



El CNET lanza un SOS poco efectivo

• Llama la atención que el Consejo Nacional Empresarial Turístico mantenga la fe en que, con sus comunicados, romperá la “piedra a cabezazos”.

Hacer lo políticamente correcto no necesariamente es efectivo y el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET) sigue lanzando al mar papelitos dentro de botellas que llegan a ninguna parte.

Más que una actitud de naufrago desesperado, el organismo evoca ese síntoma de la locura que consiste en pretender un resultado diferente repitiendo lo mismo que antes no funcionó.

Desde hace dos semanas, este espacio publicó que, en la iniciativa de la Ley de Derechos que envió el secretario de Hacienda, **Rogelio Ramírez de la O**, al Congreso hay una propuesta para incrementar 20% el Derecho de No Residente en 2025, es decir, de 717 a 860 pesos.

Para quienes no lo recuerden, desde que **Claudia Sheinbaum**, como una de las *corcholatas* del presidente **López Obrador**, se reunió con la cúpula del CNET, les dijo que, como Presidenta, no reabrirla el Consejo de Promoción Turística.

Su posición, entonces, sigue siendo la misma y consiste en apoyar el turismo a través de proyectos como el Tren Maya y el consorcio turístico del Ejército.

Así es que, 10 días después de que el Ejecutivo envió la iniciativa al Congreso, el CNET difundió ayer un comunicado pidiendo que el monto del DNR se mantenga igual que este año.

Sobre el mismo, dos aspectos llaman la atención: el primero, que el CNET no incluyera en su análisis, antes de lanzar este peculiar SOS, la situación cambiaría actual y, el segundo, que

El CNET no incluye en su análisis, antes de lanzar su peculiar SOS, la situación cambiaría actual.

mantenga la fe en que, con sus comunicados, romperá la “piedra a cabezazos”.

Ya lo dijo **Héctor Flores Santana**, director de Grupo Empresarial Estrategia (Gemes), vicepresidente de Turismo de la Coparmex y asesor del CNET:

“Mientras no haya unidad de todos los organismos privados que representan al negocio de los viajes y no se diseñe una estrategia efectiva a la que aporten todos, poco o nada se avanzará para que regrese la promoción de la marca México”.

Además, es probable que el CNET haya pasado por alto el tipo de cambio, pues de 16.50 en que estaba el peso a principios de año a los 20.50 que está en la actualidad se ha devaluado más de 20 por ciento.

Así es que, en dólares, los extranjeros seguirán pagando el próximo año más o menos lo mismo que en enero de 2024; considerando, además, que en 2025 el mayor reto financiero del gobierno es reducir la deuda pública como porcentaje del PIB.

Así es que al turismo le siguen urgiendo no sólo propuestas novedosas, sino también un liderazgo distinto que priorice la efectividad sobre lo políticamente correcto.



DIVISADERO

INVERSIONES EN LA PAZ. Quienes nacieron y llevan décadas viviendo en esa ciudad, están viendo una vuelta de la prosperidad que experimentó esa ciudad cuando era zona libre, pero ahora gracias al turismo.

Además del hotel Chablé, del grupo Hamak, **Miguel Sánchez Navarro** adquirió el tradicional hotel La Perla para reconvertirlo vía su fondo de inversión.

Mientras, **Alberto Osuna** abrió un hotel boutique, República Pagana, acompañado de una sofisticada oferta gastronómica y compró el hotel La Concha para reconvertirlo en un producto de lujo.

Luis Araiza y **Yudit Camacho**, en tanto, están teniendo éxito con su restaurante asiático Janta, aunque llevan más de una década en el negocio gastronómico de esta ciudad.

A La Paz, el destino al que llegaban ricos y famosos de Estados Unidos antes de que nacieran Los Cabos, sólo le pueden suceder en el futuro buenas historias de desarrollo.



**El CNET lanza un
SOS poco efectivo**

Veranda,
Carlos Velázquez > 4