

Afectan alertas de inseguridad a turismo (Reforma 16/01/20)

Afectan alertas de inseguridad a turismo (Reforma 16/01/20) Renata Tarragona Cd. de México (16 enero 2020).- Las alertas de inseguridad emitidas por el Gobierno de Estados Unidos tienen un fuerte impacto en la llegada de turistas, afirmó Federico Moreno-Nickerson, vicepresidente de desarrollo del grupo hotelero Apple Leisure Group. Son más los estadounidenses susceptibles a cancelar sus viajes a causa de la información de las alertas, las cuales repercuten en especial en la llegada de grupos para el segmento de reuniones ya que las empresas no están dispuestas a correr riesgos, señaló. "No debemos caer en el error de pensar que las alertas emitidas por el departamento de Estados Unidos son teorías de conspiración y que sacan de contexto; sí tienen un impacto y muy fuerte", dijo el dirigente de la compañía. Para el diputado y presidente de la Comisión de Turismo, Luis Alegre, la información sobre inseguridad que sale al extranjero se utiliza para exagerar la problemática. En su participación durante la novena conferencia de Perspectivas Turísticas para México 2020, en la que participó Miguel Torruco, Secretario de Turismo, confió que los ciudadanos estadounidenses se acostumbran a las alertas y ya no las toman en cuenta al decidir viajar al País. Destacó que se están tomando medidas para combatir el problema, mismas que no se dan directamente hacia los turistas. Jean Paul Pelletier, del Consejo de Seguridad Turística de la Secretaría de Seguridad Ciudadana, afirmó que con sucesos como el atentado contra los LeBarón en Culiacán, Sinaloa, no hubo un efecto negativo en el turismo, pues la gente sabe que son hechos independientes. Refirió que las alertas en el País bajaron del 50 al 25 por ciento posteriormente al acontecimiento. Moreno-Nickerson insistió en la necesidad de contar con un plan de manejo de crisis para una reacción inmediata que modere lo dado a conocer en las alertas. "Hay que seguir trabajando con la Embajada de Estados Unidos y los diferentes cónsules estadounidenses en el País, compartiendo la información, siendo muy abiertos y presentar datos y planes veraces. "Un público estadounidense mucho mayor está renuente y mientras siga viendo esas alertas de viaje, no se va a animar a venir, nosotros nos beneficiaríamos de que llegaran más porque gastan mucho dinero", argumentó el dirigente de la compañía turística.