



Coparmex CDMX inicia la reactivación económica del turismo

- *Presentó estudio de mercado como base de una donación de 3.8 millones de dólares para el sector, al que se une como aliado estratégico el Gobierno de la Ciudad de México*

Con “la gran misión de que este trabajo será para crear estrategias de bajo costo y alto impacto que sean rentables y reactiven la economía, aumentando las ventas del turismo”, esta mañana la Coparmex CDMX presentó el Estudio Macro para la Reactivación Económica del Sector Turismo de la Ciudad de México, realizado por Moratti.

El estudio forma parte de una donación de 25 webinars, 25 conferencias y 50 seminarios que realizará la firma consultora, lo cual traerá beneficios directos a 300 empresas, además que 5 mil más podrán ser alcanzadas por las capacitaciones, lo cual suma un monto de 3.8 millones de dólares, durante seis meses.

En la presentación del estudio donde estuvo acompañado por el secretario de Turismo de la Ciudad de México, Carlos Mackinlay Grohmann, Armando Zúñiga Salinas, titular del Centro Empresarial recordó que lamentablemente “más de 77 mil empresas hayan desaparecido como consecuencia de la crisis económica provocada por la pandemia”, así como la pérdida de “210 mil empleos desde febrero de 2020 a mayo de 2021 (...) pérdidas acentuadas en actividades económicas que tienen que ver con el sector turístico”.

Por lo que Zúñiga Salinas agradeció a Moratti y a su CEO, Alberto de la Fuente la donación para ayudar a la reactivación del sector turismo, además de mandar un mensaje a la Jefa de Gobierno, Claudia Sheinbaum Pardo, de que los empresarios “tenemos muchos esfuerzos como vinculación de créditos preferenciales, sobre todo para Pymes, para mujeres empresarias, club de inversionistas, clubes de negocios, sin embargo necesitamos trabajar de la mano de nuestro gobierno para que el impacto sea mayor y más rápido”.

Mackinlay Grohmann celebró el trabajo realizado por el equipo de Alberto de la Fuente donde se procura un regreso ordenado en el que, dijo, “queremos ser socios estratégicos de este esfuerzo” para sumar a los ya realizados por la dependencia a su cargo como los 21 mil timbres de seguridad turística y está seguro que será una gran herramienta también para otros sectores.

En su momento la directora del Fondo Mixto de Promoción Turística, Sara Paola Gállico Félix Díaz, dijo que esta alianza va a ayudar a salir de la mayor crisis económica que han sufrido el país y el mundo, y en el caso de la Ciudad de México, informó, que está disponible el sello Save Travel Stamp que otorgó en septiembre del año pasado el Consejo Mundial de Turismo para usarlo y promocionarlo para atraer a los viajeros internacionales.

Al realizar una mirada guiada al estudio, de la Fuente expresó que arrojó, “no errores, sino muchas potencialidades sobre las que debemos trabajar como los temas que sitúan a la Ciudad de México como la segunda en el mundo con más museos, la ciudad con más restaurantes de América Latina, un bosque de Chapultepec dos veces el Central Park de Nueva York y que se debe conocer, que tiene una fecha de la Fórmula 1, la cual debe ser un apoyo para ese potencial que tiene la ciudad”.

El consultor agregó que la ciudad de México lo tiene todo y por lo tanto debe ser muy visitada, pero también está muy contaminada visualmente por demasiados puestos ambulantes en Chapultepec, tiene algunos negativos respecto de la inseguridad y una falta de control en la calidad de los hoteles.

Alberto de la Fuente, CEO de Moratti, dijo que “todos los datos de un estudio, son simplemente números y letras muertas, si no son utilizados para crear estrategias que construyan demanda y ventas” por lo que hizo un llamado a entender lo que piensa y quiere el cliente, porque sólo así “sabremos como y que venderles”.

También estuvieron la vicepresidenta de Desarrollo y Sustentabilidad de COPARMEX CDMX, María Luis Flores del Valle, así como el presidente de la Comisión de Turismo, Armando Culebro, éste último articulador de este gran esfuerzo, quien mencionó el estudio de mercado presentado hoy es la piedra de toque para todo lo demás, por lo que ya iniciaron también los webinars.

Dijo que esperan tener alrededor de mil participantes en los webinars, conferencias y seminarios donde atenderán, entre otras cosas, la segmentación para buscar que los viajeros se queden más noches en la Ciudad de México.