EL UNIVERSAL

ACAPULCO.- Las alertas de viajeros que ha emitido el gobierno del Estados Unidos y que ponen Acapulco en “color rojo”, provocó que los padres de jóvenes estudiantes no les autorizaran viajar al puerto, confirmó Jam Dimoff, director de turismo de Student City, Grand City, Breakawam.

El directivo de la empresa tour operadora de “Springbreakers” dijo desde hace seis meses trabaja en campañas publicitarias en redes sociales y en 350 universidades para que mejorar la imagen del puerto.

En conferencia de prensa, Jam Dimoff, con presencia en Estados Unidos y Canadá, confió que de continuar trabajándose fuertemente en promocionar Acapulco junto con las autoridades de turismo estatal y municipal, para el 2014 estarán arribando a los hoteles de este destino de playa el primer grupo de estudiantes Springbreakers.

-Entonces, ¿los padres fueron quienes no dejaron venir a sus hijos, a los jóvenes estudiantes?

-La cosa que es bien difícil para nosotros para hacer ventas, porque hay una página del gobierno de Estados Unidos y en esta página dicen que Acapulco está en rojo, entonces porque está en rojo, los padres ven eso en la página de web y no quieren mandar a los estudiantes. La primer cosa que estamos haciendo es mejorar la imagen, no sólo para las ventas sino mejorar la imagen porque no puedes traer gente cuando quieren, explicó.

Aseguró que para este 2013, no hubo cancelaciones de jóvenes “springbreakers” pero tampoco ventas.

“Estaba abierto para ventas (la página web), pero nadie compró y no hubo cancelación porque no había nada (...) aquí es buena la gente con nuestras estudiantes. Estamos empujando más para imagen y no queremos que pare, tenemos que continuar y traer más personas para ventas”, dijo.

“Nunca comprometimos ninguna persona para traer este año y los de turismo sabían esto también y este año lo que hemos hecho en los seis meses fue para la imagen de Acapulco y lo que se presentó a las autoridades era para hacer ventas del 2014”.

Comentó que para la empresa Student City ha sido difícil hacer ventas en las universidades, por las alertas del gobierno de Estados Unidos.

Para el director de Turismo de la empresa Student City, la alerta que se difunden en internet por el gobierno de Estados Unidos, puede ser mal usada por la competencia, quienes la pueden imprimir y mostrarla a la gente de las universidades para que no vengan Acapulco.

Se busca también traer el mercado de Canadá, donde la publicidad de Acapulco en ese País no es mala, porque hay gente canadiense promoviendo al puerto en el aeropuerto y hospederías.