



Regresan los vuelos comerciales al aeropuerto de Cuernavaca



Beneficio

■ Con más días de descanso en Semana Santa, habrá mayor derrama económica. →2



Futuro

■ Generación Z cambia el comportamiento de compra en servicios turísticos. →3



Moderado

■ Crecimiento de 19% para 2018 en flujode viajeros: CPTM. →10



Semana Santa generará 24 mil mdp

El flujo de paseantes hacia los destinos nacionales se incrementará debido a un día más de asueto a los tradicionales jueves y viernes santos; hay altas probabilidades de que muchas personas se tomen martes y miércoles de la Semana Mayor.

POR: MARGARITA SOLÍS PEÑA

El periodo vacacional de las semanas Santa y Pascua se verá beneficiado del Fin de Semana Largo previo, ante ello se prevé que por todo el territorio nacional se desplazarán 14 millones 530 mil viajeros, dejando una derrama económica de 24 mil 597 millones de pesos.

De acuerdo con un análisis de la Federación Mexicana de Asociaciones Turísticas (Fematur), el comportamiento del flujo de este sector será superior al que se dio en igual lapso de 2015, en virtud de que abarcará el Fin de Semana Largo correspondiente al 21 de marzo.

Del 24 de marzo al 3 de abril, se estima que los viajeros nacionales, clasificados entre turistas y excursionistas, serán diez millones 914 mil visitantes y tres millones 616 mil serán extranjeros.

De acuerdo con los criterios de la Secretaría de Turismo en sus estadísticas de Datatur, se espera para este año que dos millones 895 mil turistas nacionales se alojen en establecimientos de hospedaje; cuatro millones 581 mil utilicen otra forma como en casa de familiares y amigos, y tres millones 438 mil personas se desplazarán el mismo día, estos son los excursionistas.

La derrama que se espera de ellos será de más de nueve mil 955 millones de pesos.

En tanto que los tres millones 616 mil turistas extranjeros, clasificados entre internacionales y excursionistas, dejarán una derrama de 14 mil 641 millones de pesos, en total, con viajeros nacionales y extranjeros, el país captará 24 mil 597 millones de pesos.

En este periodo el turismo egresivo será de 875 mil viajeros y en total gastarán 5 mil 909 millones de pesos.



IMPACTO

En su análisis, la federación destacó que el costo del hospedaje se incrementó 4.9% en el último año, en tanto que el rubro de alimentos y bebidas aumentó 5.5%, y los precios del transporte aéreo y terrestre se elevaron 8.2 por ciento.

la vida en los meses que preceden a estos periodos, y se tiene conocimiento de que entre enero de 2015 y enero de 2016 la inflación acumulada fue de 3.03 por ciento”, dijo Jorge Hernández, presidente de Fematur.

COTIZACIÓN DEL DÓLAR

Explicó que la pérdida de valor del peso frente al dólar pone en riesgo el gasto en viajes de mexicanos al extranjero. En 2015, la paridad vigente era de 14.96 pesos por dólar y para este 2016 rebasa los 18 pesos.

“Las condiciones económicas no afectarán en gran medida la actividad turística nacional; sin embargo, para aquellos que piensan viajar al extranjero, el incremento del tipo de cambio tal vez sí condicione la decisión de viaje, pero para el caso de los extranjeros, los destinos se tornarán más atractivos debido al aumento del valor del dólar”, aseguró.

Más del 50% de anfitriones de Airbnb son mujeres

REDACCIÓN

El portal Airbnb dio a conocer que 55% de su comunidad de anfitriones global son mujeres.

En México, las mujeres anfitrionas representan el 51%, de las cuales 50% decidieron unirse a Airbnb para recibir un ingreso extra. Los motivos son diversos, como apoyo para mandar a sus hijos a la escuela, hasta perseguir sus metas personales, dándoles la oportunidad

Su comunidad femenil es creciente y los motivos son diversos: generar ingresos para la educación de los hijos o para tener un estilo de vida independiente.

de tener un estilo de vida independiente.

Son varias las razones por las cuales decidieron las mujeres mexicanas abrir las puertas de sus hogares a los viajeros; el 50% de ellas lo hace por percibir un ingreso adicional, el

27% tenía un espacio extra que compartir, a 7% le gustó ser viajera de Airbnb y decidió convertirse en anfitriona y el 6% quería conocer personas de todas partes del mundo. El 10% restante están dentro del rubro de “otros motivos”.



Sobre el interés de la mujer al viajar, la empresa detectó que les gusta viajar solas y lo hace el 45% de ellas. El 53% de las mujeres que viajaron solas en 2015 fueron a destinos internacionales; asimismo,

México es el quinto destino más frecuentado por mujeres viajando solas, en comparación a los hombres.

APOYO

Airbnb informó que se asoció con el Fondo Mundial para la Mujer, para apoyar los viajes de mujeres líderes y activistas para que asistan a cursos de formación en todo el mundo.

También se asociaron con Vital Voices, una organización que permite a las mujeres líderes generar prosperidad en comunidades de muchos países.

El futuro del turismo

Después de los cambios que la generación “del milenio” trajo a la industria turística, ahora son los jóvenes nacidos a mediados de los años 90 quienes ponen las reglas.



por sus siglas en inglés), hazlo tú mismo por su traducción, y buscan obtener éxito personal más allá de sobresalir ante los demás.

Para esta generación es importante observar contenidos llamativos con imágenes que muestren la realidad de los destinos a visitar, pues basta con ocho segundos para determinar si una página o aplicación es atractiva o no.

CAMBIOS EN LA INDUSTRIA

Si bien los millennials marcaron los principales cambios en el sector turismo, el directivo comentó que se ha vuelto importante mejorar los servicios turísticos adaptados a estos nuevos perfiles.

“Debemos estar preparados para la llegada de esta generación a la fuerza laboral; sin embargo, en la industria del turismo la Generación Z ya ha comenzado a hacer viajes por su propia cuenta. Estar un paso adelante es la opción”, dijo.

Uno de los principales cambios tiene que ver con el self service, ya que esa generación se caracteriza por la falta de paciencia y desean las cosas al instante, prefieren el check-in on line o en kioscos virtuales, además, de esta manera saben que no hay errores en sus reservaciones.

Debido a su capacidad autodidacta, la Generación Z investiga mucho antes de decidir cuál será su destino, las críticas de los usuarios tienen un gran impacto en su decisión final. Además, al estar mayormente familiarizados con la tecnología son quienes realizan las reservas del resto de sus familias.

“Puede que la Generación X no confíe en sitios web como el nuestro y por eso no tenga la confianza de realizar compras on line, pero sí confían en sus hijos y, finalmente, ellos son quienes hacen los pagos, esto nos da una visión hacia dónde se mueve el mercado, pues las compras en línea para esta generación ya no va a representar ningún problema”, finalizó.

POR: NALLELY CAMPOS

Hasta hace algunos años, la industria del turismo generaba estrategias de marketing que llamaran la atención de los millennials: adultos nacidos entre 1981 y 1995, vistos como la futura generación de consumidores cuyas características requerían de ciertos cambios en la industria antes de que éstos formaran parte de la nueva fuerza laboral.

Tras su aparición tuvieron que darse cambios en el mercado, como la generación de contenidos web que se puedan visualizar en dispositivos móviles, facilitación de pagos de servicios de forma electrónica y contenidos 3.0. Es importante considerar que más del 80% de la población que representa a esta generación, con-

aún no tienen decisión de compra ni poder adquisitivo, “son quienes se encargan de realizar reservaciones electrónicas para su familia”, señaló en entrevista Francisco Ceballos, director general de Despegar.com.

Esta generación representa el 25.9% de la población mundial, son conscientes de que viven en un mundo globalizado y utilizan redes sociales más privadas, donde no se guardan sus datos, tal es el caso de Snapchat, que consiste en envío de mensajes, imágenes y videos, los cuales después de entre uno y 10 segundos desaparecen por completo de la red.

CARACTERÍSTICAS

Para esta generación ya no son novedad los servicios turísticos de bajo costo, las reservas on-



Escanea y suscríbete, ¡es gratis!

DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 80, Marzo 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: 015535344643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Goutiño. • 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 febrero 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.

La presencia de Francia en México en pro del turismo

Se expusieron temas para impulsar al sector, como la construcción del NAICM y la emisión de visas para jóvenes estudiantes.

POR: DIEGO CASTILLO

Turismo, economía y comercio son los temas que México y Francia trabajarán a través de sus diferentes funcionarios, uno en particular es el proyecto que facilitará la residencia temporal de jóvenes mexicanos en la nación europea.

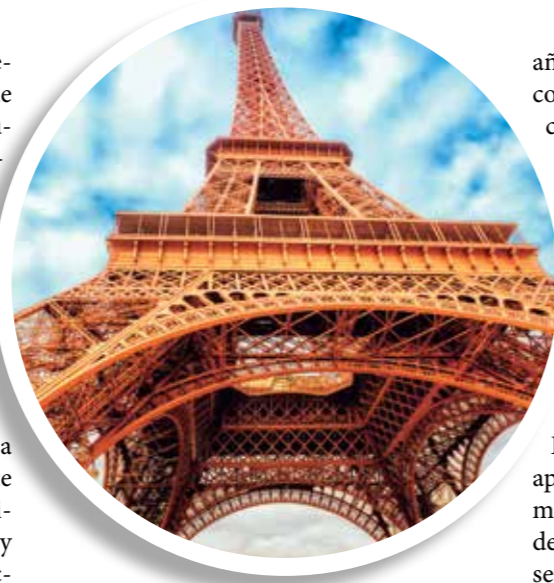
Con la visita de Matthias Fekl, secretario de Comercio Exterior, Promoción Turística y franceses en el extranjero, todos los temas antes mencionados fueron puestos sobre la mesa. En la reunión que encabezó el diplomático francés, también estuvieron presentes los secretarios de Turismo y de Relaciones Exteriores, Enrique de la Madrid y Claudia Ruiz Massieu, respectivamente.

En visita de tres días se expuso que con el arribo del avión A380 de Air France, se abre paso a nuevos aspectos turísticos, por lo que destacó la impor-

tancia de la construcción del Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM). Recordó que la Ciudad de México fue la primera de Latinoamérica en contar con la presencia de esta aeronave.

Asimismo, celebraron la próxima organización del Coloquio Franco-Mexicano sobre Turismo y Gastronomía que se desarrollará los días 4, 5 y 6 de mayo en la Universidad del Caribe, en Cancún.

El ministro francés, junto con De la Madrid; Philippe Faure, copresidente del Consejo Estratégico Franco-Mexicano y presidente de Atout France; y con Frédéric Gagey, presidente y director general de Air France, dieron a conocer aspectos del lanzamiento de una campaña en México sobre el tema de los itinerarios turísticos en Francia en asociación con la ciudad de París y las regiones de Aquitania y Borgoña, esto será con la participación de la línea aérea francesa.



En su oportunidad, Fekl hizo mención acerca de un acuerdo que está próximo a firmarse en favor de los mexicanos que residen de manera temporal en Francia, será sobre las llamadas visas "vacaciones-trabajo", se enfocan en los jóvenes que cuenten con una estancia no mayor a un

año, con ello tendrán derecho a trabajar con la finalidad de financiar su estancia y contar con una mejor calidad de vida en el país europeo.

Por su parte, De la Madrid se congratuló por la relación que sostienen México y Francia; además dejó en claro que el turismo es una forma en que ambos países pueden unirse y aprender de manera recíproca.

ARTE Y CULTURA INTERNACIONAL

En materia cultural, cada país hará su aportación como la exposición de arte mexicano en el Siglo XX en Grand Palais de París, a partir del 5 de octubre del presente año y permanecerá hasta el 23 de enero de 2017; por su parte, Francia será el invitado de honor en el Festival Internacional Cervantino a realizarse en 2017.

Con motivo de conocer sobre el tema del NAICM, Fekl se reunió con Yuriria Mascott, subsecretaria de Transportes, y con Federico Patiño, director general de Grupo Aeropuerto de la Ciudad de México.

Nuevo Año Dual, México y Alemania lo celebran

Ambas naciones fortalecerán sus vínculos culturales y económicos a través de un programa preparado específicamente para ello.

POR: BEDILIA BRIZUELA

México y Alemania celebran el Año Dual 2016-2017, con el objetivo de enfatizar los lazos entre ambas naciones. Se realizarán más de cien proyectos en los temas de ciencia, innovación, tecnología, cultura, educación y economía.

El lema "Alianza para el futuro" define el programa que ya está trazado, aunque podrán hacerse ajustes en el transcurso de 2017.

"Un Año Dual es un instrumento muy importante que hemos desarrollado en los últimos 10 años con algunos socios estratégicos que tenemos en el mundo, como China, India, Brasil; es una oportunidad de presentar las facetas que ofrecemos a las naciones", afirmó Viktor Elbling, embajador de Alemania en México.

Después de haberse realizado

en 2015 el Año Dual con Reino Unido, México iniciará en primavera el programa con Alemania y las actividades continuarán hasta mediados de 2017.

CIENCIA Y CULTURA

Sobre la importancia de los temas de innovación y tecnología en México, habrá una exposición denominada "Hecho en Alemania", a presentarse en el World Trade Center de México, con avances tecnológicos de empresas alemanas.

Junto a ésta, se exhibirá "El Túnel de la Ciencia" (Science Tunnel), que traerá el Instituto de Ciencia Max Planck y que ofrecerá un recorrido por los avances científicos de la humanidad. La muestra podría llegar a Guadalajara y Monterrey.

Se exhibirán trabajos de artistas y científicos que a lo largo de la historia generaron aportes e intercambios entre los dos países, destacan los nombres del naturalista Alexander von Humboldt;

el fotógrafo Guillermo Kahlo; el pintor, escultor y arquitecto Mathias Goeritz y el pintor y periodista Ernst Saemisch.

La muestra llegará a los museos de Arte Contemporáneo (MARCO) de Monterrey y el Museo Nacional de Arte (Munal) en la Ciudad de México. En San Luis Potosí se creará una residencia de danza.

En junio se realizará un concierto en el Palacio de Bellas Artes con una orquesta alemana, en coproducción con músicos mexicanos. Para el Festival Cervantino, en octubre, se preparan eventos, obras de teatro y música.

Dentro del Festival de Cine Alemán habrá un programa especial que incluirá retrospectivas de cineastas reconocidos como Wim Wenders, Rainer Werner Fassbinder y Werner Herzog. Este programa también se presentará en el Festival Internacional de Cine de Morelia.



Hotel Xixim, turismo sustentable

Este alojamiento ha logrado preservar la zona en la que se encuentra, trayendo consigo ventajas ambientales y turísticas a Celestún.

POR: NALLELY CAMPOS

Uno de los hoteles ecológicos más premiados en México es Xixim, construido con productos naturales propios de la región como piedras o bambúes, cuenta con 32 suites independientes.

El objetivo principal fue dejar el "entorno natural como se encontró, pero haciéndolo habitable y disfrutable sin improvisaciones, con conocimiento real en turismo sustentable", señaló en entrevista Verena Gerber, propietaria de este alojamiento.

Para lograr lo anterior se diseñaron tecnologías a favor del medio ambiente, con el objetivo de mantener el equilibrio ecológico, así el impacto negativo sería mínimo.

El área construida en Xixim representa sólo el dos por ciento del terreno que posee. Las suites



tienen vistas a las playas vírgenes, pero están situadas detrás de la segunda duna para no perjudicar la flora y la fauna.

ENTRE NATURALEZA

Para Gerber, la reserva de la biosfera Ría Celestún, en Yucatán, es el sitio perfecto para "escuchar el silencio, observar el entorno y sentirlo".

Por ello se ha trabajado en la construcción de senderos interpretativos con más de 40 especies de plantas identificadas, en reforestación de la palma de coco enano malayo y en excursiones al aire libre para conocer las bellezas naturales de los alrededores.

Celestún, o "espanto de piedra", es un pueblo costero de tradición maya, en el que conviven alrededor de 554 especies de fauna, 15 de ellas endémicas de México y dos de Yucatán; 55 mamíferos, algunos de ellos en peligro de extinción como el mono

araña, cinco especies de felinos y el oso hormiguero.

Hasta hace algunos años y por tratarse de una región pantanosa, Celestún permaneció casi despoblada, fue con el establecimiento de la hacienda salinera de Real de Salinas, cuando se pobló principalmente por la migración de pescadores que buscaban practicar la pesca y explotar la sal.

Además del flamenco rosado, en Celestún existen 333 especies de aves, de las cuales 177 son residentes, 142 migratorias y 14 presentan poblaciones de ambos tipos; algunas de las más famosas son: gallito de mar, gaviota y golondrina de mar.

Inspirado en una aldea maya, el hotel, enclavado en 25 hectáreas de duna costera, busca mantener vivo el área natural con el fin de que sea disfrutable por los viajeros, pero con el mayor respeto por el medio ambiente.

Ventajas turísticas de Ixtapa y Zihuatanejo

El binomio de playa del estado de Guerrero oferta más de siete mil cuartos de hotel, además de conectividad terrestre y aérea.

POR: NALLELY CAMPOS

Ixtapa y Zihuatanejo, poblados gemelos separados por tan sólo 6.5 kilómetros, actualmente se muestran como una buena opción para el segmento de negocios y convenciones pues, además de ofrecer conectividad aérea directa desde México, Estados Unidos y Canadá, cuentan con una oferta de siete mil 294 habitaciones en 237 hoteles y un centro de convenciones cuya dimensión es de dos mil metros cuadrados.

Según la Oficina de Visitantes y Convenciones de este binomio de playa, el proyecto turístico fue el primero financiado por el Banco Mundial, cuyo capital apoyó la construcción del aeropuerto internacional, así como algunas vialidades que conectan con el desarrollo, obras hidráulicas como la construcción de escolleras, un canal que une al mar con la



SOBRE IXTAPA-ZIHUATANEJO

- > Este desarrollo urbano turístico inició en 1972 con el financiamiento obtenido del Banco Mundial.
- > Oficialmente, las obras de urbanización y equipamiento se pusieron en marcha en 1974.
- > En 1976, se construyó el aeropuerto internacional localizado a 10 minutos de la ciudad.
- > Ese mismo año se construyó Palma Real, de 18 hoyos, diseñado por Robert Trent Jones Jr.

laguna de Ixtapa, y sistemas de drenaje y alcantarillado, los cuales incluyen plantas de tratamiento de agua.

Además, cuenta con campos de golf, restaurantes que ofrecen platillos tanto nacionales como internacionales, actividades de aventura, pesca deportiva y arte.

Su conectividad terrestre es a través de la autopista Siglo XXI que comunica con El Bajío; asimismo, la carretera federal 200 facilita la conexión con la capital del país.

AUMENTA PORCENTAJE DE OCUPACIÓN

Durante los últimos meses, ambos destinos alcanzaron una ocupación hotelera superior al 70 por ciento. De manera individual, Ixtapa obtuvo el 74.7% y Zihuatanejo 60%, respectivamente; mientras que Acapulco, el otro destino de sol y playa de Guerrero, registró 69.6 por ciento.

De forma general, la entidad tiene una ocupación hotelera del 68.8%, según datos de la Secretaría de Fomento Turístico (Sefotur).

Aunado a ello, a través de proyectos turísticos inmobiliarios, Ixtapa y Zihuatanejo se han colocado entre los destinos de playa preferidos por el visitante nacional, con una oferta importante de alojamiento de segunda casa, lo que se traduce en un mercado cautivo.

Busca Almundo.com alianzas con agencias de viaje

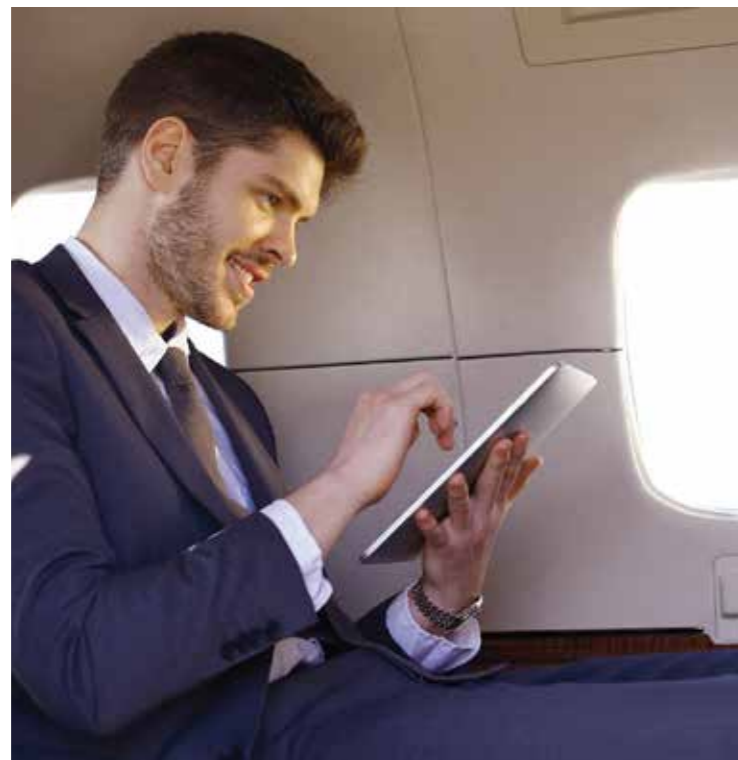
Creó herramientas para facilitar la tarea de cotizar, reservar y confirmar servicios.

POR: ALONSO GORDOA

Almundo.com, empresa especializada en asesoramiento turístico, presentó su canal de ventas B2B dedicado a la creación de productos y servicios que se adaptan a las necesidades y presupuestos de los viajeros mexicanos.

Elizabeth Lara, gerente de la Unidad de negocio Tour Operador de la empresa, señaló que crearán en México alianzas con agencias de viaje ofreciéndoles comisiones, productos y servicios a la medida, así como la experiencia necesaria para ayudarles a impulsar sus ventas.

Por su parte, Sylvia Esquivel, country manager, dijo: "llegamos a México para quedarnos y formar alianzas con las agen-



cias de viaje en nuestro país. Nuestro objetivo es que encuentren en Almundo.com todas las productos, servicios, herramientas y soporte necesarios para optimizar tiempo, procesos de venta y puedan ofrecer a sus clientes una gran experiencia de viaje".

Almundo.com, conocido anteriormente como TKT Más Operadora, puso al alcance de las agencias de viaje una plataforma tecnológica personalizable para facilitar la tarea de cotizar, reservar y confirmar en línea diversos servicios, de tal manera que los agentes puedan cerrar una venta en pocos pasos.

Las agencias podrán recibir capacitación sobre el uso de la plataforma y la información necesaria para que los clientes pue-



dan planear sus vacaciones vía telefónica.

Actualmente, da soporte y servicio a cerca de mil agencias de viaje en el país, ubicadas principalmente en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Mérida y Querétaro, entre otras.

La empresa ofrece más de 100 mil opciones de hoteles, además de excursiones y tours alrededor del mundo, así como tarifas aéreas y promociones en cruceros, circuitos terrestres, renta de autos y asistencia al viajero, entre otros.

Nuevo parque de diversiones en Cancún

Principales atracciones: los juegos mecánicos con vista al mar y actividades de deporte extremo.

Con una inversión de siete millones de dólares se transformó a Ventura Park, un centro de diversiones que cuenta con siete mundos con diferentes grupos de atracciones que van desde toboganes acuáticos, go-karts y montañas rusas, hasta tirolesa y bungee.

Guido Benassini, director de innovación y desarrollo del parque, señaló que el centro de entretenimiento tuvo su origen hace 18 años como Wet'n Wild de Cancún, y ahora renombrado Ventura Park se convierte en el noveno parque del grupo y la tercera marca en el estado de Quintana Roo, junto con Dolphinaris y Selvática.

"Lo que queremos es atraer mayormente al turismo internacional y, al mismo tiempo, ser un producto que los locales consideren como propio; con los nuevos atractivos esperamos una afluencia de 300 mil visitantes este año", precisó el directivo.



Comentó que con la importante inversión se transformó por completo el parque, de siete atracciones con las que contaba antes ahora tiene más de 30 distribuidas en casi ocho hectáreas, las cuales están divididas en secciones diferentes: Wet'n Wild, Aaah-Ventura, FunWorld, Grand Prix, UnderWorld, Dolphinaris y el club de playa Beach Oh!

Además de las atracciones acuáticas con las que contaba Wet'n Wild, se incluyó una montaña rusa, sillas voladoras con vista al Caribe, un bungee, tirolesas que cruzan el parque por aire, un carrusel, nado con delfines, restaurantes y un circuito de go-karts, también con vista al mar, entre otras.

Entre las novedades, destacan las que incorporan la más alta tecnología en juegos, como The Missionsin, un laberinto láser, además de Laser Tanks, que es el estreno de una nueva versión de



los tradicionales coches chocones con uso de láser-tag con la temática de Star Wars. Hasta ahora, es el segundo parque en América que tendrá este atractivo.

Otro diferenciador del parque es que los miércoles, jueves, viernes y sábados brindará a sus visitantes la opción de un horario de entretenimiento nocturno, con espectáculos de luz y fuego. "Buscamos extender el mercado a través del horario", agregó Benassini.

Por otra parte, Mauricio Martínez de Alva, director general de Ventura Entertainment, mencionó: "en Ventura Park queremos ofrecer diversión con altos estándares de seguridad para cada una de las familias y grupos de asistentes, tanto locales como internacionales que nos visiten, buscando convertirnos en 2016 en el operador de parques número uno en México". (Alonso Gordoa)

Acuerdo aéreo y alianza con Delta, positivos para Aeroméxico

La aerolínea nacional continúa con cambios y mejoras en sus operaciones y flota, igualmente en productos que beneficien a sus clientes, por ello anunció un acuerdo con tres empresas para lanzar una nueva tarjeta de crédito.

POR: MARGARITA SOLÍS PEÑA

Aeroméxico anunció el proceso de renovación que estará aplicando en este 2016, esto incluye la sustitución e incremento de su flota, aumento de rutas y el lanzamiento de un nuevo producto.

Otros temas que representan nuevas oportunidades para la compañía son la aprobación del Nuevo Acuerdo Bilateral de Servicios Aéreos entre México y Estados Unidos, y la propuesta de compra accionaria por parte de Delta Airlines, se espera su aprobación en el segundo trimestre del año.

Con lo antes mencionado, Aeroméxico prevé un crecimiento de 17% en el número de operaciones para los próximos tres años.

Andrés Conesa, director general de la aerolínea, afirmó que en 2016 esperan un mejor comportamiento basado en un plan de crecimiento que pasará de 127 a 132 aviones, uno de ellos será el Boeing 787-9 que recibirán en octubre.

Asimismo, ampliarán la lista de rutas nacionales e internacionales, las más próximas serán a Santo Domingo —segundo destino en el Caribe— durante este mes y Ámsterdam en mayo, cuarto en Europa.

Sobre el acuerdo aéreo con Estados Unidos, aseveró que, de ser aprobado por la Cámara de Senadores de México, en un horizonte de tres años el crecimiento de Aeroméxico será de 17%, porcentaje superior de lo que hoy tiene programado, significaría un acumulado del orden de siete mil vuelos más al año de los que regularmente opera entre ambos países. Actualmente, realizan un total de 50 mil vuelos anuales.



Francisco Schnaas, director general de Club Premier; Héctor Grisi, presidente ejecutivo de Grupo Financiero Santander; Luz Ramírez, directora general de Visa México y Andrés Conesa, director general de Aeroméxico.

AVANCES

Respecto a la intención de Delta de adquirir hasta el 49% del capital social de Aeroméxico y la alianza que esto representaría, Conesa explicó que están trabajando con las tres instancias regulatorias correspondientes, tanto en México como en Estados Unidos, y confía que será entre abril y junio cuando se les otorgará la aprobación.

En México, la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) tiene ambos expedientes: la intención de compra y la alianza.

Adicionalmente, en Estados Unidos, por la intención de compra de Delta del capital social, se abrió un expediente en el Departamento de Justicia (DOJ), por sus siglas en inglés) y en el Departamento de Transporte (DOT) tienen el otro expediente donde se establezca la alianza entre las dos

aerolíneas en caso de ser aprobada la adquisición.

Y afirmó que "bajo la mecánica de operación del nuevo acuerdo aéreo y el convenio con Delta, implicaría un crecimiento para las dos aerolíneas", aunque no precisó de cuánto sería.

Aunque sí destacó que los beneficios serán directamente para el consumidor, porque se generaría una mayor oferta de asientos, lo que se traduce en menores tarifas, tiempos de espera reducidos y mejor conectividad.

NUEVO PRODUCTO

Dentro del continuo proceso de renovación, la aerolínea anunció el lanzamiento de la nueva tarjeta Santander Aeroméxico, respaldada por Visa y Club Premier.

Será la primera tarjeta de viajes que hace diferenciación por segmento, desde universitarios hasta clientes de alta renta.

La nueva tarjeta de crédito tiene tres productos distintos:

- > Santander Aeroméxico
- > Platinum
- > Infinite

El mercado para tarjetas de viaje en México está valuado en dos mil millones de dólares, mostrando tasas de crecimiento anuales de doble dígito; en este contexto, las estimaciones promedio de la alianza es colocar en el mercado 150 mil tarjetas durante el primer año de operaciones.

Por su parte, Luz Adriana Ramírez, directora general de Visa México, comentó que es un pro-

ducto innovador y un medio de pago seguro en el mundo físico y digital.

Ramírez agregó que, de acuerdo con datos de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), el 74% de las compras digitales se pagan con una tarjeta, lo que demuestra que la conectividad y el comportamiento del consumidor están cambiando la forma de comprar y pagar.

Santander brindará esta tarjeta en exclusiva por los próximos 10 años, es la primera en el mercado con el sistema "quick read" (lectura rápida) y completamente vertical.

La nueva tarjeta de crédito tiene tres productos distintos. El primero se denomina Santander Aeroméxico, dirigido a jóvenes de entre 19 y 29 años que también serán miembros de Club Premier One, la anualidad será sin costo, tendrá hasta 10 mil puntos de bonos anuales y recibirá 1.5 puntos Premier por cada dólar gastado en Aeroméxico y un punto en todas las compras.

En la tarjeta Platinum la anualidad será de tres mil pesos, el tarjetahabiente podrá acumular hasta 32 mil puntos en bonos durante el primer año. Esos bonos los podrá intercambiar hasta por un boleto en vuelo nacional, además tendrá beneficios de 2x1, acceso a Salones Premier y prioridad en abordaje.

Con el producto Infinite el costo de la anualidad será de cinco mil pesos, conseguirá en bonos hasta 80 mil puntos en un año, lo que le permitirá tener un boleto en toda la red nacional o internacional. Además de los beneficios de las dos tarjetas anteriores, también incluye una pieza extra de equipaje sin costo, dos ascensos anuales a Clase Premier en vuelos nacionales y transporte privado sin costo al aeropuerto (viaje redondo).

Reactivan el aeropuerto de Cuernavaca



Autoridades buscan incrementar aerolíneas y rutas, particularmente para vuelos regionales. TAR inicia operaciones con dos destinos y seis frecuencias.

POR: ISABEL GORDO
Y MARGARITA SOLÍS

El Aeropuerto Internacional de Cuernavaca reactiva operaciones comerciales después de dos años, con dos nuevos destinos: Guadalajara y Monterrey. El objetivo es atender de forma eficiente el mercado del centro del país. Ante ello, se prevé que podrá dar servicio a 70 mil pasajeros anuales.

El resultado del trabajo conjunto entre Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), el gobierno de Morelos y Transportes Aéreos Regionales (TAR), es el reinicio de

actividades comerciales a partir del 22 de marzo.

Rodrigo Vásquez Colmenares, director general de la aerolínea, señaló que están enfocados en desarrollar la aviación comercial regional y trabajarán para que su permanencia en Cuernavaca sea total.

Como parte del interés de permanencia, adelantó que para junio TAR incluirá vuelos internacionales. Asimismo, otras rutas que se tienen consideradas desde esta terminal aérea son a destinos de playa.

“Las nuevas rutas tendrán seis frecuencias semanales con una tarifa promocional de 599 pesos

y 900 pesos, lo que se espera contribuya con el desarrollo regional. Posteriormente, se espera fortalecer a Cuernavaca con conexiones a destinos de playa, de frontera y hacia el extranjero”, dijo Vásquez Colmenares.

Por su parte, Miguel Ángel Marcos Morales, coordinador de la Unidad de Servicios Corporativos de Aeropuertos y Servicios Auxiliares (ASA), quien asistió en representación de Alfonso Sarabia, director general del organismo, precisó que trabajan para apoyar la interconexión de los aeropuertos regionales en beneficio de la sociedad.

“Aumentar la infraestructura aeronáutica de Morelos, en la

alianza con TAR, permite el desarrollo y crecimiento de las diversas regiones del estado. Asimismo, los pasajeros contarán con mejores servicios, costos más accesibles y el incremento de frecuencias”, expuso Marcos Morales.

Explicó que lograr la conectividad en México es uno de los objetivos de ASA, al considerar que es sinónimo de desarrollo económico, comercial y turístico. De esta forma, buscan crear estrategias y alianzas que propicien el aumento de viajeros aéreos en distintas regiones del país; además de construir nuevos acuerdos de negocios que respondan a las necesidades de la población y que hagan del

turismo el detonante de empleos e ingresos.

“La reactivación de operaciones en el aeropuerto de Cuernavaca es sólo el primer paso con la nueva relación comercial de TAR; el siguiente objetivo de la aerolínea es volar a otras regiones de México”, mencionó Marcos Morales.

Además, resaltó que TAR ha sido un aliado en el incremento de la conectividad regional, ya que durante 2015 programó 71 rutas nacionales, 36 más que en 2014, año que inició operaciones.

Para Graco Ramírez, gobernador de Morelos, con la reactivación de viajes comerciales se abrirán

más oportunidades de negocios y de turismo para la entidad.

Aseguró que el aeropuerto de Cuernavaca cuenta con la infraestructura carretera, ferroviaria y la seguridad necesaria para brindar conectividad tanto a empresarios como a turistas.

“Existe confianza y tranquilidad, como lo muestran los resultados a nivel nacional en materia de inversiones y seguridad”, añadió el gobernador.

AVANCES EN MATERIA TURÍSTICA

De acuerdo con Salvador Sánchez Estrada, subsecretario de Planeación y Política Turística de la Secretaría de Turismo Federal, el objetivo es conectar a Morelos con Jalisco y Nuevo León, así como resaltar la recuperación de la conectividad de Cuernavaca desde la perspectiva del desarrollo regional.

“Cuernavaca tuvo en 2015 un incremento en la llegada de turistas nacionales a hotel de 33.2% con respecto al 2014”, indicó.

“Se espera que con el comienzo de operaciones de nuevas aerolíneas en Morelos existan oportunidades de inversión y una recuperación turística en el estado, que destaca por su diversidad cultural, natural, gastronómica y de aventu-

ra, al igual que su clima”, aseveró el funcionario federal.

Destacó que el aeropuerto de Cuernavaca podrá convertirse en un punto estratégico para el desarrollo regional de la conectividad hacia el suroeste del país. Asimismo, quitar presión al ya saturado AICM.

Al respecto, el funcionario federal mencionó que la conectividad aérea en el país se ha incrementado. Como resultado se registró un crecimiento del 17.4% en llegada de vuelos nacionales e internacionales de 2012 a 2015 en todo el país, mientras que el número de pasajeros aumentó en 32.3% durante el mismo periodo.

CONECTIVIDAD

De acuerdo con ASA, esta terminal en Morelos cuenta con tres mercados nacionales potenciales: Cancún, Hermosillo y Tijuana; y cuatro en Estados Unidos: Dallas, Houston, Las Vegas y Los Ángeles.

Su infraestructura es apta para recibir aviones tipo Boeing 737 y Airbus 320. Para facilitar el acceso, en noviembre de este año se inaugurará el Paso Express, libramiento que conectará la Ciudad de México con Cuernavaca. De igual forma, tendrá acceso directo hacia la terminal de Morelos, conocida



Miguel Ángel Marcos Morales, coordinador de la Unidad de Servicios Corporativos de ASA; Graco Ramírez, gobernador de Morelos (al micrófono) y Rodrigo Vásquez, director general de TAR.



INFRAESTRUCTURA PARA EL REINICIO DE OPERACIONES

- Superficie de **110 hectáreas**.
- Una pista de aterrizaje.
- **14** operaciones de despegue y aterrizaje **cada hora**.
- **22 mil** metros cuadrados de hangares.
- Una terminal nueva con **cuatro salas**.
- Su torre de control es la **tercera más alta** del país.
- Capacidad para movilizar a **mil** pasajeros por hora.
- **20** locales comerciales.
- **Oficinas** para las operaciones de las aerolíneas.
- **300** cajones de estacionamiento.

también como Aeropuerto General Mariano Matamoros.

Los aeropuertos más cercanos son el AICM, a una distancia de 48 kilómetros; el de Toluca, a 84 kilómetros y de Puebla, a 68 kilómetros.

El aeropuerto es una empresa de participación estatal mayoritaria, los accionistas de esta sociedad son el gobierno de Morelos, con 51% y ASA con una participación del 49 por ciento.

ANTECEDENTE

Cabe recordar que esta terminal aérea formó parte del Sistema Metropolitano de Aeropuertos (SMA), que tenía por objetivo dar solución de largo plazo a la saturación del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

Desde esa terminal operó Volaris en 2010, ofreciendo la ruta Cuernavaca-Tijuana con tres frecuencias semanales.

También se consideraron las terminales aéreas de Toluca, Querétaro y Puebla, en las cuales además de realizarse ampliación de instalaciones, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) construyó obras de infraestructura carretera para facilitar la llegada de los potenciales usuarios.

Proyecta el CPTM un escenario moderado para 2018

Se deben aplicar diversas medidas para acelerar y facilitar la llegada de turistas internacionales, entre ellas destaca mejorar la infraestructura del transporte.

POR: BEDILIA BRIZUELA

Dentro de los posibles escenarios de crecimiento en turismo para el 2018, de acuerdo con organizaciones internacionales, el director del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), Rodolfo López Negrete, expuso que en una visión "moderada" llegarán al país 38 millones 500 mil de turistas internacionales, proyectando un crecimiento de 19% respecto a 2015, lo que representará una tasa anual de 6.2 por ciento.

En la conferencia Cómo mantener el crecimiento del turismo, durante el Foro Nacional de Turismo que se celebró en la Ciudad de México, señaló que esta actividad, en el rubro internacional, registró un crecimiento de 11% en la derrama económica y en número de visitantes en los últimos tres años en el país.

Para lograr esta proyección que López Negrete planteó en el escenario moderado —como parte de los tres más probables: favorable, moderado y desfavorable, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo—, destacó como prioritario crecer en el gasto medio por turista, que en 2015 cerró en 483 dólares.

Para incrementar la derrama económica propuso enriquecer la experiencia del viajero y expuso como ejemplo a Quintana Roo con sus nuevos parques que son considerados como innovadores: Xenses y Xoximilco.

Agregó que debería haber más de ellos en la costa del Pacífico y llamó a empresarios a ser más "agresivos" para construir este tipo de productos.

Asimismo, destacó como prioritario la diferenciación de destinos y lograr ser relevantes para el consumidor ofreciendo diferentes atractivos en cada uno de ellos.

Consideró que es importante atender al segmento de turismo de retirados debido a que ellos cuentan con recursos económicos



y tiempo, además del segmento de Salud, que en México se encuentran todavía en una etapa de desarrollo, y destacó que se hace un mejor trabajo en el segmento de Romance y de Turismo de Reuniones.

Dijo que hay que poner atención en la gastronomía, así como en los eventos de alto perfil para fortalecer la marca México; puso como ejemplo La Fórmula 1 y las escenas de la película de James Bond, "Spectre"; así como el pabellón Encuentra con México o el evento de la NFL que se celebrará en noviembre.

CONECTIVIDAD

Para acelerar y facilitar la llegada de turistas se requiere mayor oferta de asientos en mercados de larga distancia, particularmente en Norteamérica y el resto de Latinoamérica,

En 2015, casi 18 millones de visitantes se conectaron al visitmexico.com.

En las redes sociales la página cuenta con una comunidad de 5.6 millones de seguidores que están al pendiente de los diferentes destinos de México y, como país, en Facebook, la página es la tercera de turismo con el mayor número de likes o el mayor número de seguidores a nivel internacional."

RODOLFO LÓPEZ NEGRETE,
CONSEJO DE PROMOCIÓN
TURÍSTICA DE MÉXICO

lo que abriría más el portafolio de mercados hacia México, comentó López Negrete.

Señaló que otras medidas que también son necesarias, como la aprobación de la Cámara de Senadores del Nuevo Acuerdo Bilateral de Servicios Aéreos entre México y Estados Unidos, de la moderni-

zación de la infraestructura aeroportuaria con terminales de mayor capacidad y más amigables; la aplicación del programa Global Entry, aplicación de la pre internación, la construcción de carreteras, renovación urbana en las principales ciudades fronterizas y que los cruces peatonales y viales en la frontera con el país norteamericano sean más ágiles, como ahora sucede con el Cross Border Xpress (CBX), entre Tijuana y San Diego.

Consideró adecuado incrementar la conectividad digital con instalando de internet de banda ancha en todo el país, así como realizar campañas de radio y televisión para motivar la intención de viaje.

López Negrete destacó que deben asumirse medidas para sortear los riesgos que se están presentando en una industria que atraviesa por un entorno internacional complejo, como un menor crecimiento económico en Estados Unidos, los atentados contra civiles y las amenazas de salud como el virus del Zika.

Dijo que no es necesario ocuparse por los rankings dado que las condiciones, si se compara a México con otros países, son singulares y no plurales; aseveró que esta situación es irrelevante, siempre y cuando se siga creciendo al mismo ritmo o ligeramente por encima de él.

Ruta que une
playa y cultura



Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de Guanajuato.

POR: DIEGO CASTILLO

Con el objetivo de incrementar la afluencia de viajeros a Guanajuato se pondrá en operación la ruta Los Cabos-Bajío, esto es parte de las acciones creadas por la Secretaría de Turismo de la entidad.

A partir del 20 de marzo, Aero Calafia será la encargada de realizar los vuelos para incentivar a los turistas y como promoción por motivo de la introducción al mercado, el viaje sencillo tendrá un costo de 800 pesos para el vuelo inaugural y contarán con frecuencias los martes, jueves y domingo.

Esta acción será un puente aéreo para los turistas de la zona centro de México, así como para los procedentes de otros países que visitan las playas de Los Cabos y continúan su viaje al punto histórico y cultural que es Guanajuato, comentó Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo, al anunciar la nueva ruta.

Señaló que el Aeropuerto Internacional del Bajío tuvo un mayor crecimiento en afluencia de turistas, muestra de ello fue el 1.5 millones de viajeros que arribaron el año pasado, de los cuales 60% representa al sector nacional y 40% al internacional.

Con la nueva ruta de Aero Calafia al también llamado Aeropuerto Internacional de Guanajuato, ya son 10 aerolíneas que tienen en su lista a la entidad y realizan operaciones a siete destinos nacionales y ocho internacionales, lo que equivale a 21 mil asientos por semana.

Renuevan barco de Azamara

Royal Caribbean estrenó decoración, entretenimiento a bordo y un tour nocturno en tierra que se realiza en Puerto Vallarta.

POR: BEDILIA BRIZUELA

Azamara Club Cruises, la línea de cruceros boutique de Royal Caribbean, concretó la revitalización de su barco Azamara Journey con transformaciones innovadoras como mejoras en el diseño de interiores, entretenimiento a bordo, ocio y hospitalidad, informó Alejandro Flores, ejecutivo de ventas de Royal Caribbean.

Durante la escala del barco en Puerto Vallarta, como parte de la travesía de doce días, se dieron a conocer las instalaciones remodeladas de la embarcación, las cuales incluyen colores más claros para generar más amplitud al interior, no sólo en pasillos sino también en habitaciones y suites.

Flores informó que estas adecuaciones terminaron el 30 de enero y Azamara contrató a consultores y diseñadores para trabajar con materiales que incluyen piedras y porcelana, entre otros, considerando que la mayor parte de sus clientes son adultos mayores y retirados que gustan de más comodidad y que buscan opciones de salud y servicios especializados.

De esta forma, se instalaron dos nuevas suites spa construidas adyacentes al Sanctum Spa, llamadas The Club World Ocean y Owner's Suite, tienen acceso exclusivo al mismo y los servicios serán incluidos en el precio de los camarotes.

También se hicieron modificaciones en The Patio, Windows Café, Discoveries Restaurant, Discoveries Bar y el Living Room, las cuales incluyen cambios en el menú, música en vivo, mesas que pueden expandirse a grupos más grandes y espacios



En 2018, Royal Caribbean estrenará la ruta de 102 días a bordo de Azamara Journey, comenzará el 7 de marzo en Sidney y concluirá el 17 de junio en Londres.



que en la tarde ofrecen diversas bebidas y bocadillos, y por la noche karaoke y shows de DJ.

El casino incluye nuevas máquinas tragamonedas, alfombras lisas, asientos retapizados con telas de diseño personalizado y un espacio exclusivo para disfrutar de un coctel; las bebidas están disponibles para todos los clientes, en todo momento.

En 2018, Royal Caribbean estrenará la ruta de 102 días a bordo de Azamara Journey, con un itinerario que comenzará el 7 de marzo en Sidney, Australia, y concluirá el 17 de junio en Londres, Inglaterra; en el mismo año harán escala en algunos de los destinos de Rusia, donde realizarán recorridos considerando que será la sede de la Copa Mundial de fútbol.

TOURS NOCTURNOS EN TIERRA

En su escala en Puerto Vallarta, procedente de Manzanillo, el Azamara Journey realizó su primer recorrido en tierra con un tour nocturno, la actividad denominada Amazing Evenings se incluye sólo una vez por itinerario.

Esta fue la principal novedad de la embarcación que transporta a más de 600 turistas de todas partes del mundo, principalmente de Europa, un segmento de adultos retirados, quienes gustan de conocer las tradiciones locales.

El barco atracó en el muelle por la mañana y a las siete de la noche trasladan a 500 pasajeros a las instalaciones de Canopy River, donde conocen el folclor mexicano con danzas

huicholes y jaliscienses, bebidas y bocadillos, para finalizar con un show de fuegos artificiales, regresan a cubierta y esperan a que el barco zarpe a las once de la noche con dirección a Los Cabos.

La travesía inicia en San José, Costa Rica, pasando por varios destinos de Centroamérica como El Salvador y Guatemala; en México visitan Puerto Vallarta, Huatulco, Manzanillo y Cabo San Lucas. El itinerario termina en Los Ángeles, California.





El Internet de las Cosas crece en aerolíneas y aeropuertos

Se acentúa la importancia de continuar invirtiendo para adoptar cuanto antes dicha tecnología y estar siempre conectados.

REDACCIÓN

El uso de dispositivos móviles permite a las personas acceder a diferentes servicios que aerolíneas y aeropuertos ofrecen.

De esta forma, en los próximos tres años los pasajeros disfrutarán de un autoservicio sin interrupciones en su experiencia de viaje, debido a que el "Internet de las Cosas" (IoT, por sus siglas en inglés) crecerá en el segmento de viajes.

De acuerdo con el reporte denominado "El futuro está conectado", de SITA, proveedor de soluciones informáticas y de comunicaciones para la industria del transporte aéreo, en México 81% de los pasajeros se apoyan en una computadora de escritorio, laptop o tableta, como en la tecnología móvil al momento de hacer su reservación con una aerolínea, y sólo el 19% prefiere acudir a un mostrador



tradicional o se siente seguro usando un quiosco.

En el mundo, el uso de estos equipos para la documentación y obtención del pase de abordar creció 80 por ciento.

El análisis de SITA expone que en tres años el programa Fast Travel de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), alcanzará un umbral crítico.

La meta para la asociación es lograr una experiencia de autoservicio en el 80% de los pasajeros

a nivel global para el año 2020, cubriendo seis etapas clave en el viaje: documentación, equipaje listo para salir, escaneo de documentos, auto embarque, cambios en la reservación del vuelo y reclamo de equipaje.

El año pasado, la iniciativa llegó a 29% de los pasajeros; para 2016 la meta es de 40% y para 2018 las aerolíneas y los aeropuertos prevén adoptar cada una de las etapas de viaje.

En 2016, se vislumbra para México un incremento en el uso de la tecnología móvil en 86% durante la etapa de reservación, 152% en la documentación y 288% en opciones de utilización del pase de abordar.

En el documento se detalló que 81% de los pasajeros en México, le da gran valor a las opciones de entretenimiento que se le proporcionen a través de sus dispositivos móviles durante su tiempo de permanencia en el aeropuerto.

Convenio a favor del turismo en BC

Incluye siete proyectos enfocados a brindar una mejor imagen y alternativa de oferta turística a los visitantes.

REDACCIÓN

Enrique de la Madrid, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), y Francisco Vega, gobernador de Baja California, dieron a conocer las obras y proyectos de un convenio de coordinación para el otorgamiento de subsidios para el fortalecimiento y diversificación del sector en 2016.

Este convenio implica una inversión de 55 millones de pesos, provenientes de la federación y el estado. Los recursos serán destinados de manera inicial a siete proyectos, principalmente enfocados a brindar una mejor imagen y alternativa de oferta turística a los visitantes.

Las obras que forman parte de este convenio consisten en la

transición de cableado aéreo a subterráneo en zonas turísticas de Tecate y Tijuana, un museo de sitio para el Parque Submarino y la creación de una ruta ecoturística en playas de Rosarito, además de la instalación de señalamiento turístico, equipamiento urbano, así como de la implementación del programa de capacitación turística que promueve la entidad en los municipios de Mexicali y Ensenada, entre otros.

Vega ponderó la creación de la dirección de Turismo de Salud y la conformación de dos consejos consultivos en Mexicali y Zona Costa.

Asimismo, el gobernador anunció que la entidad dará seguimiento al proyecto para incrementar el número de turistas de cruceros y fortalecer las gestiones para la habilitación de un



Las playas de BC se verán beneficiadas del convenio.

puerto intermedio a la ruta entre Ensenada y Los Cabos, en el puerto de abrigo de Santa Rosalía, lo que detonaría la economía

de la zona, debido a que ofrece innumerables atractivos naturales, culturales y para deportes acuáticos.

Adicionalmente, el gobernador afirmó que busca crear una legislación de promoción a la industria vitivinícola y de los productos derivados de la vid que permita el acceso a todos los programas federales, estatales y municipales en apoyo a esta industria. Esto es parte del compromiso que asumió al ser designado coordinador de la comisión especializada de la industria vitivinícola, dentro de la Conferencia Nacional de Gobernadores.

La entidad busca mantener el apoyo del gobierno federal, tanto en el sector turístico como en el económico, que es la industria filmica; igualmente en los proyectos del tren y del aeropuerto internacional de Ensenada, los cuales trabaja de forma conjunta con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

CIUDAD ABIERTA

GUSTAVO ARMENTA

CARECE MÉXICO DE UNA CULTURA DE VIAJES DE INCENTIVO

Roberto Ibarra, director general de Turismo & Convenciones, al igual que algunos otros de los principales jugadores en la industria del Turismo de Reuniones, declinan participar en la organización de Viajes de Incentivo porque lo consideran un segmento poco jugoso, debido a que, en general, no existe una cultura de esta actividad entre las empresas para estimular a sus empleados.

Ibarra explica que, comparado con Estados Unidos, allá el incentivo es individual y por metas establecidas previamente al personal: cantidad de ventas, puntualidad, compañerismo, objetivos alcanzados, etc. Y, quienes lo logran, tienen como premio irse de viaje con su cónyuge o familia, pagado por la compañía.

Esta manera de recompensar a los empleados no se usa en México y, más bien, suele disfrutarse de convenciones a las cuales asisten los colaboradores. Inclusive, filiales de empresas estadounidenses que tienen oficinas en nuestro país, allá sí practican el Viaje de Incentivo y aquí no.

Sin embargo, esto no quiere decir que algunos grandes corporativos no realicen Viajes de Incentivo. Por ejemplo, consultamos con Nestlé y su vicepresidente de Comunicación Corporativa en México, Mario Vera, informó que ellos sí los practican y puso como ejemplo que el año pasado ofrecieron un premio a la innovación y creatividad entre sus empleados, para lo cual definieron seis categorías: Innovación de producto, Activación al consumidor, Ejecución en punto de venta, Modelo de negocios, Procesos de operaciones y Soluciones de negocios.

En cada una de las categorías se eligieron a tres ganadores, por lo que este año serán 18 los empleados de Nestlé que viajarán como premio a Silicon Valley, la meca de la innovación en Estados Unidos.

Por lo que pudimos ver, en México no es fácil tener acceso a estudios específicos que determinen el tamaño y valor del mercado de los Viajes de Incentivo. Consultamos a Rodolfo Macedo, director en nuestro país de Global Business Travel Association (GBTA), quien nos proporcionó el más reciente estudio que han elaborado sobre Viajes Corporativos, en los que se engloban los Viajes de Incentivo.

Este documento es el séptimo estudio anual que realizan sobre los gastos y el volumen de Viajes de Negocios a nivel global, análisis que abarca 75 países, incluyendo trece de América Latina.



empleados de Nestlé que viajarán como premio a Silicon Valley, la meca de la innovación en Estados Unidos.

Señala que en 2014 en el mundo se gastaron, tanto en viajes domésticos como internacionales, 1.17 trillones de dólares (cantidad estimada en el sistema de Estados Unidos), de los cuales, divididos por regiones del mundo, el 39% se quedó en Asia-Pacífico, 26% en Estados Unidos y Canadá (lo que el estudio denomina "América del Norte"), 24% en Europa Occidental, 5% en América Latina, 4% en Europa Emergente, 2% en Medio Oriente y África, y el 11% restante en otros destinos.

En cuanto a la derrama provocada por los Viajes de Negocios --que el documento identifica como Expendio de Viajes de Negocios (EVN)--, de las naciones de Latinoamérica contabilizadas en el documento, la mejor posicionada es Brasil,

que ocupa el lugar ocho a nivel mundial, con un registro de 32 mil millones de dólares, seguida de México que aparece en la posición 22 del ranking global y una captación de 7 mil 428 millones de dólares (mdd).

La lista del resto de países de América Latina la componen Colombia (lugar 32), con 4 mil 400 mdd; Perú (37), con 3 mil 300 mdd; Chile (40), con 3 mil 200 mdd; Venezuela (44), con 2 mil 900 mdd; y Argentina (46), con 2 mil 500 millones.

Con menos de mil millones de dólares están Uruguay (sitio 62), con sólo 900 mdd; Costa Rica (64) y Ecuador (65), ambos con 700 mdd; Panamá (67), con 500 mdd; y finalmente, Honduras (70) y Bolivia (71), con 300 millones cada uno.

El estudio pronostica que en

los próximos años este mercado crecerá en América Latina a tasas de entre 5% y 6%, por lo que para el 2018 estaría alcanzando un valor de casi 78 mil millones de dólares en la región.

Para el caso específico de México, sus proyecciones son que en 2015 habrá crecido 9.8%, con relación al año previo, en 2016 lo hará en 9.1%, para saltar a 10.5% en 2017 y bajar a tasas de 6% y 5.1% en los siguientes dos años.

De cumplirse estos pronósticos, para el 2019 el mercado de Viajes de Negocios en nuestro país habrá alcanzado un valor de 10 mil 958 millones de dólares. Faltaría ver qué parte de esta cantidad es la que aportan los Viajes de Incentivo.

El estudio pronostica que en

los próximos años este mercado crecerá en América Latina a tasas de entre 5% y 6%, por lo que para el 2018 estaría alcanzando un valor de casi 78 mil millones de dólares en la región.

Para el caso específico de México, sus proyecciones son que en 2015 habrá crecido 9.8%, con relación al año previo, en 2016 lo hará en 9.1%, para saltar a 10.5% en 2017 y bajar a tasas de 6% y 5.1% en los siguientes dos años.

De cumplirse estos pronósticos, para el 2019 el mercado de Viajes de Negocios en nuestro país habrá alcanzado un valor de 10 mil 958 millones de dólares. Faltaría ver qué parte de esta cantidad es la que aportan los Viajes de Incentivo.

El estudio pronostica que en

armentaturismomexico.com

DE MORELIA, EL NUEVO PRESIDENTE DE CIUDADES PATRIMONIO

Alfonso Martínez Alcázar, alcalde de Morelia, rindió protesta como presidente de la Asociación Nacional de Ciudades Mexicanas Patrimonio Mundial (ANCMPPM), al celebrarse la primera Asamblea Ordinaria 2016.

Este grupo lo integran once ciudades del país y representa una oportunidad para potenciar los atractivos turísticos a nivel mundial de cada una de ellas.

Durante el evento, desarrollado en el Palacio Clavijero de Morelia, también rindió protesta el alcalde de San



Miguel de Allende, Ricardo Villareal, como vicepresidente de la asociación.

Al ser parte de la ANCMPPM, Morelia fortalecerá su posición como destino turístico cultural para incrementar el número de visitantes internacionales.

“Morelia tiene mucho que ofrecer al exterior en materia de gastronomía, arquitectura y artesanías, por citar tan sólo algunos de sus atractivos, los cuales se verían beneficiados a través de la participación de organismos internacionales”, comentó su presidente municipal.

RECONOCIMIENTO A DARÍO FLOTA

Darío Flota Ocampo, director general del Fideicomiso de Promoción Turística de la Riviera Maya, recibió el Star Diamond Award otorgado por la Academia Americana de Ciencias de la Hospitalidad, reconocida mundialmente por premiar la excelencia en la industria global de viajes y el sector de servicios de lujo.



Joseph Cinque, presidente de la Academia que entrega este reconocimiento a establecimientos de cinco estrellas y a individuos que se distinguen de manera especial por sus logros en el ámbito del turismo y la hospitalidad, explicó que este premio lo otorgó a Flota Ocampo por su visión, dedicación, liderazgo y significativa contribución a la industria turística de México.

Flota Ocampo contribuyó al desarrollo de Quintana Roo en dos momentos cruciales, el golpe del huracán Wilma en 2005 y la epidemia de influenza AH1N1 en 2009. Su experiencia y trabajo permitió mitigar los efectos de estos acontecimientos. Actualmente, también es presidente de la Asociación de Marketing de Destinos de México (Amdem), que agrupa a las oficinas de promoción turística del país.



GENTE DEL TURISMO

DANIEL CHÁVEZ, EMPRESARIO DEL AÑO

Por su trayectoria empresarial en el desarrollo hotelero, Daniel Chávez Morán, fundador de Grupo Vidanta, recibió el premio al Empresario del Año 2016 en la categoría de Turismo, otorgado por la Confederación de Cámaras Nacionales de Comercio, Servicios y Turismo (Concanaco-Servytur).

Se le otorgó el galardón por la importante labor desarrollada, por la generación de empleos y por su compromiso con la responsabilidad social.

Entre sus logros destaca el reconocimiento de cinco Diamantes de la AAA, ha sido reconocido por Great Place to Work como uno de “Los Mejores Lugares para Trabajar en México” por los últimos seis años y dirige un equipo de trabajo de 15 mil personas.



Debido a sus alianzas internacionales con el mundo del entretenimiento, para un proyecto con Cirque du Soleil,

que incluye la creación del primer parque temático de la empresa canadiense que se desarrollará en Nuevo Vallarta.

LORIAN, INVITADO DE HONOR

Jean-Michel Lorian, chef galardonado con dos estrellas de la guía Michelin, será el invitado de honor de la segunda edición del evento gastronómico Goût de France/ Good France en México.

El propietario del Relais & Châteaux “La Côte Saint Jacques” desde 1977, ofrece a las personalidades invitadas a la cena de gala de la Residencia de Francia un menú excepcional representativo de la excelencia y la creatividad de la cocina francesa e inspirada en la tradición de su región natal, Borgoña. Esta cena será el arranque de la edición 2016 Goût de France/ Good France.

Goût de France, organizado por iniciativa de Alain Ducasse y del ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional, reunirá en una misma noche y en los cinco continentes a mil 500 chefs de todos los horizontes. En México, un total de 33 restaurantes participarán este año.

REGRESA ÓSCAR MUÑOZ COMO CEO DE UNITED

Oscar Muñoz, presidente y director general ejecutivo (CEO) de United Continental Holdings, tiene previsto volver a ocupar estos cargos de tiempo completo a partir del 14 de marzo de 2016.

Retomará sus deberes y responsabilidades, aunque la aerolínea destacó que ha estado participando activamente en todas las decisiones importantes de la compañía y se ha reunido a menudo con empleados, accionistas y otros grupos de interés durante su convalecencia.

United ha venido mejorando la experiencia de sus clientes al reinstaurar el servicio de bocadillos de cortesía e introducir café Premium, al ofrecer un servicio de Wi-Fi mejorado a bordo y al modernizar sus United Clubs y salones de aeropuerto. Estas y otras medidas se están traduciendo en una mejoría sostenida en los índices de satisfacción del cliente, satisfacción laboral y desempeño financiero de United.



“Esperamos que continúe encabezando el desempeño operativo y financiero ascendente de la compañía, impulsando la generación de más valor para los accionistas e innovando y elevando la experiencia de los clientes y empleados de United”, dijo Henry Meyer III, presidente no ejecutivo del consejo de administración de la aerolínea.

Agradeció a Brett Hart por el liderazgo que mostró en su labor como CEO interino.

EVENTOS DEL TURISMO



AFEET y el Día de la Mujer

En el marco del Día Internacional de la Mujer, la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas de la República Mexicana (AFEET) realizó la primera asamblea mensual y tuvo como anfitriones a CESSA Universidad San Ángel.

Durante la celebración, Carmen Torre Blanca, presidenta de la asociación, dio la bienvenida a cinco nuevas socias: Ligia Martínez, directiva de Profesionales en Turismo e Incentivos; Magdalena Saldívar, integrante de Be There

México; Adriana Pérez, miembro de Dollar Thrifty; María Teresa Ailía, de Questex Hospitality Group; y Adriana de la Torre, por parte de Adnova Comunicación Estratégica. También anunció que el nuevo Capítulo de la asociación tendrá como sede la ciudad de Cancún, Quintana Roo; es decir, una nueva filial.

Cabe mencionar que esta fue la primera vez que se realizó la transmisión vía streaming de la junta, esto con motivo de integrar a las asociadas que no pudieron asistir.



United, 50 años en México

United Airlines celebra importantes aniversarios de sus rutas entre México y Estados Unidos, comenzó a hacerlo hace 50 años con la ruta Houston-Monterrey.

Sus servicios han sido ininterrumpidos en varias rutas, entre las que se incluyen: Monterrey-Houston, 50 años; Cancún-Houston, 35 años; Puerto Vallarta-Houston, 35 años y Guadalajara-Houston, 30 años.

El primer vuelo de la aerolínea a México, un Trans Texas Airways Convair 600 proveniente del Aeropuerto Internacional William P. Hobby, de Houston, aterrizó en Monterrey el 15 de diciembre de 1966.

Actualmente, United ofrece des-

de su hub en el Aeropuerto Intercontinental de Houston, un total de 25 destinos en México; asimismo, opera dos vuelos diarios de Monterrey a Chicago, además de vuelos desde la Ciudad de México a sus seis hubs en Estados Unidos: Chicago, Denver, Los Ángeles, Nueva York/Newark, San Francisco y Washington, D.C./Dulles. En total, la aerolínea opera aproximadamente 550 vuelos semanales en México.

“En United nos esforzamos cada día para ofrecer a nuestros clientes de México el mejor servicio a nuestros principales destinos de placer y negocios”, dijo Rolf Meyer, director ejecutivo para México de la aerolínea.

AAA premia a Hyatt Ziva Puerto Vallarta

Por segundo año consecutivo, la American Automobile Association (AAA) premió a Hyatt Ziva Puerto Vallarta con la distinción de los Cuatro Diamantes.

Se le otorgó después de una intensa auditoría realizada por los inspectores de la AAA. Cada año sólo el 5.7% de los cerca de 28 mil hoteles aprobados reciben los Cuatro Diamantes. Las valoraciones se basan en la variedad de facilidades, nivel de servicio y calidad general de la propiedad. Como resultado de la auditoría, el complejo hotelero ofrece experiencias de primer nivel, un servicio personal superior y altos estándares de calidad.

“Queremos que nuestros huéspedes gocen de la mejor experiencia vacacional en Hyatt Ziva. Este reconocimiento es el resultado del esfuerzo de



nuestro staff y la demostración de que si hacemos las cosas con amor y pasión, podemos llegar muy lejos”, dijo Antonio Machain, gerente general de Hyatt Ziva Puerto Vallarta.

Más premios para Club Med en México



Los Club Med de Ixtapa y Cancún recibieron el Travellers Choice Award 2016 como “Mejor hotel familiar en México”, sus servicios fueron reconocidos por los viajeros

de todo el mundo que dieron sus comentarios al respecto.

TripAdvisor le otorgó a Club Med Ixtapa Pacific el Travellers Choice Award 2016 como uno

de los “Mejores tres hoteles familiares en México”, ubicándolo así por séptimo año consecutivo dentro de los cinco mejores resorts a nivel nacional y lo colocó junto con Club Med Cancún dentro de los “25 mejores hoteles a nivel internacional”.

Este reconocimiento es el único del sector turístico que se basa en las opiniones y comentarios de viajeros de todo el mundo sobre el servicio y la calidad. Opinan sobre los hoteles, destinos, atracciones e, incluso, marcas y productos.

Mérida Restaurant Week, primera edición

Debido a que rebasó las expectativas, el programa “Mérida Restaurant Week” podría repetirse en el primer bimestre de 2017 y con ello generar la multiplicación de beneficios en un sector que dinamiza la economía en el municipio.

Mauricio Vila Dosal, alcalde de Mérida, señaló que fue un trabajo coordinado entre la Canirac y el Ayuntamiento de Mérida, lo que confirmó la vocación meridana en el ámbito de la gastronomía.

La iniciativa captó alrededor de 600 mil clientes en los 270 restaurantes participantes durante siete días. Inicialmente sólo participarían 100 restaurantes.

La derrama económica fue de 60 millones de pesos solamen-



te de paquetes del Restaurant Week, aunque muchos comensales decidieron consumir otros productos que no estuvieron incluidos en los paquetes, es decir, consumieron fuera del menú o, además de éste.

Algunos restaurantes rebasaron sus cifras de comensales en la semana hasta en 300% y se calcula que 35% de la gente son clientes nuevos, aunque la cifra podría ser de 60% en algunos establecimientos.



SER FELIZ ES UNA MANERA DE

— VIAJAR —

NO UN DESTINO



#YTúQuéQuieres



Reserva en nuestros
puntos de atención
en centros comerciales



Hasta
18 meses sin
intereses



¡Reserva ya!
01 (800) 849-5217
Centro de atención 24/7



¡Reserva en nuestra App!
Disponible para iOS y Android