

DE CINCO ESTRELLAS

“Las embajadas tienen muchas actividades a su cargo y el tema del turismo deber ser atendido por gente especializada”,
Julia Simpson, presidente del WTTC

– Promotora de Hoteles Norte 19 apuesta por un compromiso continuo para efficientar el uso de energía



Por Victoria González Prado

Sobre el papel que juegan las embajadas en materia de promoción turística en este sexenio, **Julia Simpson**, presidente del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC por sus siglas en inglés) aseguró que las embajadas tienen muchas actividades a su cargo y el tema del turismo deber ser atendido por gente especializada y específica para obtener resultados y beneficios ante la competencia de distintos destinos que hoy buscan atraer a los viajeros.

En conferencia de prensa, la presidente del WTTC, acompañada por **Virginia Messina**, vicepresidente Senior del WTTC, detalló que el sector tendrá un valor de 354 millones de dólares y generará 9.3 millones de empleos, por lo que exhortó al próximo gobierno federal a dar un mayor peso al sector y la cadena de valor en su gestión.

“México tiene futuro prometedor como potencia turística y se prevé una aportación de 16 por ciento al Producto Interno Bruto (PIB) nacional en el 2034,

lo que representará más de 354 mil millones de dólares y generará 9.3 millones de empleos” aseguró **Julia Simpson** y agregó que “en caso de que no se otorgue el apoyo adecuado en la siguiente administración federal, el país corre el riesgo de quedarse atrás ante otras naciones que están promoviendo sus productos turísticos y destinos”.

De igual forma manifestó su confianza de que la próxima presidente de México, Claudia Sheinbaum, viendo los números que tiene el turismo, se dará cuenta de que hay que darle mucho peso en su gestión y que es indispensable incrementar la promoción internacional de los atractivos con que cuenta México.

Mencionó que, al cierre de 2023, el sector turismo aportó 261 mil 610 millones de dólares, equivalente al 14.4 por ciento del PIB nacional y creó 7.3 millones de empleos en todo el país, de acuerdo con la metodología del WTTC y *Oxford Economics*, y por eso es mayor a la aportación de 8.5 por ciento que reportó el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

“No podemos dar nada por sentado ya que hoy en día la competencia mundial es alta. El gasto interno ha aumentado, pero en el caso de los viajeros internacionales en México se ha rezagado. Sin el apoyo adecuado, México corre el riesgo de quedarse atrás, es por ello que

debemos redoblar el trabajo en equipo entre todos los involucrados para fortalecer la actividad”, reiteró.

De igual forma **Julia** aseguró que “la clave para el desarrollo del turismo es el trabajo en equipo, la unión y el liderazgo. Empresas, gobierno y sociedad civil deben trabajar por una causa común: fortalecer el turismo. Juntos podemos seguir fortaleciendo como actividad fundamental para el desarrollo y bienestar de México y de toda la región”.

Entre los puntos en los que se debe poner mayor énfasis ahora es la promoción y diversificación de productos turísticos, porque otros países están apostando por ello para atraer más turistas. En el caso de la diversificación, destacó que se debe ir más allá del atractivo que representan las playas mexicanas y poner en valor real que México es un país con gran riqueza cultural, histórica y gastronómica y puso como ejemplo, “hacer énfasis en experiencias que privilegien la sostenibilidad de los viajes y el turismo”.

La presidente del WTTC destacó que se debe retomar con intensidad, en el corto plazo y en puntos estratégicos de Estados Unidos y Canadá que son los principales países emisores, para no perder mercado ante otras naciones.

Sobre algunos temas de seguridad que se viven en algunas regiones del país, **Simpson** indicó, “es un reto que tienen todos los países del mundo, no solo México, es verdad, queremos que el gobierno reconozca que tiene que mantener la seguridad no sólo de la sociedad, también la de los turistas, porque la reputación es algo frágil, pero el reto de la inseguridad no es sólo de este país”.

Al preguntarle sobre las limitaciones del Aeropuerto In-



Julia Simpson y Virginia Messina.

ternacional de la Ciudad de México (AICM), **Simpson** dijo que la infraestructura de aviación es muy importante para el turismo así como la capacidad que tengan las terminales. “Es muy importante no tener restricciones de capacidad”.

Puso como ejemplo a Dubái, que hace poco anunció un presupuesto de 35 mil millones de dólares para la construcción de una nueva terminal en el Aeropuerto Internacional Al Maktoum, con el objetivo de ser el más grande del mundo y alcanzar una capacidad de 260 millones de pasajeros anuales.

“Van a abrir un nuevo aeropuerto para poder atraer a más gente y que visite el destino. Lo más importante es tener una infraestructura de aviación que pueda traer la máxima cantidad y calidad de personas”, concluyó.

En su oportunidad, **Virginia Messina**, hizo un balance de la actual administración en materia turística, en la que resaltó proyectos como el del Tren Maya, que dará impulso a la zona sur del país, y aplaudió la estrategia de no cerrar fronteras durante la pandemia, lo que permitió a México ser uno de los países que se recuperaron de forma más rápida.

“Todos los gobiernos tuvieron que tomar difíciles decisiones tras la pandemia y México se vio menos afectado por las medidas tomadas, por eso desde el año pasado ya se acercaba a todos los niveles de 2019, pero el gasto de turistas internacionales no se ha recuperado al mismo nivel, eso es por el tema de pro-

moción, la recuperación es por el turismo doméstico. Por eso la promoción internacional es tan importante”, destacó **Messina**.

☆☆☆☆☆ Promotora de Hoteles Norte 19 dio a conocer su Informe de Sostenibilidad 2023 en el que refrenda su compromiso con las acciones alineadas a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos en la Agenda 2030 de la ONU. Uno de ellos es el ODS 7 que plantea garantizar el acceso a energía asequible y no contaminante, con metas que deben alcanzarse para 2030, entre ellas, erradicar la contaminación a causa de las energías fósiles a través de la implementación de energías limpias y renovables para enfrentar el cambio climático.

Con esta visión, el núcleo de la estrategia de Promotora de Hoteles Norte 19 está basado en tres pilares: conservación ambiental, valor económico y bienestar social.

Para ello, promueve el compromiso de la eficiencia energética como parte de su responsabilidad ambiental y toma diversas medidas para reducir y mejorar el uso de la energía de los hoteles que opera. Como dato concreto, al cierre del 2023, operaba 43 hoteles con gas natural, como parte de las acciones encaminadas a la transición energética. También identifica riesgos y oportunidades en relación con el cambio climático, siguiendo las recomendaciones del Grupo de Trabajo sobre Información Financiera Relacionada con el Clima (TCFD, por sus siglas en inglés).

Además, la Promotora continúa con la mejora en la medición de su huella de carbono alineados a las mejores prácticas del reporte de Gases de Efecto Invernadero (GEI), el *Global Reporting Initiative* (GRI) y el *Carbon Disclosure Project* (CDP). Anualmente identifica sus consumos de electricidad, gas, otros combustibles y desarrolla estrategias de reducción, mitigación y compensación.

Otra de las acciones enmarcadas también en el pilar ambiental es la participación en 2023 de 989 voluntarios a través de su Programa de Voluntariado Ambiental en el que se unieron 100 hoteles. Este programa equivale al 66.2 por ciento de los hoteles de la empresa y refleja 8 por ciento de incremento en la participación de voluntarios en comparación con 2022.

Para 2025, tiene como objetivo aumentar 80 por ciento la participación de los hoteles en el programa de voluntariado ambiental, disminuir 5 por ciento el consumo de gas y 3 por ciento el de energía eléctrica.

Así, Promotora de Hoteles Norte 19, se enfoca en ser catalizador de cambio positivo en las comunidades en donde opera y refuerza su compromiso con el medio ambiente por un planeta sostenible.

“El ángel de la fama tiene sus alas hechas de papel... periódico”.

victoriagprado@gmail.com
X: @victoriagprado



La promotora contó, en 2023, con la participación de 989 voluntarios ambientales.