
Dos millones de personas se unieron al Desfile de Día de Muertos

El gobierno de la Ciudad de México, en conjunto con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y la Secretaría de Turismo Federal, organizaron por tercer año consecutivo el monumental Desfile de Día de Muertos. Este producto turístico...

Autor
Consejo de Promoción Turística de México

Fecha de publicación
01 de noviembre de 2018

Categoría
Comunicado

Dos millones de personas se unieron al Desfile de Día de Muertos

- *Alrededor de 1.8 millones de personas acudieron al Tercer Desfile de Día de Muertos; a ellos se le suman alrededor de 3 millones de televidentes en México que, por primera vez, pudieron seguir este evento a través de distintas señales.*
- *La Secretaría de Turismo estimó una derrama económica de 530 millones de pesos gracias a la organización de este evento. Esta cifra se incrementó en un 33% respecto a la edición de 2017.*
- *Por primera vez, se sumaron a 4 entidades federativas dentro del desfile de Día de Muertos.*

El gobierno de la Ciudad de México, en conjunto con el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) y la Secretaría de Turismo Federal, organizaron por tercer año consecutivo el monumental Desfile de Día de Muertos.

Este producto turístico, creado en 2016, ha enriquecido a una celebración ancestral que ha sido reconocida como una expresión cultural que identifica al pueblo de México, por lo que fue incluida en la lista de Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO el 7 de noviembre de 2003.

La promoción turística es una herramienta que despierta el interés de los viajeros por conocer nuevas

experiencias. En ese sentido, el Desfile efectuado el pasado 27 de octubre, cumplió con creces las expectativas generadas en sus dos pasadas ediciones, sorprendiendo a 1.8 millones de asistentes (80% más que en 2017) con 5 carros alegóricos, 5 empujables y 18 marionetas gigantes.

El éxito de este producto turístico también se vio reflejado en la ocupación hotelera que provoca en la Ciudad de México, donde en 2017 se hospedaron 80 mil turistas, generando una derrama económica de 150 millones de pesos; ahora, en esta tercera edición, se alcanzó un 82% más de visitantes hospedados con 145 mil 800.

“La celebración del Día de los Muertos es una de las experiencias más emblemáticas de la cultura mexicana, que es una fusión de muchas influencias,” dijo el Secretario de Turismo, Enrique de la Madrid. “La promoción de estos elementos intangibles de nuestra cultura, y el compartir esta magnífica celebración con el mundo ha resultado en un número sin precedentes de visitantes a México, quienes buscan un encuentro con nuestra gente y nuestras tradiciones. Para nosotros es un gran orgullo formar parte de esta celebración histórica y extendemos una invitación a todos los mexicanos y turistas de todos los países para que se unan a esta celebración y disfruten de México, que es verdaderamente Un Mundo en Sí Mismo.”

Los pilares del Desfile

El crecimiento de esta experiencia está basado en tres pilares: la suma de entidades federativas, con las que se fortalece la presencia de importantes destinos turísticos que destacan por la festividad de Día de Muertos; la suma de patrocinadores y el crecimiento en cuanto al número de voluntarios.

En esta ocasión y por primera vez en la historia del Desfile de Día de Muertos, se han unido a esta celebración los destinos turísticos de Aguascalientes, Michoacán, Oaxaca y San Luis Potosí.

En cuanto a las alianzas estratégicas, este 2018 fueron 13 las empresas que apoyaron esta iniciativa. Nos referimos a IOS Offices, Televisa, Tv Azteca, GoPro, Spotify, NYX, J. García López, Converse, Best Day Travel Group, El Consejo Mundial de Lucha Libre, Churrería El Moro, Gayosso y Lotería Nacional.

Gracias al trabajo, disciplina, energía y amor de los voluntarios es que esta fiesta se ha vuelto un éxito internacional.

En esta edición participaron más de 1,500 voluntarios. Además, hubo un contingente de 100 personas de la Catrina Fest y una banda de guerra de más de 180 integrantes.

Es de destacar que este año se transmitió en vivo y por primera vez en la historia el Desfile a través de distintas televisoras como Tv Azteca, Televisa, Grupo Milenio, entre otras. Gracias a su apoyo, se alcanzó a más de 3 millones de televidentes.

En las redes sociales, El Desfile de Día de Muertos fue *trending topic* en Twitter. A través de distintas etiquetas se alcanzaron a 507.9 millones de personas en 191 mil 405 menciones.

Promoción internacional

Para este año, distintos personajes del Desfile de Día de Muertos como Los Novios, Los Cabezones, El Charro, Frida Kahlo y Diego Rivera visitaron cinco de los mercados potenciales para México en términos turísticos -Estados Unidos, Canadá, Alemania, Reino Unido y Francia-, donde se presentó el espíritu de México y sus tradiciones que se remontan desde la época prehispánica, pero no se detienen en ningún estadio de la historia, sino que tienen la mirada puesta en el futuro.

Además, la estrategia promocional de este evento comenzó con un viaje a uno de los eventos con mayor cobertura a nivel mundial, la Copa Mundial de la FIFA en Rusia 2018, logrando la asistencia de 20,000 personas al evento de Día de Muertos en la Casa México.

Contesta nuestra encuesta de satisfacción. 