la Secretaría de Turismo (15 por ciento). Incluso vislumbran en 2012 un escenario recesivo similar al de 2009. El vicepresidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), Óscar Amérigo, indicó que existe el riesgo de que la actividad turística "deje de crecer o se estanque", lo cual desalentaría la inversión. En entrevista, el empresario aseguró que los hoteleros conservan sus ocupaciones hoteleras, pero están bajando sus tarifas, lo cual no es sano a la larga, ya que las compañías dejarán de tener recursos para innovar y crecer. Manifestó que el escenario para 2012 es peor y que incluso la caída podría ser similar a la registrada en 2009. El presidente de la Confederación Nacional Turística (CNT), Miguel Torruco Marqués, coincidió en que de acuerdo con las tendencias que arroja Banco de México y la contracción del sector en el primer semestre, "difícilmente" se podría cumplir la meta anual de 15 por ciento. Por ello sugirió que el gobierno federal reoriente las metas para este y el siguiente año, acorde a los problemas internos y externos observados. Aseguró que lo sucedido en Monterrey y Torreón "complicó el escenario en materia de imagen internacional" y que la contracción económica de Estados Unidos desalentará la llegada de viajeros de ese país, los cuales representan el 65 por ciento del turismo internacional que llega a México. Torruco Marqués señaló que es urgente redireccionar las campañas de promoción de Estados Unidos a otros mercados como el canadiense, inglés y latinoamericano, los cuales son menos susceptibles a noticias relacionadas con la inseguridad y conservan una mejor economía. Coincidió con Amérigo en que se deben apuntalar las estrategias de promoción para fortalecer el mercado interno -mientras se barre la casa- y ofrecer apoyos directos a los connacionales, los cuales siempre han sacado al sector de las problemáticas. Inversiones Por otra parte, la Sectur informó que en el primer semestre del año erogó mil 744 millones de pesos a estados para fortalecer su oferta turística y servicios, cifra 8.2 por ciento superior respecto a la del mismo periodo del año anterior. Fonatur, en el mismo periodo, invirtió 595.5 millones de pesos en infraestructura de los Centros Integralmente Planeados (CIP).