

Necesaria, promoción para diversificar turismo (El Financiero 31/10/11)

Necesaria, promoción para diversificar turismo (El Financiero 31/10/11) Margarita Solís Peña Lunes, 31 de octubre de 2011 • CPTM trabaja para que crezcan viajeros de otros países. - INCREMENTO DE TURISTAS Rodolfo López Negrete, director general adjunto del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), explicó en entrevista que el dinero que se obtiene del DNI se destina a una mayor promoción de México en el mundo con el objetivo de diversificar el mercado. Si bien el pago del Derecho de No Inmigrante (DNI) no subirá ni este año ni el próximo, se espera un incremento en el número de turistas extranjeros que llegan al país el próximo año. Se busca esa diversificación, dijo, porque tradicionalmente la industria turística en México se concentra en un 70 por ciento en el mercado norteamericano y el resto en otros mercados internacionales. Para disminuir la dependencia del mercado de Estados Unidos y Canadá, la visión estratégica del CPTM es crear un "portafolio sano para México", para que al final del próximo sexenio ese portafolio cambie a 50 por ciento de Norteamérica y 50 por ciento del resto del mundo. Eso se lograría, dijo, con una mayor promoción que requiere de mayores recursos, los cuales preveían obtener del aumento del DNI de 20 a 30 dólares por visitante. "Estamos estimando que el DNI del próximo año se va a mantener igual, lo hacemos por medidas de prudencia, aunque aumente el número de turistas el próximo año y aunque aumente el DNI. Planeamos para 2012 que va a ser el mismo", comentó López Negrete. El presupuesto del CPTM en 2011 fue de mil 680 millones de pesos, y de acuerdo con el funcionario, ese monto se ha ejercido en tiempo y forma, y para 2012 se espera la misma cantidad. "Tenemos muy claro lo que se va a requerir de recursos para continuar todas estas campañas, ya lo tenemos planeado. Estamos en la etapa final de la planeación del 2012 de todas las campañas, de todas las inversiones, de todas las promociones", agregó. Debido a que el mercado norteamericano es el más importante, cuando pasa por épocas complicadas o de incertidumbre, como sucede actualmente, en todos los países cae el número de turistas; en épocas de crisis viajan sólo internamente. Mercado robusto Europa, que también atraviesa por una crisis económica, es un mercado grande y robusto, afirmó, "donde pensamos que debemos seguir invirtiendo recursos para aumentar nuestra participación de mercado, y nos ha funcionado bien". Dijo que ha favorecido a México el crecimiento de visitantes de Brasil, Rusia, China, Argentina, Colombia, Perú y Chile. Con las diferentes campañas del CPTM: "México, el lugar que creías conocer", "Mexico today" y, la de próximo inicio, "Confesiones en el taxi", así como otros eventos, buscan incrementar el número de turistas y la derrama. La derrama promedio de un turista en México es de 780 dólares por estancia, excluyendo línea aérea, pero los que realizan turismo de aventura, cultural y de lujo generan una derrama mayor. Un ejemplo de ello es el turismo de aventura, que gasta cuatro veces más. El CPTM busca que ese gasto pase de los 780 dólares a arriba de los mil dólares por estancia.