

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

INTRODUCCIÓN

No hay duda

- Que el TURISMO es una de las actividades económicas a nivel mundial con mayor crecimiento.
 - Que el ingreso por TURISMO a nivel mundial en 1987 fue de 120.8 Mil Millones de dólares.
 - Que en el 2007 fue de 855 Mil Millones de dólares.
-

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

No hay duda

- Que el TURISMO en México es la actividad económica generadora de divisas que puede seguir creciendo.
 - Que ocupa el tercer lugar como fuente generadora de divisas, superado por el PETROLEO y las REMESAS que envían nuestros PAISANOS.
-

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

No hay duda

➤ Que México posee las características ideales para estar figurando entre la primeras seis potencias mundiales en esta actividad

- Bellezas Naturales
- Gastronomía
- Clima
- Cultura:
 - ❖ Prehispánica
 - ❖ Colombina
 - ❖ Mexicana

- Localización Geográfica
- Vecindad con el país con mayor actividad turística
- Cercanía con Canadá
- Puerta de entrada a Norteamérica desde Centro y Sudamérica
- Sus Costas:
 - ❖ Pacífico
 - ❖ Mar de Cortés
 - ❖ Golfo de México
 - ❖ Mar Caribe

➤ Y principalmente Nuestra Gente!

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

No hay duda

- Que el TURISMO es una actividad económica altamente generadora de empleo bien remunerado
 - Que en México existen 2.3 millones de empleos directos
 - Que las ciudades turísticas les permiten a nuestros ciudadanos tener ingresos un 30% mayor a los del resto
-

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

No hay duda

- Que TURISMO es sinónimo de respeto al medio ambiente.
- Que el turista moderno no concibe la actividad turística sin percibir el cuidado y respeto a la naturaleza

**ENTONCES.... ¿POR QUÉ SI TENEMOS
TANTAS CUALIDADES ESTAMOS EN EL LUGAR
10 EN CUANTO A TURISTAS DE
INTERNACIÓN Y EN EL 17 EN CUANTO
INGRESO?**

PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNDO POR LLEGADAS DE TURISTAS (MILLONES), 1950-2006

Rango	1950	1970	1990	2002	2005	2006
1	Estados Unidos	Italia	Francia	Francia	Francia	Francia
2	Canadá	Canadá	Estados Unidos	España	España	España
3	Italia	Francia	España	Estados Unidos	Estados Unidos	Estados Unidos
4	Francia	España	Italia	Italia	China	China
5	Suiza	Estados Unidos	Hungría	China	Italia	Italia
6	Irlanda	Austria	Austria	Reino Unido	Reino Unido	Reino Unido
7	Austria	Alemania	Reino Unido	Canadá	México	Alemania
8	España	Suiza	México	México	Alemania	México
9	Alemania	Yugoslavia	Alemania	Austria	Turquía	Austria
10	Reino Unido	Reino Unido	Canadá	Alemania	Austria	Federación Rusa
TOTAL	22 millones (88%)	107.9 millones (65%)	259.92 millones (57%)	344.47 millones (49%)	378 millones (47%)	396 millones (47%)

PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNDO POR LLEGADAS DE TURISTAS (MILLONES), 2006-2007

PUESTO	2006		PUESTO	2007		VARIACIONES	
	PAIS	LLEGADAS		PAIS	LLEGADAS	MILLONES	%
1	Francia	79.1	1	Francia	81.9	2.8	3.53%
2	España	58.5	2	España	59.2	.7	1.19%
3	Estados Unidos	51.1	3	Estados Unidos	56	4.9	9.58%
4	China	49.6	4	China	54.7	5.1	10.28%
5	Italia	41.1	5	Italia	42.7	1.6	3.89%
6	Reino Unido	30.7	6	Reino Unido	30.7	0	0%
7	Alemania	23.6	7	Alemania	24.4	.8	3.38%
8	México	21.4	10	México	21.4	0	0%
9	Austria	20.3	8	Ucrania	23.1	-	-
10	Federación Rusa	20.2	9	Turquía	22.2	-	-

PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNDO POR INGRESOS DE TURISTAS (US \$ MILES DE MILLONES), 2006-2007

PUESTO	2006		PUESTO	2007		VARIACIONES	
	PAÍS	MILES DE MILLONES		PAÍS	MILES DE MILLONES	MILES DE MILLONES	%
1	Estados Unidos	85.7	1	Estados Unidos	96.7	11	12.83%
2	España	51.1	2	España	57.8	6.7	13.11%
3	Francia	42.9	3	Francia	54.2	11.3	26.34%
4	Italia	38.1	4	Italia	42.7	4.6	12.07%
5	China	33.9	5	China	41.9	8	23.59%
6	Reino Unido	33.7	6	Reino Unido	37.6	3.9	11.57%
7	Alemania	32.8	7	Alemania	36	3.2	9.75%
8	Australia	17.8	8	Australia	22.2	4.4	24.71%
9	Turquía	16.9	10	Turquía	18.5	1.6	9.46%
10	Austria	16.7	9	Austria	18.9	2.2	13.17%
14	México	12.2	17	México	12.9	.7	5.73%

Fuente: Datos Esenciales de Turismo en su Edición 2007, Organización Mundial del Turismo (OMT)

ALIANZA TURISTICA NORTEAMERICANA

- ✓ México ha crecido entre el 2001 y el 2008 a un ritmo del 1.78% anual
- ✓ En el 2001 tuvimos 19.8 Millones de turistas de internación
- ✓ En el 2008 tuvimos 22.63 Millones de turistas de internación, pasando del Octavo al décimo lugar en cuanto a Número de turistas.
- ✓ No disminuimos el Número de turistas, sino que existen otros países que están creciendo en porcentajes mayores

PROPUESTA

Aprovechar nuestra vecindad con los poderosos vecinos del Norte, a través de ALIANZAS que nos permitan tener flujos mayores de turistas con beneficios compartidos.

Desarrollar 3 PROYECTOS orientados a lograr el doble de crecimiento promedio anual, con el fin de que en una década logremos posicionarnos entre los primeros SEIS países, con 30 Millones de turistas al año:

I.- TURISMO CARRETERA CON EU “AMISTAD” / “FRIENDSHIP”

II.- TURISMO DE FERRIS (NAÚTICO – CARRETERO) EN EL GOLFO DE MEXICO –
“MAR Y TIERRA”/ ”OCEAN AND ROAD”

III.- TURISMO DE LARGA DISTANCIA (EUROPA, ASIA Y SUDAMÉRICA)
EN LA MODALIDAD DE CIRCUITOS BINACIONALES (MULTI- NACIONALES),
ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS Y/O CANADA – “CIRCUITOS” / “TWO NATIONS
DESTINATION”

1.- TURISMO CARRETERO CON EU “AMISTAD/FRIENDSHIP”

Contamos con una de las fronteras mas extensas del mundo (mas de 3000 km), con 6 Estados por parte de nuestro país y 4 Estados del lado Norteamericano. La economía de esta región sería una de las primeras 10 del mundo, si esta la separamos de ambos países

¿QUE REQUERIMOS?

Infraestructura:

- ❖ Carriles especiales en los Puentes Internacionales
- ❖ Nuevos Puentes con características especiales

Señalización especial en carreteras

- ❖ El # de la carretera claramente señalado
- ❖ Distancias en Km y millas

Modernización de las gasolineras

- ❖ Baños limpios
- ❖ Maqueta con el mapa carretero:
 - ❖ De la frontera hasta la Capital a la Cd, inmediata mas importante
 - ❖ A las capitales de los Estados vecinos

Voluntad Política:

Federal:

- ❖ Aduana
- ❖ Migración
- ❖ Banjercito
- ❖ Sedena
- ❖ SECTUR:
 - Ángeles Verdes

Estatal

- ❖ Policía
- ❖ Obras Públicas

1.- TURISMO CARRETERO CON EU "AMISTAD/FRIENDSHIP"

Municipal

- ❖ Policía
- ❖ Transito
- ❖ Imagen urbana

Cabildeo en ambos congresos (Mex y EU)

Fomentar la cultura turística en nuestras ciudades fronterizas

Trabajar fuerte con:

- ❖ Las Escuelas
- ❖ Las Asociaciones relacionadas con el sector
- ❖ Las autoridades Municipales y Estatales

Campañas promocionales diseñadas especialmente

- ❖ Contrarrestar la mala imagen
- ❖ Informativas (avances en el proyecto)
- ❖ Binacionales (Integración Regional, cultura, economía, gastronomía, Inmobiliario)

Subir aliados del Sector Privado

- ❖ Hoteleros (ambos países)
- ❖ Restauranteros
- ❖ Arrendadoras de automóviles
- ❖ Líneas de autobuses
- ❖ Tour Operadores
- ❖ Asociaciones civiles
 - MATT (Mexican American Thinking Together)
 - AAA (American Automobile Association)

Grupos Religiosos

II.-TURISMO DE FERRIS (NÁUTICO – CARRETERO) EN EL GOLFO DE MÉXICO- “MAR Y TIERRA” / “OCEAN AND ROAD”

El potencial que significa tener como frontera entre Nuestro país y Los Estados Unidos un enorme recipiente, que en cuyas costas habitan mas de 60 Millones de personas con un PIB de 2 trillones de dólares, es sin duda una oportunidad a la que no podemos ser indiferentes.

La participación de 6 Estados por parte de México y 5 estados de la Unión Americana, nos da un claro panorama del potencial, vía diversidad de atractivos turísticos en ambos lados.

¿Que requerimos?

Infraestructura

- ❖ Adaptar muelles en ambos lados
- ❖ Realización de dragados mínimos necesarios
- ❖ Construcción de muelles especiales

Voluntad Política

❖ Federal

- Aduana
- Migración
- Banjercito
- Sedena
- SECTUR

✓ Ángeles Verdes

Estatal

- ❖ Policía
- ❖ Obras Públicas

Municipal

- ❖ Policía
- ❖ Transito
- ❖ Imagen urbana

Cabildeo en ambos Congresos
(México y Estados Unidos)

Señalización (señaletica) en
carreteras y en puertos

II.-TURISMO DE FERRIS (NÁUTICO – CARRETERO) EN EL GOLFO DE MÉXICO- “MAR Y TIERRA” / “OCEAN AND ROAD”

Modernización de las Gasolineras

- ❖ Baños
- ❖ Maquetas con mapas carreteros
 - Nacional
 - Regional
 - Estatal

Participación del sector Privado

- ❖ Asociaciones de hoteles
- ❖ Asociaciones de Restauranteros
- ❖ AAA
- ❖ Tour Operadores

Campañas Promocionales específicas

- ❖ Regiones del Golfo
- ❖ Estados vecinos a los costeros
- ❖ Binacionales
 - Resaltando las diversidades (circuitos)

III.- TURISMO DE LARGA DISTANCIA (EUROPA, ASIA Y SUDAMÉRICA) EN LA MODALIDAD DE CIRCUITOS BINACIONALES (MULTI- NACIONALES), ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS Y/O CANADA - “CIRCUITOS” / “TWO NATIONS DESTINATION”

El volumen de turistas Internacionales procedentes de Europa, Asia y Sudamérica no se incrementan simple y sencillamente por la falta de asientos de avión y en algunos casos por la dificultad en obtener nuestro VISADO.

Mas del 50 % de los turistas Europeos llegan a través del aeropuerto de CANCUN, solo que la gran mayoría de los vuelos son los denominados CHARTERS (FLETAMIENTO), mismos que siempre nos representaran una amenaza en cuanto a su permanencia.

El mayor número de japoneses llegan al aeropuerto de CANCUN y vía líneas americanas.

Por lo antes expuesto es importante pensar en otro esquema que nos haga suplir nuestras debilidades (Líneas Aéreas y Aeropuertos con viabilidad).

Los Circuitos Internacionales en viajes de largas distancia son muy populares, ya que son ideales para turistas con periodos vacacionales mayores a 4.3 noches. Europa se ha caracterizado por este esquema de turismo para todos aquellos visitantes de otros continentes.

¿Que requerimos?

III.- TURISMO DE LARGA DISTANCIA (EUROPA, ASIA Y SUDAMÉRICA) EN LA MODALIDAD DE CIRCUITOS BINACIONALES (MULTI- NACIONALES), ENTRE MÉXICO Y ESTADOS UNIDOS Y/O CANADA – “CIRCUITOS” / “TWO NATIONS DESTINATION”

Hacer una selección de ciudades Estadounidenses y Canadienses que cuenten con aeropuertos con vuelos a Europa, Asia y Sudamérica, pero además que tengan conexiones con ciudades Mexicanas.

Subir a Los Estados Mexicanos con aeropuertos y vuelos hacia USA y Canadá.
Subir a las Instituciones encargadas de la Promoción (CPTM y OCV`s)

Cabildear con las instituciones encargadas de hacer la promoción en los países aliados para:

- ❖ Sumar recursos para la promoción en los mercados objetivo (Campañas Cooperativas).
- ❖ Buscar las empresas especialistas (tour operadores) que les interese el esquema. – Estamos seguros de que hay muchas.
- ❖ Alianzas con las líneas aéreas de nuestros vecinos del Norte
 - Con un solo esfuerzo venden dos trayectos
 - ✓ Uno – Hacia USA o Canadá desde Mercados
 - ✓ El otro – Hacia México de USA o Canadá