

Apuestan a traer más turismo por tierra

Morelia- Hotels.com

Para finales de año, casi seis de cada 10 visitantes al puerto serán nacionales. La apuesta de la campaña de promoción turística lanzada en Guadalajara y la Ciudad de México es tomar ventaja de la cercanía al puerto con la autopista Guadalajara-Mazatlán, señalando que sólo toma 4 horas en auto el trayecto, comentó **Javier Páez, director de Mercadotecnia** de la **Asociación de Hoteles y Empresas Turísticas de Mazatlán** destinada a Guadalajara en medios de televisión, prensa y revistas asciende a 2 millones 250 mil pesos en cooperación tripartita entre la Asociación de Hoteles, el Consejo de Promoción Turística y la línea Alma de México. Hay posibilidades de invertirle otros 400 mil pesos a Mazatlán para competir de lleno con Puerto Vallarta, que con la ventaja de la autopista se coloca prácticamente al mismo tiempo por carretera. Para la Ciudad de México se inyectaron 2 millones 300 mil pesos con publicidad en camiones y paradas de autobús. "Estamos apostándole al turismo carretero. Todavía hay quienes piensan que a Mazatlán se hacen 7 u 8 horas, es un factor que nos pega, pero ahora estamos haciendo énfasis en promover que Mazatlán está muy cerca y el acceso es muy fácil", indicó **Paez**. "Por la parte de los extranjeros, con la crisis del petróleo, el aumento del combustible a los aviones afecta, porque se refleja en los costos de los boletos de avión y eso pega al turismo internacional. En el nacional estamos confiando que se abrió la autopista Guadalajara-Mazatlán y eso nos conecta con todo Occidente". **Paez** mencionó que Mazatlán logró sustituir la pérdida de conectividad con otros vueltos desde Monterrey. Viva Aerobus aumenta de 6 a 9 vuelos, Aladia comenzará a volar a Mazatlán y Alma de México volará de Torreón a Mazatlán a partir del 4 de julio. (Fuente: Noroeste.com 22-06-08)