

EMPRESARIAL

TIANGUIS
TURÍSTICO 2023

Llegada de turistas por países en América
México es la nación que más viajeros recibió en 2021 de todo el continente americano, de acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (OMT).

Cifras en millones de llegada de turistas internacionales.

Fuente: OMT



MONUMENTO a la Revolución, uno de los atractivos más visitados en la CDMX.

Foto: Pixabay

CDMX ALBERGA LA FIESTA TURÍSTICA MÁS IMPORTANTE DEL PAÍS

LA CAPITAL se convierte en la anfitriona de este importante evento por primera vez, y con el acompañamiento de los demás destinos de la República Mexicana, hace una importante apuesta por incluir a la población en este congreso.

Una fiesta con dimensión social, señala

“CDMX se convierte esta semana en la capital mundial del turismo”

LA CIUDAD alberga el Tianguis Turístico con una organización entre dependencias; cuenta con el *stand* más grande en la historia: Nathalie Desplas

el dato

El Festival Turístico albergará eventos, ventas de artesanías, cocineras tradicionales y actividades de los 32 estados del país que se presentarán en Reforma entre la Diana y el Ángel de la Independencia.

NATHALIE DESPLAS, titular de Sectur CDMX, en imagen de archivo.



• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

La edición 47 del Tianguis Turístico convertirá a la Ciudad de México en la “capital mundial del turismo”, debido al tamaño y a la cantidad de oferta turística con la que cuenta, aseguró la titular de la Secretaría de Turismo local, Nathalie Desplas Puel.

En entrevista con *La Razón*, la funcionaria afirmó que, para albergar la fiesta turística más importante del país, la dependencia a su cargo ha trabajado de manera conjunta con la Secretaría de Turismo (Sectur) federal; CREA, empresa que organiza este evento, y otras secretarías de la capital mexicana, como la Secretaría de Cultura, la Secretaría de las Mujeres, la Secretaría de Movilidad, la Secretaría de Seguridad Ciudadana, el Instituto de la Juventud (Injuve), el Instituto del Deporte, entre otras.

“Hemos trabajado desde la Secretaría de Turismo desde hace meses en la preparación y en la organización del Tianguis Turístico, de la mano con Sectur federal y la empresa organizadora, pero sobre todo con la mayoría de las secretarías de la Ciudad de México, con lo que queremos subrayar la importancia que ha tomado este gran congreso que es mucho más que un congreso, sino que albergará a los mejores y más poderosos compradores del mundo”, destacó.

el tip

El pabellón que tendrá la Ciudad de México en el recinto sede durante este evento será el más grande que ha tenido algún estado anfitrión en la historia, con 930 metros cuadrados.

Como ejemplo, recordó que, con la Secretaría de las Mujeres, se realizó una convocatoria para las empresas turísticas, con el objetivo de reconocer a aquellas que priorizaran la igualdad de género en materia laboral; en suma, con la Secretaría de Educación, Ciencia y Tecnología, realizaron un curso en línea sobre la concientización turística sobre todo para aquellos que ofrecen servicios a visitantes.

La capital del país fue uno de los destinos que mayor número de turistas recibió durante 2022. Cifras de la Sectur local señalan que en 2022 captó la llegada de 11 millones 900 mil turistas, de los cuales 8.6 millones fueron nacionales y 3.2 millones, internacionales; con ello, se encuentra con una recuperación de 85.6 por ciento respecto al nivel prepandemia, cuando llegaron 13.9 millones de viajeros.

¿Cuál es la apuesta capitalina para esta edición del Tianguis Turístico? A petición de la doctora Claudia Sheinbaum

en el centro Citibanamex vamos a concentrar la parte de negocios, el *be to be*, ahí va a estar la parte más fuerte del evento: los expositores, los estados, los compradores, los países del Mundo Maya, nosotros nos encargaremos del pabellón de la Ciudad de México dentro del recinto, que va a ser el más grande que va a tener una ciudad sede, más de 900 metros cuadrados, también vamos a tener artesanos y cocineras tradicionales de la Ciudad de México. Sin embargo, la doctora Sheinbaum buscó incluir al público en general a este Tianguis, por lo que decidimos hacer el Festival Turístico de la Ciudad de México en Reforma, que es un evento alterno en donde estarán los estados y la promoción de todas las alcaldías de la capital.

“Vamos a atender a todos como se merecen; los eventos en el Centro Citibanamex y en Reforma, en conjunto con los eventos de la Secretaría de Cultura, **buscarán que los asistentes se sientan bien recibidos con el buen trato del Turismo capitalino**”

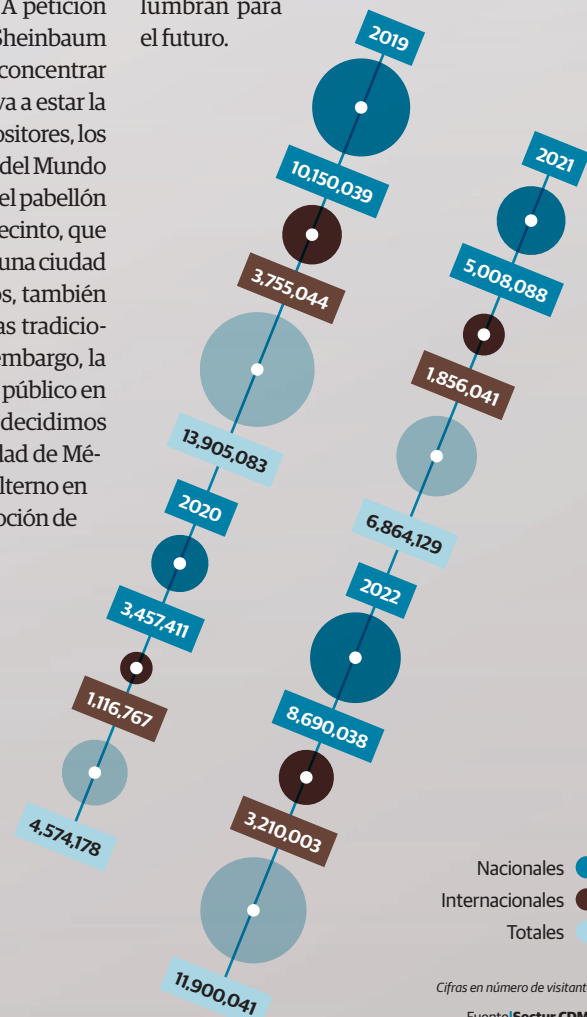
¿Qué directrices se siguen en materia de promoción? Yo quiero insistir en que la mayor promoción de esta ciudad, al menos este año es el Tianguis Turístico, porque si bien se espera que por el evento lleguen 15 mil asistentes, estos mismos vienen a comprar noches de hotel, *tours*, etc., eso qué va a significar que este año y parte de 2024 lleguen muchos turistas que antes no habían considerado a México y que ahora el país y esta ciudad estén al mismo nivel de otras capitales del mundo.

En materia de seguridad ¿está blindada la CDMX? En este tema trabajamos con Sectur federal, con CREA y tenemos el apoyo de todas las corporaciones. Realizamos 17 comités de manera paralela y simultánea, uno de ellos es el de seguridad y otro es el de transporte, en general son 17 para que se pueda abarcar la envergadura del desafío que representa en una ciudad tan grande.

¿Qué expectativas tiene de este evento? Va romper récords y va a ser un referente en el futuro, sobre todo por estas acciones adicionales, como el curso en línea, el eje transversal de las mujeres, el hecho de que la edición de este evento sale al encuentro de la población. Creo que son innovaciones muy importantes; la primera vez que se realizarán jornadas académicas y seminarios donde vamos a hablar de la importancia del sector turístico de México, así como los desafíos en el contexto actual y los que se vislumbran para el futuro.

Llegada de turistas

El arribo de viajeros a la CDMX en 2022 casi se recuperó totalmente.





TIANGUIS
TURÍSTICO
México
CDMX
CIUDAD DE MÉXICO
2023



LA CIUDAD QUE
LO TIENE TODO
47 edición • Centro CitiBanamex
26 al 29 marzo 2023



GOBIERNO DE
MÉXICO

TURISMO
SECRETARÍA DE TURISMO

México



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

CDMX
CIUDAD DE MÉXICO

Llevará "Tan mágico y tan cerca de ti" a la CDMX

IVETT TINOCO,
 subsecretaria
 de Turismo
 del Edomex.

Despliega el Edomex gran campaña de promoción

LA SUBSECRETARIA de Turismo del estado, Ivett Tinoco, afirma que buscarán que turistas extranjeros conozcan más sobre los destinos que ofrecen; destaca el acompañamiento a municipios para detonar vocación



Fotos: Especial

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

El Estado de México es la entidad que más estrechamente relacionada está con la capital del país, por lo cual en esta edición del Tianguis Turístico el estado mexiquense despliega una de las estrategias de promoción turística más importantes.

En entrevista con *La Razón*, Ivett Tinoco, subsecretaria de Turismo del Edomex, aseguró que "Tan mágico y tan cerca de ti", su campaña con las que promocionan los Pueblos Mágicos de la entidad, tiene como finalidad dar un mayor impacto en la Ciudad de México, ya que, por su cercanía, podría atraer a un mayor número de visitantes.

Para ello desplegaron durante este fin de semana y el tiempo que dure el Tianguis Turístico propaganda en el Metro, el Metrobús, en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), así como en centros comerciales emblemáticos como Reforma 222, Perisur y Santa Fe.

Asegura que entre las fortalezas con las que cuenta su estado se encuentran los 11 Pueblos Mágicos; sin embargo, los Pueblos con Encanto también son una apuesta de la entidad con 27 localidades con esta distinción.

¿Cómo llega el Estado de México a esta edición del Tianguis Turístico? Llegan

“ Buscamos que el turista extranjero que no tiene tanta claridad del lugar en el que se encuentra, **se le pueda orientar para que puedan visitar a la entidad; ésa es la apuesta que tenemos en el Tianguis Turístico**”

mos en un momento en el que tenemos una política pública clara en la materia turística, la cual permite ir de la mano con el sector empresarial, por lo que estaremos acompañados de cuatro cámaras de la industria, como Canaco Servitur, la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes del Edomex, la Asociación de Hoteles Turísticos del Estado de México y la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (Canirac). Por supuesto, que también estarán con nosotros los representantes de los Pueblos Mágicos, artesanos de diversas ramas artesanales, de hecho, de las 18 que hay en el país, el Estado de México tiene 13 que trabajan de manera fuerte, y para esta ocasión tendremos artesanos del norte del estado, de El Oro, de San Felipe del Progreso, de Teotihuacan, de Tenancingo, en fin, de todos los rincones del estado, en un esfuerzo de mostrar la riqueza que hay en la entidad.

¿Qué expectativas tiene el Estado de México en esta edición del evento? La cercanía que tiene el Edomex con la Ciudad de México contribuye a que podamos tener una mayor promoción, es por esto que articulamos en torno al Tianguis la campaña "Tan mágico y tan cerca de ti", que la vamos a llevar a cabo en el Metro, en el Metrobús, en el Aeropuerto y en cuatro de los centros comerciales más emblemáticos de la Ciudad de México, además de por supuesto, el espacio de la Convención como tal, que se llevará en Citibanamex y que permitirá tener una mayor visibilidad, una mayor promoción. En suma con el Pasaje que se realizará en Reforma, donde estamos con un stand, permitirá que más personas conozcan el estado.

Creo que la Ciudad de México, por la cantidad de personas que le visitan a nivel nacional e internacional, va a permitir que se pueda posicionar al Estado de México, con la ventaja competitiva que tenemos, que es la cercanía con la capital mexicana.

Esto ¿cómo los beneficiará? Buscamos que el turista, sobre todo extranjero que no tiene tanta claridad de cuál es la distancia que puede recorrer para tener esta diversidad de opciones de turismo con las que cuenta el Estado de México, se le podrá orientar para que puedan visitar a la entidad; en fin, creo que ésta es la apuesta que tenemos en el Tianguis Turístico,

mostrar todas estas alternativas de experiencias turísticas que tenemos.

¿Cuándo inició la campaña? Arrancó la semana pasada y va a fortalecer también la presencia del Estado de México en torno al Tianguis Turístico; es decir, las personas que van llegando desde el aeropuerto, de alguna manera van viendo que está presente la entidad, se está difundiendo la información en los lugares de mayor atractivo turístico y eso estará reforzando, por supuesto, la participación del Edomex en el recinto ferial.

MAYOR OFERTA. Durante la charla, la subsecretaria de Turismo del Edomex mencionó que dentro de las fortalezas que tiene el estado se encuentran sus 27 Pueblos con Encanto, de los cuales, cuatro fueron sumados recientemente.

Así, mencionó que los municipios de Tepetlaoxtoc, Temoaya, Juquipilco y Polotitlán fueron distinguidos con esta denominación, gracias a la proactividad de la entidad que siempre está en busca de que sus comunidades sean reconocidas.

Para ello, explicó que la estrategia es ayudar a que los municipios de la entidad identifiquen el potencial turístico que tienen y que los ayuntamientos trabajen para que puedan explotar la vocación turística de su municipio y para ello lo hacen a través de cursos de capacitación y el acompañamiento.



El Estado de México cuenta con uno de los portafolios de productos turísticos más importantes del país, con seis zonas turísticas y siete rutas turísticas, como el encuentro con Sor Juana.

Los nuevos Pueblos con Encanto del Edomex



○ **TEPETLAOXTOC.** Es un municipio que cuenta con una riqueza en celebraciones tradicionales, como las fiestas patronales.



○ **JIQUIPILCO.** Este lugar es ideal para los amantes de la aventura, ya que cuenta con el Parque Ecoturístico Presa el Jabalí.



○ **TEMOAYA.** Este sitio alberga al Centro Ceremonial Otomí, sitio que lo conforman varias plazas, escalinatas, esculturas estilizadas y un museo.



○ **POLOTITLÁN.** Es una de las localidades por donde atraviesa el Camino Real de Tierra Adentro, que es Patrimonio Cultural de la Humanidad.



100%
MÁGICO

EL ORO



IXTAPAN
DE LA SAL



ACULCO

EDOMÉX



experiencia.edomex.gob.mx



MALINALCO



METEPEC



TONATICO



VALLE
DE BRAVO



VILLA
DEL CARBÓN



TEPOTZOTLÁN



TEOTIHUACÁN


el tip

El vino **Cuna de Tierra** fue el más premiado de México en el Concurso Internacional de Burdeos, que se realizó del 11 al 13 de marzo pasado.

EN LA ENTIDAD se tienen todas las facilidades para hacer turismo de aventura.

CUENTA CON ICÓNICAS haciendas para realizar las mejores bodas.

ESTE ESTADO es uno de los destinos en donde inició la historia vinícola en América.



Fotos|Especial
JUAN JOSÉ ÁLVAREZ, secretario de Turismo de Guanajuato, en una imagen.

Apuesta por enología, aventura y el romance

Guanajuato se fortalece como destino para seguir creciendo

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

El estado de Guanajuato es una de las entidades más importantes del país que en los últimos años ha tomado gran relevancia por su corredor industrial; sin embargo, en materia turística se posiciona como uno de los destinos favoritos para turistas nacionales e internacionales.

Con sus dos ciudades Patrimonio de la Humanidad y sus seis Pueblos Mágicos, Guanajuato continúa en la ruta de incrementar la llegada de turistas —que al cierre del 2022 se registró el arribo de 22 millones de visitantes—, a través del fortalecimiento de tres segmentos: turismo de aventura, enoturismo y el turismo de romance.

En entrevista con *La Razón*, Juan José Álvarez Brunel, secretario de Turismo de Guanajuato, mencionó que la entidad tiene una gran vocación para fortalecer estos tres segmentos; por ejemplo, mencionó que cuentan

EL TITULAR DE TURISMO del estado, Juan José Álvarez, afirma que continuarán impulsando a los sectores que captan mayor número de visitantes; 22 millones de viajeros llegaron a la entidad

con 20 por ciento de áreas protegidas, por lo que, en conjunto con la Secretaría del Medio Ambiente, están impulsando al turismo de aventura y ecoturismo.

De igual manera, Guanajuato es el cuarto productor de vino en el país, con 43 viñedos en producción, de los cuales 21 ya se encuentran ofreciendo experiencias enoturísticas, lo que además potencializa la demanda de servicios gastronómicos, hoteleros, visitas guiadas, catas y maridajes.

“Aprovechando justamente la gran ventaja competitiva y comparativa que tiene Guanajuato en su ubicación geográfica, el tema de los visitantes a nuestros viñedos cada vez crece más”, mencionó.


el dato

Guanajuato cuenta con dos ciudades Patrimonio de la Humanidad: San Miguel de Allende y Guanajuato capital y seis comunidades con distintivo de Pueblo Mágico.

Aunado a lo anterior, y como parte de la recuperación turística, la entidad está impulsando el segmento de bodas, el cual de

“ Guanajuato va a participar de manera muy proactiva y dinámica durante este Tianguis Turístico. **Este evento ha levantado muchas expectativas y nuestra entidad cuenta con el liderazgo para continuar creciendo**”

manera natural siempre apuestan por este destino gracias a sus haciendas, grandes recintos, con una cadena de valor y proveeduría.

RECUPERACIÓN. Los indicadores turísticos de Guanajuato apuntan a que en 2022 se captó una derrama económica de 46 mil millones de pesos, la ocupación hotelera promedió alrededor de 36 por ciento y esperan que dada la estabilidad que ya tiene el sector, estos números puedan superarse para este año.

Ante esto, el secretario de Turismo del estado mencionó que para que se pudiera generar una recuperación más ágil, tras los embates de la pandemia de Covid-19 recurrieron a una estrategia que se basó en los motivos de viaje de cada uno de los turistas.

Dicha directriz se logró a través de encuestas a grupos de turistas, lo que arrojó que las fortalezas de la entidad se encuentran, principalmente en los sectores de turismo cultural, deportivo, de destilados, ecoturístico, gastronómico, de reuniones y en el de salud.

“Todo eso nos permitió desplegar una campaña a través de la atracción de los diversos segmentos. Esta campaña ha tenido ya sus frutos, hoy estamos evolucionando a que esos mismos sectores, que son parte de los destinos tengan mayor presencia y que en ese sentido vayamos caminando”, mencionó.

Señaló que la dependencia a su cargo lanzó una campaña para impulsar el turismo durante la Semana Santa. “Eso nos da la posibilidad de fortalecer a nuestros destinos turísticos maduros y continuar impulsando a los otros que de manera emergente están surgiendo y que van a ser un jugador muy importante”.

**#SóloEn
Guanajuato**



Guanajuato
Vive Grandes Historias
Secretaría de Turismo



Kayak

Yuriria
Laguna de Yuriria

& Fly



**Tierra
Blanca**

El Salto - Parapente

7 CONOCE NUESTROS PUEBLOS MÁGICOS

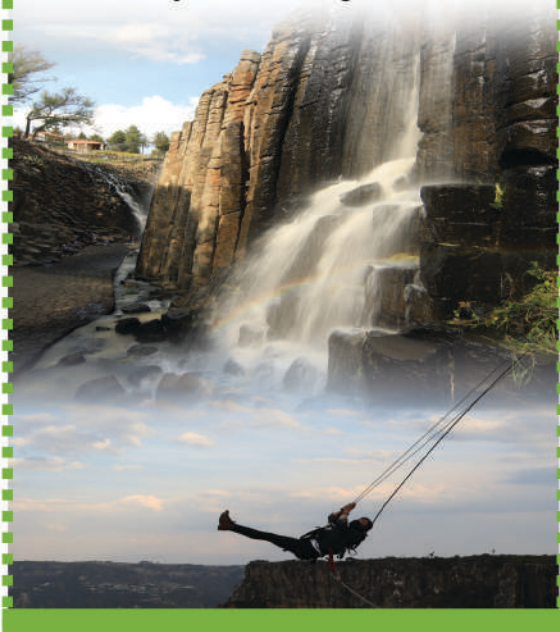


HUASCA

“Primer Pueblo Mágico de México”

Su paisaje invita a recorrer a pie la mayoría de sus rincones por calles empedradas. Huasca cuenta con todo para pasar un agradable fin de semana.

Ofrece al visitante un colorido espectáculo con techos de tejas rojas, los portales de su centro histórico, la hospitalidad de su gente, artesanos y comida del lugar.



HUICHAPAN

“Primer Grito de Independencia”

En Huichapan encontrarás mucho que ver y hacer, ya sea recorriendo las calles y monumentos de su centro histórico, practicando ecoturismo en sus alrededores o disfrutando alguno de los balnearios de aguas termales que abundan en esta región.

No te vayas sin probar sus deliciosas carnitas y su “Carnavalito”, bebida típica del lugar.



MINERAL DEL CHICO

“Bosque de encinos y oyameles”

Infinidad de atractivos naturales. Es la región donde se practican actividades deportivas y recreativas, actualmente se considera la meca del turismo de aventura.

En sus montañas, valles y presas se practica ciclismo, pesca, senderismo, campamento, tirolesa y especialmente la escalada en roca.



REAL DEL MONTE

“Cuna de la Minería”

Pintoresco pueblo donde se respira auténtico aire de provincia. Aquí encontrarás atractivos edificios antiguos y en los alrededores algunas minas.

Puedes pasear por sus calles adoquinadas y disfrutar la vista de las casas multicolores.

Visita talleres de platería o participa en la elaboración del tradicional paste, almuerzo de los mineros ingleses.



TECOZAUTLA

“Géiser y aguas termales”

En este pequeño pueblito escucharás los cantos de los pájaros y observarás la diversidad de su flora y fauna.

Descansar bajo la sombra de un nogal, disfrutando los frutos que la naturaleza regala a esta tierra fértil.

Sus principales atractivos son: las aguas termales, la zona arqueológica Pañhú, la fiesta tradicional Pañhe y el géiser natural, que es todo un espectáculo.



ZEMPOALA

“Esplendor de Haciendas”

Zempoala es conocido por sus abundantes haciendas pulqueras.

El atractivo de mayor singularidad en Zempoala, la obra hidráulica más importante del virreinato en América; el Acueducto del Padre Tembleque, una magna obra con más de 400 años de antigüedad inscrita en la Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO.





Tiene algo!

ZIMAPÁN

“Lugar sobre el cimite”

Al pie de la Sierra hidalguense, un encantador pueblo minero que vale la pena visitar.

Con su majestuoso ahuehuete, la mística de su parroquia, el asombro de su gran presa, la magia de sus bosques y sus extraordinarias grutas.

Puedes degustar la barbacoa, el chicharrón y la succulenta salsa de chile rayado.

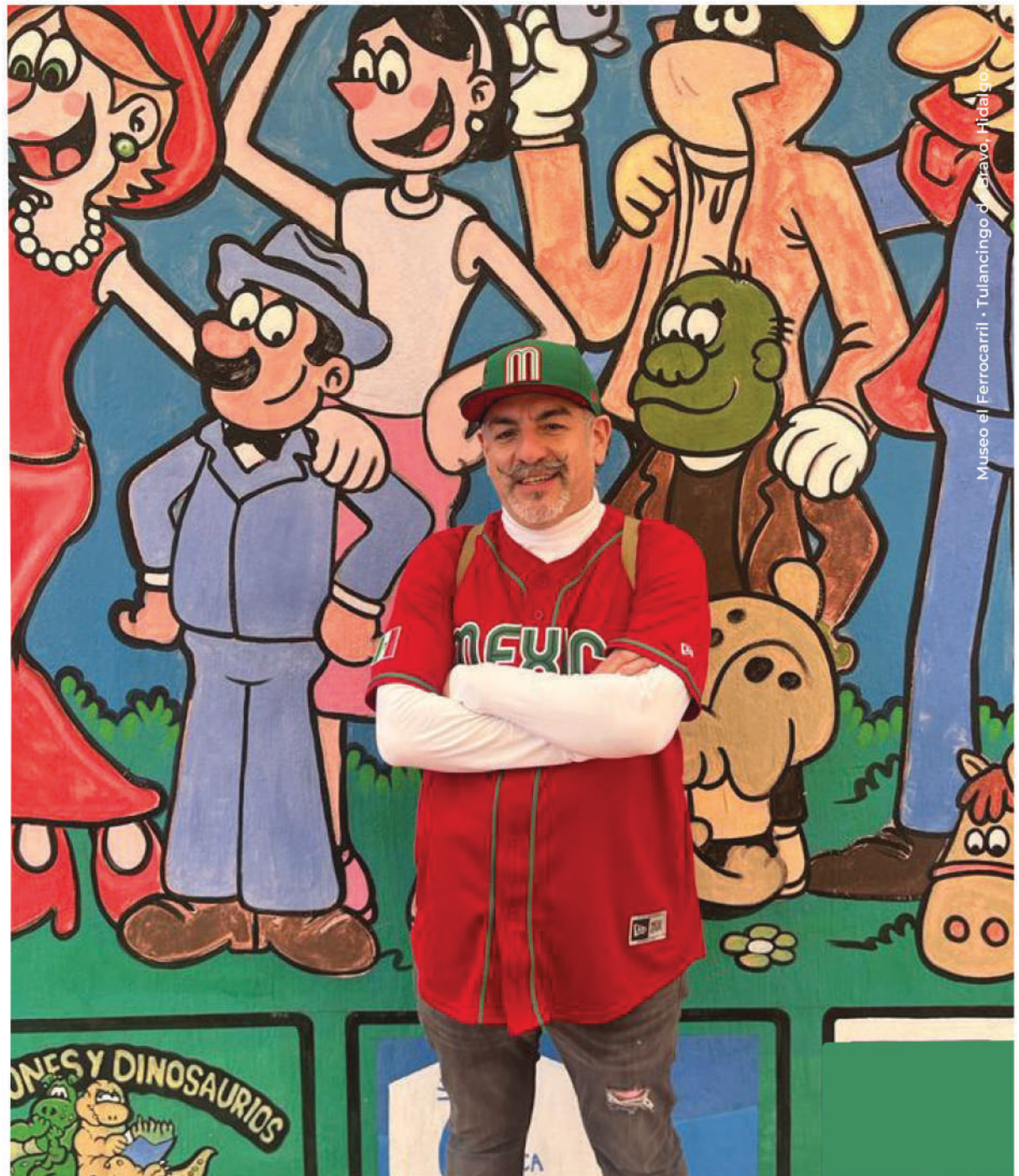


AQUILES VA HIDALGO

No te pierdas la serie en la que el **Chef Aquiles**, descubre ese algo que tiene **Hidalgo**.

A partir del **26 de marzo** en Youtube:

@chefaquileschavez



HIDALGO
PRIMERO EL PUEBLO
— 2022-2028 —

TURISMO
SECRETARÍA DE TURISMO

LA TITULAR de Secturjal, Vanessa Pérez, señala que han fortalecido las directrices de promoción; aún existen retos en la materia que se deben atender, señala

• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Tras los efectos más complejos generados por la pandemia de Covid-19, la recuperación del sector turístico en Jalisco ha sido positiva, ayudando a que uno de los destinos preferidos de ese estado, Puerto Vallarta, se convierta en el preferido de los turistas.

Esto no ha sido una tarea fácil, ya que ha necesitado de mayor énfasis en las estrategias de promoción turística, las cuales han sido focalizadas por productos, circuitos y destinos.

En entrevista con *La Razón*, la secretaria de Turismo de Jalisco (Secturjal), Vanessa Pérez Lamas, sostuvo que durante el primer trimestre de este año han fortalecido la estrategia de promoción en eventos internacionales como Fitur, en Madrid, España o ANATO, en Colombia.

En suma, han tenido reuniones con potenciales compradores, con quienes esperan poder cerrar negocios durante los cuatro días que durará la Edición 47 del Tianguis Turístico, a celebrarse esta semana en la Ciudad de México.

¿Cómo se encuentra actualmente Jalisco en materia turística? Nos ha ido muy bien, Puerto Vallarta se posicionó desde el periodo vacacional del cierre del año pasado como el primer lugar en ocupación nacional y así se ha ido manteniendo en estos meses. Estamos muy contentos por estos resultados; sin embargo, no nos vamos a confiar, consideramos que con una adecuada estrategia de promoción podremos mantener este crecimiento.

Por destino, Guadalajara inicia un año muy movido en términos de eventos, hace unos días se anunciaba la pelea del *Canelo* Álvarez, la cual se va llevar a cabo en mayo, evento que es muy importante, ya que nos ayuda muchísimo a que incrementemos los porcentajes de ocupación durante el primer semestre del año, que históricamente es más bajo que la segunda mitad del año.

¿Cuáles son las directrices que la Secretaría está siguiendo para continuar con el crecimiento que tienen?

Tenemos una estrategia diversificada en función de nuestros destinos; por ejemplo, en los Pueblos Mágicos y en otros lugares en el interior del estado, como Costa Alegre, mantenemos una estrate-

Puerto Vallarta, la joya de la corona

Jalisco impulsa llegada de viajeros con estrategias focalizadas



VANESSA PÉREZ, titular de Secturjal, en foto de archivo.

“

La inercia nos permitió recuperarnos a niveles del 2019. Pero el año pasado fue atípico por el efecto 'revancha del viajero', por eso no fue difícil”

2

Mil 842 mdp captó Jalisco en puente de febrero

8.0

Por ciento creció el gasto en el estado durante 2022

200

Reuniones sostuvo el estado en ANATO

966

Mdp fue la derrama en Pto. Vallarta en primer puente

gia diversificada bajo nuestra marca paraguas que es Jalisco, pero dentro de la estrategia se busca identificar cuáles son los mercados principales, los mercados objetivo, los principales segmentos a los que atiende, cuáles son los segmentos potenciales de cada uno de los productos turísticos, y en función de esto seguimos desarrollando esta estrategia.

En este primer trimestre del año hemos estado en eventos importantes de promoción, estuvimos en Fitur, en Madrid, se llevó a cabo el evento de gala en Puerto Vallarta que es como un Tianguis Turístico, pero para los destinos de Puerto Vallarta y Riviera Nayarit; tuvimos presencia en ANATO, en Colombia, lo cual también es importante, ya que ese país



A inicios de este año el estado anunció una colaboración con el piloto Sergio Checo Pérez, como parte de las estrategias para promocionar al destino internacionalmente.

es el tercer destino emisor a nuestra nación y por supuesto esto representa una importante oportunidad para Jalisco; estuvimos con una agenda importante de promoción.

¿Qué van a presentar ustedes a los compradores en esta edición del Tianguis? Estaremos cerrando muchos acuerdos que se han estado trabajando desde el año pasado, presentaremos nuevos en productos, circuitos, etcétera., para que, a través de los touroperadores, que son los que han estado trabajando, se puedan concretar algunos acuerdos productivos; adicionalmente estaremos platicando con líneas aéreas con quienes se ha estado trabajando a través de los comités de rutas, tenemos un comité particular para Guadalajara y otro para Puerto Vallarta, que tienen como finalidad consolidar algunos vuelos, incrementar frecuencias, mejorar la calidad del servicio, tratar de generar alguna nueva ruta y recuperar algunas otras que todavía no se han restablecido derivado de la pandemia.

¿Cuál es el reto al que todavía se enfrenta el sector turístico de Jalisco? Yo creo que mantener las estrategias adecuadas, definitivamente no quedarnos con los brazos cruzados al tener números muy positivos, creo que debemos mantener la preferencia de estos turistas, de estos consumidores que, durante el tiempo de la de la pandemia voltearon a vernos como una opción al mantenernos abiertos como país, creo que el reto es conservar esta preferencia.

¿Cuál es el reto al que todavía se enfrenta el sector turístico de Jalisco?

También tenemos retos importantes en términos de talento, hubo una diversificación del personal que trabajaba en el sector turismo, y estamos cortos en algunos destinos y en la mayoría de las áreas en términos de personal, y creo que eso es un reto que también se debe cuidar, pero que no sólo lo enfrenta Jalisco, lo enfrentamos a nivel nacional e internacional, pero creo que es uno de los desafíos que se deben trabajar de manera prioritaria.

DESTINO DE PLAYA SE CONSOLIDA. De acuerdo con la funcionaria Puerto Vallarta superó en marzo del 2022 el porcentaje de ocupación hotelera en comparación con las cifras que se registraron en 2019 y aunque Guadalajara tardó un poco más, aseguró que Guadalajara cruzó la línea en septiembre.

Así, en promedio, Jalisco cerró en un nivel de 54 por ciento de ocupación; sin embargo, en algunos destinos como Puerto Vallarta la cifra se elevó hasta 72 por ciento, mientras que el área metropolitana lo hizo en 49 por ciento.

Jalisco tuvo un 2022 positivo

en el sector turístico en el crecimiento y desarrollo económico



30.5 millones de visitantes
en los principales destinos turísticos



73 mil 691 MDP
en derrama económica



54% de ocupación hotelera
promedio en los principales destinos turísticos del Estado

Puerto Vallarta:



5.9 millones
de visitantes



40 mil 400 mdp
en derrama económica



72% de ocupación hotelera
promedio



1er lugar en ocupación hotelera
a nivel nacional durante las vacaciones decembrinas

ZMG:



15.8 millones
de visitantes



27 mil mdp
en derrama económica



49% de ocupación hotelera
promedio

JALISCO
ES MÉXICO

visitjalisco.com.mx



• Por Berenice Luna

berenice.contreras@razon.com.mx

Durango se encuentra actualmente en una posición privilegiada, con sus paisajes de encanto y su diversificada oferta, logra competir con otros destinos turísticos del país.

Elisa Haro, secretaria de Turismo de Durango, señaló a *La Razón* que los diferentes atractivos turísticos que ostenta, le han permitido posicionarse en el gusto de los visitantes; sin embargo, su vocación cinematográfica continúa siendo un producto ancla que le permite obtener grandes cantidades de derrama económica.

Haro señaló que la historia cinematográfica de Durango está por cumplir 70 años, tiempo en el cual se han realizado más de 200 filmaciones de importantes casas productoras.

Tristar, 20th Century Fox y Telemundo, son algunas de las empresas que han utilizado de *set* los paisajes duranguenses; no obstante, con la llegada de las plataformas *streaming*, Netflix, Amazon Prime, HBO y Disney Plus, también han sucumbido a las maravillas de este estado.

"Este 2022 fue un año de recuperación después de la pandemia. Hemos estado alcanzando buenos niveles de ocupación hotelera. La cinematografía ayuda mucho a Durango, ya que es un estado en el que todavía se sigue filmando de manera importante; de hecho, las principales plataformas de *streaming* como Amazon Prime, Netflix y HBO estuvieron aquí el año pasado", sostuvo la funcionaria.

Explicó que la importancia de este segmento se debe a que normalmente las casas productoras optan por rodar sus producciones en meses donde normalmente es temporada baja, por lo que con un solo *film* los hoteles del estado llegan a tener hasta 60 por ciento de ocupación.

Cifras del 2021 señalan que la industria cinematográfica dejó una derrama económica en Durango de más de 130 millones de pesos.

En el estado las locaciones tipo *western* han sido las más populares por la geografía del lugar, con lo cual el Rancho La Joya, Chupaderos y el Paseo del Viejo Oeste son algunas

de las locaciones más solicitadas por las casas productoras.

La derrama económica que deja el sector de cinematografía se divide en dos, por un lado lo que se genera por *scouting* y los gastos que se realizan por la creación de esos proyectos y, por el otro, las visitas que se generan a los diferentes productos turísticos que se han creado alrededor de este sector, como el Parque Temático del Oeste, que se conoce como el Paseo del Viejo Oeste.

"Muchas de las personas que nos visitan lo hacen por este parque temático, que es un set donde en los años 50 filmaba John Wayne y los artistas de esa época y que ahora está convertido en un parque temático donde puedes vivir tu propia película".

Este sitio, mencionó, cuenta con espectáculos de indios y vaqueros, restaurantes y diferentes actividades para toda la familia.

En suma a esto, Haro señaló que Durango va a participar en la edición 47 del Tianguis Turístico, que se desarrollará en la Ciudad de México, con la presentación de un nuevo producto turístico llamado *Cattle Drive*, el cual tiene la finalidad de unir la vocación ganadera del estado, con una experiencia turística.



el dato

La cinematografía es uno de los segmentos que mayor derrama económica deja al estado de Durango; entre 120 y 130 millones de pesos por la realización de un solo filme en máximo seis semanas.

Este nuevo atractivo permitirá a los visitantes vivir la experiencia completa de un vaquero, por lo que el turista moverá ganado, cocinará y degustará sus alimentos en el campo.

Para este proyecto, la entidad certificó a los ranchos La Luna, El Ojo, El Mexicano y la Hacienda Coyotes; sin embargo, en el Tianguis Turístico dará a conocer más localidades en las que los viajeros podrán convertirse en verdaderos vaqueros.

La secretaria de Turismo de Durango mencionó que de manera general la entidad tiene una gran expectativa por la edición de este Tianguis Turístico, ya que espera que al ser en la capital del país, se pueda llegar a más personas que estén interesadas en los diferentes destinos con los que cuenta.

Mencionó que la entidad irá acompañada de una gran comitiva de empresarios, hoteleros, touroperadores locales y restauranteros.

En este sentido, mencionó que participa-

rán en las actividades que desarrollará la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera (Canirac).

"Es una excelente oportunidad para dar a conocer todo lo que tiene Durango, creo que todavía nos hace falta trabajar mucho en la parte de promoción, por lo que estaremos dándole mucho impulso a temas muy puntuales como el turismo cultural, nuestros dos Pueblos Mágicos: Nombre de Dios y Mapimí; y por supuesto, la parte de ecoturismo, que también es un segmento fuerte para el estado", mencionó la funcionaria.

Por último, la secretaria comentó que buscan sumar a San Juan del Río al programa de Pueblos Mágicos, sitio que fue cuna de Francisco Villa.

"La Secretaría de Turismo se ha enfocado en trabajar en este municipio, si lo encaminamos bien podemos aspirar a la denominación de Pueblo Mágico".

ELISA HARO,
secretaria
de Turismo
de Durango.



Éste es un momento muy importante para Durango, la realidad es que todos estamos trabajando para que la posición competitiva con la que cuenta genere la llegada de turistas. El estado tiene fortalezas en los precios de hotelería, restaurantes, atractivos turísticos y esto nos pone en una ventaja respecto a otros destinos"



Foto/Especial

Pone el foco en *cattle drive* y cinematografía

Durango presenta sus icónicos productos turísticos en el Tianguis

LA SECRETARIA del ramo en la entidad, Elisa Haro, resalta vocación del estado para recibir filmes y proyectos que generen derrama; afirma que 2022 fue el año de la recuperación del sector



Durango es conocido como la "Tierra del cine" debido a su diversidad de paisajes que han dado vida a más de 200 proyectos cinematográficos.

DURANGO

cerca de ti



2022 **DURANGO** 2028
GOBIERNO DEL ESTADO


el dato

Los Pueblos Mágicos registraron una ocupación hotelera de alrededor del 80 por ciento durante el fin de semana largo del 21 de marzo, de acuerdo con la dependencia local.

• Por Berenice Luna
 berenice.contreras
 @razon.com.mx

La estrategia de Querétaro respecto a los seis Pueblos Mágicos con los que cuenta, es fortalecerlos y promocionarlos, antes que buscar sumar a nuevos municipios al programa.

En entrevista con *La Razón*, Adriana Vega Vázquez Mellado, titular de la Secretaría de Turismo de esa entidad, aseguró que aún es necesario que la dependencia fortalezca la promoción turística de las seis demarcaciones, con la finalidad de incrementar las inversiones, impulsar la economía circular y atraer a un mayor número de turistas.

Bernal, Tequisquiapan, Jalpan de Serra, Cadereyta de Montes, San Joaquín y Amealco de Bonfil, son los municipios que ostentan la denominación de Pueblos Mágicos, debido a su vocación en el turismo cultural, ecoturismo, turismo gastronómico y turismo de aventura.

La fortaleza que tienen respecto a otros destinos del estado se puede demostrar con los datos de ocupación hotelera, que durante el pasado fin de semana largo del 21 de marzo, estimaciones de la Sectur Querétaro preveían que se registraría una ocupación global de entre 55 y 60 por ciento, mientras que en los seis Pueblos Mágicos este porcentaje se elevó hasta 80 por ciento.

“Somos vigilantes totalmente de que los estatutos que tiene cada Pueblo Mágico se conserven, que sigan con esa magia que les caracteriza y, por supuesto, apoyándolos a que la imagen, movilidad y los productos y servicios, estén correctamente regulados.

“Es un trabajo en conjunto con los municipios; sin embargo, la Secretaría de Turismo siempre va a estar velando para que se obtengan los resultados que se necesitan.

2

Millones de turistas visitaron Querétaro en 2022

50

Por ciento promedió la ocupación hotelera

Son 6 municipios con esta distinción

“Queremos fortalecer los Pueblos Mágicos que tenemos”

LA SECTUR Querétaro ve una mayor oportunidad de fortalecer municipios con esta denominación; impulsan ruta San Junípero Serra

Querétaro arriba a la Edición 47 del Tinaguis Turístico en la Ciudad de México muy fortalecido en materia de oferta turística. Por un lado, la funcionaria aseguró que continuarán con el hilo conductor de las estrategias que llevaron a Fitur, en Madrid, las cuales están relacionadas con la gastronomía y la belleza de la demarcación.

No obstante, también continuarán fortaleciendo productos turísticos como el camino San Junípero Serra, las rutas del queso y el vino, el turismo sustentable y, desde luego, el turismo de placer o turismo *wellness*.

“El turismo *wellness* de Querétaro fue galardonado en Madrid al igual que sus diferentes rutas y productos turísticos de arte, queso y vino; Sierra Gorda, turismo sustentable y nuestro turismo de placer”, destacó Vega Vázquez.


el tip

En turismo nacional, la CDMX es el principal emisor de visitantes hacia el estado de Querétaro, debido a la cercanía y a la conectividad que hay entre ambas entidades.

¿Qué momento vive Querétaro en materia turística?

Considero que ha tomado gran relevancia, porque pasó a ser un destino definitivamente emergente, a un destino de inversión.

Es un estado pujante por su ubicación, la cercanía con otros estados, su infraestructura y la profesionalización con la que hoy se ofrecen los servicios turísticos. Creo que es algo que nos pone a la delantera y nos permite posicionarnos en el lugar privilegiado en el que nos encontramos ahora.

¿Presentarán algún nuevo producto en este Tinaguis Turístico?

Por supuesto, fortaleceremos aún más nuestra ruta San Junípero Serra y el turismo *wellness*, oferta que se hizo acreedora de varios premios en Madrid.

Esto es importante, porque nos genera un corredor turístico que además se convierte en un generador de riqueza a lo largo de la cadena, además de un fortalecimiento de la industria en el estado.

Tenemos una mayor oferta de productos para quienes nos visitan, y en este Tinaguis Turístico ya tenemos una agenda de entre 300 y 500 citas de negocios, lo cual es muy importante, porque es donde estamos buscando incrementar la inversión hotelera, atraer la derrama en infraestructura de hospedaje y que llegue a los distintos municipios, que si bien sí se ha incrementado en los últimos años, como en todo necesita que haya un mayor impulso; es decir, falta ese empujoncito.

“Lo que estamos buscando es fortalecer los seis Pueblos Mágicos con los que contamos, generar mayor inversión, fortalecer las ventas. Es decir, lo que tenemos lo vamos a mejorar, por ello no buscamos tener nuevos, sino que buscamos ser los mejores”

ADRIANA VÁZQUEZ,
 secretaria de Turismo
 de Querétaro en imagen de archivo.

Foto|Especial



HACIENDA DE LOS MORALES[®]
DESDE 1967

Un lugar **ÚNICO**
HACE CADA ENCUENTRO
INOLVIDABLE

RESTAURANTE - BAR

55 5283 3055/56

reservaciones@haciendadelosmorales.com

EVENTOS

55 5283 3029/79

banquetes@haciendadelosmorales.com



www.haciendadelosmorales.com



NISSAN
INTELLIGENT
MOBILITY

LA EMOCIÓN BUSCA CONDUCTOR FRONTIER



MENSUALIDAD DE
\$6,099⁽¹⁾

1 AÑO DE SEGURO
GRATIS⁽²⁾

*CREDI NISSAN® POR NR FINANCE MÉXICO, S.A. DE C.V.
(ENTIDAD COMERCIAL NO FINANCIERA)

CREDI NISSAN®

 Grupo **SICREA®**

**800 9 NISSAN
647726**

CONTACTO.NISSAN@NISSAN.COM.MX

*El plan aprobado dependerá de las condiciones financieras y comportamiento crediticio de cada cliente, ya sea que se apruebe por NR Finance México, S.A. de C.V. ("NRFM") o Sistema de Crédito Automotriz, S.A. de C.V. (Sicrea). Esta oferta solo aplica con NR Finance México, S.A. de C.V. y se encuentra sujeta a su aprobación. **(1)** La mensualidad desde \$6,099 M.N. aplica únicamente para el modelo FRONTIER SE TM '23 con el plan "Crédito Nissan", con un enganche del 45%, a un plazo de 72 meses y con una tasa de interés anual ordinaria fija del 13.81%. No se considera el costo del seguro, mismo que debe ser cubierto de contado o financiado en la mensualidad. **(2)** El año de seguro gratis aplica para todas las versiones del vehículo FRONTIER 2023 exclusivamente para CARGA A y PARTICULAR en operaciones de crédito. Únicamente con aseguradoras participantes, consulta especificaciones con tu Distribuidor Autorizado Nissan®. Después del año de seguro gratis, el cliente deberá contratar un seguro conforme a lo señalado en su contrato de crédito. **CAT promedio del 16.46% sin IVA para fines informativos y de comparación calculado al 01/03/2023.** El CAT puede variar si se contratan los créditos bajo distintas condiciones financieras. Imágenes de referencia. Esta oferta es válida únicamente para personas físicas, personas físicas con actividad empresarial y personas morales en toda la República Mexicana, durante el periodo comprendido del **01 de marzo de 2023 al 31 de marzo de 2023** o hasta agotar existencias. No aplica con otras promociones ni en la compra de flotillas. **Para conocer planes y modalidades de crédito, verificar precios, requisitos de contratación, comisiones, disponibilidad, términos y condiciones, consulta a tu Distribuidor Autorizado Nissan®.**