



Los Cabos apuntala su turismo con nuevos mercados

• Aunque varios pronósticos anticipan una baja de, por lo menos, 3% en la llegada de turistas internacionales a México en 2024, Esponda está optimista y piensa que incluso puede haber un crecimiento marginal en Los Cabos.

LOS CABOS.— Recientemente, **Rodrigo Esponda**, director general del Fideicomiso de Turismo (Fiturca), visitó uno de los lujosos hoteles de la zona con un agente de viajes especializado en ese segmento de Estados Unidos.

En la mejor suite el estadounidense grabó un video con su celular y pocos días después le escribió a **Esponda** para contarle que uno de sus clientes la había rentado una semana por más de 200 mil dólares.

Con una tarifa promedio superior a 500 dólares la noche, la más alta de un destino mexicano, la comercialización de Los Cabos es muy peculiar.

Ahora se realiza aquí el VIP Summit, evento anual de los profesionales del turismo que hacen negocio en Los Cabos, y que este año reunió a 350 participantes, entre ellos 110 compradores provenientes de 13 países.

Ernesto Coppel, fundador de Pueblo Bonito, quien hizo la mayor parte de su fortuna aquí, reconoció sin ápice de culpa que es un destino caro, aunque haya opciones para diferentes bolsillos.

Aquí vienen cada semana los ricos y los famosos del mundo, dijo como orador principal del evento, y los “simples mortales” también vienen, pero a otros hoteles, pues quieren sentirse parte de un destino muy aspiracional.

Eso sí, remató, “quien no tenga dinero se puede ir a Ixtapan de la Sal”.

¿Cómo es que el Fiturca sigue teniendo el respaldo de un gobierno de Morena, que no lo cerró, como sucedió con el Consejo de Promoción Turística?

Esponda tiene una respuesta para eso y es que, primero, Baja California Sur vive del turismo; pero además Fiturca sigue dando resultados y los recursos se utilizan con transparencia.

Maribel Collins, la secretaria de Turismo del estado, le ha pedido a Fiturca que promueva a los hoteles, restaurantes y pequeños negocios que hay en las poblaciones rurales del municipio de Los Cabos.

Así que al VIP Summit llegaron emprendedores de Santiago o Miraflores, que se benefician vendiendo sus pro-

ductos a precios elevados, cumpliendo la condición de que sean de alta calidad.

Los productores de mango pueden vender esas frutas seleccionadas a un precio tres veces superior en comparación al que pagan los intermediarios promedio y a un precio mucho más alto si esos mangos fueron deshidratados y empacados.

Aunque varios pronósticos anticipan una baja de, por lo menos, 3% en la llegada de turistas internacionales a México en 2024, **Esponda** está optimista y piensa que incluso puede haber un crecimiento marginal en Los Cabos.

Ello se debe a que se están observando los frutos de un esfuerzo de diversificación de mercados, con la presencia de compradores de España, Francia, Reino Unido, Australia, Japón, Alemania, Brasil y Nueva Zelanda.

El mayor número de ellos proviene de los mercados emisores clave como son Estados Unidos, Canadá y México; pero las reservaciones anticipadas dicen que en la temporada alta del próximo invierno esos otros mercados generarán un número creciente de turistas con estancias más largas.

Por ejemplo, los neozelandeses están llegando porque en sus viajes de vacaciones a Estados Unidos invierten menos tiempo en traslados visitando Los Cabos en lugar de Hawái.

Esponda, quien basa sus decisiones en cifras e investigación, acepta que para Los Cabos la falta de inversión en la marca país de México los obliga a hacer más esfuerzos en mercados distantes, pero luego de un trabajo consistente de ocho años los resultados defienden su estrategia.

El Fiturca tiene el respaldo de un gobierno de Morena, no lo cerró, como sucedió con el CPTM.

