



México, entre los líderes de AL en Turismo de Negocios y Convenciones

La transformación del segmento destaca en siete destinos del país. En total, generó una derrama económica de 25 mil mdp.



ENTREVISTA. En su gira de trabajo por Asia, Enrique de la Madrid recibió diferentes peticiones de la industria.

PÁG
2

RECORTE. Ante la probable reducción del gasto de la Sectur, empresarios buscan soluciones. Emitir bono es una opción.

PÁG
6

GOURMET. México, galardonado en la lista de los 50 Mejores Restaurantes de Latinoamérica.

PÁG
15

CPTM prepara estrategia para Asia

Las demandas de mercado de Tokio, Pekín y Seúl son diferentes, no se pueden generalizar, reconoció Enrique de la Madrid.

LAURA RODRÍGUEZ

Con el objetivo de incrementar el número de viajeros asiáticos a México, Enrique de la Madrid, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), pidió a Lourdes Behro, directora del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), establecer las proyecciones de crecimiento de ese mercado y la manera en que lo alcanzará.

El secretario De la Madrid realizó una gira de trabajo en compañía de Behro a Tokio, Japón; Pekín, China; y Seúl, Corea, para analizar el potencial que tienen estos destinos y diversificar el mercado, en particular Tokio por la conexión aérea con México.

En cada ciudad se organizó un México Day, donde tuvieron reuniones uno a uno con las principales empresas del sector turístico de esos países: touroperadores, agencias de viajes y aerolíneas. En el caso de Corea y Japón, De la Madrid también se reunió con los ministros de Cultura, de Infraestructura y los de Turismo y Deporte.

Con el objetivo de dar seguimiento al trabajo que realizó en Asia y medir los resultados de esta gira, De la Madrid le solicitó a Behro establecer metas por cada destino y fijar las expectativas de crecimiento en base a las acciones y estrategias que se implementarán para lograr el crecimiento de cada uno de ellos.

“Con qué vamos a crecer en cada destino? eso es lo que le estoy pidiendo, que sea una gestión que esté enfocada a resultados”, aseveró el secretario.



Enrique de la Madrid, titular de Secretaría de Turismo (Sectur).



El único país en vías de desarrollo al que le apostaron con mil empresas japonesas se llama México, sin contar que siguen invirtiendo, principalmente en el sector automotriz en la Zona del Bajío”.

ENRIQUE DE LA MADRID

El funcionario tomó como ejemplo Japón, destino donde detectó que hay un enorme potencial para generar turismo, sobre todo en el segmento de viajeros de negocios.

“Para Japón, México es estratégico, es uno de los cuatro países que tiene más de mil empresas japonesas establecidas, los otros son Estados Unidos, Alemania y Reino Unido. “El único país en vías de desarrollo al que le apostaron con mil empresas japonesas se llama México, sin contar que siguen invirtiendo, principalmente en el sector automotriz en la Zona del Bajío”, aseveró.

La conexión aérea es un factor favorable para incrementar el número de viajeros japoneses al país y la oferta aérea se ampliará a partir de febrero de 2017, cuando All Nippon Airways (ANA) inicie un vuelo diario desde el aeropuerto de Narita a la Ciudad de México.

La ruta será atendida con un avión Boeing 787, en donde habrá asientos disponibles tanto en clase turista como en la de negocios, con los que, según las cuentas que hizo el Secretario de Turismo el número de viajeros japoneses crecerá para 2017, en 80 mil más de los que llegan, eso sin considerar que Aeromexico aumentará dos vuelos más a los cinco que ya tiene.

Actualmente, algunos de los lugares favoritos que visitan los japoneses son la Ciudad de México, Cancún y Los Cabos; en total son más de 100 mil los viajeros del país asiático que llegan a México, según las cifras del Instituto Nacional de Migración (INM).

Como parte del resultado de esa gira de trabajo, De la Madrid se dio cuenta que no se puede considerar al mercado asiático como uno genérico, porque los empresarios y funcionarios de cada ciudad le presentaron demandas de mercado diferentes.

“A mí me sirvió para poder palpar que el mercado chino pide una cosa, el coreano te pide otra y el japonés pide otra totalmente distinta. Y no podemos verlos como mercados asiáticos, cada uno es diferente”, señaló.

Asimismo, el funcionario destacó que esas reuniones se lograron con el apoyo de Behro y su equipo: “el CPTM tiene sus fortalezas de tener oficinas en el exterior”.



ESTE OTOÑO ;TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

Endless Privileges®, Unlimited-Luxury® Unlimited Fun®

del 21 de AGOSTO al 16 de DICIEMBRE, 2016

EN DREAMS, NOW y SUNSCAPE RESORTS & SPAS NIÑOS GRATIS* - *CONSULTE HOTELES PARTICIPANTES, APLICAN RESTRICCIONES.

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 \$ 2,115 SECRETS THE VINE CANCUN \$ 3,079	COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$ 1,259 SECRETS AURA COZUMEL \$ 2,169	HUATULCO DREAMS HUATULCO \$ 1,715 SECRETS HUATULCO \$ 1,969	ISLA MUJERES ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$ 2,865
IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACIFICO IXTAPA (*) \$ 1,495	LOS CABOS/CABOS AN LUCAS DREAMS LOS CABOS (**) \$ 3,625 BREATHLESS CABO SAN LUCAS (**) \$ 2,335 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$ 2,585	NUEVO VALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA \$ 2,079	PLAYA MUJERES SECRETS PLAYA MUJERES \$ 2,360
PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA \$ 1,359 NOW AMBER PUERTO VALLARTA (**) \$ 2,429 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA (**) \$ 2,675	RIVIERA CANCUN / RIVIERA MAYA NOW JADE RIVIERA CANCUN \$ 2,059 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN (2) \$ 2,059 DREAMS PUERTO AVENTURAS \$ 1,819 DREAMS TULUM \$ 2,080 DREAMS RIVIERA CANCUN \$ 2,265 BREATHLESS RIVIERA CANCUN \$ 2,915 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN \$ 2,249 SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN \$ 2,335 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$ 2,855 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN (1) \$ 3,695 ZOETRY PARAISO DE LA BONITA RIV. MAYA (100) \$ 3,339		

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Excluyentes 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. (1) de domingo a jueves. (2) de domingo a miércoles. (3) A partir del 5 de octubre, 2016. (4) A partir del 8 de octubre, 2016. (5) Hasta el 8 de octubre, 2016. (6) A partir del 10 de octubre al 8 de noviembre, 2016.

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

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

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



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

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

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 87, octubre 2016, es una publicación mensual editada por Eisa 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: 01555534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-08101732800-101 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 septiembre 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.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

El Brexit y sus efectos en la Industria de Reuniones

El sorprendente triunfo del Brexit como resultado del referéndum que se llevó a cabo en el Reino Unido, conmocionó no solamente a Europa y a la propia región, sino a todo el mundo, ya que sus repercusiones serán globales y, de hecho, se dejaron sentir de inmediato.

En opinión de los expertos, de esos efectos no se librará la Industria de Reuniones y se presentarán tanto negativos para el propio Reino Unido, como positivos para otros, a los cuales se les abrirán oportunidades de captar ese mercado que se alejará de los británicos.

Marcela Villafuerte, directora general de Turismo & Convenciones Europa, afirma que, sin duda, la salida de los británicos de la Unión Europea (UE) trae incertidumbre al sector de las reuniones, sobre todo si tomamos en cuenta que al darse a conocer los resultados del referéndum, en automático su divisa sufrió una devaluación que, como consecuencia, hace que todo sea más caro en esa región.

“Básicamente, el principal impacto positivo en la Industria de Reuniones es que hará que se valoren otros destinos de Europa para sustituir al Reino Unido. Mientras las cosas toman su cauce, Madrid, París y Frankfurt podrían ser las ciudades favorecidas por el Brexit, pero no hay que perder de vista los eventos que estaban ya planeados para el Reino Unido, donde los organizadores



tendrán un aumento en sus costos que afectará directamente, eso si no se firmó un contrato con tope de devaluación”, comenta Villafuerte.

Añade que, por otro lado, muchos de los eventos del Reino Unido se llevaban a cabo en Estados Unidos y ahora, con la devaluación de la libra esterlina, esos servicios en la Unión Americana resultarán más caros para los británicos, por lo que en el futuro seguramente lo pensarán dos veces antes de atreverse a cruzar el Atlántico. “Por esa razón, insisto, como alternativas más accesibles voltearán hacia destinos europeos, más cercanos y baratos, con España a la cabeza de esa lista de opciones”.

Hay que tomar en cuenta que en mayo de 2015, la em-

presa mexicana Turismo & Convenciones decidió atacar el mercado europeo, para lo cual instaló la oficina que hoy dirige Marcela Villafuerte, así que en cuanto a México la ejecutiva sostiene que también se verá afectado, debido a que todos los eventos que se tenían planeados para un futuro cercano, tanto de nuestro país en territorio británico, como de ellos en tierra mexicana, tendrán que ser nuevamente valorados.

OPORTUNIDAD PARA MÉXICO

Por su parte, el presidente de MPI capítulo México, Julio César Castañeda, considera que el Brexit afectará más al Reino Unido que al resto de los países, pero no tanto en lo económico, sino en que, cuando se oficialice su salida de la UE, se requerirá llevar a cabo trámites que actualmente no son necesarios, como permisos para trabajo y visas, entre otros, lo cual puede afectar a la hora de tomar la decisión de dónde efectuar un evento.

El también organizador de reuniones con su empresa Imagine Eventos, asegura que después de Estados Unidos y Canadá, el Reino Unido es el tercer mercado emisor de turistas hacia México, lo cual podemos aprovechar aún más por la fortaleza de su moneda frente al peso nacional.

armentaturismomexico.com

TRANSPORTE

Otra opción de transporte para llegar al nuevo aeropuerto

La SCT y el gobierno de la CDMX tienen en la mesa el proyecto de un tren eléctrico, como parte del plan de vialidades para la terminal aérea.

MARGARITA SOLIS

Un tren eléctrico será una opción de transporte para llegar al Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM), correrá desde Chapultepec y se desarrollará en dos etapas. Se prevé que esté listo en un año y medio.

Después de participar en el XVI Congreso Internacional de Turismo del CNET-Anáhuac, “Conectividad para el Turismo: El reto pendiente”, Raúl González Apaolaza, director corporativo de Infraestructura del Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM), confirmó que habrá un tren eléctrico para satisfacer la demanda de transporte.



En una primera etapa, el tren correrá de la estación del Metro Chapultepec al actual aeropuerto, al Benito Juárez; y en una segunda etapa se extenderá cinco kilómetros hasta llegar a la terminal del nuevo aeropuerto.

Aclaró que el proyecto del tren eléctrico es responsabilidad compartida entre la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y el gobierno de la Ciudad de México.

Recordó que hay un Plan Maestro de Vialidades para llegar al NAICM, que está a cargo de la SCT. En una primera etapa está contemplado un ramal de la Línea B del Metro; aunque aún es un proyecto, partiría de la estación Pantitlán hasta el nuevo aeropuerto. El directivo dijo desconocer cuál será la decisión del

gobierno de la Ciudad de México ante las limitaciones presupuestarias, pero confía en que estará listo el ramal antes de que se inaugure la terminal aeroportuaria.

CUMPLE CON CALENDARIO

La construcción y concursos de licitación se cumplen en tiempo y forma, aseguró el directivo, quien también explicó que integraron un equipo de trabajo con personal del Grupo Aeroportuario para realizar los concursos de licitación; dependiendo del tema se pide apoyo a las diferentes instancias de gobierno para dar el fallo, ese fue el caso del concurso de la subestación eléctrica, donde pidieron la opinión de la Comisión Federal de Electricidad (CFE).

Afirmó que los integrantes del equipo de trabajo son los suficientes para el número de concursantes que participan, porque, a diferencia de una licitación de carreteras donde se inscriben más de cien empresas, para el concurso de las pistas 2 y 3 fueron 16 ofertantes. “Por ello no hemos tenido problema para evaluar las diversas ofertas”, aseveró.

EstadodeMéxico

LA MARAVILLA DE TENERLO CERCA

2016 - 2017

Experiencia Nocturna

en Teotihuacán

2a Temporada

De noviembre a junio

Santuarios de la Mariposa Monarca

- La Mesa, en San José del Rincón
- El Capulín, en Donato Guerra
- Piedra Herrada, en Temascaltepec

De noviembre a marzo

EstadodeMéxico
LA MARAVILLA DE TENERLO CERCA

MÉXICO

www.viajemos.todospormexico.com

Descarga nuestra APP

Compatible con iOS y Android

edomex.travel

Protestan empresarios por reducción de presupuesto a Sectur en 2017

➤ Cuando se necesita aplicar recortes, debe ser en gasto corriente y no en gasto productivo, afirma Pablo Azcárraga.

MARGARITA SOLIS

El sector empresarial turístico manifestó su preocupación sobre la reducción del 60% en el Proyecto de Presupuesto de Egresos para la Secretaría de Turismo (Sectur) para 2017.

Pablo Azcárraga, presidente del Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), cuestionó que se aplique un recorte al presupuesto de la dependencia que genera crecimientos cada año, particularmente en un momento en donde la economía de México y la mundial no están en su mejor momento, y el turismo contribuye como generador de empleo y, por tanto, de ingresos a los mexicanos.

“Nuestras riquezas, las ventajas competitivas y el valor agregado que México genera a través del turismo es mayor al de muchos países que tienen mejores ingresos a los nuestros. Estoy convencido de que, si hiciéramos planes estratégicos, planes enfocados a mediano y largo plazo, con una mejor medición, los resultados serían inmediatos”, aseveró Azcárraga.

La propuesta de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) para el gasto de la Sectur para 2017 es de 3.5 mil millones de pesos (mmdp), ante esa cifra el empresario consideró importante recordar que en 2016 la propuesta fue de 5.1 mmdp, lo que hace una diferencia menor en 60% en términos reales, aunque la diferencia es mayor si se considera el monto de 2015, de 7.4 mmdp.

Por su parte, Francisco Madrid, director de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac México Norte, dijo compartir la preocupación del recorte presupuestal, debido a que el turismo es una actividad prioritaria por la generación de divisas y de empleo, de desarrollo regional y la contribución que hace a la economía nacional.

“Está claro que hay un tema difícil en las finanzas públicas, pero el recorte es desproporcional a las aportaciones que realiza el turismo”, aseguró Madrid.

Asimismo, consideró el catedrático que hay una desatención en que el Turismo es una prioridad, esto de acuerdo con lo que señala la Ley General de Turismo, en el Artículo 1 dice: “los procesos que se generan por la materia turística son una actividad prioritaria nacional que, bajo el enfoque social y económico, genera desarrollo regional”.

También recordó lo que el presidente Enrique Peña Nieto manifestó el 13 de febrero de 2013, en la presentación de la Política Nacional Turística: “para el Gobierno de la República, el Turismo es un sector prioritario y estratégico para el desarrollo nacional. Y no puede ser de otra manera”.

Madrid sugirió que el Congreso de la Unión debe enmendar el posicionamiento de la SHCP que castiga a los destinos, pues la reducción presupuestal se da justamente en las partidas que tienen que ver con la transferencia de recursos a los estados. “Ahí hay una disminución sensible, aproximadamente de mil millones de pesos y recursos para Fonatur inferiores en 500 millones de pesos, cifras comparadas con las del año pasado”, agregó.

➤ PROPUESTAS

Azcárraga analiza una propuesta para generar recursos para Sectur: emisión de bonos, como lo hace el Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México para la construcción del nuevo aeropuerto.

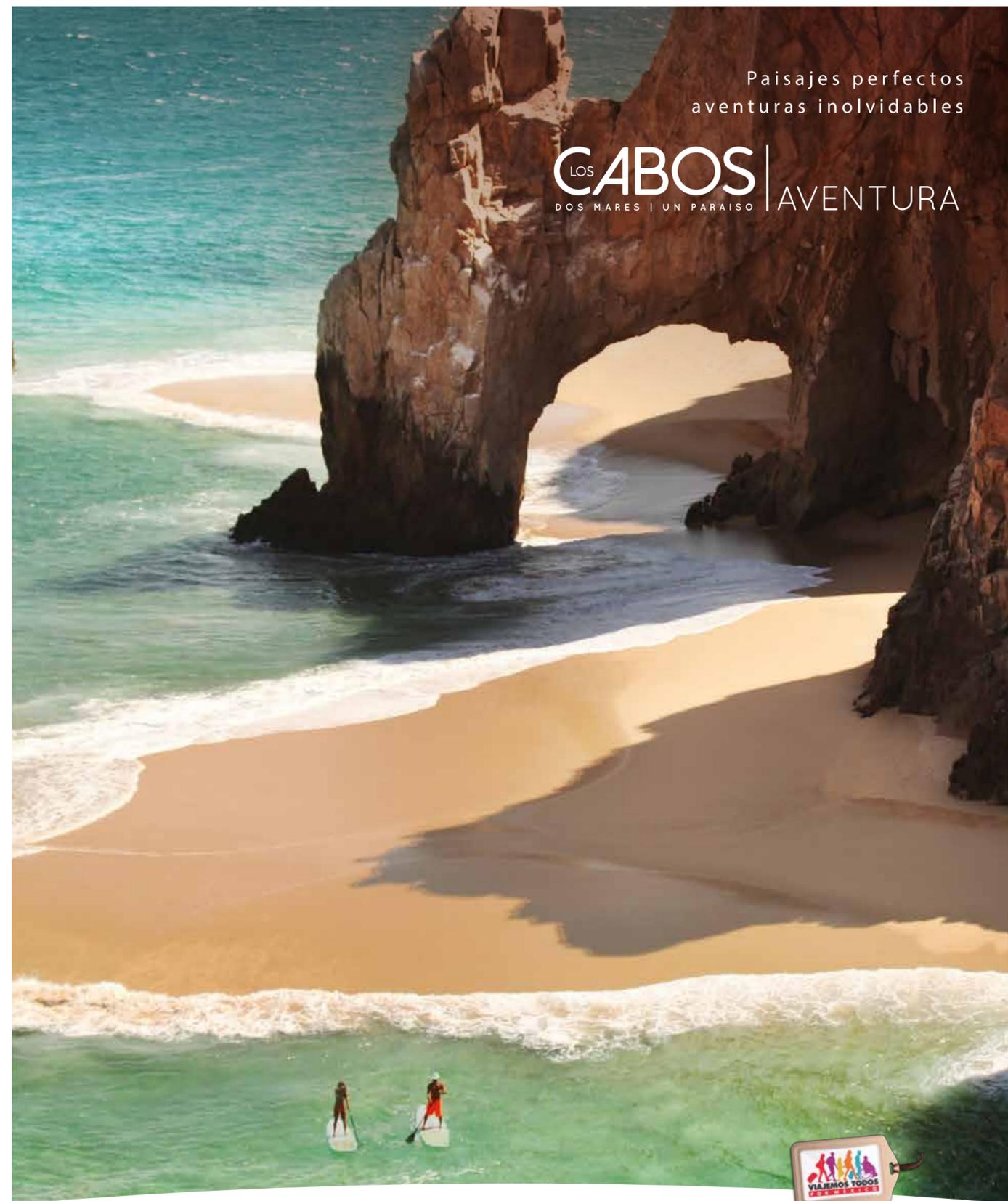
3.5 mil millones de pesos es la propuesta de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para el gasto de la Sectur para 2017.

La posibilidad de emitir un bono turístico será con el fin de recaudar fondos para crecer la demanda y mejorar la infraestructura. Estos instrumentos son atractivos para los inversionistas porque están respaldados por un gobierno.

“El turismo es una industria sólida, la Balanza Turística está con superávit; hay números muy claros y sólidos, ¿por qué no explorar la idea? Esa es mi propuesta: explorar la idea”, afirmó.

También recomendó al Poder Legislativo aprobar un presupuesto similar al de 2016, de 5.4 mmdp, considerando el índice inflacionario.

“Estamos solicitando al Congreso que reconsidere, a través de cifras duras y claras, y no lo vean como un gasto presupuestal, sino como una inversión de crecimiento económico que genera 453 mil empleos adicionales en cuatro años”, argumentó Azcárraga.



Paisajes perfectos
aventuras inolvidables

LOS CABOS | AVENTURA
DOS MARES | UN PARAISO



México
Entra a www.viajemostodospermexico.com

WWW.VISITLOSCABOS.TRAVEL

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



Turismo de Negocios y Convenciones, detonador de la economía del país

Este segmento de mercado genera en México anualmente casi 25 mil millones de dólares, lo que representa cerca del 1.5% del PIB nacional.

NALLELY CAMPOS

De acuerdo con el análisis del International Congress and Convention Association (ICCA), México subió una posición en el ranking 2015 entre los diez mejores destinos del continente americano para organizar eventos y convenciones, por lo que ahora nuestro país se coloca en el sitio número cuatro, después de Estados Unidos, Canadá y Brasil.

Y es que, según el Estudio de Relevancia Económica 2016 de la Secretaría de Turismo (Sectur), la industria del Turismo de Reuniones genera al año más de 24 mil 970 millones de dólares en México, lo que representa cerca del 1.5% del Producto Interno Bruto (PIB) del país; además, atrae más de dos millones de visitantes cada año y genera más de 85 mil empleos directos.

Entre los principales destinos para este segmento en nuestro país destacan: Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, además de la zona del Bajío, con auge en la industria automotriz y aeroespacial, así como los destinos de playa, donde destacan la Riviera Maya, Cancún y la Riviera Nayarit.

"México se ha convertido en uno de los principales destinos para la industria de Turismo de Reuniones,

no sólo en Latinoamérica, sino también a nivel mundial, por su variada oferta turística que abarca desde ciudades vanguardistas y coloniales, hasta sitios arqueológicos y playas", comentó en entrevista David Hidalgo, show director de ibtm latin america, cuyos eventos congregan a nivel global y regional comunidades de compradores y proveedores que se reúnen cara a cara sumando cerca de 120 mil encuentros por año.

A nivel Latinoamérica, la Ciudad de México es la sexta más importante para realizar estos eventos; además, a nivel nacional la capital del país encabeza la lista de las siete principales ciudades mexicanas para realizar eventos de Turismo de Reuniones, dando como resultado una derrama de mil 400 millones de dólares a la capital del país.

"El avance que ha registrado la CDMX no sólo en hotelería, sino en la actividad turística en general, es el fruto de la intensa labor de promoción por parte de la Secretaría de Turismo y nuestros aliados del Fondo Mixto de Promoción Turística y del Consejo de Promoción Turística de México", comentó Miguel Torruco Marqués, titular de Turismo en la ciudad.

► CIFRAS POSITIVAS

Por otra parte, Lourdes Berho, directora general del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM),

afirmó que la industria del turismo en México está experimentando un periodo de rápida transformación. En los últimos tres años ha crecido más del doble del promedio global, recibiendo 32 millones de turistas internacionales en 2015.

"Esto nos ayudó a pasar del lugar 15 en 2013, al noveno sitio en el ranking de la Organización Mundial de Turismo. La Ciudad de México es el destino latinoamericano más visitado, con más de trece millones de turistas hospedados en el 2015", explicó.

En este sentido, los segmentos de Negocios y Reuniones juegan un papel importante. De acuerdo con cifras del ICCA, los turistas de Reuniones triplican el promedio del gasto diario de los turistas de descanso, los cuales generan un gasto promedio de 580 dólares diarios y para turistas latinoamericanos es de 400 dólares por día.

En este segmento, la estancia promedio en hoteles es de entre cinco y seis días, mientras que en el turismo de descanso es de entre tres y cuatro días. Además, genera 85 mil empleos directos y 66 mil indirectos, según cifras del Instituto de Competitividad Turística (Ictur).

"Es evidente que la Industria de Reuniones continuará creciendo. Día con día se ve mayor diversificación en productos turísticos, con



CIFRAS EN MÉXICO

La Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y Cancún son los principales destinos de este segmento.

Suman más de 227 mil metros cuadrados de exhibición en ocho recintos, que concentran prácticamente 80% del total en el país.

El valor total de mercado se estima en más de 25 mil millones de dólares.

Los eventos y convenciones significan poco más del 50% de los ingresos.

orientación a la sustentabilidad y tecnologías digitales", señaló Jorge Martín del Campo, director de On Tempo, es la marca Corporate Travel Services (CTS) dedicada a la planeación, organización y operación total de congresos, grupos y eventos.

► RETOS Y OPORTUNIDADES

Sin embargo, entre los factores que podrían afectar el crecimiento que esta industria ha experimentado en los últimos años, destaca, además de la inseguridad y la economía, la incertidumbre asociada a las próximas elecciones en Estados Unidos.

No obstante, "en México el tema de inseguridad no es preocupante para el Turismo de Negocios, como sí lo puede llegar a ser para el turismo de placer", explicó Eduardo Rebello, vicepresidente y director general para Latinoamérica y el Caribe de Carlson Wagonlit Travel.

Rebello agregó que nuestro país es uno de los que posee mejores perspectivas de crecimiento para el Turismo de Negocios en la región, seguido por Colombia, además de otras naciones que recién comienzan a tomar impulso como Perú, cuya capital, Lima, ha tenido un crecimiento sostenido del 90.7% en los últimos cuatro años en el ranking de la Industria de Reuniones, con una derrama económica en 2015 de más de 170 millones de dólares en eventos.

De acuerdo con ICCA, se organizan al año un promedio de quince eventos de gran magnitud, así como reuniones de menor tamaño y alta relevancia internacional, lo que ha ubicado al país en el puesto 26 del mundo.

"Comparado con otras ciudades, que tienen más camino recorrido en el Turismo de Reuniones, hemos logrado captar eventos que pensamos eran inalcanzables para Lima, basados en candidaturas potentes. Ahora llegan grandes eventos y lo más importante es el gran número de participantes que congregan. Gracias a esto hemos logrado alcanzar el puesto 16 del mundo en el ranking ICCA por mayor promedio de contribución en participantes de eventos", explicó Carlos Canales, presidente del Buró de Convenciones y Visitantes de Lima.

Finalmente, a diferencia de Norteamérica: Estados Unidos y Canadá, las economías latinoamericanas se han mantenido relativamente sólidas en 2016, con un crecimiento en el volumen de negocio y la demanda consistente de viajes, lo que las convierte en un área de interés para la industria.



Llegó al país Quetzalcóatl de Aeroméxico

➤ El Boeing 787-9 Dreamliner estará realizando vuelos de largo alcance principalmente a Europa, a finales de octubre

BEDILIA BRIZUELA

Llegó a México el Quetzalcóatl, el primer avión Boeing 787-9 Dreamliner de Aeroméxico, que estará volando desde la Ciudad de México hacia destinos transcontinentales en operaciones de largo alcance debido a su tamaño y capacidad, particularmente atenderá el mercado europeo.



Corneel Koster, director ejecutivo de operaciones de Aeroméxico; Guillermo Hinojosa, capitán, y Juan Rodríguez, copiloto del Dreamliner 787-9, entre otros ejecutivos.

El 12 de octubre despegó de la base de Boeing en Everett, Washington, para aterrizar unos minutos antes de las 16:00 horas en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) para dirigirse al Hangar Oriente de la aerolínea, donde fue recibido con el tradicional "chorro de agua", conocido como bautizo. El costo del avión es de 265 millones de dólares, su beneficio es ser 20% más eficiente que el resto de los aviones, lo cual reducirá los costos, esto como parte del proceso de renovación de la flota. En el hangar estará unos días más para iniciar sus procesos de autorización, migración y aduana, y dirigirse, a finales de mes, a algún destino de Europa, que podría ser Madrid, según tiene planeado la compañía.

"Será a finales de octubre cuando el avión inicie vuelos de no tan largo alcance, de más de nueve horas a Europa, pero su primer transoceánico será a mediados de noviembre", informó Rafael Suarez, director de Operaciones en vuelo de la aerolínea. El B787 es considerado el más moderno del mundo en diseño, materiales, biónica (partes electrónicas y computarizadas), pero la versión 9 Dreamliner es seis metros más grande que su antecesor, el 8, lo cual significa 30 pasajeros más por vuelo. Además de contar con motores más potentes, tiene un peso máximo de despegue de 20 toneladas mayor que el 8 y ofrece una presurización mayor que los demás aviones, lo que equivale a estar a nivel del mar. Aunado a esto, mantiene mejor la humedad, debido a que está cons-

truido sólo con 20% de metal y más materiales compuestos, como fibras de carbono y resinas que lo hacen más resistente y ligero, lo cual influye de manera psicológica en los pasajeros evitando el jet lag, agregó el directivo.

Otra de sus particularidades es que cuenta con el sistema de vuelo ligero, que le permite evitar más las turbulencias y, al consumir menos combustible, genera menos emisiones

de carbono que un equipo de dimensiones similares; así como una huella acústica 60% menor que la de sus competidores. La aerolínea informó que por primera vez en la historia de la aviación mundial, un avión tiene plasmado en su fuselaje, en lugar de los tradicionales viniles, un mural, en el cual se evoca a las deidades más simbólicas de la cultura prehispánica. Las figuras fueron creadas por el diseñador José Manuel Escudero, quien ganó el concurso "El diseño está en el aire", lanzado por la aerolínea hace un par de años. Aeroméxico tiene planeado tener 19 modelos B787, en sus versiones 8 y 9, durante los próximos tres años, pero hasta ahora cuenta con sólo diez, nueve son versión 8 y este B787-9.

Los Cabos después del Abierto de Tenis



➤ Ese torneo deportivo marcó una etapa en la promoción del turismo a nivel tanto nacional como internacional.

ADRIANA RODRÍGUEZ

La Secretaría de Turismo (Sectur) de Baja California Sur inició una nueva etapa de promoción del turismo deportivo. Es un trabajo conjunto con otras instancias de los tres niveles del gobierno estatal, y con el apoyo y participación de los sectores turístico y empresarial.

Por ello, la dependencia anunció la segunda edición del Abierto Mexicano de Tenis Los Cabos para el verano del próximo año. Además de ese evento deportivo, se tienen preparados programas en busca de atraer más visitantes, tal es el caso de Sabor a Cabo 2016, con el que se busca posicionar la gastronomía del destino.

"Los Cabos había sido catalogado como un destino netamente norteamericano, y hoy en día me da mucho gusto anunciar que el 25% de nuestros visitantes son

nacionales, estamos hablando de cinco millones de turistas nacionales que hemos recibido en lo que va del año, estamos preparados, ya hay muchas opciones en término de bolsillos", comunicó el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos (Fiturca).

Tras el éxito obtenido en el Abierto Mexicano de Tenis Los Cabos 2016, en el que se disputaron los encuentros finales de las categorías dobles e individual, donde resultaron ganadores la pareja de tenistas Purav Raja y Divij Sharan de la India, y el jugador croata Ivo Karlovic, ese destino aún tiene más que ofrecer para todos sus visitantes.

El gobierno estatal, a través de la Sectur y del Fiturca, brindó todo el apoyo a Grupo Pegaso y a Mextenis, responsables de la organización y realización de este torneo, para recibir a más de 12 mil espectadores durante los seis días de duración.



EN ESTE MOMENTO
ALGUIEN ESTÁ
DESCUBRIENDO
UNA PLAYA ESCONDIDA
EN SAYULITA.

Y tú como ellos podrías estar ahí.

Contacta ya a tu agente de viajes.



México
viajemos todos por México.com



SAYULITA, NAYARIT

Nuevas formas de buscar viajes

ARTURO VELÁSQUEZ

La capacidad de cálculo de las computadoras aún se duplica cada 18 meses, efecto explicado por la llamada Ley de Moore, predicción realizada por uno de los fundadores de Intel, el mayor fabricante de circuitos integrados en el mundo. En 1965, el chip más complejo contaba con 64 transistores, hoy un chip común tiene 55 millones.

Esto ha permitido el surgimiento de sorprendentes aplicaciones de cómputo. Quién hubiera pensado hace diez años que existirían servicios como Uber (fundada en 2009) o Airbnb (fundada en 2008), con un nivel de aceptación tan alto. Tampoco habría sido fácil imaginar las capacidades de Siri, asistente digital de Apple, por mencionar tan sólo algunos ejemplos.

Algunos expertos en tecnología aseguran que en la actualidad un viajero tiene en la palma de su mano información que hace vein-

te años solamente hubiera estado al alcance del presidente de los Estados Unidos.

Es difícil predecir cómo será la tecnología que se utilizará en la industria de los viajes en la próxima década. Se pueden identificar tendencias muy consolidadas, como el uso de plataformas móviles para reservaciones, pagos o registro de personas, aplicaciones de realidad virtual para recorridos, el uso de pasaportes electrónicos, entre otras; pero cuando muchas empresas desarrollan soluciones similares al mismo problema, es probable que lo que se requiera sea un enfoque diferente.

Las recomendaciones de productos son algo muy conocido en muchas áreas del comercio electrónico, como libros, videos y música. Las tiendas piden a sus clientes una calificación sobre el producto adquirido y la utilizan como punto de partida para inferir mediante poderosos algoritmos que podría gustarle a otros clientes. Es así como Amazon puede sorprendernos ofreciéndonos



Algunos expertos en tecnología aseguran que en la actualidad un viajero tiene en la palma de su mano información que hace veinte años solamente hubiera estado al alcance del presidente de los Estados Unidos.

un libro que probablemente nos gustaría o Netflix recomendarnos la próxima serie que nos atrape.

De acuerdo con un artículo de tnooz.com, proveedor de servicios de noticias, análisis y datos en áreas relacionadas con la tecnología de los viajes, cuando se trata de viajes de placer, los consumidores realizan hasta 38 visitas a sitios web en los 45 días previos a hacer su reservación. Parece que están dedicando más

tiempo a inspirarse y planear que a la experiencia real. Es posible que las soluciones de viajes en línea no hayan evolucionado al mismo ritmo que las necesidades de los consumidores.

Cada vez aparecen más alternativas similares, Kayak (metabuscador de viajes en línea, fundado en 2004), ha actualizado su herramienta Explore, en la que basta seleccionar la época del año, el presupuesto disponible y

cuál es la actividad de preferencia, para sugerir destinos y vuelos a personas que buscan inspiración. Otros sitios como tripaya.com, wherefor.com o lligo.es han desarrollado ideas similares, sin embargo, hace falta mucho para llegar a recomendaciones tan acertadas como las de Netflix o Amazon.

Si bien es cierto que, con tan pocos datos de entrada, consultar una gran variedad de fuentes de información, estandarizar los resultados y presentarlos en un mapa, en menos de siete segundos, es una proeza informática, no puede considerarse como una de esas innovaciones disruptivas que cambian la forma en que se hacen las cosas en una industria. Habrá que estar pendientes de qué otros enfoques pueden ofrecer al viajero planes irresistibles.

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

La tecnología, al servicio de la industria turística

El lema de Amadeus es: "Trabajar con sus clientes y socios para construir el futuro de los viajes".

Los prestadores de servicios turísticos requieren plataformas tecnológicas que les permitan acercar a sus clientes la mejor oferta del mercado, para que puedan elegir la que más les convenga.

Pablo de la Hoz, director general en México de Amadeus, señaló durante su participación en la asamblea mensual de la Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas (AFEET), que la empresa se dedica a "construir viajes más conectados, personalizados y sustentables para sus clientes y socios de la industria".

Ante ello, ofrece a sus clientes: agencias de viajes off line y on line, la prestación de servicios de distribución indirecta, a través de soluciones tecnológicas.

La cadena de proveedores directos e indirectos la conforman 709 aerolíneas, más de 379 mil hoteles,

233 turoperadores, 43 empresas de alquiler de automóviles, 50 líneas de cruceros y ferris, 90 compañías ferroviarias, 16 grupos de aseguradoras, 200 operadores aeroportuarios y 95 empresas de servicios de asistencia en tierra.

Amadeus es una compañía de tecnología de clase mundial, tiene presencia en 195 países y está renqueada entre las diez compañías top de software en el mundo.

Por su posición en el mercado global, la empresa se diversifica, es decir, busca una expansión a nuevas áreas, entre ellas destacan la tecnología móvil, medios de pago y TI (tecnologías de la información) para aeropuertos.

A través de estas nuevas áreas, Amadeus ofrece a sus clientes movilidad, es decir que con tecnologías móviles las agencias podrán ofrecer sus servicios a cualquier hora y lugar donde su cliente se encuentre.

La eficiencia es otro beneficio para las agencias, ya que podrán automatizar múltiples procesos operativos y repetitivos, lo que les permitirá alcanzar mejores resultados y rentabilidad. Esos sistemas ayudan a reducir las tasas de fraude y de devoluciones.

INNOVACIÓN

Amadeus generó un producto para las agencias de viajes de la próxima generación, diseñado para liberarse de las limitaciones de la tecnología, es: Selling Platform Connect, una plataforma de reservaciones.

"Esta nueva plataforma ha sido construida junto a nuestros clientes, para nuestros clientes, y después de miles de horas de investigación de usuarios en profundidad, por lo que se comporta



exactamente de la misma manera en que los profesionales de viajes piensan", informó la compañía.

Amadeus ofrece soluciones que facilitan la totalidad del viaje y mejoran las experiencias de los usuarios. (Redacción)

"Nuestra gente, nuestra tecnología y nuestra innovación están dedicadas a trabajar con todos nuestros clientes para construir el futuro de los viajes. De esta manera, juntos, podemos mejorar las experiencias de los viajeros", comentó el directivo.

La compañía ofrece a las agencias calcular el total de tiempo que ahorrarán si adoptan estos sistemas.

Inicialmente, los ahorros en tiempo son: 49% en tareas complejas y competitivas; 68% en la reservación de los servicios complementarios y 54% al integrar contenido externo.

"La plataforma nos permite trabajar en cualquier momento, en cualquier lugar, desde cualquier dispositivo, sin perder ninguna funcionalidad", comentó Meir Weingarten, presidente de Ariel Tours en Nueva York, Estados Unidos. (Redacción)

Travelinn®

MAXIMIZA EL POTENCIAL DE TU AGENCIA DE VIAJES

Con Travelinn disfruta de los siguientes beneficios:

- Más de 120,000 opciones de viaje
- Excelentes comisiones
- Personaliza tu ganancia
- Reserva y paga después
- Diversidad de formas de pago
- Hasta 12 meses sin intereses
- Capacitación continua
- Innovadora tecnología
- Atención personalizada 24/7



Para mayor información contáctanos al 01 800 849 4974 o afiliaciones@travelinn.com.mx

Travelinn®

www.travelinn.com.mx
01 800 849 4974 | agencias@travelinn.com.mx

Ana La Santa se renueva

El barrio de Las letras en Madrid, alberga este restaurante que ofrece una carta que se modifica tres veces al año.

ISABEL GORDOA

El restaurante Ana La Santa, en Madrid, se remozó con un nuevo diseño de interiores y menú, informó su director general, Marc Fabregat.

Mencionó que entre los cambios incluye detalles en la decoración, fotografías y cortinas, así como otros colores en sus muebles y cojines para que sus visitantes se sientan en un local distinto con aire fresco.

Asimismo, resaltó que su carta se renueva más de tres veces al año, dependiendo del gusto de los comensales, la cual mezcla productos del Mediterráneo con toques internacionales.

“El establecimiento ubicado en Plaza Santa Ana, en el barrio de Las letras, es uno de los más emblemáticos del destino con comida tradicional española y una fu-



Aunque también resalta las paellas al estilo Barcelona, las cuales siempre están en la carta.

También cuenta con menú del día, de lunes a viernes, en el que se sirven propuestas originales empezando con dos primeros tiempos, uno frío y uno caliente, después dos segundos tiempos con carne y pescado. “Queremos darle vida a la carta, es por eso que a los madrileños les gusta comer en el lugar”, añadió.

Indicó que su principal mercado es gente local, seguido de visitantes de la comunidad europea como Francia, Italia e Inglaterra. Además, en los últimos años han llegado turistas japoneses, chinos y árabes.

“El servicio, trato al cliente y ubicación nos distingue de otros restaurantes en el destino. La gente que nos visita no sólo va a comer, recuerda que estuvo ahí”, señaló.

El sitio esta dividió en cuatro ambientes distintos: El jardín o invernadero en invierno, una terraza que da a la Plaza de Santa Ana; la zona clásica decorada con un mantel que siempre está allí y diversas fotografías antiguas de Madrid; la zona del Lobby, donde se puede tomar el té y en fin de semana ver proyecciones o escuchar un Dj; y el bar, en el que también se puede comer como si se estuviese en casa.

De igual forma, el sitio es conocido porque allí se llevan a cabo diversos eventos culturales, políticos y sociales. El lugar puede recibir hasta 360 personas, 160 sentadas.

Mencionó que ya se está preparando la carta para Navidad y fin de año con un menú más clásico.

sión de dos empresas: Hotel Meliá y En Compañía de Lobos”, indicó.

Entre sus recetas destacan las tortitas de maíz con sashimi de atún, croquetas de jamón ibérico, calamares a la andaluza, pescados a la parrilla, carnes, paellas, tortilla española y surtido de tapas, según la temporada.

“En el restaurante se preparan

platos de temporada, nos gusta ir al mercado y compaginar nuestra gastronomía con el día a día”, dijo Fabregat, quien trabaja desde hace 17 años en En Compañía de Lobos.

Explicó que uno de los alimentos favoritos de sus visitantes son los bocadillos de calamares con pan de cristal, típicos de Madrid.

ISABEL GORDOA

Un clásico en Italia

Sólo hay dos tipos de comida: buena cocina y mala cocina: Pierangelini.

Nacido en Roma, Fulvio Pierangelini es uno de los chefs italianos más famosos del país, poseedor de dos estrellas Michelin y más de 30 años de experiencia gastronómica.

De joven tenía dos sueños: ser embajador y cocinar, fue por ello que realizó sus estudios en Ciencias Políticas y posteriormente decidió dedicarse a la gastronomía.

“Cocinar no es sólo una pasión o un trabajo, es mi necesidad, mi vida”, aseguró el experto.

Nunca imaginó que al abrir su restaurante Il Gambero Rosso, ubicado junto al mar en San Vincenzo, en la Toscana, donde mostraba su creatividad elaborando cada día nuevos platillos con productos de la región, se iba a convertir en un chef de renombre.

Ahora es director creativo de alimentos del grupo hotelero Rocco Forte Hotels, con restaurantes a su cargo localizados en el Hotel de Russie, en Roma, y Hotel Savoy, en Florencia, este último lo



inauguró el año pasado, se llama “Irene”, como homenaje a la madre de Sir Rocco Forte.

Además, es chef ejecutivo de Vita Health en el Verdura Golf & Spa Resort en Sicilia, donde trabaja como consultor en nutrición.

“Cuando empecé a trabajar en los hoteles ubicados en Italia, el 80% de las personas que degusta-

ban mis platillos eran huéspedes y el 20% de la ciudad, ahora es lo contrario, por lo que le digo a los cocineros que no se trata de una cocina de un hotel, sino de un restaurante”, aseveró.

También están a su cargo los restaurantes The Charles Hotel, en Múnich; Villa Kennedy, en Frankfurt; Hotel de Rome, en Berlín; el hotel Amigo, en Bruselas y hotel Astoria St. Petersburg,

Rusia. En total, está a cargo de nueve establecimientos gastronómicos y 500 personas.

Explicó que lo más importante en su cocina es el respeto, así como asistir al mercado para conocer los productos y platicar con su gente, para después regregar y realizar los platillos.

Pierangelini considera la gastronomía un impulso para el turismo. Platicó que por 32 años no se subió a un avión, pero volaba con su mente, ejemplo de ello es su famoso platillo pichón con especias orientales, una receta de un viaje nunca hecho.

A pesar de que disfruta la comida de otros países, incluyendo la mexicana, no gusta de tomar otras recetas para preparar sus platillos, ya que para Pierangelini eso es copiar y no crear. Añadió: “sólo hay dos tipos de comida: buena cocina y mala cocina”.

Entre sus proyectos espera abrir un nuevo restaurante pequeño, en el que le sea posible continuar con sus historias, así como escribir un libro que lleve por título “Qué cocinar en casa”.

Restaurantes mexicanos entre los mejores de LA

La gastronomía nacional fue galardonada también por sus creadores, fue el caso de Guillermo González Beristáin, chef de Pangea.

México sigue destacando entre los 50 Mejores Restaurantes de Latinoamérica, esto fue anunciado en un evento que resaltó lo mejor de la gastronomía de la región y donde se celebró a los principales chefs.

Para la ceremonia de presentación de la cuarta edición de la lista Latin America's 50 Best Restaurants, propiedad de William Reed Media Group, México fue el país anfitrión por segundo año, se eligió por ser un destino gastronómico destacado con una rica y creciente escena gourmet.

Los restaurantes mexicanos con mejor posición en la lista fueron Pujol, en el escaño número 5; seguido de Quintonil en el sexto lugar; Biko en la posición 10, y Sud 777 en el lugar 11, los cuatro ubicados en la Ciudad de México.



El restaurante mexiquense Amaranta se colocó en el lugar 15, Pangea de Monterrey en la posición 19, Nicos en el 37, Corazón de Tierra en el 39 y Dulce Patria en el escaño 48.

The Chefs' Choice Award, patrocinado por Cerveza Modelo, fue otro reconocimiento que se votó y que decidieron los propios 50 Best

chefs, celebrando la contribución de uno de sus colegas a la gastronomía. Fue Guillermo González Beristáin, de Pangea, en Monterrey, el chef galardonado.

Además, se entregó The Art of Hospitality Award, un nuevo premio para este año, que reconoce la excelencia en el servicio. Este reconocimiento inaugural se concedió

LUGAR EN EL RANKING

- 5 Pujol Ciudad de México.
- 6 Quintonil Ciudad de México.
- 10 Biko Ciudad de México.
- 11 Sud 777 Ciudad de México.
- 15 Amaranta Toluca.
- 19 Pangea Monterrey
- 37 Nicos Ciudad de México.
- 39 Corazón de Tierra Valle de Guadalupe.
- 48 Dulce Patria Ciudad de México.

a Pujol, del chef Enrique Olvera, localizado en la Ciudad de México.

Anteriormente se entregaron otros reconocimientos individuales, uno de ellos fue el One To Watch Award para el restaurante Alcalde en Guadalajara, Jalisco.

El grupo lleva a cabo un programa itinerante para la celebración de Latin America's 50 Best Restaurants, realizando la ceremonia en distintos lugares con el fin de mostrar la creciente importancia de todos los países pertenecientes a la región en la escena culinaria global.

“A través de esta lista, colaboramos en posicionar a los restaurantes latinoamericanos en el reflector. El objetivo primordial es mostrar las cualidades de la región: la variedad, innovación, talento y respeto por el uso de ingredientes de la localidad; así como generar conciencia del impacto cultural positivo de la gastronomía contemporánea”, comentó William Drew, editor general.

Quebec y sus factores positivos para el crecimiento

Una nueva alianza empresarial, la eliminación de la visa y el tipo de cambio favorecerán a los viajeros mexicanos.

MARGARITA SOLÍS

Los integrantes de la industria turística de la provincia de Quebec, Canadá, han trabajado en los últimos años en crear un organismo descentralizado para promover y comercializar el destino, fue con el gobierno de Justin Trudeau que recibieron una respuesta.

Después de presentar un plan de trabajo y ser aprobado por el Ministerio de Turismo, se fundó la Alianza de la Industria Turística de Quebec con las bases de tres asociaciones; una concentraba las diferentes regiones turísticas, en la segunda los servicios de esquí, golf y moto nieve, entre otros, y una tercera que aglutinaba a las grandes empresas.

En entrevista con Michel Gagné, director de Mercadotecnia In-

ternacional de la Alianza de la Industria Turística de Quebec –quien hasta hace unas semanas portaba el título de Representante de Turismo de la provincia–, explicó que están en proceso de transición, donde el gobierno inició el año y ahora se está retirando, mientras que la alianza está empezando y ya prepara un plan de trabajo que deberá estar listo antes de que concluya 2016, y que será la estrategia a seguir para la comercialización del destino los siguientes tres años.

Por mandato del primer ministro Trudeau, es que deben tomar en cuenta a todos los que integran a la industria turística y no sólo a los miembros de las asociaciones, es decir a las empresas de todos los tamaños y todo el mercado.

Uno de los objetivos de la Alianza es promover un cambio y que el crecimiento sea equitativo, un ejemplo de ello es el incremen-



QUEBEC EN MÉXICO

Cada año, una numerosa delegación de servicios turísticos de la provincia canadiense realiza una reunión en México para promoverse. Ahora participaron más de 20 empresas de diferentes sectores: hoteles, cruceros, trenes, aerolíneas y parques naturales.

En el evento “Quebec en México”, Gagné aseguró que, si bien esta campaña se realiza año con año, en esta ocasión dejará máximos beneficios a la provincia si se consideran tres ventajas: la eliminación de la visa para los viajeros mexicanos, la cercanía entre ambos países y que el tipo de cambio es menor al dólar estadounidense.

Después de la imposición de la visa la cifra de mexicanos visitando Canadá descendió 50 por ciento. En 2008 eran 250 mil viajeros, se prevé que para el verano de 2017 se recupere el mercado y nuevamente alcance la misma cifra de mexicanos.

El pasado 28 de junio, el gobierno de Canadá anunció que, a partir del primer día de diciembre de este año, exentará a los mexicanos de la visa como requisito de ingreso al país.

tar el nivel de ocupación hotelera en todos los niveles.

Para su funcionamiento tendrá una mezcla de inversión pública y privada, 50% cada una de las partes. Los fondos del gobierno destinados cada año para la comercialización del turismo serán dirigidos a este nuevo organismo.

Gagné señaló que han normalizado la situación del impuesto sobre las

habitaciones de los hoteles, antes cada región tenía la posibilidad de tener su porcentaje, ahora lo homologaron a 3.5%, de los fondos recibidos se destinarán 10 millones de dólares canadienses a la promoción. “Los fondos (del gobierno), más este impuesto, y la industria misma vamos a invertir más en la comercialización, así el presupuesto será mejor y lo manejará la Alianza y no el gobierno”, comentó.


NIVADA
swiss®



100
AÑOS DE GRANDEZA
CEAMÉRICA

DE VENTA EXCLUSIVA EN:
 **Liverpool**

www.nivadaswiss.com    

