

Una feria discreta, pero efectiva

» DeTour | Por Gerardo García



jgg0868@gmail.com

Es éste un evento que, sin la suntuosidad y parafernalia de otros en su tipo, en su efectividad lleva su marca. Una feria turística que debe contarse no a partir de su tamaño, sino de los resultados en cuestión de negocios que ahí se generan. El Travel Mart de Cancún que comenzó ayer en ese destino turístico, y que se realiza en un contexto de muy buenas oportunidades.

La circunstancia por la que atraviesa Cancún es en extremo positiva. A diferencia de hace algunos años, cuando por distintas circunstancias, que tuvieron que ver no sólo con la recesión económica mundial, sino por temas coyunturales, como fue la epidemia de influenza o la negativa percepción sobre el país por el impacto mediático de la guerra contra el narcotráfico, las negociaciones que se realizaban en ese evento estaban marcadas por la dificultad y las tarifas hoteleras se convertían en el único elemento a tratar con los operadores y mayoristas, hoy no resulta así. El destino turístico llega a este Travel Mart con una oferta sólida y competitiva, en un entorno mucho más positivo que en el pasado; con una conectividad insuperable por otros destinos del Caribe y con el influjo que significa el haber incrementado considerablemente el número de visitantes, pero de igual manera el nivel de derrama económica. Los hoteleros y pres-

tadores de servicios turísticos que negocian en estos días con los operadores y mayoristas, llegan con mucho mejores herramientas que en años anteriores. La intención, por lo que se conoce, no sólo es la de elevar el número de visitantes, sino de incrementar las tarifas en una proporción acorde a la realidad. De igual manera, el fortalecimiento del dólar americano con respecto a las demás monedas es el resultado de un fortalecimiento de su economía. Una recuperación que significa una gran oportunidad para Cancún y el resto de México en materia turística.

Las condiciones, pues, son positivas; pero ello no significa que todo esté bien. Destinos como Cancún y Riviera Maya, han tenido los mejores años en su historia. Es cierto que el producto turístico que se ofrece es muy competitivo; pero será necesario mantener una constante renovación y fortalecimiento para que se ajuste a las rápidas transformaciones de aquello que

demanda el mercado. No puede darse por sentado que esta tendencia positiva se mantendrá sin que haya una constante inversión en esta materia. De igual manera es fundamental que se concreten diversas acciones de parte del Estado Mexicano; que no se deje en el abandono la intención de modificar la política aeronáutica del país; que se retome con prontitud el tema de las aduanas de preinternación del gobierno estadounidense en el aeropuerto de Cancún; que la obra de recuperación de playas se ejecute con celeridad; que no se abandone en absoluto la tarea de la autoridad en materia de seguridad.

La competitividad turística de Cancún en efecto es buena; no puede permitirse bajar la guardia. El éxito en cualquier actividad no es perenne. Debe haber en efecto una gran satisfacción por los resultados que se han conseguido; pero no es deseable que las cosas se queden como están, simplemente porque ahora están funcionando.

