



**B.P. SERVIMED, S.A. de C.V.**

BARRANCA DEL MUERTO 520  
COL. ALPES, MÉXICO, D.F.  
(52)(55)9171-9579  
info@servimed.com.mx



## **Promoción y anti-promoción de México Dr. Jorge Bisteni-Bustani, CMP, CMM**

Durante años hemos visto en todos los eventos internacionales importantes relacionados al turismo y en particular al turismo de reuniones, la marca México en una gran cantidad de artículos, folletos e incluso proyectada en las paredes de los recintos. Sin duda todas las personas que ven reiteradamente ese logotipo lo fijan en su mente y el nombre de México está muy por encima que el de la mayor parte de los países del mundo. Vemos la marca en páginas web y revistas de diferentes asociaciones como MPI, SITE, PCMA en donde se menciona a nuestro país como un patrocinador importante alternando con unos pocos más. Sin conocer las cifras exactas me atrevo a pensar que son varios miles de dólares los que el Consejo de promoción turística de México invierte en toda esa promoción tendiente a alentar el que haya más turistas internacionales y más congresos y convenciones en México. Ciertamente el mismo consejo participa patrocinando eventos que se organizan en México para invitar a personas del extranjero dedicadas a cualquier tipo de actividad turística a que conozcan las bondades que este país ofrece.

El costo de toda esa promoción seguramente es del conocimiento de las autoridades del sector pero sabe alguien ¿a cuánto asciende el retorno de esa inversión? En otras palabras, ¿es de utilidad hacer ese enorme gasto publicitario para atraer mas congresos, convenciones y visitantes al país?

Hace pocos meses una persona de Barcelona España, director de una importante compañía dedicada a organizar congresos me decía que le llamaba la atención la enorme cantidad de patrocinios que México ofrece en diferentes eventos y el bajo número de congresos y convenciones internacionales que tenemos. Su conclusión es que hay un mal empleo de los recursos promocionales debido a que la imagen del país se encuentra muy deteriorada a nivel mundial y aunque la marca México aparezca en todos lados y las personas la vean, la anti-promoción del país es mucho más fuerte y ver la palabra México hace que la gente la asocie a violencia, corrupción, peligro, inseguridad, narcotráfico y otras de las calamidades que actualmente padecemos.

Desde luego sabemos que una mala noticia vende mucho más que mil buenas. La prensa de cualquier tipo, se empeña en buscar lo malo, lo catastrófico y en hacerlo del conocimiento de todos en los medios a su alcance. No hay día que los diarios o los noticieros no hablen de asesinatos, narcotráfico, asaltos, secuestros, robos y demás delitos graves a los que nos hemos acostumbrado. Imágenes de decapitados y noticias de que sus cabezas son entregadas como prueba de la bestialidad de sus sicarios ya son noticias comunes a pesar de su dureza. Las vemos en México pero también se ven, al instante, en el resto del mundo. Son nuestros periodistas, nuestros informadores quienes las dispersan para ganar un poco mas por su trabajo sin fijarse que el daño económico que le producen al país es miles de veces mayor a lo que ellos reciben por su nota fatalista, sin embargo son incapaces de dar buenas noticias cuando ocurren. Esas no venden.

Por otro lado, nuestras autoridades migratorias se empeñan en hacer difícil y molesto el trámite de ingreso al país, incluso para ciudadanos de países que no requieren visa para ingresar a México, no se diga de los países restringidos para visitarnos. Los norteamericanos que llegan al aeropuerto internacional de la ciudad de México se quejan invariablemente de las largas esperas a su llegada debido a que no hay suficientes oficiales del Instituto Nacional de Migración para darles la entrada al país.

La suma de estos factores; mala imagen y dificultad para ingresar al país es mucho más poderosa que los esfuerzos promocionales que se hacen para atraer congresos, convenciones y turistas al país.

Se de antemano que las personas involucradas en la promoción del país negarán lo que estoy diciendo ya que por causas que no logro entender, ellos deben seguir gastando el dinero que les da el DNI para poner el nombre de México en las marquesinas de todo el mundo sin importar que haya otros que lo ponen en las páginas rojas del orbe. La realidad es que a pesar de aún tener congresos internacionales en México el número de participantes extranjeros ha disminuido dramáticamente debido fundamentalmente a dos factores: La crisis económica mundial y la mala percepción que existe del país en todos los rincones del planeta.

El gobierno mexicano ha declarado abiertamente la guerra al narcotráfico. Desde luego la intención es buena pero los resultados son pobres ya que el poder que esa mafia tiene es mucho mayor al que tiene el estado mexicano el cual se encuentra totalmente infiltrado por ese cáncer y mientras no se erradique ningún esfuerzo promocional de México en el extranjero va a ser fructífero y casi me atrevo a pensar que hasta puede ser contraproducente.

Lamentablemente no tengo la fórmula para acabar con la anti-promoción ya que esta es producto de factores como los señalados antes. Sabemos que si se logra vencer al narcotráfico la imagen de México cambiará radicalmente, el problema está en ganar esa batalla que a mí me parece está perdida porque se dejó crecer a niveles alarmantes.

Algunas personas dicen que si países como Colombia han logrado cambiar, México también lo hará sin embargo hay diferencias muy significativas que hacen que la solución sea difícil de encontrar como lo es la vecindad con los Estados Unidos, el principal consumidor de drogas en el mundo y el principal exportador de armas ilegales a México que son usadas por los sicarios al servicio del narcotráfico para lograr sus perversos fines sin importarles el alto costo que esto tiene a nivel internacional.

Si aún no he sido claro usaré un ejemplo sencillo. ¿Si eres padre o madre, dejarías que tu hijo vaya a jugar a la casa de un vecino que tiene drogas o armas en donde pudiera estar en peligro? Seguramente tu respuesta es un rotundo NO. Lo mismo sucede en el turismo. Las personas de otros países no quieren venir a nuestra casa porque su percepción es que está llena de peligros insalvables y por eso las autoridades de esos países alertan a sus ciudadanos a que no vengan a México a exponerse a peligros que no tienen en otros sitios.

¿Qué va a pasar con los congresos internacionales en México? Francamente lo ignoro pero lo que es un hecho es que la asistencia ha disminuido considerablemente en el último año