



Revisarán en Los Pinos imagen y competitividad turísticas

■ *El propósito de las agendas es diagnosticar la situación de los destinos y emprender un plan de acciones, entre la federación y los gobiernos locales.*

Este miércoles se presentarán en Los Pinos las Agendas de Competitividad de Destinos Turísticos (ACDT), que podrían marcar un antes y un después para muchos destinos siempre y cuando sus resultados lleguen a quienes hacen el turismo.

Las agendas se anunciaron a principios del año pasado, después de que el presidente **Enrique Peña** anunciara en febrero las directrices de la Nueva Política Nacional Turística.

La idea era concluirlas en 2013, lo que no ocurrió y por tanto no impactaron en procesos relevantes como la asignación de recursos este año para los convenios estado-federación y el diseño del **Plan Nacional de Infraestructura**.

En realidad no era sencillo, pues fueron 44 los destinos seleccionados y hubo que contratar a instituciones de

educación superior en cada entidad para desarrollarlas.

Precisamente la otra crítica que se ha hecho a las agendas fue haber privilegiado a universidades del sector público y no porque carezcan de los conocimientos y capacidad, sino debido a que fue un tema administrativo el que determinó dicha decisión.

Efectivamente la Ley de Adquisiciones permite asignar directamente los contratos a entidades públicas y la Secretaría de Turismo, cuya titular, **Claudia Ruiz Massieu**, decidió no buscar a instituciones privadas para no complicar estos procesos.

Así es que ciertamente no todas las agendas fueron desarrolladas por las instituciones ideales, pero sin duda hay decisiones de gobierno en donde se tienen que privilegiar otros factores y en este caso fue el sentido de urgencia.

Para acotar esta debilidad, lo que se hizo fue diseñar una metodología para construir las agendas en donde participaron investigadores y autoridades locales y federales.

El propósito de las agendas es diagnosticar la situación de los destinos y emprender un programa de acciones, entre la federación y los gobiernos locales, junto con otros actores relevantes de los mismos. No es evidente con qué criterio cada entidad propuso los destinos sujetos a esta investigación; por ejemplo, en Quintana Roo fueron Cancún y la Riviera Maya, pero en el Estado de México fue Chalma e Ixtapan de la Sal cuando Teotihuacán o Valle de Bravo atraen a más viajeros.

De acuerdo con las estimaciones de Sectur, los 44 destinos elegidos representan 80% de la actividad turística en el país.

Además, en el propio evento del miércoles se presentará



| | | |
|----------------------------|--------------------------|---------------------|
| Fecha 10.06.2014 | Sección Dinero | Página 11 |
|----------------------------|--------------------------|---------------------|

la campaña nacional Vívelo para creerlo con el que el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), que dirige **Rodolfo López Negrete**, promoverá el turismo de los mexicanos por su país.

La novedad es que ahora se hicieron 32 vídeos, uno por cada estado de la República, lo que dará la oportunidad a todas las entidades de promover sus atractivos a través de narrativas e imágenes que aseguran serán de muy alta calidad.

Según la Sectur, los 44 destinos elegidos representan 80% de la actividad turística en el país.