



México, D.F., a 27 de Octubre de 2008.

RODOLFO ELIZONDO TORRES
Secretario de Turismo.

**Segunda entrevista concedida en el Palacio
Legislativo de San Lázaro.**

PREGUNTA.- ¿En qué (inaudible) previendo un impacto considerable para el turismo en este cierre de año y para 2009?

RESPUESTA.- Repetiría lo que acabo de decir hace un momento: es muy difícil, en este momento, hacer un pronóstico de cómo va a afectar al turismo la actual crisis que vive Estados Unidos y el mundo.

No nos vamos a esperar a ver cómo nos va a afectar, estamos trabajando para que no nos afecte.

Creo que una de las ventajas que tenemos es una diferencia en el tipo de cambio, que no teníamos y que ahora la tenemos, del 29 por ciento. Creo que eso va a ser muy positivo en caso de que siga así el tipo de cambio y estamos trabajando de manera muy directa en los estados, sobre todo aquellos estados consolidados turísticamente, en términos de oferta turística para que los mercados emisores, prácticamente de Canadá y Estados Unidos, poner la máxima atención y poder, de alguna manera, de manera conjunta con los prestadores de servicios, con los hoteleros, con las líneas de avión, con los gobiernos de los estados y el propio Consejo de Promoción Turística, dirigirnos a estos mercados emisores de manera clave, táctica, y fortalecer la oferta turística del país para que no se nos venga abajo el porcentaje.

PREGUNTA.- ¿Con qué otros mercados harían esta estrategia?

RESPUESTA.- Por lo pronto Estados Unidos y Canadá, que son los más fuertes, son los que engloban el 85 por ciento el mercado internacional, no quiere decir con esto que vamos a abandonar los países europeos o Latinoamérica, ni mucho menos, sino que simplemente, donde pondremos mayor énfasis será en esos mercados porque son los que sostienen la oferta turística del país en materia internacional.

Por supuesto, reforzaremos toda la estrategia de lo que es el mercado local, el mercado doméstico, que es un mercado importante, que es un mercado que nos puede sacar de problemas en muchos de los destinos turísticos que, seguramente, tendrán, por no estar consolidados, una baja sustancial.

PREGUNTA.- ¿(Inaudible) en 2009 cambiarían o reforzarían las estrategias del Consejo de Promoción Turística de una manera drástica para que (interrupción)?

RESPUESTA.- No, ya se está haciendo. Acabamos, por ejemplo, el Consejo de Promoción Turística acaba de anunciar un recurso extraordinario que va a generar 10 millones de dólares en lo que es la parte de Cancún y Riviera Maya, con tres millones de aportación por parte del Consejo, tres millones de dólares.

PREGUNTA.- ¿Dirigidos a dónde?

RESPUESTA.- Dirigidos al mercado de Estados Unidos y Canadá.

PREGUNTA.- ¿Solamente estos dos destinos mexicanos?

RESPUESTA.- No, estoy diciendo que vamos a generar una estrategia para que los destinos consolidados del país puedan tener un refuerzo en ese sentido y el primero es ése. El 40 por ciento de las divisas del país entran por ahí.

PREGUNTA.- ¿No avizoran problemas para 2009?

RESPUESTA.- Yo, la verdad, es que no puedo hacer previsiones para 2009. Lo que estamos haciendo es ser preactivos, no reaccionar a ver cuándo reaccionamos. No, estamos metidos en el trabajo, en la estrategia, en la táctica de cómo podemos sacar adelante al turismo sin que haya bajas en la temporada alta. Ahorita el turismo está muy caído, ¿por qué? Porque son meses malos.

PREGUNTA.- (Inaudible) al *warning* que acaba de sacar el gobierno estadounidense.

RESPUESTA.- Los *warnings*, saca uno cada tercer día.

Muchas gracias.

-- ooOoo --