



Nuevo acuerdo aéreo México-EUA fortalecerá a la industria

El mayor beneficio para los viajeros mexicanos será la reducción de hasta 16% de los precios del boleto de avión y para las aerolíneas un crecimiento en el número de vuelos del mismo porcentaje.

> PÁGS. 8 y 9

IMPULSO. El segmento de viajes de negocios requiere de una mayor atención por parte de las autoridades.

PÁG
5

AVANCES. En 2016 se licitan las obras más importantes del nuevo aeropuerto, la inversión se estima en 110 mmdp.

PÁG
7

ATRACTIVO. Faltan dos de cuatro fases para convertir a Tequila en Ciudad Inteligente para el año 2020.

PÁG
13

Buscan impulsar turismo de compras

En España, este segmento representa tan sólo el 5% de la derrama económica que deja la industria turística; México es uno de los principales mercados.

NALLELY CAMPOS
MADRID

El turismo de compras es uno de los motivos principales por el que los viajeros mexicanos visitan Madrid, y es que este segmento tan sólo en 2015 dejó una derrama económica superior a los dos mil millones de dólares, cifra que se busca superar este año en 15%, según datos proporcionados por Global Blue, basados en las devoluciones del Impuesto al Valor Agregado (IVA) por Tax Free.

A pesar de estas cifras, España no es líder en turismo de compras en cuanto a la adquisición de marcas internacionales, pues son los productos nacionales los que obtienen el 77% de las ganancias, mientras que en destinos como Francia, líder en este segmento, esa proporción baja al 41 por ciento.

Sin embargo, por nacionalidades, los viajeros procedentes de Hong Kong gastan en promedio mil 168 dólares, lo que equivale al gasto promedio de un turista británico durante toda su estancia en España.

El siguiente país en orden de importancia para este segmento es China, con compras de hasta mil 69 dólares; Estados Unidos

con 768 dólares y México, cuyos viajeros en España llegan a gastar hasta 624 dólares por concepto de compras.

IMPORTANCIA DEL MERCADO MEXICANO

Como capital de España, Madrid se caracteriza por sus centros comerciales como Las Rozas Village, situado a 30 minutos del centro de la ciudad y que le han convertido en un destino de compras de lujo muy valorado debido a la mezcla de marcas españolas y de diseñadores internacionales y de diseñadores españoles, los descuentos que se ofrecen son de hasta 60% durante todo el año.

“Tenemos un crecimiento del 40% del Tax Free del turista mexicano, fue sorprendente ver este crecimiento, ya que los



Actualmente, España es el tercer país del mundo en el número de turistas internacionales, es decir, más de 68 millones, de los cuales sólo el 5% se concentra en el shopping.

mexicanos esperan ver un clásico outlet con otro entorno más desorganizado, nosotros buscamos que la arquitectura, iluminación y ambiente sea el mismo que en las tiendas con colecciones de temporada”, explicó en entrevista Martha Macías, directora de turismo de Las Rozas Village.

Actualmente, España es el tercer país del mundo en el número de turistas internacionales, es decir, más de 68 millones, de los cuales sólo el 5% se concentra en el shopping. Por lo que se están haciendo esfuerzos de promoción de carácter público y privado, con el fin de atraer turistas de alto poder adquisitivo.

“La clave está en que el turista mexicano es un turista que busca experiencias, que ha viajado mucho y que Madrid lo conoce bien. Además, el aumento de la conectividad aérea ha hecho que el turista mexicano se anime más a venir a Madrid, a los turistas les gusta mucho las compras y el buen servicio, disfrutaban comprando por más de tres horas”, agregó Macías.

VENTAJAS EN ESPAÑA

Por otra parte, los últimos atentados terroristas que se han presenciado en Europa han hecho que muchos viajeros internacionales vuelten a ver a este destino.

En enero de este año, la OMT reunió en Madrid a ministros de Turismo y altos funcionarios de 86 países para dialogar sobre el desarrollo de mecanismos que permitan estrechar la colaboración entre las administraciones de turismo y de seguridad, a fin de garantizar un marco más seguro.

Y es que, actualmente, España es el tercer destino más visitado a nivel mundial y conserva esta posición de la misma manera en el nivel de ingresos captados por turismo internacional. Esto se ha logrado gracias a que este país ha sabido diversificar su producto, ha salido del modelo turístico basado en sol y playa.

“En la actualidad, segmentos como el turismo cultural, de naturaleza o rural, religioso, de salud, gastronómico, de deportes o de compras, atraen a un número cada vez mayor de turistas internacionales, y no sólo durante la temporada de verano. Es en esta dirección en la que los sectores público y privado, como es nuestro caso, debemos continuar trabajando para mejorar la calidad y seguir avanzando”, finalizó Macías.

Sitios Patrimonio de la Humanidad



Teotihuacán

Imponentes y orgullosas se aprecian aún erguidas, y en excelente estado, las estructuras y pirámides que conformaron la ciudad sagrada de Teotihuacán.

Esta zona arqueológica ha sido motivo de muchos estudiosos que a través de ensayos, libros y teorías, han tratado de recrear la vida de los teotihuacanos, quienes además de tener excelentes conocimientos arquitectónicos, también estaban adelantados a su tiempo y guardaban una sabiduría astronómica cultivada desde muchas generaciones antes.

La Pirámide del Sol, una de las más grandes del mundo, con sus 160 escalones es punto de reunión para quienes buscan beneficiarse de sus supuestas cualidades energéticas.



Camino Real de Tierra Adentro

Tras la conquista de los españoles, se creó la ruta que corría de Ciudad de México a Santa Fe, Nuevo México, tenía 2,560 kilómetros de longitud. El tramo de Camino Real que atraviesa el Estado de México formó parte importante de la denominada ruta de la plata, también conocida como Camino Nacional, llegaba hasta Zacatecas. En territorio mexiquense pasó por poblaciones como Tlalnepantla, Cuautitlán Tepotzotlán y Aculco destacan por su importante papel en la historia del trazo: el primero por albergar el Colegio de San Francisco Xavier, como la institución jesuita más importante de la Nueva España.

Y Aculco destaca como antiguo sitio con estilo arquitectónico árabe y andaluz.

El Estado de México es la entidad del país con más patrimonios culturales, son cuatro sitios orgullosamente mexiquenses: la Zona Arqueológica de Teotihuacán declarada en 1987, la Biosfera de la Mariposa Monarca que fue inscrita en el 2008; El Camino Real de Tierra Adentro con el Ex Colegio de San Francisco Javier de Tepotzotlán, el Puente de Atongo en Soyaniquilpan, el trazo original del Camino entre Aculco y San Juan del Río, y el Pueblo de Aculco lo obtuvo en el 2010 y en 2015 se lo otorgaron a El Acueducto del Padre Tembleque.

México
Entra a: www.viajemostodospormexico.com



El Estado de México ofrece maravillas naturales, modernas ciudades con alta infraestructura empresarial, pueblos donde se cuenta la historia de nuestro país y pequeños rincones donde la herencia civil y religiosa se mantiene hasta nuestros días. Todo esto, rodeado de impresionantes escenarios y volcanes, bosques y lagos.



La Biosfera de la Mariposa Monarca

Un maravilloso espectáculo único en el mundo se disfruta en el Estado de México, son millones de delicadas mariposas volando suavemente entre árboles de pino, encino y oyamel, donde buscan hibernar y reproducirse.

Cada año recorren más de 4 mil kilómetros desde la región de los grandes lagos en Estados Unidos y Canadá. Aprovechan los vientos otoñales para planear y avanzar 120 kilómetros al día hasta completar su recorrido aproximado de un mes.

A principios de noviembre, millones de mariposas Monarca arriban al Estado de México con orgulloso las espera en los diversos santuarios de Piedra Herrada, en el municipio de Temascaltepec, La Mesa en San José del Rincón y El Capulín-Macheros en Donato Guerra.

Conocer su hazaña y el esfuerzo titánico que hacen por perpetuar su especie, nos compromete a todos a preservar su hábitat.



Acueducto del Padre Tembleque

Una de las obras hidráulicas más importantes de América construida en la segunda mitad del siglo XVI; importante por conjugar la idiosincrasia de dos grandes culturas.

Obra monumental que fue edificada con una gran visión social, el fin de esta construcción, que implicó 17 años de trabajo (de 1555 a 1572), fue la de proveer agua limpia a las comunidades indígenas de Otumba.

Bajo la dirección de Fray Francisco de Tembleque, el Acueducto que hoy lleva su nombre es el resultado de una gran capacidad administrativa; sin tener conocimientos mini-

mos de ingeniería, logró organizar la construcción de este impresionante complejo hidráulico con la evidente ayuda y sabiduría de los pueblos indígenas de la región.

Hoy sabemos que es el más antiguo de los acueductos construidos en la Nueva España y el que mayor longitud alcanza.

Entre otras cosas, sus columnas, arcos y paredes guardan 443 años de historia que aún podemos conocer, tocar y disfrutar gracias al ingenio indígena que con sus técnicas de construcción lograron hacer permanecer por 200 años su estructura original hecha de adobe.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



DIRECTORIO

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN, COBERTURA Y PERFIL DEL LECTOR
folio 00281-RHY emitido por el IFT y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB.

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 85, Agosto 2016, es una publicación mensual editada por Elsa Multimedia, S. A. de C.V. y Media Más, S. A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 015555344643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-081017332800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (en trámite). • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. • PERMISO SEPOMEX No (en trámite). • Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de julio de 2016 con un tiraje de 10,000 ejemplares. • DISTRIBUIDOR: Lauser Editores S. A. de C.V., Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. • Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. • Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Dirección General de PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Inseguridad o ¿mala imagen?

➤ Empresarios de la industria afirman que la situación que se vive en algunos estados de la República no genera problemas de inseguridad para los viajeros.

NALLELY CAMPOS

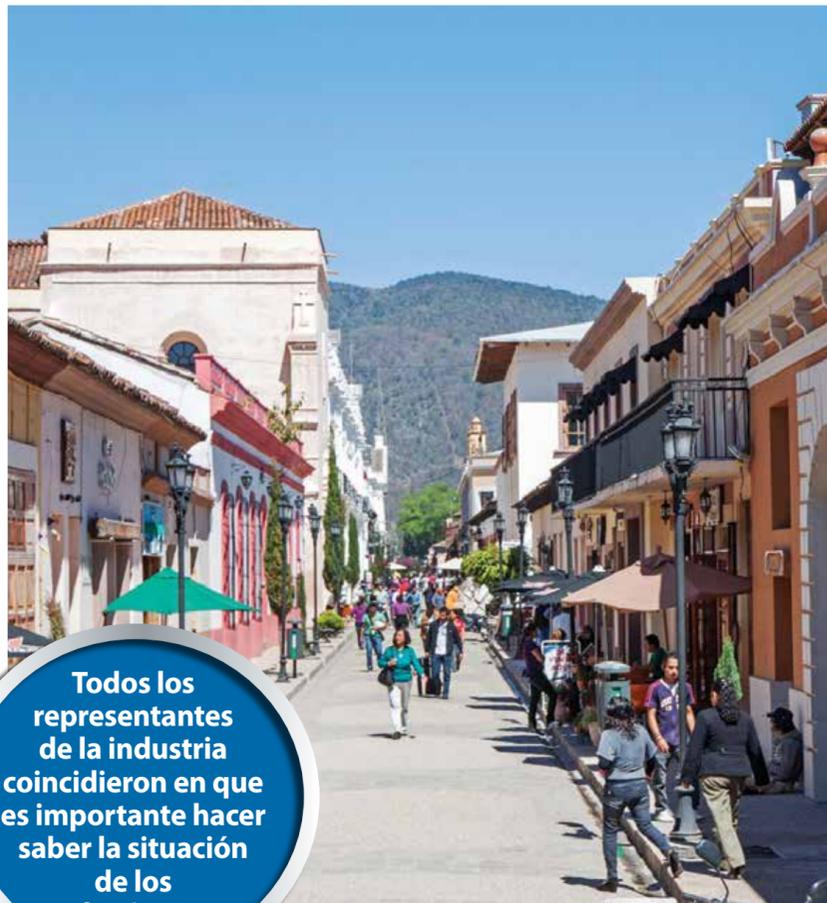
Los problemas de inseguridad e imagen que se viven en algunas regiones de la República Mexicana han provocado cifras bajas para el sector turismo, tal es el caso de Michoacán, Oaxaca y Chiapas, destinos cuyos atractivos naturales y culturales se han visto afectados en la llegada de turistas.

Tan sólo en Michoacán las cifras de ocupación hotelera en lugares como Tacámbaro, Santa Clara del Cobre, Pátzcuaro y Tzintzuntzan no superan el promedio anual de 8%; sin embargo, estos destinos se localizan, aproximadamente, a tres horas de los sitios en los que se presentan los problemas de inseguridad.

“Notamos un problema grave para la industria, pues dichas ocupaciones son muy bajas y afectan a gran parte de la población, considerando que Michoacán ocupa actualmente el octavo lugar nacional en oferta hotelera con 665 establecimientos, según cifras proporcionadas por el INEGI”, explicó en entrevista Diana Villalba Arreola, gerente general del hotel Cantera 10, en Morelia, Michoacán.

Agregó que las bajas cifras en la llegada de turistas iniciaron hace más de diez años, siendo el atentado del 15 de septiembre de 2008 cuando el destino vivió su peor año. Sin embargo, sector público y privado han trabajado en conjunto para revertir los daños y recuperar la confianza de los viajeros.

“La ciudad está tranquila, está muy cuidada, ya es tiempo de acercarse a los atractivos del estado y disfrutar. La realidad es muy distinta a la imagen que se tiene de Michoacán. Estamos recuperándonos, hoy por hoy hemos logrado cifras de ocupación de hasta 70% en temporada alta, pero seguiremos trabajando en demostrar que no es todo Michoacán el que está en conflicto”, indicó.



Todos los representantes de la industria coincidieron en que es importante hacer saber la situación de los destinos.



situación difícil durante cuatro o cinco días, donde efectivamente la carretera hacia San Cristóbal estuvo bloqueada; sin embargo, después de esto, el acceso a los turistas fue permitido, no ha sido algo fácil, los negocios locales que viven del turismo comenzaron a recibir cancelaciones”, dijo Margarita Espinosa Póo, directora general del hotel Casavieja, en Chiapas, representante de Tesoros de México.

Y es que la Policía Federal envió a la capital de Chiapas alrededor de cuatro mil elementos para reforzar su presencia y contrarrestar las acciones de bloqueo en tramos carreteros y plazas comerciales.

“Yo no observo la situación como peligrosa para llegar a San Cristóbal, es una situación que requiere invertir un poco más de tiempo, pues para llegar se debe hacer a través de otros accesos”, señaló.

➤SITUACIÓN REAL

Finalmente, en Oaxaca, de no haber sufrido este tipo de hechos que afectaron su imagen, 2016 sería uno de sus mejores años en materia turística, aseguró en entrevista Ángela Sibaja, secretaria de Turismo del estado.

“Hemos tenido un impacto económico considerable, pero nosotros estamos seguros que esta mesa de negociación por parte del Gobierno Federal ante la Reforma Educativa llegue a buenos términos y que esto pueda permitirnos continuar recibiendo a los turistas”, detalló.

Todos los representantes de la industria coincidieron en que es importante hacer saber la situación de los destinos, y no es así como se ha difundido y se ha dicho.

“Nosotros, que vivimos la situación, confirmamos que puedes ir de manera segura como turista, claro, sin cometer imprudencias. Cuidamos la seguridad, los bloqueos que vimos en la ciudad no fueron hechos por más de 150 personas; sin embargo, la situación que los medios generan al interior de la propia comunidad no nos permiten la movilidad”, finalizó Sibaja.

➤BLOQUEOS CARRETEROS

Por otra parte, destinos como Chiapas y Oaxaca se han visto afectados debido a bloqueos carreteros encabezados por integrantes de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE).

“Chiapas es un estado que ha superado transes difíciles y siempre ha salido adelante. Vivimos una



Los viajes de negocio sin agenda en el gobierno

➤ En México el segmento no crece como debería, en parte, a que este no ha brindado el apoyo a las asociaciones responsables de su organización.

BEDILIA BRIZUELA
PUEBLA

Debido a que en México el gobierno aún no le ha dado la importancia que requieren los viajes de negocios, este segmento no ha podido crecer como debería, dijo Augusto Zelaya, director de Ventas y Marketing de BCD Travel.

Es por esta falta de exposición a nivel gobierno que algunas agrupaciones que deberían tener más peso, como la IATA, las asociaciones, agencias de viajes y las OCV's, todavía no lo han logrado, expuso Zelaya en entrevista durante la Convención Rumbo al Liderazgo, que se llevó a cabo en la ciudad de Puebla.

“Es importante que el gobierno haga más visible el segmento de viajes de negocios porque hay países que tienen modelos dife-

rentes, como Colombia, donde el gobierno ya estipuló, incluso, una tarifa administrativa en la que se garantiza que se conozca el valor agregado de este segmento y el servicio que se brinda, lo que en México todavía no existe”, comentó.

Añadió que, aunque sí hay movimientos, como el de la Asociación de Agencias de Viajes de Mujeres de Puebla, que apoyan la difusión del segmento de negocios, aún no se genera uno con tanta importancia de parte del gobierno.

➤LOS MÁS MOVIDOS EN NEGOCIOS

En México, la industria que más se ha expandido es la automotriz, en sus divisiones de armadoras y autopartes, con empresas como Honda, Dina y Nissan, sobre todo en la región del Bajío, lo que ha generado más viajes de negocios

a la zona, dijo Beat Wille, director general de BCD Travel México.

El mercado más fuerte de BCD Travel es el de viajes corporativos, en donde en la actualidad es FEMSA, seguido de Heineken y Oxxo, los más destacados. Además, Querétaro está creciendo en la industria del sector aeroespacial, lo que también está motivando a generar viajes de negocios a la región.

En cuanto al movimiento de grupos, convenciones y viajes de incentivos, son las industrias farmacéutica, química, tecnología y de telecomunicaciones las que más viajeros registran; además son segmentos que requieren una conexión de internet todo el tiempo, para lo cual se han desarrollado aplicaciones de trabajo, añadió Wille.

Un ejemplo es Trip Source, que ya cuenta con más de mil 200 usuarios en México, es una App que pretende administrar mejor

los recursos de las empresas en los viajes, los cuales pueden representar hasta 25% de los gastos totales a los que se les conoce como “gastos escondidos”. Ésta ayuda a recordar al usuario que dentro de sus servicios y costos se incluyen, por ejemplo, desayunos, taxis o Wifi, lo que muchas veces no conocen.

Aunque no quiso precisar la cifra, Wille mencionó que el crecimiento de la empresa en el último año ha sido de doble dígito, mismo que se espera mantener para este 2016.

➤MÉXICO, UN ORGANIZADOR DE EVENTOS

Por otra parte, Arturo Calzada, director del segmento de Meetings y Eventos de BCD Travel, comentó que México es un destino atractivo para la organización de eventos debido, sobre todo, al modelo SMM (Strategic Meeting Management), con el cual especialistas maquilan servicios de convenciones y grupos a empresas globales desde México, una ventaja frente a los altos costos del dólar.

Se trata de un modelo que está apenas tomando presencia tanto en nuestro país como en Latinoamérica, y que permite desde maquilar eventos hasta el outsourcing total; es decir, una extensión de la empresa desde México, donde los servicios son más baratos y especializados, precisó Wille.

En este modelo, que utiliza la empresa en la división de Congresos y Convenciones, se hacen desde diseños de páginas web del cliente, hasta la operación directa.

“Desde México se atienden eventos que solicita Estados Unidos para operarse en Frankfurt o Australia, por ejemplo, con especialistas que saben cómo triangular los servicios en cualquier parte del mundo”, añadió Calzada.

El modelo SMM funciona como una maquiladora de servicios y convenciones que se realizan desde México, país en donde los costos son más accesibles.



Bajo costo en el aire

➤ La aerolínea estadounidense JetBlue planea competir en México y Latinoamérica con su concepto de servicios complementarios en vuelo.



BEDILIA BRIZUELA
NUEVA YORK

Desde octubre de 2015, la aerolínea estadounidense JetBlue ofrece vuelos diarios desde la Ciudad de México y Cancún hasta dos de sus principales destinos: Fort Lauderdale y Orlando, Florida, para desde ahí conectar a sus pasajeros a cualquier otra ciudad de Estados Unidos. La estrategia de desarrollo para Latinoamérica se basa en estos dos destinos, sobre todo conectar con el más importante: el aeropuerto John F. Kennedy (JFK) de Nueva York, al que llegan más de 200 vuelos diarios. En su *hub* de Florida hasta la fecha realiza cien operaciones y existe un plan de expansión de hasta 140 vuelos diarios en un programa que todavía tardará algunos años, comentó Claudia González, gerente regional comercial LATAM & Caribe.

“Aunque no contamos con la cifra exacta de viajeros para 2016, JetBlue transporta a más de 35 millones de clientes al año a 96 ciudades (de Estados Unidos), y JFK es nuestra ciudad foco más concurrida”, señaló González.

Como aerolínea de clase económica, JetBlue está enfocada a un segmento que no ha sido atendido de forma adecuada, eliminando la clasificación de asientos pretende ofrecer precios competitivos, agregó.

“Dentro de los diferenciadores están los espacios entre asientos; es la primera com-

pañía en tener televisión por satélite gratis, ofrece a los pasajeros *Wifi* (llamado *Fly-Fi*), comidas como las *blue chips* -que son únicas de nosotros- y bebidas ilimitadas”, añadió.

➤ NUEVA TECNOLOGÍA EN LA T5 DEL JFK

El 14 de julio, la aerolínea inauguró el nuevo vestíbulo de autoservicio que pretende mejorar la experiencia del usuario en la Terminal 5 (T5) del aeropuerto JFK.

Es un espacio interactivo con un área de *check in* que incluye dispositivos de escaneo de mano, impresoras de etiquetas de equipaje y tarjetas de embarque; además, los clientes pueden facturar, verificar documentos, elegir o cambiar de asiento sin tener que hacerlo en un mostrador de documentación.

La T5, que abrió en 2014, atiende a los pasajeros de JetBlue, cuenta con un espacio al aire libre con pasto artificial, accesible a todos los clientes y donde pueden tomar siestas.

➤ DATO CURIOSO

En el techo de la T5 tienen una granja urbana sostenible, con extensión de 2 mil 230 metros cuadrados, donde se cultivan las famosas papas azules de la aerolínea. En cada cosecha se levantan más de 454 kilogramos de este producto y dos mil hierbas y plantas; incluyendo una variedad de productos, tales como arúgula, remolacha, menta y albahaca.



Copa aumenta conectividad hacia Argentina

➤ Rosario es el nuevo destino que la aerolínea ofrece al mercado latinoamericano.

ISABEL GORDOA
ROSARIO

Luego de que Copa Airlines inaugurara la ruta entre los aeropuertos de la ciudad de Panamá y Rosario, Argentina, hubo un incremento de

turistas mexicanos hacia esos destinos, informó Emerson Sanglard, gerente regional de Mercadotecnia del Sur de América de la compañía.

Señaló que Rosario es ahora otra puerta de entrada a Argentina para los mexicanos, así como para otros turistas que quieren visitar el país.

“La nueva ruta permite tener mayor conectividad entre México y Argentina, con acceso al aeropuerto de Panamá. México es un mercado importante ya que ocupa la tercera posición en término de pasajeros para la aerolínea”, destacó.

Entre la capital mexicana y la panameña existen seis frecuencias diarias, viaje redondo, con duración de alrededor de tres horas. La nueva ruta entre Panamá y Rosario cuenta con cuatro rutas semanales.

Esta nueva ruta tiene 80% de ocupación en sus vuelos, por lo que se espera aumentar en los próximos meses a un vuelo diario entre Panamá y Rosario.

Asimismo, explicó que el Aeropuerto Internacional de Tocumen posee un modelo de operación que permite a los pasajeros con escala en Panamá, tener un tiempo de espera corto, sin hacer chequeos de migración y sin preocuparse de su equipaje hasta el destino final.

➤ DESTINO PARA MEXICANOS

En su oportunidad, el embajador de Panamá en Argentina, Dionisio de Gracia Guilen, señaló que con el nuevo vuelo se espera mejorar el acceso a otros destinos del norte del país.

Dijo que Rosario, conocida como la cuna de la bandera, ofrece diversos circuitos históricos. Recordó: “allí nacieron ídolos como el futbolista Lionel Messi, el revolucionario y líder político, Ernesto ‘Che’ Guevara y el pintor Antonio Berni”.

➤ LO ÚLTIMO

Entre las novedades anunciadas por la aerolínea están la inauguración de las rutas Panamá-Holguín, en Cuba, y Panamá-Chiclayo, en Perú; y la inversión de 6.2 mil millones de dólares para incluir 61 aviones Boeing 737 MAX a su flota en los próximos años, el primero llegará en 2018.

“México es un mercado importante ya que ocupa la tercera posición en término de pasajeros para la aerolínea”.

Avanzan licitaciones del nuevo aeropuerto de CDMX

➤ Será considerada como una terminal única, tendrá tecnología de punta y cumplirá con los más altos estándares de calidad y sustentabilidad: Patiño.

MARGARITA SOLIS PEÑA

Iniciaron las licitaciones de las obras más importantes del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM), serán diez paquetes de los 21 programados para concursos públicos internacionales, de acuerdo con el Plan Maestro.

Sólo en las obras que se licitarán durante 2016, la inversión será de 110 mil millones de pesos, cifra equivalente al 65% del monto total.

Se han observado retrasos de entre dos y tres semanas en la publicación de las prebases y bases de las licitaciones por parte del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM); sin embargo, para los interesados no es una demora significativa.

Gustavo Arballo, presidente de la Cámara Mexicana de la Industria de la Construcción (CMIC), no pone en duda el avance de la edificación del NAICM, que es el 3% del total de la obra, de acuerdo con las últimas cifras, y de las obras que están en ejecución, los avances son de entre el 20% y 50 por ciento.

Arballo confía en que las obras seguirán en tiempo, lo preocupante, aseguró, sería que se retrasaran tres meses, situación que no está sucediendo.

Por lo anterior, no pone en duda que el nuevo aeropuerto estará listo para octubre de 2020, la fecha en el que se programó el despegue del primer avión.

En las licitaciones, que ya fueron otorgadas y ya están trabajando --cimentación de las pistas 2 y 3, y del edificio terminal--, han participado 25 empresas mexicanas, como contratistas o proveedores.

➤ CAPITAL GARANTIZADO

Como parte del trabajo del Gobierno Federal, para que las obras se cumplan en tiempo y forma, Nacional Financiera (Nafin) y el GACM

firieron un convenio para apoyar con esquemas de crédito a proveedores y contratistas que participan en la construcción.

Es importante destacar que el GACM firmó ese convenio un día antes -27 de julio- de presentar ante 59 empresas lo que es considerada la obra más emblemática del nuevo aeropuerto: el edificio terminal.

El convenio para dar apoyo financiero a los constructores del NAICM incluye dos opciones, una será a través de la plataforma de Cadenas Productivas de Nafin, esquema que servirá como medio de pago de los subproveedores para acceder al factoraje o descuento electrónico de documentos emitidos por el prestador de servicios, proveedor y contratistas.

La segunda opción es el financiamiento a contratos, para que los prestadores relacionados con las obras del nuevo aeropuerto puedan obtener un crédito para capital de trabajo hasta por 50% del contrato que tienen formalizado.

Se estima que entre 300 a 500 empresas podrán beneficiarse de este esquema.

➤ LICITACIONES

Federico Patiño, director general de GACM, explicó durante la Presentación del Proyecto de Edificio Terminal del NAICM, que la inversión en las obras que se licitan a lo largo de 2016, será de 110 mil millones de pesos, cifra similar al presupuesto federal de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) en un solo año.

Considerando ese monto, es importante destacar que la inversión total en la construcción del nuevo aeropuerto se estima en 169 mil millones de pesos.

Entre las obras que están en licitación y son consideradas como las más importantes, están el edificio terminal, la torre de control, los pilotes, la subestación eléctrica y las pistas 2 y 3.



➤ Parámetros clave del proyecto (sistemas que se entregarán en 2025):

- 57 millones de pasajeros en 2025.
- 9,000 piezas de equipaje de salida en hora pico.
- 7,000 piezas de equipaje de llegada en hora pico.
- 19 km de longitud de vía del sistema de charolas con código de destino.
- 11 km de longitud de bandas transportadoras.
- 224 mostradores de documentación.
- 19 carruseles de reclamo de equipaje de llegada.
- 4 carruseles de reclamo de equipaje de transferencia.
- 38 carruseles de distribución de equipaje de salida.
- 2,000 posiciones de almacenaje temprano de equipaje.

Fuente: GACM

Para Patiño, el edificio terminal es el núcleo de lo que será el más importante aeropuerto de América Latina, tendrá una extensión de 760 mil metros cuadrados de construcción distribuidos en cuatro niveles y 21 columnas, también llamados fónicos, construidos de materiales ligeros que tendrán forma de embudos.

La sustentabilidad es una característica importante que desta-

ca del edificio con forma de una gran X, por ello el llamado “envolvente”, es decir, el techo, se conformará de distintas cubiertas de aluminio y vidrios cerámicos para permitir el uso del agua de lluvia, 21 columnas, también llamados fónicos, construidos de materiales ligeros que tendrán forma de embudos. La sustentabilidad es una característica importante que desta-

“Estamos buscando una terminal única con tecnología de punta y que cumpla con los más altos estándares de calidad y sustentabilidad”, agregó el director del GACM.

Un dato a destacar es que en la primera etapa, el nuevo aeropuerto tendrá capacidad para 55 millones de pasajeros anuales y, al finalizar su construcción, podrá dar servicio a 65 millones de viajeros.

También se presentaron los detalles de las instalaciones mecánicas, eléctricas e hidrosanitarias que se operarán en la terminal aérea, como los sistemas de manejo de equipajes.

GACM buscará cumplir con los requerimientos de sustentabilidad en la arquitectura, el diseño interior e instalaciones mecánicas, eléctricas e hidrosanitarias para obtener la certificación LEED Platinum.

“El edificio terminal es un proyecto visionario que cumplirá con las necesidades de transporte aéreo del país durante las próximas décadas, se convertirá en un símbolo de modernidad y en una obra altamente eficiente que servirá como modelo de una nueva generación de terminales aéreas mundiales”, aseveró Patiño al finalizar la presentación del proyecto.

➤ Se prevé un crecimiento de 16% en el número de pasajeros transportados entre ambas naciones. El mayor beneficio será la reducción de 16% de las tarifas aéreas.

Arranca el acuerdo aéreo México-EUA



MARGARITA SOLIS PEÑA

Autoridades y aerolíneas coinciden sobre los beneficios del Nuevo Acuerdo Aéreo entre México y Estados Unidos, entre ellos destacan la reducción de los precios en los boletos de avión y el aumento en el tráfico de pasajeros que se prevé será de 16%, respectivamente.

De acuerdo con cifras de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), el flujo de pasajeros incrementará 16% al año, lo que generará hasta 650 millones de dólares adicionales en el sector turismo, esta cifra equivale al 4% de los ingresos del turismo internacional que se registraron en 2015.

Estas cifras fueron estimadas debido a que el acuerdo permitirá que cualquier aerolínea de los dos países, podrá transportar pasajeros entre las ciudades de México y de Estados Unidos sin límite en las frecuencias o en la capacidad de las aeronaves.

Adicionalmente, Miguel Peláez Lira, titular de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), afirmó que este tipo de convenios generan una reducción en los precios de los boletos de avión, por lo que se prevé que en México será de 16 por ciento.

“Lo que puedo garantizar es que se van a reducir las tarifas, no sé si en este año, pero sí habrá una disminución”, aseguró Peláez Lira después de participar en la asamblea del 50 Aniversario de la Asociación Sindical de Pilotos Aviadores de México (Aspa).

El Departamento de Transporte de Estados Unidos (DOT, por sus siglas en inglés), dio a conocer que el nuevo acuerdo está vigente desde el 21 de agosto, luego que el pasado 22 de julio se diera el intercambio de notas diplomáticas entre autoridades de ambos países, lo que era un requisito indispensable para formalizar su puesta en marcha.

La firma del documento fue el pasado 18 de diciembre de 2015 en Washington D.C., Estados Unidos, por Anthony Foxx y Gerardo Ruiz Esparza, secretarios de Transporte de Estados Unidos y México, respectivamente.

Cabe destacar que el nuevo acuerdo sustituye al que se firmó en 1960, el cual registró su última modificación hace más de 10 años.

Para ambos países se prevé el fortalecimiento del intercambio turístico, cultural y comercial, entre ambas naciones. Asimismo, se promoverá el desarrollo regional, se crearán nuevos esquemas de comercio, se fomentará el uso de transporte aéreo de carga y aumentarán las rutas y frecuencias de los vuelos.

Respecto al transporte aéreo de carga, la SRE dio a conocer que el nuevo acuerdo abre oportunidades en un mercado de 515 mil millones de dólares al año, monto del intercambio comercial entre México y Estados Unidos, así como de un mercado adicional de 659 mil millones de dólares anuales, esa cifra fue el resultado del comercio entre Estados Unidos y Canadá en 2015.

➤ BENEFICIOS

Rosario Avilés, analista en el sector aéreo, explicó que entre los aspectos que les convienen a las aerolíneas mexicanas, el primero es que los operadores pueden entrar a todas las rutas entre México y Estados Unidos, simplemente pidiéndolas.

En el antiguo acuerdo se estableció que la ruta solicitada por la aerolínea tenía que ser designada por la autoridad aérea de cada país – en el caso de Estados Unidos además del DOT, también era a la Administración Federal de Aviación, FAA, por sus siglas en inglés-, ahora no será así por la llamada “múltiple designación”, el operador que quiera puede solicitarla.

A la aerolínea se le otorgará la ruta dependiendo de la capacidad del aeropuerto del destino que solicitó. Ante ello, dijo Avilés, es importante que consideren la infraestructura que tenga el destino, tanto en aeropuertos como en hotelería, y el resto de la cadena, para que den el servicio al número de pasajeros que prevén transportar.

“En ambos países hay aeropuertos que operan hasta las 22 horas. Si se quiere una ruta más noche debe negociar del horario de servicio”, indicó.

Anteriormente, lo que aplicaba era el llamado “pares de ciudades”,

esto era que se asignaban dos aerolíneas por cada país para operar la misma ruta con aviones de características similares.

Esto cambió en los últimos años, dejó de ser importante el tamaño de la aeronave y se amplió a tres designaciones (tres aerolíneas) las rutas a los

destinos turísticos, particularmente de playa.

Un tema que se respetó en el nuevo documento fue que el mercado doméstico se reserva a la industria nacional, por lo que está prohibido el traslado de pasajeros entre ciudades del mismo país por una aerolínea extranjera, lo que se denomina como cabotaje.

Por su parte, Alexandro Argudín, director general del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), anunció que los horarios nocturnos son los disponibles para las aerolíneas que quieran aplicar el nuevo acuerdo.

Esto debido a que los slots (horarios de despegue y aterrizaje) de día y en horas pico, ya están asignados.

La compañía estadounidense Southwest Airlines, es la única que ha solicitado aumentar sus rutas entre ambos países.

➤ SALVAGUARDAS

A pesar de los beneficios económicos que generará el nuevo acuerdo a partir del 2017 para la industria aérea mexicana, Avilés precisó que

De acuerdo con cifras de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), el flujo de pasajeros incrementará 16% al año, lo que generará hasta 650 millones de dólares adicionales en el sector turismo, esta cifra equivale al 4% de los ingresos del turismo internacional que se registraron en 2015.

las aerolíneas estadounidenses tienen “una gran ventaja”, es la experiencia operacional, es decir, que conocen bien los procesos a realizar, por los acuerdos aéreos que tienen con otras naciones, mientras que las mexicanas deben iniciar por hacer inversiones en promoción y negociar con aeropuertos del país y de Estados Unidos.

“Estados Unidos nos llevan muchos años de ventaja en esos temas. Ellos tienen la Agencia Federal de Aviación, tienen supervisores de alto nivel y una amplia capacitación, esto derivado del servicio social de carrera que ya tienen y en México no”, agregó.

Asimismo, detalló que la aviación mexicana necesita tener unas salvaguardas, debido a que hay un tema que “no quedo del todo claro y es importante”, aunque quedó esta-

blecido en el acuerdo que si una ruta está siendo capitalizada por uno de los países el otro puede reclamar, sin embargo, lo que no quedó claro fue la estructura para hacer el reclamo.

De acuerdo con Avilés, la autoridad aeronáutica mexicana deberá fortalecerse para poder enfrentar estas situaciones de reclamo o aclaraciones, cuando sea necesario.

“Se requiere de una estructura diferente para tener dependencias más desarrolladas, por ejemplo, la Agencia de Transporte Aéreo, la Investigación de Accidentes, entre otras. Además de la creación de varias normas oficiales y reforzar el servicio civil de carrera de nuestros profesionales dentro de las dependencias públicas”, señaló.

➤ AEROLÍNEAS OPINAN

Para Andrés Conesa, director general de Aeroméxico, el convenio bilateral será positivo y abrirá oportunidades para todos. Podrán hacer más alianzas con otras aerolíneas, lo que les permitirá competir en las mismas condiciones. Buscarán estar en el mismo nivel del terreno de juego.

De acuerdo con estimaciones del directivo, en un horizonte de tres años su crecimiento operacional será del orden del 17%, encima de lo que tienen programado para 2016 entre el mercado estadounidense y mexicano, sería un adicional de siete mil vuelos al año.

Aclaró que esa cifra la podrán alcanzar si es aprobado el acuerdo de colaboración con Delta Airlines, esto dará una mayor oferta de asientos

para el consumidor, lo que se traduce en tarifas más bajas, menor tiempo de espera y mejor conectividad.

Ante ello, cabe precisar, que de enero a junio Aeroméxico realizó 27 mil vuelos internacionales, su director general prevé 50 mil operaciones aéreas para el cierre de 2016.

Por su parte, Andrés Fabre, director general de Aeromar, aseguró que se adaptarán al nuevo acuerdo con Estados Unidos cuando sea necesario, en tanto se mantendrán con la única ruta internacional que operan McAllen – Ciudad de México.

En tanto, Interjet mantendrá su plan de crecimiento en lo que resta del año, no harán ninguna modificación por la entrada en vigor del nuevo acuerdo, afirmó, Miguel Alemán Magnani, presidente ejecutivo de la aerolínea.

➤ DOCUMENTO

En un apartado del acuerdo se presenta una lista de rutas que podrán conectar varios destinos entre los dos países, es el caso de Dallas y San Antonio a Acapulco, Ciudad de México y Toluca, y de Baltimore, Houston, Los Ángeles y Nueva York a Ciudad de México y Toluca.

Otro listado incluye a Acapulco, Chihuahua, Ciudad de México, Guadalajara, Guaymas, Hermosillo, Huatulco, Ixtapa-Zihuatanejo, La Paz, Loreto, Manzanillo, Mazatlán, Monterrey, Puerto Escondido, Puerto Vallarta, San José del Cabo y Toluca a los aeropuertos de Baltimore, Cleveland, Detroit, Filadelfia y Washington.

El acuerdo fue firmado el 18 de diciembre de 2015, en Washington D.C., por Anthony Foxx y Gerardo Ruiz Esparza, secretarios de Transporte de Estados Unidos y México.

Nuevo hotel de Grupo Autofin Monterrey

➤ La empresa propiedad de Armando Véjar Cortés, mantiene su expansión en la industria, al anunciar un segundo complejo.

MARGARITA SOLÍS
BAHÍA DE BANDERAS

Grupo Autofin Monterrey iniciará la construcción de su segundo hotel en Bahía de Banderas, Nayarit, con una inversión de entre 28 y 30 millones de dólares, será el primer recinto hotelero en la playa de la comunidad pesquera de Cruz de Huanacaxtle.

En entrevista, Armando Véjar Cortés, presidente y director general de Grupo Autofin Monterrey, confirmó que la construcción de su nuevo hotel Grand Sirenis Matlali Beach Resort & Spa iniciará el 1 de enero de 2017 y concluirá el 1 de diciembre del mismo año.

En un terreno de 10 mil metros cuadrados, ubicado a un costado de la Marina de la Cruz de Huanacaxtle, levan-



➤➤ Grand Sirenis Matlali Hills Resort & Spa, está enclavado entre cañadas que colindan con la zona denominada Sierra de Vallejo, área natural protegida y última reserva del jaguar en el Pacífico.

tarán 140 suites, desde el 90% de las habitaciones se podrá apreciar el mar; además contará con cinco restaurantes y bares, y una novedosa alberca que los diferenciará de otros hoteles, dijo.

Esta alberca se ubicará en un primer nivel, con el fin de tener una mejor vista hacia el mar, dar privacidad al huésped y que al final del día se convierta en una gran pantalla para amenizar el ambiente nocturno del hotel.

➤PRIMER HOTEL

Grand Sirenis Matlali Hills Resort & Spa, es el primer hotel del grupo empresarial, está enclavado entre cañadas que colindan con la zona denominada Sierra de Vallejo, área natural protegida y última reserva del jaguar en el Pacífico.

Al cuestionarle sobre la construcción del segundo hotel y la ampliación del primero, Véjar Cortés manifestó el especial cariño que le tiene a esa zona de Nayarit, ya que de niño vacacionaba ahí con su familia. Ya siendo un gran empresario adquirió una

distribuidora de Chrysler en la entidad y fue cuando se presentó la oportunidad de comprar un terreno de 30 hectáreas con el objetivo de construir un hotel.

“Mientras un machetero abría camino entre la vegetación, visualice un proyecto diferente para ofrecerle a los viajeros, después entre los árboles se abrió una gran ventana con vista a la bahía”, recordó el empresario.

Grupo Sirenis es el operador del complejo hotelero que cuenta con 170 villas y suites de lujo, 109 de ellas se ubican en la montaña con vista al mar y las 61 restantes, están mezcladas con la selva.

Desde 2009, cuando se inició la construcción del resort, y a la fecha, después de su inauguración en julio, se invirtieron 100 millones de dólares.

Palladium: presencia en México y El Caribe

➤ La cadena hotelera tiene presencia en el mercado mexicano desde 2002, en Punta Mita y Playa del Carmen, con servicios exclusivos para sus clientes.

DIEGO CASTILLO

Con más de 40 años en la industria de hotelería, la marca española Palladium Hotels & Resorts se fortalece en el mercado mexicano y en El Caribe con 14 propiedades en las que la hospitalidad es uno de los fundamentos para convertir a sus huéspedes en fanáticos del sello.

A México llegaron en 2002, se ubicaron en destinos de playa, sus recintos están diseñados para que los huéspedes obtengan experiencias con una gama de servicios, amenidades e instalaciones para cualquiera que sea su motivo de viaje, ya que cuentan con acti-



vidades para toda la familia, así como áreas para niños y otras exclusivas para parejas.

En México, la presencia de la

marca esta situada en Punta Mita, Riviera Nayarit, ahí tiene dos recintos: Grand Palladium Vallarta Resort & Spa y The Royal Suites

Punta Mita by Palladium; y en Playa del Carmen, Riviera Maya, se localiza el Grand Palladium Kantenah Resort & Spa.

En el estricto sentido de boda, el servicio Palladium Weeding garantiza a los clientes la asistencia especializada para la realización del evento, al contar con personal capacitado para estas ocasiones.

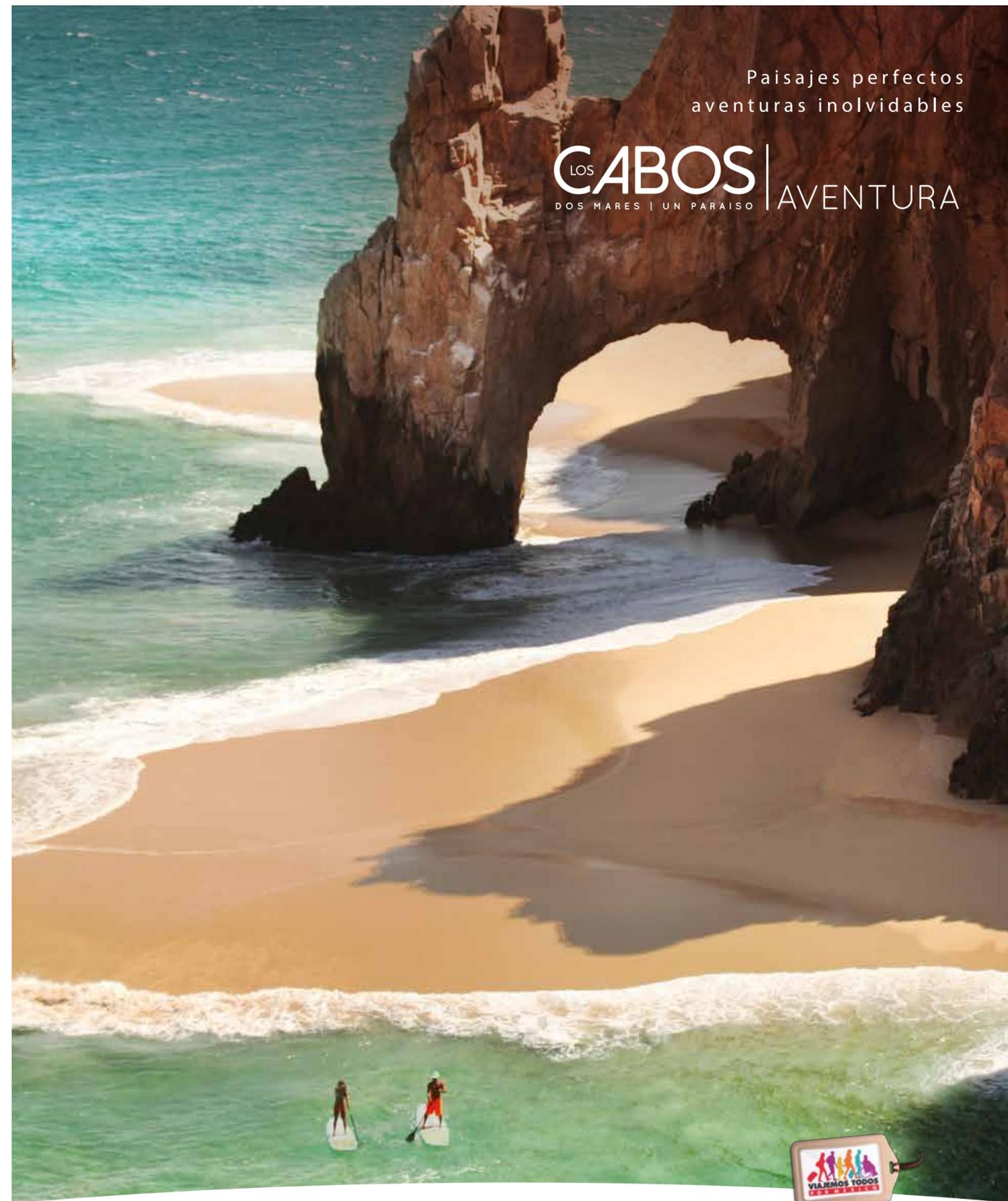
Al mismo tiempo, las condiciones del sitio permiten a las parejas disfrutar de ese momento en escenarios innovadores y naturales de los hoteles. Tienen exuberantes jardines que se extienden por el lugar.

Por otra parte, sus hoteles cuentan con instalaciones de primer nivel, el sistema *All Inclusive* y con servicio personalizado.

Dentro de sus características están la gastronomía local e internacional.

También para los pequeños existen áreas especializadas, donde las actividades se segmentan de acuerdo a la edad y con la seguridad de que están en compañía de personal capacitado.

Cabe mencionar que el concepto de The Royal Suites by Palladium está catalogado como *premium* y exclusivo, y se encuentran dentro de las instalaciones de Grand Palladium. Parte de las amenidades es la atención personalizada y la privacidad que brinda el ser sólo para adultos, así como el servicio ilimitado, que es el acceso a todo lo que se encuentra disponible en complejo.



Paisajes perfectos
aventuras inolvidables

LOS CABOS | AVENTURA
DOS MARES | UN PARAISO



México
Entra a www.viajemostodosmexico.com

WWW.VISITLOSCABOS.TRAVEL

CABO SAN LUCAS • SAN JOSÉ DEL CABO • TODOS SANTOS
CABO DEL ESTE • CABO PULMO • LOS BARRILES

LOS CABOS

INTERNET DE LAS COSAS, UNA REALIDAD PARA EL TURISMO

ARTURO VELÁSQUEZ

El IoT (Internet of Things) (Internet de las Cosas) consiste en conectar objetos a internet, utilizando diversas tecnologías como identificación por radio frecuencia (RFID), sensores, códigos de respuesta rápida (QR) y bluetooth, entre otros, para tener la capacidad de medir algún parámetro como, por ejemplo, ubicación, temperatura, velocidad, presión arterial, cantidad disponible en un contenedor. Con una gran cantidad de objetos conectados, surge un nuevo modelo para que un suceso dispare una reacción, sin que haya necesariamente intervención humana.

Ya existen numerosas aplicaciones, que van desde la identificación de una persona y el ajuste de las condiciones ambientales de acuerdo a sus preferencias, la ayuda para recorrer un parque de diversiones o el monitoreo de

la ubicación del equipaje de los pasajeros en un aeropuerto, hasta el remplazo completo del proceso de registro y salida en hoteles, mediante un simple movimiento de muñeca, a través de aplicaciones como SPG "Starwood Preferred Guest", disponible en la tienda de Apple.

La enorme cantidad de datos que se generan ayudará a las áreas de mercadotecnia a ofrecer campañas y experiencias extremadamente personalizadas.

CRECIMIENTO DEL IOT

Una de las piezas fundamentales para el surgimiento del internet, fue el protocolo TCP/IP, que controla la forma en que se envían los "paquetes" de información identificando de manera inequívoca cada dispositivo.

Originalmente, permitía asignar un poco más de cuatro mil millones de direcciones únicas, lo que parecía un número



de dispositivos en línea, principalmente computadoras, tablets y Smartphone, aunque van en aumento los relojes inteligentes, pulseras de actividad, anteojos de realidad aumentada e, inclusive, ropa.

Para el año 2020, algunas empresas como IDC pronostican que habrá alrededor de 200 mil millones de dispositivos.

LA "DESAPARICIÓN" DE INTERNET

ro enorme, aunque no cubría ni siquiera un dispositivo por habitante del planeta, por lo que fue necesario actualizarlo a la versión IPv6, que permite asignar varios miles de millones de direcciones por milímetro cuadrado del planeta, abriendo la posibilidad a un mundo en que todo esté conectado.

En la actualidad se estima que hay alrededor de quince mil mi-

una habitación... y estás interactuando con todas las cosas que están ahí". Se borrará la frontera entre online y offline.

Andrei Vazhnov, autor de varios libros sobre el mundo digital, lo explica con un ejemplo: al pedir un vehículo mediante Uber, ya no pensamos en internet ni en la web, solamente ha quedado un botón "mágico" que nos pide un taxi en donde estemos.

LA INDUSTRIA DEL TURISMO, MUESTRA INTERÉS EN EL IOT

De acuerdo con el informe "IoT la fuerza imaginativa", publicado el año pasado por eMarketer, empresa con veinte años de experiencia en estudios de mercado digitales, que tiene entre sus clientes a más de la mitad de las empresas Fortune 500, las industrias de viajes, transportación y hospitalidad son las que más están gastando en proyectos relacionados con el Internet de las Cosas.

Esta nota se ha tomado de los apuntes del curso Informática para el Turismo de la Licenciatura en Administración Turística de la Universidad Anáhuac.

Travelpidia a la vanguardia

DIEGO CASTILLO

Tras cuatro años de trabajo y una inversión millonaria proveniente de capital mexicano en su totalidad, la agencia de viajes online Travelpidia se ha mantenido en el mercado para satisfacer las necesidades de los viajeros, la modalidad multidesestino es lo que hoy ofrece.

En esta modalidad de turismo, el viajero prefiere aprovechar un traslado largo para visitar varios puntos, seguir rutas distintas e, incluso, poder visitar países diferentes en un solo viaje.

En entrevista, Daniel Suttol, director general de la empresa, comentó que la plataforma está enfocada a cualquier tipo de viajero, pero cabe aclarar que también es para quien quiera viajar de manera más consiente, esto al tomar en cuenta la dinámica multidesestino, con lo que el tiempo de planeación se reduce de manera considerable;



además, da la posibilidad de ser más económico, ya que se trabaja de manera ardua en materia de costos, aseveró el directivo.

Por otro lado, se cuenta con la parte de agencias de viajes que se ubica con el nombre de TripCity, donde más de dos mil 500 empresas de todo el mundo se encuentran afiliadas, mencionó Suttol.

Agregó que se firmó un convenio con la Secretaría de Turismo Federal (Sectur) con la finalidad de trabajar en colectivo con el programa Viajeros Todos por México.

De esta forma la empresa online será más conocida y los turistas nacionales se animarán a visitar los destinos del país.

Expedia presentó Vacaciones a la Vista 2016

La encuesta la aplicó en todo el mundo.

ISABEL GORDOA

Los viajeros tienen diferentes comportamientos durante su estancia en la playa. En una encuesta aplicada por Expedia.mx se registró desde el que es considerado como el menos apropiado, hasta quiénes son más partidarios a desvestirse completamente para disfrutar del sol y el mar.

María Aguayo, gerente de Mercadotecnia de Expedia.mx, dio a conocer los resultados del estudio Vacaciones a la Vista 2016, el cual se encarga de analizar el comportamiento de los viajeros de playa en las regiones de América del Norte y Sur, Europa, Asia, Australia y Nueva Zelanda.

La encuesta, que se realizó en línea a 11 mil 155 adultos en 24 países, arrojó las preferencias de los mexicanos en sus travesías,

como que las vacaciones de verano es la temporada favorita para descansar. Aguayo detalló que el 83% de los mexicanos encuestados confirmó que en esta temporada viaja con sus seres queridos; además, alrededor del 77% tomó vacaciones en la playa en los últimos 12 meses y 85% de ellos planea hacerlo el próximo año.

RESULTADOS DE VIAJES A LA PLAYA

Mientras al 28% de los austriacos les gusta quitarse la ropa cuando disfrutan de la playa, el 64% de los mexicanos revelaron que nunca lo han hecho y el 3% que siempre lo hacen, lo que deja a México con una postura más conservadora.

Un dato que destacó fue que el miedo más común entre los viajeros que van a la playa es el robo de posesiones, citado así por el 34%



de los encuestados a nivel mundial. Los participantes mexicanos coincidieron con el 29 por ciento.

El segundo mayor miedo entre los mexicanos es ahogarse, así lo dijo el 19%; le siguió el mal clima que pueda arruinar las vacaciones, con 15%, y los ataques de tiburones con 12 por ciento.

Para el 46% de los mexicanos encuestados, los turistas de la región Centro y Sudamérica son percibidos como los más atractivos, seguidos por los caribeños con 28%; en contraste, el 24% de los encuestados a nivel mundial piensa que los más atractivos son los europeos.

Jalisco tendrá ciudad inteligente

Concluye la primera etapa de la transformación de Tequila, será a través de sistemas de información geográfica, sustentable y tecnológica.

NALLELY CAMPOS

El tequila es un destilado de agave nacido en el Pueblo Mágico del mismo nombre, cuya historia, proceso de fabricación y leyendas han dado como resultado la creación de productos turísticos en los que naturaleza, cultura, tradición y paisajes rodeados por las hojas color azul del agave variedad Tequilana Weber, se mezclan a través de un tren. Por ello, a 60 kilómetros de la capital de Jalisco, a los pies de la Sierra de los Morones, el municipio de Tequila recibe a sus visitantes a través de atractivos enfocados a convertirle en Ciudad Inteligente para el año 2020.

Lo anterior será a través de un proyecto dividido en cuatro fases,



de las cuales ya se concluyó la primera con la construcción del Hotel Solar de las Ánimas.

Y es que en este destino el turismo gira en torno al tequila, una de las bebidas más famosas que se producen en nuestro país, misma que, según una leyenda popular, fue creada por la diosa Mayahuel con el fin de generar felicidad en los hombres.

"El Hotel Solar de las Ánimas se suma a las opciones turísticas que se ofrecerán en el destino para todos los clientes de Virtuoso, estamos muy orgullosos de haber conseguido ser parte de esta reconocida red de lujo, ya que demuestra que nuestros estándares de servicio están a la altura de los mejores establecimientos a ni-

vel mundial", señaló en entrevista Cees Houweling, director de operaciones de Mundo Cuervo.

Pertenecer a la organización Virtuoso es sólo por invitación, se compone de 390 agencias con más de 11 mil 400 asesores de viajes elite en casi 40 ciudades de América del Norte. Basa sus relaciones con mil 700 de los mejores hoteles en el mundo, cruceros, aerolíneas, compañías turísticas y destinos.

SEGUNDA ETAPA

En el plan de desarrollo existe un sistema de información residencial, para gestionarlo se creó el Consejo de Desarrollo Integral de Tequila (COIT), una alianza pública-privada en la que participa el municipio.

"En la segunda parte del proyecto ya estamos considerando un parque ecológico para los más pequeños, con las mismas personas que hicieron el Papatote Museo del Niño, en la Ciudad de México", agregó.

Finalmente, señaló que hasta el momento otras empresas como IBM, Telmex y Banamex se han sumado al proyecto y se espera que, en la medida que se vayan concretando las etapas, más empresas participen en la creación de Tequila como una Ciudad Inteligente.

También se encuentran en construcción un salón de eventos, un corredor comercial y dos centros culturales. "Todo asesorado en temas ecológicos, tecnológicos y con la intención de homenajear a las principales familias tequileras", explicó.

STPS
SECRETARÍA DEL TRABAJO
Y PREVISIÓN SOCIAL



INMUJERES
INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES



La Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación es un mecanismo de adopción voluntaria para reconocer a los centros de trabajo que cuentan con prácticas en materia de igualdad laboral y no discriminación que buscan favorecer el desarrollo integral de sus colaboradoras y colaboradores.



Este sello identifica a un centro de trabajo que mantiene y promueve un clima laboral con igualdad de oportunidades y de trato para todas las personas.

No esperes más, ¡certifícate!

La invitación a certificarse para las organizaciones del sector público, privado y social es permanente. Los requisitos pueden consultarse en la página: www.gob.mx/inmujeres (apartado Acciones y programas).

Para obtener el folio de participación, es necesario registrarse ante el Consejo Interinstitucional de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación, integrado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, el Instituto Nacional de las Mujeres y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación:

• Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS)

(55)2000-5300 ext. 63562
igualdadlaboral@stps.gob.mx

• Instituto Nacional de las Mujeres (Inmujeres)

(55)5322-4200 ext. 3404 y 3401
igualdadlaboral@inmujeres.gob.mx

• Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred)

(55)5262-1490 ext. 5232, 5234 y 5236
igualdadlaboral@conapred.org.mx

@inmujeres

Inmujeres Mexico Of



○ Pieter Elbers se suma a la IATA

La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) integró a Pieter Elbers, director general de KLM, como miembro de su Junta Directiva.

El nombramiento se hizo oficial durante la Junta General Anual (AGM, por sus siglas en inglés) de la IATA.

Dicho anuncio confirma que KLM continuará teniendo una participación importante en esta asociación, por su papel de líder en la industria aérea.

En la actualidad, la IATA la conforman un total de 260 aerolíneas de 118 países. Esta organización se centra en la protección y la promoción hacia una industria aérea segura, rentable, sostenible e innovadora.

Cada año, los líderes de la industria se reúnen para la AGM. Los temas que se trataron en las diferentes reuniones fueron en torno a la situación financiera, la estandarización, la innovación en los canales de venta y el cambio climático.

En junio pasado, en la asamblea en Dublín, se nombró oficialmente a Alexandre de Juniac como director general y presidente de la IATA.



○ Amadeus anuncia nuevo líder para AL

León Herce fue nombrado por Amadeus su nuevo responsable para América Latina y el Caribe. El ejecutivo asumirá el cargo a partir del próximo 1 de noviembre.

Herce se desempeñaba como encargado de la región Asia-Pacífico (APAC) y tenía su base en Bangkok. Al asumir el liderazgo del equipo de Latinoamérica reemplaza a Joost Schuring, quien asumirá un nuevo rol dentro de la organización que será anunciado en los próximos meses.

“Latinoamérica es una región clave para Amadeus y con los años hemos hecho crecer de manera significativa su contribución al negocio de distribución de nuestra compañía. Tengo plena certeza de que con su probado liderazgo, experiencia, conocimiento y entusiasmo, León nos ayudará a continuar con la consolidación de nuestra posición en la región”, señaló Holger Taubmann, vicepresidente senior de Distribución en Amadeus IT Group.

Herce operará desde la oficina de Amadeus en Buenos Aires, desde ahí realizará



la transición del cargo junto con Schuring durante septiembre y octubre.

Desde su incorporación a Amadeus en 2004, Herce ha llevado a cabo importantes funciones, incluyendo director de finanzas comerciales y control corporativo para la región de Asia Pacífico. En este papel, dirigió con éxito la expansión de Amadeus en Corea del Sur y China, apoyó el crecimiento en India y en otros mercados, aumentando significativamente la presencia de la compañía y su cuota de mercado.

○ Patricio Mendoza, director de Payback México

Con experiencia de 11 años en el negocio de tarjetas personales, Patricio Mendoza asumió la dirección general de Payback

en México. Su objetivo será profundizar e incrementar las alianzas estratégicas y continuar fortaleciendo la propuesta de valor de este Programa de Lealtad, considerado como el más grande de México.

Mendoza, ahora responsable de liderar y gestionar el negocio en México, sustituye a Rodrigo Gutiérrez, quien asumió la posición de vicepresidente y gerente general de Retail y Online en las oficinas de American Express en Nueva York.

Durante su carrera en American Express, Mendoza se caracterizó por su liderazgo estratégico, capacidad para construir relaciones efectivas con socios externos e

internos, así como por generar consistentemente resultados transformacionales en las responsabilidades a su cargo.



En su experiencia, el nuevo director general de Payback en México ha impulsado importantes negociaciones con socios estratégicos para el desarrollo de tarjetas de marca compartida y administrando los esfuerzos de mercadotecnia y lealtad para tarjetahabientes, incluido el reposicionamiento del programa Membership Rewards de American Express, así como liderando la estrategia y gestión de los canales de adquisición de nuevos clientes.

También trabajó en A.T. Kearney como consultor de negocios, dirigiendo proyectos de transformación estratégica y operativa para clientes de la firma en América.

○ Cambios a nivel mundial en Four Seasons

En las cinco regiones del mundo, la cadena hotelera Four Seasons tiene tres nuevos presidentes operativos. Será en las siguientes semanas cuando los ejecutivos asuman sus cargos.

Christian Clerc será el presidente de Operaciones Hoteleras en América; Simon Casson se encargará de Europa, Medio Oriente y África; y Reiner Stampfer estará al frente de las operaciones de los recintos en Asia Pacífico.

Christopher Norton, presidente Global de Producto y jefe oficial de Operaciones de la cadena, será a quien reporten Clerc, Casson y Stampfer.

“El capital humano de la cadena crea experiencias que definen y diferencian a las compañías y



Christian Clerc.



Reiner Stampfer.



Simon Casson.

son piezas esenciales para crear en sus huéspedes una experiencia que es única de Four Seasons. Christian, Simon y Stampfer comparten un profundo entendimiento de las lujosas necesidades de sus invitados; son apasionados acerca de perfeccionar las experiencias en sus hoteles y de liderar e inspirar a sus equipos para que hagan lo mismo, una cualidad vital para el éxito de hoy y el de mañana”, afirmó Norton.

El objetivo de estos cambios será fortalecer la posición de la compañía como líder en el tema de ingreso por habitación en el concepto de lujo y ejecutivo.



○ Vuelo de AA a Michoacán celebra cinco años

American Airlines (AA) cumplió cinco años brindando servicio ininterrumpido desde el Aeropuerto Internacional de Dallas/Fort Worth hacia Morelia, Michoacán. Opera un vuelo diario con un Embraer 145 con capacidad de 50 asientos, lo hace través de su socio regional American Eagle con Envoy Air.

“Morelia es una ruta muy importante, pues es uno de los destinos sin playa más visitados de México por el viajero internacional”, afirmó Rodrigo García de León, gerente de Operación Regional de AA en México.

Para celebrar el primer lustro de servicio en la entidad, la aerolínea organizó un coctel en Morelia, encabezado por García de León y sus invitados especiales, entre ellos Liliana López, secretaria de Turismo de Michoacán.



○ Abren W Punta de Mita, en Riviera Nayarit

W Hotels Worldwide, que forma parte de la cadena hotelera Starwood, anunció la apertura de W Punta de Mita, en las playas de la Riviera Nayarit. Ubicado en Los Veneros, es un desarrollo multiusos que tiene residencias y departamentos, todo inspirado en la cultura huichol.

Es el segundo hotel W en México y el quinto en Latinoamérica, uniéndose a W Mexico City, Santiago en Chile, Vieques Island en Puerto Rico y Bogotá en Colombia.

“Estamos muy entusiasmados por la apertura de nuestro segundo hotel W



en México, en su magnífica costa del Pacífico, que se ha ganado fama por ser uno de los destinos de vacaciones más deseables del mundo”, dijo Jean Marc Janod, vicepresidente de Operaciones de Starwood para México, Centroamérica y el Caribe.

○ Nuevo hotel boutique en Mineral de Pozos

El hotel boutique La Villa de Pozos inició sus servicios de hospedaje en Mineral de Pozos, Guanajuato.

Rosa Marino Huertas y Óscar Flores Corín construyeron en este Pueblo Mágico el hotel número 17 y el 53 en el estado de Guanajuato durante la actual administración estatal.

El hotel, de 10 habitaciones, fue inaugurado por Fernando Olivera, secretario de Turismo de Guanajuato, quien dijo que el compromiso en materia de turismo es posicionar a la entidad como el



mejor destino turístico del país. Actualmente es el sexto estado más visitado de México, hace tres años estaba en el noveno lugar.

○ Kimpton Glover Park Hotel debuta en Washington DC

Kimpton Glover Park Hotel fue inaugurado en el Distrito de Columbia, uno de sus mayores atractivos son los parques icónicos de la artista Michele Oka Doner.

Es la décima propiedad de la marca Kimpton en Washington DC. Ubicado en una calle arbolada, en el pintoresco barrio Glover Archbold Park, el Glover Park está diseñado para brindar una experiencia privada, aunque está situado a sólo unos minutos del centro de la ciudad.

De sus 154 recámaras, 25 cuentan con vistas al National Mall y el Potomac River.

Una de sus características es que la gerente general del hotel, Jennifer Harris, se une los viernes para sesiones de “morning boot camp”, para inyectar de energía a los huéspedes para todo el fin de semana.



○ Hilton apoya la formación académica

Hilton Worldwide puso en marcha el programa Prepa Hilton, donde 250 de sus colaboradores a nivel nacional podrán concluir la preparatoria mediante el Diplomado en Conocimientos Generales de Nivel Medio Superior que impartirá el Conalep en colaboración con la International Youth Foundation.

Los participantes podrán utilizar las computadoras de los hoteles donde laboran para que a través de la plataforma educandoconalep.mx cumplan con el diplomado.

Esta iniciativa forma parte de la estrategia “Creando Oportunidades” del Programa de Responsabilidad Corporativa de Hilton “Travel with Purpose”.

“Estamos muy contentos de comenzar la primera fase de este programa con la participación de 72 colaboradores en 14 hoteles del país. En Hilton promovemos el crecimiento personal y profesional, por lo que una parte importante de este crecimiento es superarse académicamente y poder continuar creciendo dentro de la empresa”, dijo Alejandro Farfán, director de Recursos Humanos para Hilton México.

○ AMResorts presente en AFEET



Con motivo de la cuarta Junta Reglamentaria de la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET), las socias se dieron cita en la Hacienda de Los Morales, donde el patrocinio corrió a cargo de la empresa hotelera AMResorts.

Carmen Torreblanca, presidenta de la asociación, dio a conocer la anexión del Capítulo Quintana Roo; al mismo tiempo, anunció el incremento en el número de socias con la incursión de Alicia Valles, directora de AG Tours, quien recibió el pin que simboliza la bienvenida a esta asociación turística.

Yarla Covarrubias, representante de AMResorts, y quien también es vicepresidenta de la agrupación, informó sobre las nuevas expansiones de la empresa de hoteles de lujo, anunció que para 2018 tendrá 56 complejos, localizados en ocho países.

Cabe mencionar que el uso de la tecnología para la asociación ha sido notable, además del aumento de seguidores en sus redes sociales, la transmisión vía streaming de las juntas ha sido exitosa.

THE **amRESORTS** COLLECTION



ESTE VERANO
¡TENEMOS ALGO ESPECIAL
PARA TODOS!

CON
EndlessPrivileges®, Unlimited-Luxury®
Unlimited Fun®



Hasta el 20 de AGOSTO, 2016

Habitaciones de lujo • Todos los alimentos en restaurantes de especialidades con servicio a la carta • Bebidas premium ilimitadas • Minibar reabastecido diariamente • Servicio a cuartos las 24 horas
Shows y entretenimiento • Programa de cenas Sip, Savor & See • Unlimited Connectivity • Impuestos y propinas • Y mucho más...



DREAMS SANDS CANCUN⁽⁴⁾ **\$2,820**
SECRETS THE VINE CANCUN⁽¹⁵⁾ **\$3,605**



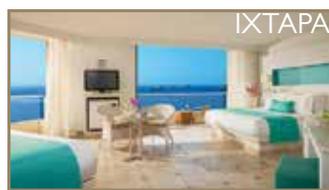
SUNSCAPE SABOR COZUMEL⁽⁶⁾ **\$1,379**
SECRETS AURA COZUMEL **\$2,379**



DREAMS HUATULCO **\$2,479**
SECRETS HUATULCO **\$2,785**



ZOËTRY VILLA ROLANDI **\$3,045**
ISLA MUJERES⁽⁷⁾



SUNSCAPE DORADO **\$1,849**
PACÍFICO IXTAPA⁽⁸⁾⁽⁹⁾



DREAMS LOS CABOS⁽¹⁰⁾ **\$3,629**
BREATHLESS CABO SAN LUCAS⁽¹⁾ **\$2,175**
SECRETS PUERTO LOS CABOS **\$2,665**



DREAMS VILLAMAGNA **\$2,835**
NUEVO VALLARTA⁽¹¹⁾



SECRETS PLAYA MUJERES **\$2,449**



SUNSCAPE PUERTO VALLARTA⁽²⁾ **\$1,699**
NOW AMBER PUERTO VALLARTA **\$2,605**
SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA **\$2,865**



NOW JADE RIVIERA CANCUN **\$2,525**
NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN⁽²⁾ **\$2,539**
DREAMS TULUM⁽¹⁾ **\$2,765**
DREAMS PUERTO AVENTURAS **\$2,309**
DREAMS RIVIERA CANCUN **\$3,135**

BREATHLESS RIVIERA CANCUN **\$3,100**
SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN **\$2,709**
SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN **\$2,739**
SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA **\$3,245**
SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ **\$3,679**
ZOËTRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA⁽¹⁾⁽³⁾ **\$4,265**

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Exclusivas para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. Aplican restricciones. **Sunscape Resorts & Spas** ofrece *Unlimited-Fun*® que incluye: Habitaciones y suites con balcón privado o terraza; restaurantes con servicio buffet y a la carta; minibar con refrescos, jugos, agua embotellada y cerveza; bebidas nacionales e internacionales ilimitadas; opciones de alimentos 24 horas; programa de entretenimiento y actividades diarias, Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para niños de 13 a 17 años y más. (*) de domingo a miércoles. (**) de domingo a jueves. (4) hasta el 10 de Agosto, 2016. (5) hasta el 8 de Agosto, 2016. (6) \$2,099 por hab. ocup. doble del 04 al 20 de Agosto, 2016. (7) del 27 de julio al 05 de agosto y del 10 al 20 de agosto, 2016. (8) Desde el 29 de julio, 2016. (9) NIÑOS GRATIS a partir del 07 de Agosto, 2016 (10) Hasta el 13 de agosto, 2016 (11) Hasta el 10 de Agosto, 2016.

SECRETS RESORTS & SPAS y BREATHLESS RESORTS & SPAS, SÓLO ADULTOS MAYORES DE 18 AÑOS

Pregunte por las promociones a meses sin intereses con tarjetas de crédito participantes.

RESERVE EN: **01 800 009 6387** ZoetryResorts.com.mx **01 800 017 3273** SecretsResorts.com.mx **01 800 022 0975** BreathlessResorts.com.mx **01 800 337 3267** DreamsResorts.com.mx **01 800 002 0669** NowResorts.com.mx **01 800 087 4890** SunscapeResorts.com.mx



(1) Five Diamond Award (2) Four Diamond Award (3) The Leading Hotels of the World

Aruba (2018) | Costa Rica | Curaçao | Jamaica: Montego Bay | México: Akumal • Cancún • Chamela (2018) • Cozumel • Huatulco • Isla Mujeres • Ixtapa • Los Cabos • Nuevo Vallarta • Playa del Carmen (2018) • Playa Mujeres • Puerto Aventuras • Puerto Vallarta • Riviera Cancún • Riviera Maya • Tulum | Panamá (Noviembre 2016) | Puerto Rico (Octubre 2018) | República Dominicana: Cap Cana (Noviembre 2016) • La Romana • Puerto Plata • Punta Cana