



## **Más de 2.2 millones de visitantes definieron el destino del Gnomo de Travelocity, quien visitó el puerto sinaloense en días pasados**

Premian a Mazatlán por parte de Travelocity (la agencia de viajes por internet más grande del mundo), como ganador de la tercera batalla de destinos en la categoría del mejor destino familiar de playa, esta competencia se llevo a cabo del 1° al 7 de julio del 2010.

Raúl Llera Subsecretario de Turismo del Estado de Sinaloa y Julio Birrueta Director de Mercadotecnia y Empresas Turísticas de Mazatlán, agradecieron la distinción que recibió Mazatlán por parte de las autoridades de Travelocity México encabezada por su Director General Rodrigo Cobo.

Travelocity junto con el CPTM (Consejo de Promoción Turística de México) decidieron buscar un ángulo innovador, creativo sobre todo muy divertido para promocionar los destinos de México y fue así como se lanzo dicha batalla que se compone de 4 batallas en 4 categorías con 4 ganadores durante 4 semanas, las categorías que conforman esta batalla 2010 son destinos de lujo, grandes ciudades, ciudades familiares de playa y ciudades coloniales.

En la tercera batalla de ciudades familiares de playa compitieron además del ganador Mazatlán, destinos como Acapulco, Can Cun e Ixtapa, estos destinos fueron escogidos gracias a la preferencia de los consumidores de Travelocity en todo el mundo.

Mazatlán hizo una gran labor durante los últimos dos años, es un destino que ha crecido de manera muy importante en Travelocity lo cuál lo hizo un contrincante digno de entrar en esta tercera batalla muy competida con más de 5 millones de votos de los cuales Mazatlán obtuvo el 62% aproximadamente 2.2 millones de votos que lo hicieron indiscutible vencedor.

Así Mazatlán obtiene la satisfacción de recibir la visita de su experto en viajes el Gnomo figura emblemática de Travelocity el cual certifica y constata los atractivos turísticos, visitando el Centro Histórico, La Isla de Mazatlán, el pueblo del Quelite, el Malecón, el Centro Internacional de Convenciones, sus playas y su pesca, su infraestructura hotelera, destacando sobre todo la hospitalidad de su gente y espíritu de servicio, con lo cual Mazatlán se hace acreedor a una cobertura de relaciones públicas y prensa muy importante a nivel mundial con una inversión de más de 500mil dólares lo cual habla del esfuerzo que está invirtiendo Travelocity para la promoción y difusión de la "perla de pacífico".

Por Juan Enriquez. 19 Julio, 2010  
Buen Viaje Diario Turístico ([www.revistabuenviaje.com](http://www.revistabuenviaje.com))