

Posada García, Miriam y Hugo Martoccia, "Crean asociación de municipios turísticos", *La Jornada*, Distrito Federal, México, 17 de febrero de 2007.

Consultado en:

<http://www.jornada.unam.mx/2007/02/17/index.php?section=economia&article=026n1eco>

Fecha de consulta: 24/02/2015.

Cancún, QR, 16 de febrero. La pobreza y marginación que rebasa el desarrollo de los municipios turísticos hace urgente la revisión del ritmo y condiciones de crecimiento de esta actividad en México, porque de forma desmedida provocaría "más presiones económicas a los destinos y más pobreza", advirtieron legisladores.

Y para hacer frente a esas condiciones, así como reclamar más recursos que les permitan superar los rezagos económicos y sociales que los afectan, se integró la Asociación de Municipios Turísticos de México (AMTM), durante la clausura del Quinto Foro Nacional de Turismo, convocado por la Secretaría de Turismo estatal.

El presidente municipal de Benito Juárez y del nuevo organismo, Francisco Alor, precisó que de cada peso que un municipio turístico aporta a la Federación sólo se les devuelve 20 centavos a la entidad, por lo que aún con otros ingresos resultan insuficientes para atender todas las necesidades de la población.

Estimaciones de hoteleros indican que por cada cuarto de hotel que se abre en el país migran a ese destino 25 personas, cifra que rebasa la media internacional de 10 personas, y que ha generado un fuerte hacinamiento, cinturones de miseria, subempleo e incluso el surgimiento de delincuencia.

Alor explicó que en el caso de Benito Juárez, donde se ubica Cancún, destino turístico que aporta el 33 por ciento de divisas totales que llegan al país estimadas en 12 mil millones de dólares, las necesidades de infraestructura ascienden a 2 mil millones de pesos cuando el presupuesto del ayuntamiento para todas las necesidades asciende a mil 600 millones de pesos.

A promoción, \$1,300 millones

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) invertirá este año mil 300 millones de pesos en difundir la imagen del país en los principales mercados emisores de turistas, abrirá en Washington una oficina de atención al turismo de negocios y unificará la frase de promoción del país, anunció el director del organismo, Francisco López Mena.

Durante su intervención en el foro turístico, López Mena detalló que el CPTM contará este año con mil 300 millones de pesos para promoción, provenientes del derecho de no inmigrante, lo que representa un incremento de 50 por ciento más respecto de 2006 y que no podrá ser utilizado para gastos operativos ni administrativos.

Señaló que entre las primeras acciones de esta nueva administración estará unificar la frase de promoción para todos los destinos ya que hoy para México se usa "vive lo tuyo", o para Estados Unidos "más allá de lo que esperabas", ya que consideró que las campañas "carecen de un principio rector".