

Castigan promoción turística (Reforma 30/01/13)

Castigan promoción turística (Reforma 30/01/13) Disponen Municipios del interior de Jalisco de pocos recursos para atraer visitantes Por Karina Suárez Guadalajara México (30 enero 2013).- Debido a la poca infraestructura turística y a la limitada inversión privada, los Municipios del interior del Estado batallan para encontrar fondos y recursos para promocionar sus atractivos. Aunque lugares como Jalostotitlán y Hostotipaquillo cuentan con oferta natural y religiosa para atraer a los paseantes, la falta de recursos propios limita su capacidad de difusión y con ello la oportunidad de fortalecer su industria turística. "No lo hemos canalizado al 100 por ciento como deberíamos, pero tenemos ahí una fuente potencial muy importante, lo que es el turismo religioso", refirió el Presidente Municipal de Jalostotitlán, Octavio Martínez Reynoso. En este mismo sentido, el director turístico de Hostotipaquillo, David Rodríguez Reynaga, admitió que la Administración no cuenta con más recursos para difundir los carnavales y festividades religiosas del Municipio. Los representantes edilicios coincidieron en que este año requerirían de más apoyos estatales y federales para diversificar a los turistas a estos nuevos destinos. Sin embargo, en los últimos dos años la Secretaría de Turismo de Jalisco (Setujal) ha aprobado aportaciones para la promoción por 20 millones de pesos, cifra que contrasta con los 50 y 60 millones de pesos autorizados en 2010 y 2011, respectivamente. Frente a esta caída de un 60 por ciento en el presupuesto, el director general de Planeación de la Setujal, Víctor Manuel Mijangos, reconoció la necesidad de más recursos. "Cuando vemos a Andalucía que es una región española que tiene más o menos las mismas dimensiones de Jalisco y gastaba aproximadamente 100 millones de dólares en promoción, pues te vas a dar cuenta que lo que hacemos nosotros es muy poco", relató. Por ello, agregó, se requiere de la conformación de fideicomisos donde confluyen aportaciones estatales, federales y de socios privados a través del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). En Jalisco, los fideicomisos más robustecidos son los de Puerto Vallarta y la Zona Metropolitana de Guadalajara, los cuales operan anualmente con recursos de entre 50 y 60 millones de pesos. Mientras que para el resto de los destinos jaliscienses opera otro fideicomiso que atiende a las zonas de la Montaña, Costalegre, Rivera de Chapala y Los Altos, el cual cuenta con recursos anuales por 7 a 8 millones de pesos. "Al final de cuentas el Gobierno del Estado tiene ingresos fijos que no crecen en la misma proporción y por eso es que este año no tenemos una cantidad tan importante", expresó. 20 mdp es el monto autorizado para la promoción en el Presupuesto de Jalisco 2013. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo Fecha de publicación: 30 enero 2013