

Se requiere mayor promoción en el país, señala

# “Mejorar posición de México en Turismo, reto para Sheinbaum”

**EL WTTC** afirma que actualmente la nación es una potencia, pero para continuar impulsándola, es necesario diversificar el mercado internacional; hacia 2034, aportará el 16% al PIB, dice

| Por Berenice Luna

berenice.luna@razon.com.mx

**E**n un contexto en el que el sector turístico de México aporta el 14 por ciento del Producto Interno Bruto (PIB), es necesario que la administración de Claudia Sheinbaum impulse aún más al sector ante el incremento de la competencia que existe a nivel mundial, consideró Julia Simpson, presidenta y CEO del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés).

En conferencia de prensa, la directora explicó que México es el mercado turístico más importante de Latinoamérica, por lo que el reto para el Gobierno y para el sector empresarial será cómo mejorar la posición del país ante sus competidores.

De lograrlo, señaló, el turismo podría aportar el 16 por ciento del PIB hacia 2034, para ello, dijo, se debe fortalecer la promoción turística del país y diversificar los mercados emisores de turismo hacia México.

Ante la posibilidad de que en el nuevo gabinete se prescindiera de una Secretaría de Turismo, la directiva mencionó que, dada la importancia que tiene en México esta industria, sería importante que sea operado desde “muy alto nivel”, ya que representa una parte importante de la economía.

“Desde mi punto de vista sería muy importante que operara a muy alto nivel, porque representa una parte tan importante de la economía y puestos de trabajo y trae bienestar que, desde mi punto de vista sería importante que haya alguien dedicado a la tarea del turismo”, señaló.

Al felicitar a la presidenta electa, Claudia Sheinbaum por su triunfo en las elecciones del pasado 2 de junio, Simpson reiteró que México ya es una potencia turística y el reto está en fortalecer la pro-

moción turística.

En este sentido, Virginia Messina, vicepresidente senior del WTTC, comentó que otro de los retos a los que se enfrenta la industria turística en México y que están relacionados con la poca promoción que hay, es que el gasto de los visitantes internacionales no se ha recuperado desde la pandemia de Covid-19.

Explicó que, debido a lo anterior, el turismo doméstico ha sido uno de los subsectores que ha impulsado más la entrada de divisas al país.

La directiva sostuvo que otros desafíos que deberá enfrentar la próxima administración son la inseguridad, la cual aseguró, no es un problema exclusivo de este país; así como la diversificación de productos turísticos en México, ya que además de destinos de sol y playa, nuestra nación “es rica en cultura, historia, museos y gastronomía”, destacó.

Simpson añadió que al cierre de este año, la industria “sin chimeneas” habrá aportado al PIB de México 264 mil millones de dólares, un crecimiento del 3.0 por ciento respecto a lo registrado en 2019, un año antes de la pandemia de Covid-19.

Asimismo, destacó que la industria es tan importante en México, que para el término del 2024, generará 7.56 millones de empleos; es decir, el 13 por ciento del total de puestos que existen en el país.

**300**

Destinos turísticos en el mundo, son competencia de México





**JULIA Simpson (izq.) y Virginia Messinas, ayer en conferencia.**

