

Buscan retener turismo estadounidense (Reforma 26/09/13)

Buscan retener turismo estadounidense (Reforma 26/09/13) Por NEGOCIOS / Staff Cd. de México México (26 septiembre 2013).- La Secretaría de Turismo (Sectur), a través del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), presentó la campaña "Live it to believe it" ("Vívelo para creerlo") en Estados Unidos, el principal mercado en términos de llegadas de turistas internacionales al País. Este programa de promoción turística, anunciado en junio pasado, tiene el objetivo de incentivar la visita de los ciudadanos norteamericanos a destinos como Vallarta-Nayarit, que por primera ocasión se comercializa como un solo destino a nivel internacional; la Ciudad de México; Cancún y la Riviera Maya; Yucatán y Los Cabos. "Ante más de 400 invitados reunidos en el Museo Americano de Historia Natural de la ciudad de Nueva York, incluyendo miembros de la industria turística americana, el CPTM dio a conocer la nueva imagen con la que se promoverán los destinos turísticos mexicanos a nivel internacional durante los próximos años", indicó la Sectur en un comunicado. "La campaña Live It to Believe It permite comunicar las ventajas competitivas de los destinos turísticos y muestra un México diverso, moderno y sofisticado". Con una inversión inicial de 36 millones de dólares, la primera fase de la campaña será implementada en Estados Unidos y Canadá durante el último cuatrimestre del año. "Como parte de esta estrategia de promoción turística, la campaña tendrá presencia en los principales medios de comunicación de estos países, incluyendo televisión, exteriores, prensa, y radio, con un énfasis especial en medios digitales", detalló la dependencia. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo