



La industria de cruceros en Cozumel ha alcanzado un hito significativo al generar una derrama económica de más de 400 mdd en el último año.

Según datos de la Administración Portuaria Integral de Quintana Roo, Cozumel se ha consolidado como uno de los destinos más populares en el Caribe, sólo superado por las Bahamas. Entre 2023 y lo que va de 2024 ha recibido un total de 27 barcos, en comparación con los 18 del año anterior.

Cifras de la Apiqroo de este año

Reportan en Cozumel derrama de 400 mdd por industria de cruceros

- Uno de los destinos más populares en el Caribe, superado sólo por las Bahamas

Por redacción DIARIOIMAGEN

Cozumel.- La industria de cruceros en Cozumel ha alcanzado un hito significativo al generar una derrama económica de más de 400 millones de dólares en el último año, según informes recientes. Este impresionante ingreso se debe al aumento en el número de cruceros que visitan la isla, así como a la mejora en los servicios turísticos ofrecidos.

Según datos de la Administración Portuaria Integral de Quintana Roo (Apiqroo), Cozumel se ha consolidado como uno de los destinos más populares en el Caribe, solo superado por las Bahamas. Entre el 2023 y lo que va del 2024, Cozumel ha recibido un total de 27 barcos, en comparación con los 18 del año anterior.

Esta afluencia ha contribuido significativamente a la economía local, generando ingresos que benefician a una amplia gama de servicios turísticos, desde hoteles hasta tiendas y restaurantes.

El director de Apiqroo, Rodrigo Alcázar Urrutia, destacó que el éxito de Cozumel como destino de cruceros es resultado de una estrategia de mejora continua en la infraestructura y la calidad del servicio "Estamos muy orgullosos de estos resultados, que reflejan el esfuerzo conjunto de todos los actores del sector turístico en Cozumel", afirmó Urrutia.

La derrama económica generada por la indus-

tria de cruceros no solo beneficia a los operadores y prestadores de servicios, sino que también tiene un impacto positivo en la comunidad local, creando empleos y fomentando el desarrollo económico sostenible.

En resumen, Cozumel sigue consolidándose como un destino de lujo y entretenimiento, atrayendo a miles de turistas cada año y generando ingresos significativos que impulsan la economía local.

NO REGRESARÁ EL CONSEJO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL PAÍS

Josefina Rodríguez Zamora, titular de la secretaría de Turismo Federal (Sectur), aseguró que el esquema de promoción turística del país hacia el extranjero seguirá recayendo en las embajadas, es decir, que no hay planes para regresar figuras como el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) por ahora.

"No va a regresar el CPTM, lo que ya se fue

no regresa, lo que sí va a regresar son muchas alianzas, regresa mucha creatividad, eso es lo más importante, sobre todo, una unión en el sector turístico, con la iniciativa privada y también con los estados", dijo.

Jesús Almaguer, presidente de la Asociación de Hoteles de Cancún, Puerto Morelos e Isla Mujeres, opinó que esta decisión sería un error, poniendo de ejemplo la temporada de verano, cuando no se cumplieron las expectativas previstas.

"Si es así, ya vimos lo que pasó el sexenio pasado, Marcelo Ebrard, no hizo nada por el turismo, cada quien sabe lo que sabe hacer. En cuanto a soluciones, pues tienen que hacer, y sería lo ideal, que hubiera un departamento en la Secretaría de Turismo que se dedique a la promoción, para seguir creciendo", dijo.

A esto añade que, los hoteles tendrían que destinar entre el 8 y el 10% de sus ingresos para realizar una promoción turística adecuada, es decir, el doble de lo que gastan actualmente, además de que no tendrá el mismo impacto sobre los viajeros.

"Hay puntos importantes que se deben atender para mejorar la oferta turística, como facilitar el acceso de turistas, mediante la implementación del visado electrónico, así como temas de seguridad, y aduanas", dijo.



La Sectur asegura que el esquema de promoción turística del país hacia el extranjero seguirá recayendo en las embajadas.