



Las distintas caras de Viajemos Todos por México

Es un movimiento con visión y sensibilidad social, no un programa de gobierno tradicional. Se ofertarán diferentes paquetes para viajar, particularmente en temporadas bajas.

➤ PÁGS. 8 y 9



CLAROSCUROS

En Pow Wow Internacional se anunció que Estados Unidos recibe 75 millones de viajeros internacionales al año, la meta es llegar a 100 millones para 2021.

PÁG
5

DIFERENCIADOR

Hermosillo se prepara para ser un destino turístico inclusivo, inició con la sensibilización de los trabajadores del sector.

PÁG
6

LOGRO

Después de 7 años, el gobierno de Canadá elimina la visa a mexicanos, aunque se mantiene el pago de la eTA.

PÁG
15

Zarpó el barco más grande de Royal Caribbean

➤ Desde el tobogán más alto en el mar, con una caída de 33 metros, hasta una réplica del Central Park de Nueva York, forman parte del Harmony of the Seas.

ISABEL GORDOA

Del puerto de Southampton, Inglaterra, conocido porque desde allí zarpó el Titánic a su travesía, partió el Harmony of the Seas de la clase Oasis perteneciente a la flota de Royal Caribbean rumbo a Barcelona, España.

Se trata del barco más grande del mundo con 362 metros de largo y pesa 226 mil 963 toneladas, mismo que navegará esta temporada de verano hasta octubre por las aguas del mar Mediterráneo, para después continuar su travesía en noviembre hacia el Caribe, señaló el director general de Royal Caribbean México, André Pousada.

Indicó que esas dimensiones se notan en sus dos mil 747 camarotes distribuidos en 16 cubiertas para un total de seis mil 780 pasajeros y dos mil 102 tripulantes. Asimismo, en sus más de 20 restaurantes, entre los que resaltan Wonderland, con cocina imaginativa y Jamie's Italian, del chef estrella Jamie Oliver.

Mencionó que el barco cuenta con siete vecindarios con distintas temáticas, algunos de ellos son: Central Park, Boardwalk, Royal Promenade, la alberca y zona deportiva, Vitality at Sea Spa y Fitness Center y la zona de entretenimiento para jóvenes, niños y bebés.

“Y si Nueva York cuenta con una zona de áreas verdes para relajarse en medio de la ciudad, un crucero puede tener su Central Park, el primer parque marítimo con cerca de 12 mil plantas vivas”, resaltó.



● Pousada señaló que se espera integrar el cuarto barco a la categoría Quantum of the Seas y expandir la flota de la clase Oasis con otro crucero con las mismas dimensiones de Harmony of the Seas en los próximos años.

Describió que Royal Caribbean cuenta con 25 embarcaciones que van desde los más pequeños, como los Vision con capacidad para mil 800 pasajeros, hasta los Oasis para siete mil personas.

➤ DIVERSIÓN A BORDO

Al crucero se suma un amplio programa de entretenimiento, servicios y tecnología. “El legado de imaginación e innovación de Royal Caribbean es reflejado en toda la flota y Harmony of the Seas no es la excepción. No se trata de construir el barco más grande del mundo, se trata de crear las experiencias más emocionantes y actividades en el

mar”, explicó el presidente y CEO de Royal Caribbean Internacional, Michael Bayley.

Tal es el caso de The Ultimate Abyss, el tobogán más alto en el mar con 72 metros de largo, que recorre 10 pisos y tiene una caída de 33 metros, diseñado por el ingeniero Brendan Walker, director del Thrill Laboratory en Inglaterra.

Agregó el presidente de la naviera: “Habiéndolo experimentado

tivo para niños, quienes pueden divertirse con cañones de agua, toboganes, un cubo gigante, selva y gimnasio. Asimismo, el crucero cuenta con 21 albercas y jacuzzis.

Para los más aventureros, el barco tiene una tirolesa que atraviesa la zona del Boardwalk, desde donde es posible admirar una panorámica del crucero y el mar. También se encuentra el simulador de surf Flowrider, para aprender a surfear sin salir del barco y la Climbing Wall con altura de 12 metros.

➤ ESPECTÁCULOS NOVEDOSOS

Los principales shows del barco se presentan en el Royal Theater con asientos para mil 380 invitados, en el que es posible escuchar obras como Grease, el musical de Broadway, el cual presenta hits como Summer Nights, Greased Lightnin, Look at Me y I'm Sandra Dee, entre otros, junto con los personajes principales de la historia: Sandra y Danny.

De igual forma, Columbus, el musical, con temas como Spamalot y Something Rotten. La obra narra la historia de Marvin Columbus, primo lejano de Christopher, quien es desterrado del reino de su familia. Marvin zarpa en una aventura de descubrimiento, con la esperanza de reclamar su lugar en la historia en una travesía del Atlántico hasta el Caribe.

Asimismo, está el Royal Promenade con su desfile Celebremos para festejar diversas fechas del año como cumpleaños, Halloween, el día de San Patricio, San Valentín, el 4 de julio y Año Nuevo, así como fiestas con temáticas que van de los años setenta hasta los noventa con soundtracks de música dance, pop y hip hop, entre otros.

En el crucero también es posible encontrarse personajes de DreamWorks de películas como Shrek, Madagascar y Kung Fu Panda, quienes se pueden sentar a comer con los pasajeros.

Además, en un teatro abierto se realiza una producción que incluye buzos, acróbatas, malabares aéreos acompañadas de música, agua y colores en el Aqua Theater.

Y para quienes gustan del patinaje, está el espectáculo sobre hielo con alta tecnología ubicado en el Studio B.

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, Jilotepec, Soyaniquilpan, Aculco y Polotitlán. 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 con 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 que 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.

DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 84, Julio 2016, es una publicación mensual editada por Eisa Multimedia, S. 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. 0155/5534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. ● DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. ● ARTE: Laura Martínez. ● CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-08101732800-101 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 junio 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.

Escanea y
suscríbete,
¡es gratis!





Concluyó la remodelación de Four Seasons CDMX

Sus más de 240 habitaciones y nuevos restaurantes quedaron listos para recibir a los huéspedes.

MARGARITA SOLIS PEÑA

Después de dos años de una cuidadosa remodelación y una inversión de 16 millones de dólares, el hotel Four Seasons quedó listo para continuar recibiendo a sus huéspedes con la alta calidad que siempre ofrecen en la Ciudad de México.

José Adames, director general del hotel que este año celebrará su vigésimo segundo aniversario, recordó que en verano de 2014 se iniciaron los cambios en los 40 mil metros cuadrados de extensión del terreno que ocupa Four Seasons, y fue en la segunda semana de junio cuando se concluyó todo el trabajo. La inversión de la remodelación fue de 16 millones de dólares y estuvo a cargo del despacho francés de diseño Gilles and Boissier.

Son once mil metros cuadrados de construcción que fueron totalmente rediseñados, con sus ocho pisos donde se distribuyen 240 habitaciones, 40 suites, tres masters y una suite presidencial de 240 metros de extensión que tiene un costo de 10 mil dólares la noche.



Adames afirmó que el jardín del hotel es un lujo, considerando la ubicación del inmueble rodeado por rascacielos. Asimismo, recordó que originalmente ese terreno era una extensión del Bosque de Chapultepec.

Una de las novedades será el restaurante de comida mexicana Zanaya, que será inaugurado en el transcurso del mes; además de Il Becco, especializado en gastronomía italiana, y de una nueva cafetería: Pan Dulce, así como del bar Fifty Mills.

También destaca un nuevo espacio denominado Gentlemen's Tonic, una barbería de estilo londinense.

AMResorts tendrá 60 hoteles en 2018

En su 15 aniversario anunció 14 nuevas propiedades.

MARGARITA SOLIS PEÑA
RIVIERA CANCÚN

La expansión de AMResorts está lista para los próximos dos años y medio, lo que le permitirá tener un portafolio de 60 hoteles en México y Centroamérica, este anuncio lo realizó Gonzalo del Peón, presidente de AMResort, al inaugurar el hotel 44 de la marca: Breathless Riviera Cancún Resort & Spa.

Durante este año, AMResorts, subsidiaria de Apple Leisure Group (ALG), celebra su aniversario 15, por lo que dio a conocer la apertura de 14 nuevas propiedades con sus seis marcas.

Estas aperturas llevarán a la compañía a tener 21 mil habitaciones en ocho países y 26 destinos an-



tes de finalizar 2018; de esta forma su plantilla laboral se conformará de 30 mil trabajadores.

Sin restar el valor que representan las aperturas de 2016 y 2017, AMResorts destacó que en 2018 llegará a dos países donde el concepto "Todo Incluido" aún no existe. La primera será el Zoëtry Isla di Oro Aruba, en Aruba, y la segunda será el Dreams Resorts & Spas en Puerto Rico.

Durante este año, en el pasado junio inauguró Breathless Riviera

Cancún Resort & Spa, con 526 suites en tres edificios con áreas exclusivas y diez restaurantes gourmet. La propiedad está situada entre el mar Caribe y la Laguna de la Bahía Petempich.

Para noviembre, abrirá el Dreams Playa Mujeres Golf & Spa en el fraccionamiento de Playa Mujeres.

Antes de finalizar 2016, la compañía abrirá las puertas de cinco nuevos hoteles en República Dominicana: Dreams Dominican La Romana, en Bayahibe; Now Onyx Punta Cana; Sunscape Dominican Beach Punta Cana y Sunscape Bávaro Beach Punta Cana, en la playa El Cortecito, y Secrets Cap Cana Resort & Spa, en la comunidad de Cap Cana.

En 2017, serán cuatro nuevos hoteles, dos de ellos ubicados en las playas de Jamaica: Zoëtry Montego Bay Jamaica, en la comunidad de Ironshore, y Breathless Montego Bay. Y en México el Breathless Playa del Carmen Resort & Spa en la comunidad de Grand Coral.

También en ese año inaugurará el Dreams Buenaventura Panamá, será el primer hotel family-friendly en Panamá de AMResorts.

Hoteles diseñados para hombres de negocios

El mayor potencial está en las zonas industriales y comerciales del país.

MARGARITA SOLIS PEÑA
CHIHUAHUA

México es uno de los polos de inversión más importantes para las cadenas hoteleras, pero a través de terceros, como el caso de Grupo Hotelero Fibra Inn, que se afilia a varias cadenas e invierte en propiedades con una marca reconocida.

Fibra Inn es operador de varios hoteles de las marcas Hilton, IHG, Marriot, Starwood y Wyndham, entre otros, enfocados, particularmente, en las zonas comerciales e industriales del país.

Como grupo hotelero tienen el know how para operar cualquier tipo de hotel, aunque el producto más fuerte de su portafolio está dirigido al segmento de Turismo de Negocios, que en ciudades como Guadalajara, Monterrey y Chihuahua, y en la zona del Bajío, tienen expansión por el potencial industrial y comercial. "Ese segmento de turismo ha tenido un dinamismo más fuerte por la inversión per se y por el dinamismo de las aerolíneas", comentó Rafael de la Mora, director de operaciones de Fibra Inn.

La compañía tiene la capacidad de operar hoteles de limited services, como un City Express que en la clasificación hotelera mexicana es de tres estrellas, un cinco estrellas como Marriott, hasta uno de gran turismo como es el JW Marriott que inaugura-

rán en 2019 en San Pedro Garza García, Nuevo León.

Sergio Oseguera, director comercial del grupo hotelero, afirmó que sus esfuerzos están orientados a posicionar las propiedades que hoy operan, 43 en todo el país, a lograr mejores indicadores de ocupación, de desempeño más eficiente y de lograr una mejor tarifa.

Buscarán nivelar las inversiones que tienen en Querétaro, Celaya, Irapuato, Silao y León, son cinco propiedades con un desempeño de 60% a 65% de ocupación, este comportamiento es gracias al incremento de la inversión en la industria automotriz desde hace tres años.

"Pudiera ser que en el resto del año se logren algunas adquisiciones de operaciones, pero todo depende del dinamismo en la industria al final del 2016. El entorno económico a nivel global es más cauto", aseveró Oseguera.



Defienden en el IPW mantener a EU abierto y conectado

En este evento de claroscuros en Orlando, los profesionales de la industria turística mostraron cifras récord en la llegada de viajeros y también pesar y solidaridad por el ataque que le costó la vida a 49 personas en un bar LGBT.

LAURA RODRÍGUEZ
NUEVA ORLEANS

A pesar de la devaluación de más de 40% del peso frente al dólar, México es el segundo mercado turístico internacional más importante para Estados Unidos y en 2015 creció 5% para llegar a 17.9 millones de arribos.

Cifras de la US Travel Association (USTA), la asociación de empresas de viajes de ese país, revelaron también que el pronóstico para 2020 es de 21.18 millones de arribos con un aumento de 24 por ciento.

Hoy la Unión Americana recibe ya 75 millones de viajeros internacionales al año y la meta es llegar a 100 millones para 2021.

En este contexto Roger Dow, presidente de la USTA, declaró durante el Pow Wow Internacional (IPW, por sus siglas en inglés), la feria de turismo más importante de ese país, que Estados Unidos debe mantenerse "abierto y conectado", pues implica más riesgos tratar de cerrarlo.

En clara alusión a las posiciones de Donald Trump, el virtual candidato republicano a la presidencia de su país, Dow dijo que el aislamiento era más peligroso que el terrorismo y el virus del Zika.

En ese mismo sentido Christopher Thompson, presidente de la Brand USA, el consejo de promoción de la marca Estados Unidos, dijo que su compromiso era acercar a Washington las cifras sobre todos los beneficios que trae el turismo.

Entre ellas mencionó 50 mil empleos incrementales al año desde la fundación de este organismo; un impacto económico total de 21 mil millones de dóla-



Mammoth Mountain.



Yosemite.



Disney California.

Hoy la Unión Americana recibe **75 millones** de viajeros internacionales al año y la meta es llegar a **100 millones** para 2021.

res y tres millones de turistas adicionales por año.

"El nuevo Comandante en Jefe de este país, sabrá claramente por qué el turismo es tan importante y seguramente lo apoyará", confió.

ECOS DE ORLANDO

La versión 2016 del IPW estuvo marcada por los claroscuros, producto de un gran crecimiento para la actividad turística en ese país; que contrastó con el ataque terrorista que sufrió Orlando, donde un faná-

tico homofóbico y simpatizante del Estado Islámico, asesinó a 49 personas en un bar gay de ese destino.

Durante la comida inaugural del IPW, Dow pidió un aplauso de pie para las víctimas; manifestó su solidaridad con la comunidad

de los gays, lesbianas, bisexuales y transgéneros (LGBT) y externó el rechazo de la industria turística estadounidense a la homofobia y la discriminación.

Entrevistado por Periódico Viaje, Leo Salazar, director de relaciones públicas de Visit Orlando, aseguró que no hay cifras en las reservaciones para el verano que revelen una afectación negativa en ese destino de Florida, tras el acto terrorista.

A diferencia de lo que ha sucedido en otras ciudades de interés turístico recientemente afectadas por el terrorismo, como París y Bruselas, Salazar sostuvo que tampoco se prevé una baja, respecto a los pronósticos originales para este 2016.

Benjamín Díaz, director para México y Centroamérica de Brand USA, anunció que ya se está preparando el primer Megafam para profesionales del turismo y medios especializados de nuestro país, que se llevará a cabo en el último trimestre del año.

También sostuvo que el éxito alcanzado hasta ahora por Brand USA es consecuencia de que tiene una estrategia clara, ya registra alianzas con más de 600 empresas y además tiene objetivos concretos que se traducen en la gran meta de los 100 millones de viajeros para 2021.

Ejemplificó con su contratación, la posición abierta de este organismo que se vale de los profesionales en cada mercado, sin importar su nacionalidad, para tratar de conseguir los mejores resultados posibles.

Mientras tanto en México, firió, las oficinas en el exterior del Consejo de Promoción Turística fueron diseñadas más como entidades diplomáticas y políticas, cuando el propósito final debe ser traer a más turistas.

Hermosillo apuesta por ser inclusivo

➤ Distintos organismos gubernamentales y privados se unen para generar un producto turístico distinto.



NALLELY CAMPOS

Con el fin de generar crecimiento económico y un distinto producto turístico, en Hermosillo, Sonora, se lleva a cabo el proyecto Vinculación y Profesionalización en Turismo Inclusivo, donde participan el Ayuntamiento, la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac) y hospitales privados.

“Hemos iniciado con la sensibilización en el personal de los hoteles, restaurantes y hospitales, para brindar un servicio de cali-

dad en este tema, por parte de la Comisión de Fomento al Turismo Municipal. Pero también, la idea principal es preparar a nuestra gente con discapacidad para que brinde servicios y se emplee”, comentó Manuel Maloro, presidente municipal de Hermosillo.

Explicó que parte del trabajo se verá reflejado en la playa Kino Mágico, un destino turístico con las adecuaciones necesarias para recibir a todo tipo de turistas, en la que participarán comerciantes, restaurantes y hoteleros, entre otros.

Dicha playa será la segunda incluyente en México y está proyectado que para el cuarto trimestre

del año esté lista, con una inversión global de 100 millones de pesos.

El proyecto abarca cinco hectáreas al este de Kino Viejo, que incluyen un malecón, área de juegos, equipo acuático, acceso a la playa, albercas con toboganes, cancha de fútbol rápido y estacionamiento.

➤NECESIDAD SOCIAL

Aproximadamente, 4.5% de la población en Sonora tiene alguna discapacidad.

El proyecto también incluye mapas del municipio para ciegos y débiles visuales, estarán en los lugares turísticos de la ciudad; así como otros puntos principales de la Viactiva y el Centro Histórico.

Por su parte, Eduardo Lemmen Meyer, director de Fomento Turístico Municipal, señaló que es necesario “poner fin a las barreras físicas y psicológicas, para lograr que todos los bienes y servicios que se ofrecen, cumplan con las condiciones necesarias para que cualquier persona pueda disfrutarlo”.



Japan Airlines, una opción para los mexicanos

Japan Airlines (JAL) en un Acuerdo de Negocios Conjunto (Joint Business Agreement) con American Airlines (AA), retomó el servicio para los viajeros mexicanos que quieran conocer Tokio; no es un vuelo directo, tiene conexión en el aeropuerto de Los Ángeles, California.

Lo que se convino en el acuerdo suscrito por ambas aerolíneas desde el 1 de abril de 2011, se ha aplicado en la ruta Ciudad de México - Los Ángeles - Tokio; al destino japonés llegan al aeropuerto de Narita.

Los viajeros al llegar al aeropuerto de Los Ángeles tendrán que hacer su trámite de migración para continuar con su viaje a Tokio, y aunque no tienen que volver a documentar su equipaje,

sí deben cambiarlo a la banda de conexión para que de esa forma llegue al destino final.

Continúa la ruta en un vuelo transpacífico, de Los Ángeles a Tokio, esta operación la realiza JAL con su flota Boeing 777-200 y 300.

Tiene cuatro clases de servicio: en First Class cuenta con ocho asientos, en Business tiene capacidad para 49 pasajeros, en Premium Economy tiene 40 y en Economy tiene la capacidad más alta, 147 asientos.

Los alimentos y bebidas se ofrecen dependiendo del servicio adquirido. Los menús incluyen cocina internacional y japonesa. Además de comida vegetariana, kosher o baja en sales.

La atención del personal de tierra y de la tripulación de la aerolínea japonesa es en inglés.

Buscan promover turismo médico LGBT

➤ La Ciudad de México es pionera al contar con un clúster que permite a los viajeros de este sector tratarse sin prejuicios.

NALLELY CAMPOS

Actualmente, la demanda de servicios médicos especializados para la comunidad LGBT está en aumento pues se trata de un mercado muy atractivo, ya que tan sólo el año pasado esta población representó una derrama económica de cuatro mil 190 millones de dólares para Latinoamérica, de esa cifra, mil 400 millones corresponden a nuestro país.

Por ello, la Ciudad de México ha apostado a la creación de este tipo de servicios, siendo el primer destino en nuestro país en contar con un segmento especializado, además, tiene el apoyo de las secretarías de Salud y de Turismo.

“Dentro de este programa la gente del extranjero o del interior de la República pueden realizarse procedimientos médicos generales, estéticos y de reasignación sexo-genérica, sin que se sientan discriminados, pues no se aplican restricciones de ningún tipo”, explicó en entrevista Mariano Osoreo, presidente de la Cámara de Comercio y Turismo LGBT.

Además, realizarse este tipo de tratamientos en México representa una gran ventaja para los viajeros porque permite reducir los gastos y obtener mayores beneficios, por ejemplo, el costo de una fecundación *in vitro* o de fertilidad para parejas homoparentales alcanza 20 mil dólares en Estados Unidos o Canadá.



● Los principales tratamientos y procesos quirúrgicos que solicitan son feminización del rostro, rinoplastia, blanqueo de dientes; además, la fecundación *in vitro*.

“Esto no ocurre aquí, en nuestro país el precio es de casi la mitad e incluye servicios pre y postoperatorios, así como transporte y alojamiento. Además, los pacientes con VIH no deben preocuparse porque se les niegue el servicio como ocurre en algunas clínicas por desconocimiento”, señaló.

➤FALTA MAYOR DIFUSIÓN

Sin embargo, en México “es necesario contar con una campaña de difusión más abierta de este tipo de empresas, ya que sólo les es posible realizar promoción a través de las redes sociales”, señaló en entrevista.

Agregó que los principales tratamientos y procesos quirúrgicos

que solicitan son feminización del rostro, rinoplastia, blanqueo de dientes; además, la fecundación *in vitro* son las nuevas opciones solicitadas tras la aprobación, en 2015, de la convivencia de familias homoparentales, dirigido a lesbianas, gays, bisexuales y/o transexuales, a través de agencias de viaje.

“Existen algunos lugares en el mundo que han ido más allá del matrimonio entre parejas del mismo sexo: la adopción homoparental. El primer país en permitirlo fue Holanda en el año 2000 y desde ese mismo año también permitió adoptar en parejas del mismo sexo y pueden ser inseminadas artificialmente”, comentó.

Por ello, explicó que este segmento se siente mejor con servicios dirigidos a ellos, por lo que los asociados a la cámara, conforme a la página en internet: “brindan un trato sensible a los pacientes de la comunidad LGBT que buscan un tratamiento médico, y como cámara pretende promover a México como destino turístico en este segmento”, finalizó Osoreo.

Alianza de Holding CTS con Signature Travel Network

DIEGO CASTILLO SANTOYO

Corporate Travel Services (CTS) dio a conocer su alianza con la empresa norteamericana Signature Travel Network, con la que se convierte en la primera compañía mexicana en contar con esta afiliación en el país y se suma a las seis mil empresas con las que cuenta la organización en la actualidad.

Ignacio Maza, vicepresidente ejecutivo de Signature Travel Network, comentó que uno de los principales motivos para la afiliación de CTS es la importancia que tiene en el país, así como las divisiones en las áreas turísticas; asimismo, busca el fortalecimiento de la empresa mexicana a través de las herramientas y capacitaciones con las que cuenta la norteamericana, de esta forma se brindará un mejoramiento en las opciones para el mercado mexicano y un crecimiento favorable..



José Luis Castro, director general de CTS, y Ignacio Maza, vicepresidente ejecutivo de Signature Travel Network.



Destination Specialist es otro de los beneficios con los que ya cuentan todas las áreas que conforman CTS. Este servicio está enfocado en la realización de amenidades especializadas en distintas partes del mundo, donde el límite es el deseo del cliente, comentó Maza.

Por su parte, José Manuel Díaz de Rivera, vicepresidente comercial de CTS, reconoció la importancia de esta asociación; además expuso que una de las principales beneficiadas con esto es Emotion Season, área que se enfoca en los viajes de placer de lujo.

En próximas fechas dará inicio el posicionamiento de la marca en el mercado, parte de esto constará en una campaña publicitaria dividida en dos partes, en la que las agencias de viajes juegan un papel importante; al mismo tiempo, estas corporaciones contarán con beneficios provenientes de la alianza con Signature Travel Network, añadió Díaz de Rivera.

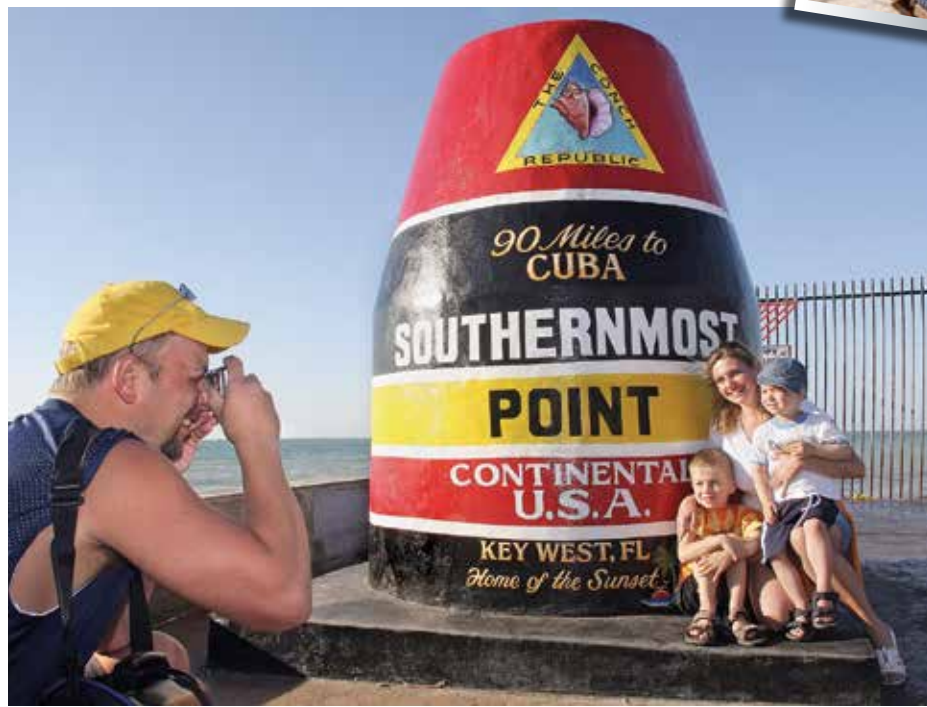
Florida cerca de México

➤ Por primera vez en más de 30 años se realizará Florida Huddle fuera de Estados Unidos; será del 10 al 12 de octubre.

La congregación de operadores mayorista de Estados Unidos ha sido el principal objetivo de Florida Huddle por más de 30 años, este año se tomó la decisión de rebasar la frontera del país norteamericano y será México quien reciba por primera vez este evento.

Florida Huddle se llevará a cabo en la capital mexicana a partir del 10 de octubre y hasta el 12 del mismo mes, la sede será el hotel Camino Real de Polanco.

Con el objetivo de tener una mayor captación de turismo mexicano, Visit Florida se ha dado a la tarea de congregar a las principales marcas del destino donde hoteles, restaurantes, centros comerciales y parques de diversiones tendrán un acercamiento con touroperadores nacionales para dar a conocer más acerca de los atractivos que se encuentran inmersos por toda la entidad.



En entrevista, Adolfo González, vicepresidente de Desarrollo Económico de Visit Florida, comentó que México es

uno de los países de donde provienen los principales visitantes, la lista es encabezada por Canadá, seguido de Reino Unido, Alemania y Brasil, lo que coloca al país de la bandera tricolor en el

quinto sitio de su mercado internacional. Lo anterior quedó registrado en las cifras de 2015, fueron 435 mil visitantes, afluencia que González consideró favorable. Cabe mencionar que parte de ese logro fue por las conexiones aéreas, donde Miami y Orlando son las principales puertas de acceso.

Además, hay un vuelo a terminales no tan conocidas, tal es el caso del aeropuerto de Sanford, al cual arriba desde hace poco tiempo la aerolínea mexicana Interjet, esta dinámica es una de las opciones para aumentar la captación de viajeros.

Al mismo tiempo, se están realizando labores para incrementar conexiones con otras partes de México, si esto prosigue como se tiene estimado, la cifra de visitantes puede verse duplicada en un lapso de tres o cuatro años, aseveró el directivo. (Diego Castillo Santoyo)

Viajemos Todos por México es más que turismo social

➤ El movimiento genera dudas entre los profesionales del sector, pues no sólo va dirigido a turistas de escasos recursos, sino a todos los viajeros, incluso a los extranjeros.

MARGARITA SOLÍS
Y BEDILIA BRIZUELA

Si subsidios ni apoyos gubernamentales arrancó Viajemos Todos por México (VTM), movimiento iniciado en abril por la Secretaría de Turismo (Sectur) y que algunos miembros de este sector del país aún no han terminado de comprender.

La dependencia federal ha difundido información sobre qué es y cuál es el objetivo del mismo, y sobre el cual Enrique de la Madrid, titular de la Sectur, ha dicho que es un movimiento de convocatoria nacional y “no un programa de gobierno tradicional”, por lo que se busca la participación entre los sectores privado, social y público.

➤MOVIMIENTO SOCIAL

De acuerdo con información elaborada por la Sectur, que ha presentado a los profesionales de la industria durante los lanzamientos estatales, VTM tiene un componente social, pero no es un programa diseñado para otorgar subsidios de viaje a personas de escasos recursos.

Se trata una estrategia, refiere la dependencia, para fomentar y facilitar la actividad turística entre los diversos sectores de la sociedad mexicana y así aprovechar la ocupación hotelera y del transporte en ciertas temporadas cuando registran “inventarios muertos”.

Entre los participantes del sector hotelero existen dudas sobre cómo funcionará, ante ello la Sectur explicó que es un movimiento con visión y sensibilidad social, debido a que estimula a las personas que desean viajar y su economía es limitada.

Podrán hacerlo a través de los diferentes paquetes, ofertas y promociones que los hoteles, aerolíneas, autobuses, globalizadoras, agencias de viajes y prestadores de servicios ya ofrecen. La dependencia afirmó que ningún motor de reservaciones será privilegiado, ni tendrá operaciones centralizadas.

Al respecto, Esteban Velásquez, CEO de Price Travel, señaló que tras el lanzamiento del movimiento se han generado confusiones, por lo que en cada conversación con sus proveedores debe aclarar que no sólo va dirigido a gente de escasos recursos.

Velásquez explicó que el movimiento tiene dos vertientes, el primero sí es de responsabi-



lidad social. “En ella invitamos a las empresas a participar con sus programas de responsabilidad social; en las cuales, por ejemplo, se ponga a viajar a personas con bajos recursos o niños con las mejores calificaciones”, indicó.

En la segunda vertiente el gobierno les ha solicitado que, como empresa innovadora, resuelvan cómo ayudar para que más personas viajen dentro del país, ya sea mexicanos o extranjeros.

Otro aspecto que es importante considerar es que las ofertas de todos los prestadores de servicios se ubicarán en fechas preestablecidas y con una capacidad controlada.

De la Madrid ha señalado que este movimiento aplicará a precios más competitivos en las temporadas bajas y con una mayor disponibilidad en los días de asueto, por los ajustes en los calendarios escolares a nivel local.

Los menores precios serán resultado del aprovechamiento de la capacidad subutilizada de la infraestructura en las temporadas de baja actividad turística y será otra forma de dinamizar el turismo nacional sin tener que castigar sus tarifas, ha referido el funcionario.

Al respecto, Velásquez agregó que como parte de esta iniciativa, su portal ya tiene un



ponible para el resto de los canales de venta, pero que sí promuevan el movimiento.

“Nosotros hablamos con nuestros proveedores directamente y separamos la idea del resto de los canales e iniciativas, porque es diferente el tema social a una iniciativa de todo el año para ayudar a viajar más por todo México”, dijo.

➤NUEVA VISIÓN

Este movimiento comparte la visión del segmento de Turismo Social, debido a que la Sectur está invitando a las empresas para incluir en sus áreas de responsabilidad social recursos para apoyar los viajes de los que menos tienen.

En un encuentro empresarial que sostuvo De la Madrid en la primera quincena de junio, hizo varias recomendaciones, algunas de ellas fueron:

“Impulsar esfuerzos locales a través de los gobiernos estatales, para incorporar nuevas rutas y productos turísticos, con la participación de operadores de la industria regional, y fortalecer la comunicación para que los hoteles conozcan con anticipación los eventos especiales que se desprendan de este movimiento”.

A pesar de esa información compartida y difundida por la Sectur, se mantienen las dudas. Sergio Oseguera, director comercial de Fibra Inn, precisó que sí les interesa participar, pero también quieren conocer cuáles son las bases, cómo se desarrollaría el movimiento y cómo pueden aportar.

“Nos pareció muy interesante cuando el presidente de la república, Enrique Peña Nieto, lo presentó. Nosotros como compañía hotelera tenemos que acercarnos para ver cómo podemos aportar a este tipo de iniciativas. Es un llamado a la industria hotelera de decir: súmense al esfuerzo y nosotros como compañía hotelera ver cómo podemos aportar”, comentó.

El directivo confió que, como grupo hotelero, con Viajemos Todos por México ten-



drán una ocupación más estable, particularmente los fines de semana cuando registran fuertes caídas, debido a que ellos operan mayormente hoteles en zonas industriales como Chihuahua y toda la región del Bajío.

“Tenemos inventarios muertos en nuestra industria, como lo hay en los aviones. ¿Cómo llenar las habitaciones de otro turismo? Creo entonces que es parte de la responsabilidad que tenemos como compañía de adoptar esa iniciativa, investigar de qué se trata y estar ahí”, añadió Oseguera.

➤PROMOCIÓN

De la Madrid pospuso la campaña mediática debido a la cercanía de la temporada vacacional de verano. Será el Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) el encargado de informar y promover, tanto a la población como a los industriales, sobre Viajemos Todos por México.

“Vamos a gastar cuando se acerquen las temporadas bajas y después de que acabe el verano”, confirmó De la Madrid.

En todo momento, la dependencia federal del turismo precisa que están invitados a participar los gobiernos de los estados y sus municipios, e incluye a los Pueblos Mágicos.

Las entidades que ya participan son Baja California Sur, Yucatán y la Ciudad de México.

➤LOS DETALLES A RESOLVER

Rocío Mucharraz, directora general de Virage, explicó que debe realizarse una presentación regional de Viajemos Todos por México, debido a las características y necesidades particulares, además considerando que las iniciativas de este tipo se blinden para que se desarrollen en el mediano y largo plazo.

“El programa debe servir para que la parte federal jale a los estatales y los comprometa; así la entidad lo bajará a cada prestador de servicios. Somos una cadenera”, comentó.

Cada año el inventario muerto es de:
9 millones
de asientos de avión
200 millones
de asientos de autobús
93 millones
de cuartos/ noche de hotel

GENERALES:

México,
noveno país más visitado
del mundo

El PIB turístico representa

el 8.5%
PIB nacional

Genera 9 millones
de empleos
directos e indirectos

De los trabajadores
60% son mujeres

200 millones
de viajes realizan
los mexicanos dentro
del país:

100 millones
llegan a cuartos de hotel:
80 millones
son mexicanos
20 millones
son extranjeros

El turismo doméstico es
el 90% del valor total
del turismo nacional

(Cifras: Sectur)

Destacó que la promoción del turismo no sólo es con imágenes o videos, sino con el servicio que se ofrece al cliente, por lo que consideró importante que exista una certificación de los prestadores de servicios turísticos.

Por la infraestructura hotelera, de transporte y servicios, destinos como Cancún y Riviera Maya, ejemplificó Mucharraz, no tienen problemas de ocupación porque en promedio en el año se encuentra al 70 por ciento.

Sin embargo, hay otros destinos que se pueden promover con Viajemos Todos por México, pero no cuentan con vuelos o los aviones son pequeños, o que sólo se incrementan las operaciones aéreas por temporadas vacacionales, dijo.

Un ejemplo de ello es Huatulco, que tiene hoteles para todos los tipos de viajeros, abundó, pero donde la conectividad aérea es insuficiente.

También expuso que existen destinos que apenas cuentan con los servicios básicos, que además son de mala calidad.

“La Sectur ha trabajado la base, tiene “la columna vertebral”, pero tiene muchos brazos, cada uno deben saber la función que le corresponde. Falta mucho por hacer, hay mucha incongruencia. Se dice que el turismo es el número uno y es la industria sin chimeneas, pero hay cosas que se quedan a medias”, señaló.

Asimismo, expuso que habrá que esperar las ofertas y promociones que se ofrezcan en los siguientes meses, pero reconoció que difícilmente en México se podrán encontrar hoteles o vuelos a precios tan bajos como se ofrecen en Estados Unidos, con un mercado más grande y mayor desarrollo.

➤LOS EXTRANJEROS

Si bien la intención es estimular que el mexicano viaje dentro del territorio nacional, VTM también puede ser aprovechada por los extranjeros que de manera permanente o eventual viven en México, o se encuentran de vacaciones.

Este movimiento puede estimular a que mejore la demanda de viajeros extranjeros para venir al país en las temporadas bajas.

Para promoverlo, De la Madrid aprovechará sus visitas al extranjero, para que en el corto plazo pueda realizar el lanzamiento de Viajemos Todos por México desde Houston y Chicago.

Respecto a lo anterior, Juan Carlos Pasquel, director de Mercadotecnia en América Latina para Hoteles.com, aseveró que para la empresa el mercado mexicano representa el 25% de la captación de compradores en Latinoamérica.

Y aunque el mercado local cuenta con sus propias especificaciones, Hoteles.com comprende y satisface los criterios del mercado nacional, agregó Pasquel.

Son 73 las asociaciones y empresas que ya se registraron para ofrecer sus servicios a través de la página de internet, ya iniciaron sus promociones con descuentos que van del 15 al 60%, algunas de ellas incluyen meses sin intereses y van desde viajes cortos de dos días, hasta paquetes familiares más extensos.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

Lourdes Berho, una fría llegada al CPTM

A finales de mayo pasado, cuando se supo que el relevo en la dirección general del Consejo de Promoción Turística de México era inminente, no se hicieron esperar las especulaciones, tanto en redes sociales como en medios de información, acerca de quién sería el sucesor.

Y digo “sucesor”, porque entre la cantidad de nombres que se manejaron no apareció el de ninguna mujer.

Todos los candidateados de alguna u otra manera tenían que ver con la actividad turística, pero también se filtraron dos nombres que pusieron nervioso al sector empresarial del ramo: Otto Granados Roldán, salinista de pura cepa, quien fue director de Comunicación Social de la Presidencia durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, para después irse de gobernador a Aguascalientes, y que actualmente despacha como subsecretario de Planeación, Evaluación y Coordinación de la Secretaría de Educación Pública; en tanto que el otro era Eduardo Sánchez Hernández, vocero de la Presidencia.

Antes de López Negrete, la dirección general del CPTM varias veces fue ocupada por políticos que no dieron los resultados esperados, por lo que la posibilidad de que ahora de nueva cuenta llegara uno, sin conocimiento de la industria ni de lo que es el Consejo, hizo que de inmediato se levantaran en contra algunas voces del sector turístico, como la de Darío Flota, director del Fideicomiso de Promoción Turística de la Riviera Maya, quien encontrándose en una gira por Estados Unidos, organizó una teleconferencia de prensa para enviar el mensaje: “El CPTM y la Sectur necesitan precisar muy bien sus atribuciones, porque no está bien que Sectur haga pro-



Lourdes Berho.

moción ni que el Consejo haga política (...), por eso creo que, en el caso específico del Consejo, sí se necesita a una persona con conocimiento en el ramo hotelero, en el turístico, en el de la política turística de los estados, para poder desarrollarse satisfactoriamente”, dijo.

Pero sólo tuvieron que pasar poco más de un par de semanas para develar el misterio: al mediodía del pasado 16 de junio, la Secretaría de Turismo informó que no había elegido sino elegida: Lourdes Berho sería la nueva titular del CPTM a partir del primero de julio.

El contacto que Berho ha tenido con el mundo del turismo se remite a que fue directora general de la revista especializada en viajes Condé Nast para México y América Latina, “donde logró récord en rentabilidad de todas las publicaciones del grupo.

Así, la sorpresa fue doble, ya que nunca figuró entre los posibles candidatos de las especulaciones y, además, es mujer.

Si cuando inició el gobierno de Enrique Peña Nieto el nombramiento de Claudia Ruiz Massieu como Secretaria de Turismo no causó ninguna alegría entre los empresarios turísticos, lo contrario sucedió cuando llegó al relevo Enrique

de la Madrid Cordero --actual titular de Sectur--, básicamente porque provenía del sector financiero donde, como director del Banco Nacional de Comercio Exterior, tuvo contacto con muchos empresarios, a los que les proporcionó créditos para desarrollar proyectos hoteleros y de otra índole turística.

Desde esta perspectiva, quedó claro que la llegada de Berho al CPTM, si bien no fue protestada, sí tuvo un recibimiento un tanto frío por parte de la industria.

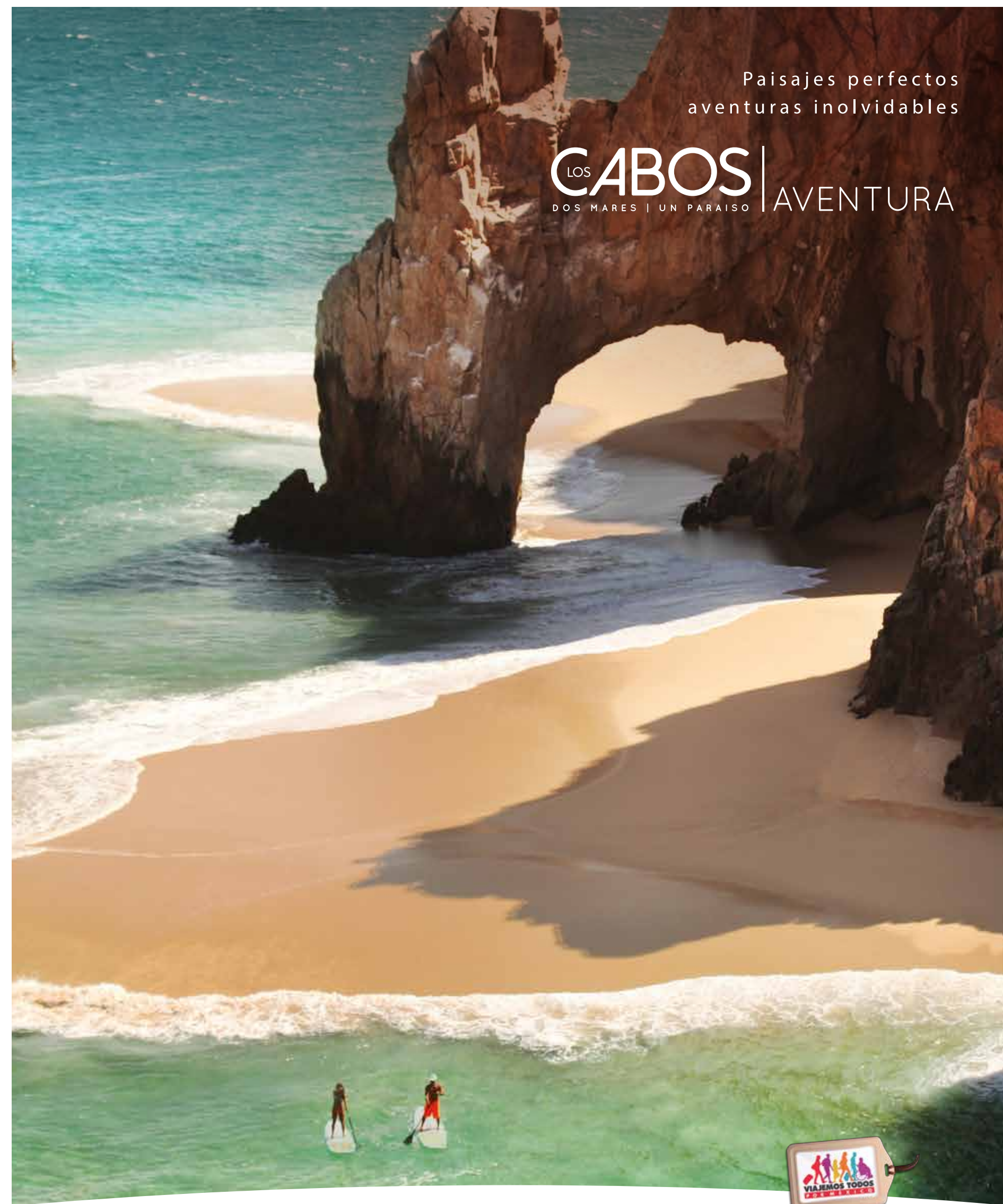
De su currículum, lo que más destacó la Secretaría de Turismo fue su doble licenciatura en Publicidad y en Administración por la Universidad de Pepperdine, de Malibu, California. “Tiene amplia y probada experiencia en alta dirección, turismo, marketing y comunicación, áreas en las que se ha desempeñado durante más de 25 años. De 2011 hasta antes de su nueva designación, fue fundadora y directora general de Alchemia in the Busi-

ness of Transformation”, subrayó la dependencia.

El contacto que Berho ha tenido con el mundo del turismo se remite a que fue directora general de la revista especializada en viajes Condé Nast para México y América Latina, “donde logró récord en rentabilidad de todas las publicaciones del grupo”; y a que alguna vez ocupó la Dirección de Promoción y Publicidad “de la entonces Subsecretaría de Promoción y Publicidad” de Sectur, la cual existía hasta antes de la creación del propio CPTM, en 1999.

Platiqué al respecto con varios personajes relevantes en la industria turística nacional y, aunque ninguno se mostró muy emocionado con el nombramiento de Lourdes Berho, todos coincidieron en que se trata de una ejecutiva de alto nivel que puede dar resultados y quien, por lo menos, merece recibir todo su apoyo y, ¿por qué no?, el beneficio de la duda.

armentaturismomexico.com



Paisajes perfectos
aventuras inolvidables

LOS CABOS | AVENTURA
DOS MARES | UN PARAÍSO



WWW.VISITLOSCABOS.TRAVEL

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



las más prestigiosas firmas de servicios profesionales en el mundo, el mercado de la realidad virtual (VR) alcanzará este año, por primera vez, el billón de dólares, 700 millones en venta de *hardware* y el resto en contenidos.

Superdata, prestigiosa empresa de estudios de mercados digitales, estima que para finales de este año, diez millones de usuarios tendrán un casco de realidad virtual en sus casas. Una fuerte competencia entre Oculus Rift, Project Morpheus, Samsung Gear VR y HTC Vive, marcará el rumbo.

Para el sector turístico, la realidad virtual también traerá cambios. Sin duda hay quien preferiría hacer un recorrido en una tirolesa, en el fondo del mar o en alguna otra situación extrema a través de estos extraordinarios dispositivos, o quien no cuenta con los recursos o tiempo necesarios para visitar los museos de Europa, por lo que ya hay quienes hablan de turismo virtual. Seguramente, también se posicionará como un extraordinario elemento de mercadotecnia para dar a conocer un destino.

Si esto despierta curiosidad, te sugerimos instalar en un *Smartphone* la App With in, que ofrece una gran variedad de contenidos de realidad virtual. También puedes construir unas gafas de cartón siguiendo las instrucciones que ofrece el sitio para desarrolladores Google VR <https://goo.gl/krRpxw>. Esto es útil como un primer contacto con la realidad virtual, antes de comprar un dispositivo sofisticado.

Podemos reflexionar un poco sobre la realidad virtual a través de la lectura de “La invención de Morel”, un clásico de la literatura fantástica escrito por Adolfo Bioy Casares en 1940 y a quién Borges calificó como perfecta. La novela anticipa el problema del ser en un mundo altamente tecnificado, donde las categorías de verdad y realidad se reformulan y confunden. Lo real es producido a partir de situaciones aisladas, de matices y de recuerdos y a partir de ahí puede ser reproducido un número indefinido de veces. Pero esto no va a cambiar el rumbo de una nueva tecnología que debemos entender, disfrutar y usar con responsabilidad.

En palabras de Zuckerberg, se trata de una nueva plataforma de comunicación, en donde realmente se siente que estás en otro lugar con otras personas.

Las aplicaciones son ampliamente prometedoras, desde utilizar la realidad virtual para el tratamiento de fobias, hasta concientizar al mundo de los estragos de la guerra mediante recorridos virtuales de zonas devastadas, o ayudar a tomar decisiones respecto a cosas que aún no existen.

De acuerdo con un estudio sobre predicciones de tecnología, medios de comunicación y telecomunicaciones, presentado por Deloitte, una de

la más prestigiosas firmas de servicios profesionales en el mundo, el mercado de la realidad virtual (VR) alcanzará este año, por primera vez, el billón de dólares, 700 millones en venta de *hardware* y el resto en contenidos.

Es interesante recordar a uno de los grandes escritores de ciencia ficción: Arthur Clarke, autor de obras tan famosas como “2001: Una odisea en el espacio”, con una gran capacidad de anticipar el futuro. Decía que “la única manera de descubrir los límites de lo posible es aventurarse hacia lo imposible” y que “cualquier tecnología lo suficientemente avanzada es indistinguible de la magia”.

Ultimate Display”. En las últimas décadas, la aplicación de la realidad virtual se centró en el terreno del entretenimiento y los videojuegos, así como en el entrenamiento militar o las simulaciones de vuelo.

En 1995, Nintendo presentó la primera consola de realidad virtual, llamada Virtual Boy, con gráficos 3D. Sin embargo, resultó un fracaso, pues la calidad de las imágenes y el peso del dispositivo producían dolor de cabeza y no ofrecían una sensación real.

Hubo un estancamiento en el mundo de la realidad virtual, probablemente porque no se ha-

ARTURO VELÁSQUEZ

La RAE define la realidad virtual como la “representación de escenas o imágenes de objetos producida por un sistema informático, que da la sensación de su existencia real”. El propósito es ofrecer al usuario la sensación de estar dentro de la escena y poder manipular los objetos. El entorno usualmente es contemplado a través de dispositivos como anteojos o cascos y puede interactuarse con él a través de guantes o trajes especiales que buscan generar diversos estímulos que amplifiquen la sensación de realidad.

Hay historiadores de la ciencia que sitúan el surgimiento de la realidad virtual en 1838, con el invento del estereoscopio, una especie de anteojos que, a través de dos fotografías distintas, logran crear un mundo tridimensional en el interior del cerebro o, dicho de otra forma, la sensación de profundidad.

En 1965, Ivan Sutherland describe el concepto de realidad virtual en un artículo titulado “The

REALIDAD VIRTUAL

Lanzan Quiubo, agencia de viajes *on line*

Esta OTA fue desarrollada por mexicanos y está dirigida al segmento de viajeros *Millennials*, quienes en la actualidad son un nicho que está creciendo a nivel mundial.

BEDILIA BRIZUELA

El lanzamiento de Quiubo, agencia de viajes *on line* (OTA), tiene la particularidad de estar dirigida al mercado de los *Millennials*, es la generación que busca rapidez y seguridad a la hora de hacer sus compras, dijo Luis Priego, presidente del consejo directivo de Quiubo Viajes.

La página ya está funcionando después de tres meses en etapa BETA, en la

que se trabajó en el diseño, uso y necesidades de los viajeros de este segmento, quienes se ubican entre los 24 y 35 años de edad.

Entre las particularidades del portal destaca la opción de fondeo, en la que es posible ayudar a ciertos proyectos de viajes que, por diferentes razones, las personas no han podido hacer realidad la travesía que tanto desean, como pagar su luna de miel o el viaje de graduación.

De esta forma, el modelo QuiuboFoundMe es una



plataforma de *crowdfunding* que permite subir, sin costo alguno, el proyecto de viaje requerido y así in-

vitir a sus seres queridos o amigos a apoyarlo de manera económica. “En el mar de OTAS que existe,

este es nuestro gran diferenciador y que consideramos puede generar un plus a nuestros clientes”, señaló Priego.

Asimismo, comentó que la palabra “Quiubo” es muy usada en países latinoamericanos y por ello atrae a viajeros de esa región; derivado de esto, en los próximos tres meses la página será lanzada con tarifas en dólares, porque a ellos no siempre les resulta fácil hacer un presupuesto en pesos mexicanos. Uno de los mercados en los que

más se interesa la agencia es el colombiano.

Otra de las particularidades es que ofrecen llamadas gratis desde cualquier punto del mundo, ya sea por ocio o ante cualquier eventualidad presentada, como un cambio de planes por enfermedad, hasta cambios en la travesía por mal tiempo. Para ello es necesario contar con la aplicación en donde se coloca un código que permite llamadas de 45 minutos a números locales y hasta quince minutos a celular.

Internet de calidad, factor relevante para elegir un hotel

MARGARITA SOLIS

Los dispositivos móviles se han vuelto indispensables al salir de vacaciones o realizar un viaje de negocios, por lo que el usuario requiere que el hotel donde se hospedará tenga una conexión de internet que le permita mantenerse comunicado, dijo Mónica Moreno, gerente de Marketing, Comunicación Corporativa y Posventa de ho1a.

De acuerdo con Mario Bazail, gerente de Desarrollo de Negocios para Soluciones Verticales de ho1a, la calidad en el servicio de internet es parte de los diferenciadores entre los hoteles, y se ha vuelto un elemento que ya se mide a nivel internacional, es decir que los viajeros de cualquier parte del mundo ya necesitan internet durante su estancia.

Actualmente, un huésped en promedio viaja con dos y hasta cuatro dispositivos móviles, eso demanda mayor respuesta en infraestructura, tanto de seguridad como de internet.

De acuerdo con una encuesta de la propia empresa, para 67% de los huéspedes de un hotel el *Wifi* gratuito es la se-

gunda razón por la cual lo escogieron.

“Después de elegir a dónde va a ir y de ver que es el mejor hotel que le acomoda, el internet gratuito y de buena calidad va a ser su siguiente hecho relevante para tomar la decisión de dónde se hospedará, porque tenemos un usuario que quiere estar bien conectado desde cualquier sitio”, comentó Bazail.

Ante esta necesidad, ho1a desarrolló una solución tecnológica denominada Hotel Inteligente, la cual responde a lo que se espera para los siguientes años: “el gasto promedio de un huésped disminuirá”, por lo que el hotel deberá apalancarse del uso de las tecnologías de la información para que ese gasto se incremente.

“Esta solución responde a lo que sucederá en el corto plazo. En el sector hotelero el promedio de lo que gastará un huésped bajará de un 30% a 35%”, detalló Moreno.



Los viajeros llevan consigo de dos a cuatro dispositivos móviles, sea por razones de trabajo o descanso.



Nombramientos en Silversea Cruises



Christian Sierralta.



Sylvia St. Lawrence.

Christian Sierralta recientemente se unió a Silversea Cruises como vicepresidente de Cuentas Nacionales y Ventas en Latinoamérica. Se encargará de hacer avanzar la organización de manera estratégica, además de aumentar el crecimiento de la cartera de cuentas nacional dentro de Estados Unidos, Canadá, México y América Latina, así como dirigir las iniciativas de mercadotecnia y ventas.

Su misión será fortalecer y ampliar las alianzas clave y el rendimiento de los ingresos para la naviera.

Sierralta fue director Regional de Ventas de Silversea Cruises para México, América Latina y el Caribe durante seis años, y ahora Sylvia St. Lawrence cumplirá con esta función desde su oficina en Miami.

Será responsable del desarrollo de estrategias y operaciones de ventas para ampliar más la presencia de Silversea en México y América Latina, además del fortalecimiento de las relaciones con los socios de ventas de la compañía en toda la región.

Chef Daniel Nates y su propuesta gastronómica

Para reafirmar su compromiso en el sector gastronómico mundial, S. Pellegrino apoyó a Daniel Nates para que realizara, por primera vez en la Ciudad de México, una cena basada en ingredientes autóctonos, en conjunto con el equipo de su restaurante pop up Maízal.

El joven chef es representante para Latinoamérica en el concurso S. Pellegrino Young Chef 2016.

Es una competencia que la marca de agua mineral creó para convocar a los chefs menores de 30 años a nivel mundial y así encontrar al Mejor Chef Joven del Mundo.

Durante la cena Nantes presentó un menú de cinco tiempos donde lo principal fue su platillo insignia: “Quil-tamal”, que lo hiciera acreedor del título de Young Chef de Latinoamérica.

CPTM con nueva directora

Lourdes Berho ahora está al frente del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), sustituye a Rodolfo López Negrete, quien permaneció en el cargo por seis años.

Fue por instrucciones del Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, que Enrique de la Madrid, secretario de Turismo, la nombró directora general el pasado 16 de junio.

Berho cuenta con licenciaturas en Publicidad y en Administración por la Universidad Pepperdine de Malibú, en California, Estados Unidos. Su experiencia es en materia de alta dirección, turismo, marketing y comunicación, áreas en las que se ha desempeñado por más de 25 años. Tiene certificados académicos sobre Desarrollo Sustentable, Finanzas y Marketing Digital.

Fundó Alchemia in the Business of Transformation, de la cual fue directora general desde mayo de 2011 hasta antes de su nuevo nombramiento.

También fue vicepresidenta de Comercialización de Grupo Banamex – Citi, ocupó la dirección general

Iván Morán, presidente de Emprhotur

Durante la asamblea de la Asociación de Empresas Hoteleras y Turísticas de La Paz (Emprhotur) se presentó a Iván Morán Tirado como el nuevo presidente del Consejo Directivo, reemplazará Eduardo Herrera Velázquez.

El objetivo principal es el de mantener una participación activa en la sociedad de Baja California Sur en beneficio de los socios que integran la Asociación, el destino de La Paz y de sus habitantes en conjunto.

La asamblea de Emprhotur se llevó a cabo en el nuevo buque Baja Star, un navío tipo Ro Pax con capacidad para 700 pasajeros. El enfoque principal de esta embarcación es el servicio turístico.

Otros miembros de la nueva Mesa Directiva son: Eduardo Herrera Velázquez, Francisco Hernández Salcedo y Luis Fernando Garduño Hernández, vicepresidentes de Administración, Mercadotecnia y Operaciones, respectivamente.



Lourdes Berho y Enrique de la Madrid.

para México y América Latina de Condé Nast y de Publicitas Promotion Network.

De la Madrid reconoció el trabajo de López Negrete al frente del CPTM y agradeció sus valiosas aportaciones para el posicionamiento de la marca país en el mundo.



Star Alliance cambió Dirección Ejecutiva

Jeffrey Goh fue nombrado nuevo director ejecutivo de Star Alliance; tomará el cargo a partir del 1 de enero de 2017 y será

el sucesor de Mark Schwab.

Goh encabezará Star Alliance Services GmbH, la organización que coordina las actividades de la alianza de aerolíneas más grande y con más experiencia a nivel mundial.

Schwab dirigió Star Alliance por más de una década, sumó nuevas aerolíneas de los mercados estratégicos e importantes alrededor del mundo. Ahora atienden a 600 millones de pasajeros al año.

“Con Jeffrey hemos elegido a un profesional de reconocida experiencia en la aviación, respetado por nuestras aerolíneas miembro, y que será capaz de liderar a nuestra organización a través de la dinámica que generará el ambiente global altamente competitivo de la aviación en los próximos años”, dijo Calin Rovinescu, presidente de la Junta Directiva de Star Alliance.

Grupo Meliá celebró 60 años



Meliá Hotels International cumplió 60 años. Para celebrarlo, Gabriel Escarrer Juliá, presidente y fundador del Grupo, se reunió con accionistas para ofrecer su visión del pasado, el presente y el futuro de la compañía. En este evento recordó que también cumplieron 20 años de la salida a la Bolsa de Valores.

En 2015, incorporaron 25 nuevos hoteles y en 2016 abrirán otros 24.

También recordó la apuesta de Meliá en Cuba, donde él firmó el primer hotel internacional en gestión en 1990 y hoy mantiene una importante presencia y liderazgo, en colaboración con sus socios de la isla.

En 2015, por su enfoque estratégico, sus ingresos globales crecieron 16%, superaron los dos mil 900 millones de euros.

SERVICIO

Canadá anuncia eliminación de visa a mexicanos

Las autoridades de cada país trabajan en los detalles finales para asegurar que este proceso sea exitoso.

MARGARITA SOLIS
Y BEDILIA BRIZUELA

A partir del primer día de diciembre de 2016, los mexicanos que visiten Canadá no necesitarán visa, documento que a la fecha se requiere para ingresar a aquel país. Esta medida se ha aplicado por siete años y fue impuesta en julio de 2009.

La eliminación de la visa aplicará para los mexicanos que viajen a Canadá como turistas; los interesados en trabajar o estudiar en el país norteamericano tendrán que solicitarla antes de su llegada y será su permiso para realizar esas actividades.

Otra medida que se mantiene y aplica para todos los viajeros aéreos mexicanos, incluyendo los de tránsito o conexión, es la Autorización Electrónica de Viaje (eTA, por sus siglas en inglés), que tiene un costo de siete dólares canadienses, explicó Michel Gagné, coordinador del Servicio de las Américas de la dirección de Promoción y Mercadotecnia del Ministerio de Turismo de Canadá.

Es importante destacar que la visa continuará siendo obligatoria para los mexicanos hasta el próximo 30 de noviembre; la solicitud se hace de manera electrónica, a través del Ministerio de Inmigración, Refugiados y Ciudadanía de Canadá, o se pueden utilizar los servicios de los Centros de Solicitud de Visa en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey.

Con la visa se ofrece una estancia de seis meses a partir del día en que el viajero ingresa a Canadá. El Oficial de Servicios Fronterizos puede autorizar una estancia menor a ese periodo, por lo que se indicará en el pasaporte la fecha en la que deberá salir del país el visitante.

Las autoridades canadienses y mexicanas se mantienen traba-



La eTA es un trámite sencillo y de bajo costo, siete dólares canadienses; se realiza a través de internet. Está vinculada electrónicamente al pasaporte y es válida por cinco años o hasta que expire el pasaporte, lo que ocurra primero. Sólo los ciudadanos de Estados Unidos no la necesitan para viajar o transitar vía área por Canadá.

jando en los detalles finales para asegurar que la eliminación de la visa sea exitosa. Lo que llevará a ambos gobiernos a incrementar la colaboración y la cooperación en materia migratoria, con lo que prevén se reducirá el número de solicitudes de asilo y de migración irregular.

NEGOCIACIÓN

De acuerdo a información obtenida entre personas cercanas a la negociación, uno de los temas que deberá ser resuelto de aquí a diciembre es la seguridad en la emisión de los pasaportes mexicanos.

Las autoridades canadienses, de acuerdo a esta versión, tienen evidencia de que algunos ciuda-

danos de Centroamérica han utilizado pasaportes mexicanos para entrar a Canadá.

Adicionalmente, se están haciendo ajustes al eTA que deberá estar funcionando plenamente de aquí a finales de septiembre de este año.

Dentro del gobierno de Canadá hay autoridades que mantienen una posición crítica hacia México, debido al abuso en que incurrieron algunos de sus ciudadanos para quedarse en ese país tratando de manipular su legislación migratoria.

Aunque no está en entredicho el inicio de la medida, las fuentes consultadas dijeron que los resultados serán revisados y, si

se descubren otra vez problemas, en el futuro se podría imponer nuevamente la visa.

EXPECTATIVA

En julio de 2009, el gobierno canadiense impuso a los viajeros mexicanos el visado, a pesar de haber alcanzado durante 2008 la cifra de 275 mil turistas mexicanos en Canadá; a la fecha esa cifra no se ha logrado igualar.

De acuerdo con Gagné, para el cierre de 2016 se proyecta alcanzar el número de 200 mil mexicanos viajando a Canadá; aunque reconoció que aún no se tiene el impacto de la eliminación de la visa, ya recuperaron un poco más de 50% de los viajeros mexicanos.

El funcionario expresó que el choque fue brutal, sin embargo, seis años más tarde, la progresión del número de turistas mexicanos desde el 2010 continúa favorablemente. Durante 2015 hubo una movilidad de 185 mil mexicanos viajando al destino y en 2014 fueron 170 mil, 14% más que en 2013.

Esas cifras contrastan con los casi dos millones de canadienses que viajaron a México en 2015.

El turismo recreativo fue el más severamente dañado que el conjunto de las categorías de viajeros y, todavía más, el turismo de grupos.

“Eliminar la visa dará acceso a una clientela mucho más importante de mexicanos que pueden viajar a Canadá sin tener que preparar su viaje con mucha anticipación”, comentó Gagné.

QUÉ PREFIERE EL MEXICANO

Una mayoría de turistas mexicanos realiza el circuito tradicional de Niágara, Toronto, Montreal y Quebec. El interés más grande es el turismo urbano y aunque no van a Canadá específicamente para hacer compras, siempre se muestran interesados por llevar algún producto local.

La gastronomía y el turismo religioso también se muestran en los gustos del mercado, así como los variados festivales que se encuentran en cada ciudad.

En invierno los mexicanos gustan de las atracciones con nieve, como los viajes de trineo tirado por perros, el uso de la moto nieve, los spas nórdicos y el hotel de hielo.

“Una gran sorpresa para los mexicanos es descubrir que son bienvenidos a Quebec y que hasta su lengua no es totalmente desconocida. A menudo encontrarán a muchos hispanohablantes que habitan la zona o quebequeses que conocen los rudimentos del español”, añadió Gagné.

THE **amRESORTS**® COLLECTION



ESTE VERANO ¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

CON
Endless Privileges®, **Unlimited-Luxury®**
Unlimited Fun®



De JULIO 09 a AGOSTO 20, 2016

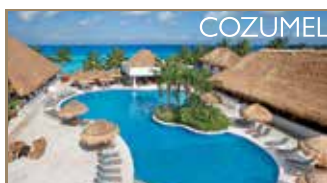
Habitaciones de lujo • Todos los alimentos en restaurantes de especialidades con servicio a la carta • Bebidas premium ilimitadas • Minibar reabastecido diariamente • Servicio a cuartos las 24 horas
Shows y entretenimiento • Programa de cenas Sip, Savor & See • Unlimited Connectivity • Impuestos y propinas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

PRECIOS DESDE



CANCUN

DREAMS SANDS CANCUN \$ 2,820
SECRETS THE VINE CANCUN \$ 4,055



COZUMEL

SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$ 1,899
SECRETS AURA COZUMEL \$ 2,165



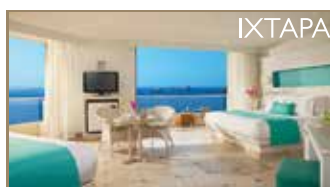
HUATULCO

DREAMS HUATULCO⁽⁴⁾ \$ 2,199
SECRETS HUATULCO⁽⁴⁾ \$ 2,260



ISLA MUJERES

ZOÉTRY VILLA ROLANDI
ISLA MUJERES⁽⁵⁾ \$ 3,652



IXTAPA

SUNSCAPE DORADO PACÍFICO \$ 1,849
IXTAPA⁽⁶⁾



LOSCABOS/CABOSANLUCAS

DREAMS LOS CABOS \$ 3,629
BREATHLESS CABO SAN LUCAS⁽⁷⁾ \$ 2,175
SECRETS PUERTO LOS CABOS \$ 2,665



NUEVO VALLARTA

DREAMS VILLAMAGNA
NUEVO VALLARTA \$ 2,500



PLAYA MUJERES

SECRETS PLAYA MUJERES \$ 2,449



PUERTO VALLARTA

SUNSCAPE PUERTO VALLARTA⁽⁷⁾ \$ 1,649
NOW AMBER PUERTO VALLARTA⁽⁸⁾ \$ 2,885
SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$ 2,865



RIVIERA CANCUN / RIVIERA MAYA

NOW JADE RIVIERA CANCUN \$ 2,525
NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN⁽²⁾ \$ 2,539
DREAMS TULUM⁽¹⁾ \$ 2,765
DREAMS RIVIERA CANCUN \$ 3,055
DREAMS PUERTO AVENTURAS \$ 3,079

BREATHLESS RIVIERA CANCUN^(*) \$ 3,309
SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN \$ 2,709
SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN \$ 2,739
SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$ 3,245
SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN⁽¹⁾ \$ 4,200
ZOÉTRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA⁽¹⁾⁽³⁾ \$ 3,959

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. (*) Promoción "Niños Gratis" aplica sólo en hoteles participantes, lo cual debe consultarse al momento de reservar. Máximo dos menores de 12 años en la habitación de sus padres. No aplica en puentes ni días festivos. 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 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. (4) Desde el 16 de julio, 2016. (5) Del 14 al 26 de julio, 2016. (6) Del 09 al 19 de julio, 2016. (7) Del 15 al 30 de julio, 2016. (8) 9-16 y 20-31 de julio, 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.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 • 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