

Insuficiente promoción de turismo de negocios en ciudades fronterizas: CPTM

Morelia- Hotels.com

La inseguridad y la falta de infraestructura en comunicación terrestre son los principales obstáculos para la promoción del turismo de negocios en las ciudades fronterizas, al menos a corto plazo, aseguró Gastón Ramos, director de la oficina de congresos y convenciones del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM). El turismo de negocios es una oportunidad para el país, pues el gasto promedio de esos visitantes es de 820 dólares, mayor al que acude a los destinos de sol y playa, dijo el directivo.

México ocupa el lugar 23 en captación de visitantes en ese segmento y se espera que en dos años ascienda a los primeros 10 lugares. Al preguntarle si el turismo de negocios haría repuntar el número de visitantes en la zona fronteriza, el funcionario consideró que esa posibilidad no sería factible “a corto plazo”. Dijo que la inseguridad en esa zona debe ser focalizada, en primer lugar. Además existen rezagos en cuanto a la comunicación con Estados Unidos, dado que es lento el trámite para cruzar la frontera, añadió Ramos. El mes pasado empresarios turísticos de Chihuahua dijeron que las autoridades del ramo no realizan la suficiente promoción de la región fronteriza, que padece una baja de turistas en años recientes. Por su parte, el director general del CPTM, Oscar Fitch, dijo que “la promoción la hacen los destinos”, pero estados como Baja California se están promoviendo intensamente. Dijo que el contexto del turismo fronterizo es diferente al de otros destinos del país, dadas las condiciones difíciles con las cuales los visitantes estadounidenses encuentran al intentar regresar a su país. Sin embargo hay varias ciudades que deben promover sus atractivos, los cuales son variados, dijo Fitch. Añadió que sí existe suficiente promoción turística de los gobiernos estatales, y la labor del CPTM es en asociación con las autoridades. (Fuente: [La Jornada](#))