

## Crece turismo con centros de convenciones (El Financiero 12/09/11)

Crece turismo con centros de convenciones (El Financiero 12/09/11)(Claudia Alcántara) Lunes, 12 de septiembre de 2011 &bull;La actividad por reuniones de negocios genera 18% del PIB. El turismo de reuniones podría convertirse en uno de los principales motores de la economía de las entidades que cuenten con centros de convenciones. De acuerdo con el estudio Dimensionamiento Económico del Turismo de Reuniones en México, este segmento genera el 18 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) turístico del país, y su aportación en el PIB nacional es de 12 mil millones de dólares. El director del área de Turismo y Deporte de la firma PwC, Robert Canton, afirmó que muchos años se desconoció la importancia económica de la creación de congresos, convenciones, exposiciones y ferias en nuestro país, así como lo que significa respecto a otras industrias. Comentó que por eso la firma realizó un estudio de dimensionamiento a petición del Cestur de la Secretaría de Turismo (Sectur) y el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). Señaló que el turismo de reuniones genera una derrama económica por gasto directo o venta directa de 18 mil 100 millones de dólares al año, y de 14 mil millones de forma indirecta. De igual forma, dijo que genera 441 mil empleos directos, desde meseros hasta organizadores de eventos. Fines políticos El subsecretario de Operación Turística de la Sectur, Fernando Olivera, indicó que de 2007 a 2011 se han invertido recursos públicos por mil 259 millones de pesos para la conformación y apoyo de recintos feriales para congresos y convenciones, mediante los Convenios de Reasignación de Recursos con los estados. Añadió que los proyectos de los estados han servido para impulsar la infraestructura turística en el país, pero reconoció que es muy "tentador" e interesante crear estas grandes obras para destacar en el ámbito político. Aunque no citó casos de recintos creados con fines políticos, dijo que la Sectur ha sido "cuidadosa" en orientar y trabajar con los estados y municipios, para atender la vocación turística local, ya que no en todos los lugares pueden "servir para todos los segmentos turísticos". En el caso del turismo de reuniones, no basta con el recinto pues se requieren espacios de alojamiento suficientes y conectividad aérea y terrestre que permitan la explotación del segmento de manera adecuada. Eduardo Chaillo, director ejecutivo de Turismo de Reuniones del CPTM, resaltó que con datos precisos de la actividad, se pueden tomar decisiones desde lo federal y local y aportarle a un mercado que ha demostrado ser importante. Describió que el 24 por ciento del gasto en alimentos y bebidas que se realiza en el sector turístico proviene del turismo de reuniones internacional; y una de cada cinco habitaciones del país se ocupa por visitantes internacionales de congresos y convenciones.