

INVERSIONES EN EL SECTOR

Empresarios piden incentivos fiscales

La IP solicita apoyos para diversificar la oferta turística a escala nacional

POR KARLA PONCE
karla.ponce@gimm.com.mx

El sector turístico nacional demandó al gobierno federal el diseño de incentivos fiscales que permitan detonar inversiones suficientes para diversificar el sector. Enrique Solana, presidente de la **Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concancanto Serytur)**, propuso que los instrumentos de apoyo estén dirigidos a empresarios mexicanos para evitar un impacto en las finanzas públicas.

“Hoy en día contamos con un producto nacional muy homogéneo. Tenemos, por lo tanto, que diversificarlo, con innovación y creatividad, para incentivar la llegada de más turistas a territorio nacional”.

MÁS DESTINOS

Durante la Convención Nacional de Turismo 2015 consideró que el país atraviesa por la inminente necesidad de diversificar su oferta.

“El turismo es de las actividades económicas que generan grandes cadenas de valor que permiten una mejor dis-

tribución de la riqueza en el país. En ese sentido, es necesario el apoyo para regionalizar el producto turístico que México ofrece, poniéndole mayor atención a destinos que actualmente se encuentran desaprovechados, como las playas de San Carlos en Sonora o las Barrancas del Cobre en Chihuahua, éstas últimas siendo más imponentes e impresionantes que el mismo Gran Cañón de Colorado en Estados Unidos”.

Resaltó que con los apoyos, los resultados de esta actividad económica podrían multiplicarse por diez, debido a que se subsanarían las barreras existentes que no permiten el desarrollo óptimo del sector y de su productividad.

“Entre estas barreras se encuentran la falta de conectividad que sufre nuestro país, poniendo como ejemplo el desperdicio de las Bahías de San Carlos en Sonora, que siendo un paraíso está desaprovechado por la falta de un vuelo México-Guaymas, la pobre preparación de sus recursos humanos, el alto nivel de informalidad en el sector turístico y la escala limitada de las empresas de menor tamaño del sector, siendo que éstas últimas representan 99 por ciento del total de unidades económicas oferentes de servicios turísticos”.

ATRACCIÓN

El dirigente empresarial calificó como preocupante que de los más de 12 millones de visitantes de nacionalidad extranjera que recibió el país en 2014, casi nueve millones fueron de América del Norte, específicamente siete millones de EU, 55.3% del mercado.

A esto, se suma que los visitantes estadounidenses que viajan por vía aérea se concentran en tres destinos de sol y playa y dos grandes ciudades. “Y, tan solo entre Cancún y la Ciudad de México se concentra 54.7 por ciento de los visitantes internacionales estadounidenses”.

En su opinión, estas cifras evidencian la necesidad de mejorar la oferta turística, lo que aseguró que se traduciría en la diversificación del mercado turístico.

“Podemos expandirnos a otros países como Reino Unido, ya que los ingleses son la tercera nacionalidad que más visita nuestros destinos. Además, esta situación puede mejorar, tomando en cuenta el Año Dual que tenemos entre México y Gran Bretaña.”

Otro mercado con gran potencial es el de los países asiáticos emergentes que tienen vasta población con capacidad y hábitos de consumo mayores.



Fecha 19.05.2015	Sección Dinero	Página 8
----------------------------	--------------------------	--------------------



Foto: Karina Tejada

INVERSIONES. Enrique Solana, presidente de la Concanaco Servytur, aseguró que buscarán más diversificación y creatividad.



Para atraer a más visitantes es necesario reposicionar la oferta con valor agregado, rediseñando nuestros destinos con propuestas diversas que se complementen con alternativas culturales, gastronómicas, deportivas, u otros segmentos propios de cada zona del país.”