



Boletín de Prensa

Lanza COPARMEX la campaña “Impulsa Turismo CDMX” para atraer 100 mil nuevos visitantes al año

* “Detonar la reactivación económica de la ciudad es prioridad en la agenda de trabajo de COPARMEX CDMX”, expresó su presidente Armando Zúñiga Salinas

Ciudad de México, a 15 de junio de 2022

Con el respaldo y acompañamiento de las secretarías de Turismo federal y local, además de otras dependencias del gobierno de la Ciudad de México, COPARMEX CDMX lanzó anoche a nivel nacional la campaña “Impulsa Turismo CDMX”, cuyo objetivo principal es atraer al menos 100 mil nuevos visitantes cada año a la capital del país y potenciar su posicionamiento como la principal ciudad de turistas hospedados en hotel de América Latina y la segunda ciudad con más turismo internacional sólo después de Cancún.

“Detonar la reactivación económica de la ciudad es prioridad en la agenda de trabajo de COPARMEX CDMX”, expresó su presidente Armando Zúñiga Salinas, quien agregó que “el turismo es un motor indispensable en el desarrollo social, cultural, gastronómico, entre muchos otros que, al sumarlos, dan vida a la prosperidad de los comercios, negocios y empresas”.

La campaña “Impulsa Turismo CDMX” es el resultado del estudio creado por Alberto de la Fuente y la empresa Royal Moratti, recordó el presidente de la Comisión de Turismo de la Coparmex CMDX, Armando Culebro, donde fueron identificados 3 tipos de visitantes: el cero que desconoce el destino y nunca lo ha visitado; el uno que sabe o ha escuchado sobre el destino, pero no lo ha visitado y el dos, quien ya conoce el destino y también lo ha visitado.

Para poder emocionar a los sectores cero y uno, sin olvidar al 2 porque la ciudad tiene una gran diversidad de oportunidades de diversión para volver a ella cuantas veces sea necesario, “Impulsa Turismo CDMX” es una gran fuente de alianzas entre diferentes sectores como el gubernamental, diplomático, empresarial y un nuevo concepto mediante el cual se busca llegar a un público determinado como son los jóvenes, a través de la participación de 20 influencers en tres etapas que cubren el año 2023, las cuales van desde el intercambio con seis estados de la república, seis países de América Latina y otros tantos del resto del mundo, además de llegar a las otras 25 entidades que no se cubran en la primera etapa.

El secretario de Turismo Federal, Miguel Torruco Marqués, reconoció el esfuerzo realizado por COPARMEX CDMX y su Comisión de Turismo, para lograr la superación de las estadísticas obtenidas en 2021, año durante el cual hubo 106 mil 65 vuelos nacionales y 40 mil 103 internacionales hacia la ciudad de México, con un flujo de 12 millones 696 mil pasajeros nacionales y 5 millones 083 mil internacionales.

Por ello, subrayó, “si hay algún lugar que cuente con una amplia variedad de destinos turísticos es sin duda la gran capital de nuestro país” donde se conjugan diferentes sectores de la actividad como el cultural, de aventura, religioso, de convenciones y muchos otros.

Luz Elena González, secretaria de Finanzas de la CDMX, afirmó que con la campaña “Impulsa Turismo CDMX”, de la COPARMEX CDMX, se logrará la meta, “es muy ambiciosa, pero la ciudad de México tiene de todo, somos la ciudad con más museos en el mundo y una diversidad gigantesca, estamos convencidos que lograremos un repunte en la reactivación económica gracias al turismo en la ciudad”.

La secretaria de Turismo de la CDMX, Rebeca Olivia Sánchez, expresó una felicitación a los organizadores de COPARMEX CDMX por esta campaña, a los que ofreció que “vamos a trabajar y colaborar de la mano con ustedes para lograr y rebasar esta meta de 100 mil visitantes más a la Ciudad de México”.

Uno de los primeros estados en adherirse a la campaña “Impulsa Turismo CDMX” fue el estado de Guerrero, con la participación de los municipios de Acapulco, Iguala y Taxco hacia los que viajaron los influencers, quienes dieron a conocer la amplia oferta turística de aquellos destinos, así como pronto lo harán con los atractivos de la Ciudad de México como sus 170 museos que la convierten en la segunda ciudad con más instalaciones de este tipo, sólo después de Londres; ser la única ciudad de América Latina que cuenta con un castillo y ser uno de los destinos de turismo religioso más importantes del mundo.

El programa piloto realizado en el estado de Guerrero logró obtener 8 millones de impactos en redes sociales a través de los influencers Joe Trouble, Alex Jux, Andy Chávez de Moore, Scarlett Rueda, Matz Franco, Matías Vega, Rufas, Ilika Cruz, Paola Méndez, Anna Mors y Netza.

“La CDMX es hermosa y así la debemos promocionar, tenemos un gran colorido y catálogo en los gustos y preferencias del turista, desde el más sencillo y común, hasta el más refinado y exigente; somos la gran puerta al turismo nacional, y por ello, estamos comprometidos por la mejor calidad en servicios, productos, y empresas, con el fin común de formar una mejor sociedad económica, activa y estable”, subrayó el presidente de COPARMEX Ciudad de México, Armando Zúñiga Salinas.

-----ooo0ooo-----

Contacto para medios: Renato Consuegra (difunet@gmail.com) 5549097270











