

Vallarta, por fin, recupera turismo (Reforma 23/02/15)

Vallarta, por fin, recupera turismo (Reforma 23/02/15) Por Adriana Leyva Guadalajara México (23 febrero 2015).- La época de vacas flacas en Vallarta está terminando. Luego de que en el 2008 el puerto llegó a cifras históricas en el arribo de turistas, tres años después perdió el 22.7 por ciento de visitantes vía aérea, pero la recuperación ahora una realidad para el destino. En cuanto a llegadas aéreas nacionales, las cifras históricas se superaron en 3.1 por ciento en el 2014, ya que en el 2008 arribaron 908 mil 500 turistas vía aérea, y el año pasado fueron 937 mil 200, es decir 28 mil 700 viajeros más. "Estos crecimientos a nosotros nos ponen en una situación verdaderamente holgada y con una recuperación importante respecto a lo que ya teníamos en años anteriores", dijo Rodolfo Pacheco, presidente de la Asociación de Hoteles de Puerto Vallarta. Parte de la recuperación se debió a la inestabilidad de otros destinos como Los Cabos y Acapulco, lo que dejó como opción alterna a Vallarta, y al incremento de la promoción internacional de la marca Vallarta-Nayarit, indicó el líder hotelero. Por vía marítima se notó una recuperación, ya que según información de la SCT, en el 2014 arribaron al puerto 110 cruceros con un total de 240 mil 231 turistas, cuando en el 2013 apenas llegaron 81 navieras con 154 mil 787 turistas. No obstante, aún no se llega a los 276 navíos con 597 mil 144 turistas que totalizaron en el 2008. La llegada aérea de turismo internacional vía aérea aún no alcanza los niveles históricos, pero ha recuperado el 22 por ciento de los asientos que perdió desde el 2008, cuando arribaron 2 millones 372 mil 200 turistas, principalmente de Canadá y Estados Unidos. Para recuperar los niveles récord en turismo internacional faltaría traer a 182 mil 200 turistas más al año, y la estrategia consiste en explorar nuevos mercados de América y Europa. "Hay una clara tendencia de recuperación ya palpable, porque desde octubre del 2014 se empezó a sentir el aumento en reservaciones", indicó Alejandro Lemus, presidente de la Asociación de Desarrolladores y Promotores Turísticos de Tiempo Compartido. Aunque se seguirá haciendo promoción en destinos como EU y Canadá, tanto la Iniciativa Privada (IP) como el Gobierno estatal y federal le apostarán a promocionarlo en Sudamérica y Europa. Este año se invertirán alrededor de 13 millones de dólares para la promoción de la marca Vallarta-Nayarit, de acuerdo con lo anunciado hace unas semanas por Rodolfo López Negrete, director del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). "Esto es exclusivamente para el mercado internacional, que es donde se nos había caído el turismo", explicó Ludwig Estrada Virgen, representante de la Secretaría de Turismo de Jalisco (Secturjal) en Puerto Vallarta. Los países sudamericanos en donde se enfocará la promoción son Colombia, Brasil, Argentina, Perú y Chile. Incluso ya se está buscando llevar un vuelo directo desde Bogotá, Colombia, o Panamá hacia Vallarta, indicó el funcionario. Mientras que para Europa los esfuerzos se enfocarán en España, Holanda e Inglaterra, de donde actualmente llegan dos vuelos directos, uno de Londres y otro de Manchester. Para atraer estos vuelos se participará en ferias y eventos de turismo internacionales, comentó Estrada Virgen. Además, ya se tiene tiempo trabajando con operadores turísticos y se está haciendo campaña de promoción del destino en Sudamérica, algo que antes no se hacía. También se espera atraer más turistas, sobre todo de Estados Unidos y Canadá, con los cruceros que este año sumarán 140. En cuanto al turismo nacional, se está apostando por el Bajío, un mercado que en el 2014 se explotó mucho, ya que líneas aéreas como Volaris, Interjet y TAR abrieron vuelos directos al puerto. De acuerdo con información proporcionada por el Grupo Aeroportuario del Pacífico, en el 2014 se abrieron dos nuevas rutas hacia Puerto Vallarta, aeropuerto que es manejado por ellos. Una desde Guadalajara y la otra desde Guanajuato. Entre los atractivos que estarán presumiendo en la campaña destacan las Islas Marietas, la gastronomía, el destino como un lugar para realizar bodas, así como el clima caluroso que predomina en el año. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo