El País en competitividad turística ocupa el sitio 44

Por Dayna Meré
AGENCIA REFORMA
CD. DE MÉXICO.- En materia de competitividad turística a nivel mundial, México es un País de contrastes, mientras destaca por la belleza de sus recursos naturales en un octavo lugar de 140 países, en competitividad turística ocupa el sitio 44, pero en preocupación por la inseguridad esta en el lugar 121.

El Índice de Competitividad de la Industria de Viajes y Turismo 2013, del Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en ingles), México descendió del lugar 43 al 44, y destaca que la mayor preocupación de los turistas y del sector en general sigue siendo la seguridad, donde el País ocupa el lugar 121.

En el informe bianual "Reduciendo las barreras al crecimiento económico y a la creación de empleo", en el rubro de seguridad y protección, en el que ocupamos el lugar 121, el subíndice de Costo del crimen y violencia para los negocios se ubica en el sitio 131; confiabilidad en la policía en el sitio 130, cuando en el anterior reporte se ubicaba en el 132.

El reporte hace hincapié en que una de las áreas que México todavía necesita mejorar es la infraestructura del transporte terrestre, a pesar de haber mejorado 10 posiciones en relación al reporte del 2011, al ubicarse en el sitio 69, y considera que se necesita mayor compromiso y evidencias de que el sector se desarrolla de manera sostenible.

Pero el reporte de la WEF también destaca los avances del País; por la belleza de sus recursos naturales ocupa un octavo lugar a nivel mundial.

El informe subrayó "la riqueza natural del País que cuenta con sitios naturales considerados Patrimonio de la Humanidad y una rica fauna".

Los recursos culturales de ese País también figuran entre los mejores del mundo (lugar 21), con 34 locaciones que se consideran Patrimonio Mundial Cultural, además de sus ferias, exposiciones internacionales, festivales y una "fuerte industria creativa", refirió.

"Estas fortalezas inherentes del País son reforzadas por el uso de una mercadotecnia y campañas de publicidad efectivas", observó.