

# Marketing turístico necesario para que México crezca: José Zorrilla



El Secretario de Turismo y Desarrollo Económico del Estado de Oaxaca, José Zorrilla de San Martín Diego, realizó una visita a la Universidad de las Américas Puebla para ofrecer una plática sobre marketing turístico.

Alumnos y catedráticos de la institución asistieron a la plática donde el secretario resaltó la unión de la Secretaría de Turismo con la Secretaría de Economía como palanca para el desarrollo económico del estado. “A Oaxaca había que darle un brazo económico para fortalecerlo al igual que países europeos como España; apoyo mediante el cual pudimos erradicar problemas de financiamiento, logramos atraer inversión y facilitamos el acceso a mercados”, enfatizó.

Asimismo, señaló la importancia de apoyar productos locales como el mezcal, del cual hace 5 años se vendían únicamente 300 mil litros a nivel nacional y actualmente 700 mil litros. En cuanto a las exportaciones señaló que a nivel internacional se exportaban 400 mil litros y actualmente poco más de 1 millón. “En Oaxaca había una resistencia a las inversiones que hoy ha desaparecido. A



diferencia de Puebla costó mucho trabajo que cadenas de supermercados llegaran a Oaxaca por desconfianza, pero poco a poco hemos logrado acercar a diferentes sectores que han decidido invertir, lo cual beneficia al crecimiento económico y la creación de empleos”, agregó el Lic. Zorrilla.

De acuerdo con el secretario, dentro del ámbito turístico la conectividad ha sido el factor más importante para su desarrollo a través del impulso de nuevas rutas marinas, aéreas y terrestres. “En asientos hace 5 años se tenían 9300 para llegar a Oaxaca, hoy se tienen 27 mil asientos desde la ciudad de México. Dentro de Oaxaca, Puerto Escondido, se tenían solamente 1800 asientos y hoy se tienen 10 mil, y seguimos creando rutas para poder acercar a la gente a su destino. Si no se tienen rutas la gente no tiene cómo llegar a conocerlos. En noviembre iniciamos un proyecto para que de Puebla a Oaxaca los turistas puedan llegar en un lapso de tan solo tres horas”.

El segundo factor importante dentro de su gestión fue realizar un estudio a profundidad de la oferta y la demanda, donde aconsejó a los alumnos conocer y estudiar a sus clientes para poder conocer sus necesidades. “Fue así que definimos temporadas básicas como semana

santa, verano y diciembre, épocas fuertes para muchos estados, pero también agregamos festividades como el festival gastronómico El Saber del Sabor, La Guelaguetza, la Noche de Rábanos o la temporada de muertos, sin embargo Oaxaca es tan grande que había que promocionar sus otras riquezas y agregarles valor”, agregó el mandatario.

Para ello, fueron creadas 10 diferentes rutas donde se da a conocer la riqueza pluricultural y pluriétnica con la que cuenta Oaxaca enfocada en 10 diferentes públicos, señaló el mandatario. “Seccionar tu público te dará la oportunidad de abarcar, dar a conocer y ofrecer un mejor servicio. Creamos rutas enfocadas a la naturaleza y otras al área cultural para que más gente se acerque a Oaxaca y vivan la experiencia que nos brinda el tener todo, historia, gastronomía, sitios prehispánicos, playas, edificios coloniales y un sinfín de festividades”.

Finalmente, señaló que este marketing turístico ha permitido fortalecer sus pueblos mágicos y posicionar la ciudad de Mitla como parte de la Ruta del Mezcal; Mazunte de la ruta de la Costa; Huautla de Jiménez de la región de la Cañada, lugar donde se encuentra la reserva de la biósfera, famosa por su medicina tradicional; y Teposcolula como parte de la Ruta Mixteca en la cual se encuentran restaurando antiguos conventos.