



La oferta turística mexicana se ampliará con la apertura entre Cuba y EU

Para aprovechar las relaciones diplomáticas que retomaron ambos países, la estrategia multidestino será la más conveniente.

➤ PÁGS 8 Y 9



PREVENIR. Los viajeros deben considerar que las aerolíneas tienen pesos diferentes para el equipaje.

PÁG
5

ENTREVISTA. Para Small Luxury Hotels no hay estándares. El huésped vivirá experiencias preparadas para él.

PÁG
6

INNOVADOR. Travelport aprovechó la tecnología y las tendencias del mercado para crear una plataforma abierta.

PÁG
13

Quedan seis meses para que concluya la inscripción al RNT

Ninguna empresa del sector turístico está exenta de cumplir con esta obligación.

MARGARITA SOLIS

Los prestadores de servicios turísticos les quedan seis meses para cumplir con la inscripción al Registro Nacional de Turismo (RNT); no importa si ya tienen cierto tiempo en el mercado, si son nuevas empresas o tengan programado iniciar operaciones antes del 30 de marzo de 2017.



El certificado del RNT da cumplimiento a lo establecido en el artículo 48 de la Ley General de Turismo, que indica que los prestadores de servicios turísticos deben inscribirse al registro.

También cumple con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, que señala: "deberá aprovecharse el potencial turístico de México para generar una mayor

derrama económica en el país, mediante el impulso de la innovación, de la oferta y elevación de la competitividad del sector turístico, a través de fomentar la colaboración y coordinación con el sector privado, gobiernos locales y prestadores de servicios".

Es, entonces, a través de la Di-

rección General de Certificación Turística (DGCT), adscrita a la Subsecretaría de Calidad y Regulación de la Secretaría de Turismo (Sectur), que se llevará el conteo y control de los certificados.

Para facilitarles a esos prestadores de servicios o empresas su registro, la DGCT realiza el trámite

de forma gratuita y, de cumplir con los requisitos, el certificado se emite en un plazo aproximado de quince días hábiles. A los prestadores de servicios se les otorgó un periodo de un año, a partir del día siguiente de la publicación del acuerdo, que fue el 30 de marzo de 2016.

Se contemplan ocho categorías de prestador de servicios turísticos: agencia de viajes, alimentos y bebidas, operadoras de buceo, embarcación de servicios turísticos, hospedaje, operadora de marina, transportadoras turísticas terrestres y otros.

En el rubro de "otros" están contempladas las agencias integradoras de servicios, arrendadora de autos, campo de golf, tiempos compartidos y vuelo en globo aerostático, entre otros.

Un resultado positivo que ha registrado la Asociación Mexicana

de Agencias de Viaje (AMAV) gracias al RNT es la disminución en el número de reclamos por fraudes realizados por las "agencias fantasmas": pasaron de tres a cuatro quejas por semana, a una o dos.

LINEAMIENTOS

Si la empresa no se ha registrado y ya pasó el periodo de un año, se le otorgan treinta días naturales para llevar a cabo su inscripción; de no cumplir se le multará con 500 y hasta mil 500 días del valor inicial diario de la Unidad de Medida y Actualización.

Por incumplimiento posterior a la entrega del certificado, se le requerirá que en cinco días hábiles subsane las irregularidades. Si no cumple con lo anterior, se le multará con 301 a 500 días del valor inicial diario de la Unidad de Medida y Actualización.

Si el prestador de servicios persiste en su negativa de corregir la información, el establecimiento será clausurado de forma temporal, se levantará 24 horas después de que esté inscrito debidamente.

Para aquellos que ya están establecidos, se precisa que deberán actualizar su información y tendrán hasta el 30 de marzo de 2017 para hacerlo o, de lo contrario, la DGCT cancelará su registro.

Silversea complace a sus huéspedes

Son tres los cruceros que incluye inicialmente en su plan de remodelación, donde invertirá 170 mdd.

Un plan de remodelación para su flota y una inversión de 170 millones de dólares anunció Silversea en días recientes. Un aspecto importante es que la línea de cruceros aplicará los cambios como resultado de la retroalimentación proporcionada por los viajeros.

La remodelación está encaminada a conservar los estándares de excelencia, elegancia atemporal y comodidad a los que tiene acostumbrados a sus clientes.

El primero en la lista es Silver Wind, su remodelación será durante su etapa de dique seco pro-

gramada para octubre de este año. Se cambiarán muebles y complementos, y se instalarán televisores interactivos con servicio de películas on demand. Al restaurante La Terrazza y el Restaurante Principal se les instalarán nuevos pisos.

La cubierta de la piscina se someterá a un proceso de retirar el piso de teca y reemplazarlo.

El Silver Discoverer también se beneficiará con esta inversión; al igual que Wind, será remodelado en su etapa de dique seco en octubre. El servicio y la presentación de las suites se ceñirán rigurosamente a los estándares de Silversea.

Después, el turno será de Silver Whisper, anfitrión del emblemático Crucero Mundial, su remodelación iniciará antes de que finalice 2016.

Las suites de lujo serán remodeladas y los baños se adornarán con pisos de mármol emperador oscuro. Los espacios públicos están incluidos, en la alberca se instalarán azulejos y nuevos sillones reclinables. The Restaurant y La Terrazza serán redecorados con un tapete esponjado y piso de parquet de madera, respectivamente, y con mobiliario nuevo.



Al centro de comunicaciones del Silver Whisper se incluirán dos antenas satelitales, lo cual mejorará ampliamente la velocidad de internet a bordo y mejorará los nuevos televisores interactivos de las suites.

"Estamos encantados de seguir adelante con estas remodelaciones de gran alcance y nos ilusiona darles a nuestros huéspedes la bienvenida a bordo y compartir nuestra visión única de cruceros de ultra lujo, tanto en términos de servicio como de entorno físico", dijo Manfredi Lefebvre, presidente de Silversea.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!

DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 86, septiembre 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. 01-2012-08101732800-101 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 agosto 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.

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

CANCÚN 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	ISLAMUJERES ZOÉTRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$2,865
IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA \$1,495	LOSCABOS/CABO SAN LUCAS DREAMS LOS CABOS \$2,839 BREATHLESS CABO SAN LUCAS \$2,335 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$2,585	NUEVOVALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA \$1,995	PLAYAMUJERES SECRETS PLAYA MUJERES \$2,360
PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA \$1,359 NOW AMBER PUERTO VALLARTA \$2,195 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$2,265	RIVIERA CANCÚN/RIVIERA MAYA NOW JADE RIVIERA CANCUN \$1,905 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN \$1,905 DREAMS PUERTO AVENTURAS \$1,819 DREAMS TULUM \$2,080 DREAMS RIVIERA CANCUN \$2,265 BREATHLESS RIVIERA CANCUN \$2,615 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN \$2,249 SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN \$2,335 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$2,855 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN \$3,695 ZOÉTRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA \$3,339		

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble. Incluyen impuestos y propinas. Exclusivas para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. (*) Promoción "Niños Gratis" aplica sólo en hoteles participantes, lo cual debe consultarse al momento de reservar. Máximo dos menores de 12 años en la habitación de sus padres. No aplica en puentes ni días festivos. Aplican restricciones. Sunscape Resorts & Spas ofrece Unlimited-Fun® que incluye: Habitaciones y suites con balcón privado o terraza; restaurantes con servicio buffet y a la carta; minibar con refrescos, jugos, agua embotellada y cerveza; bebidas nacionales ilimitadas; opciones de alimentos 24 horas; programa de entretenimiento y actividades diarias. Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para niños de 13 a 17 años y más. (*) de domingo a jueves. (**) de domingo a miércoles.

SECRETES 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

THE LEADING HOTELS OF THE WORLD (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

Ciudad Abierta
GUSTAVO ARMENTA

Los viajes de negocios gozan de cabal salud

Ya estamos entrados en el siglo XXI y, a estas alturas, se ve como vieja la discusión – que hace quince años era una predicción casi fatal– sobre si la tecnología en telecomunicaciones y gadgets acabaría paulatinamente o, por lo menos mermaría significativamente, con los viajes de negocios. En una gran empresa, ¿para qué gastar en trasladarse a otra ciudad para tener una junta corporativa o con algún cliente, si se puede hacer lo mismo por medio de una teleconferencia sin salir de la oficina?

Sin embargo, estos augurios no se han cumplido y, por el contrario, los presupuestos de las compañías para viajes de negocios hoy están muy robustos y gozan de cabal salud.

Así lo demuestran diversos estudios privados. Uno de ellos es el que la Asociación Global de Viajes de Negocios (GBTNA) dio a conocer hace unos días, el cual denominó “Índice de sentimiento de

los viajeros de negocio 2016”.

Aunque la investigación se llevó a cabo a nivel mundial, entre 3,500 viajeros de negocios, poco más del diez por ciento de los encuestados fueron mexicanos, por lo que arroja información clara sobre lo que se piensa en nuestro país sobre este segmento de la industria turística.

Por ejemplo, una de las conclusiones que muestra es que en México hay confianza en el valor de los viajes de negocios, debido a que los ejecutivos los siguen viendo como una herramienta fundamental para aumentar sus ventas; no obstante, esto va acompañado de una rápida adopción de los cambios tecnológicos que les ayuden a sacarle el mayor provecho a los desplazamientos. Es decir, en lugar de convertirse en situaciones enfrentadas y excluyentes, la realidad de los últimos años ha mostrado que viajes de negocios y tecnología se han vuelto complementarios, logrando mejores resultados que hace quince o veinte años.



El estudio –en el cual también participó American Express–, se llevó a cabo con el objetivo de “examinar y ofrecer información sobre cómo las compañías pueden ayudar a aumentar la satisfacción de sus ejecutivos viajeros, su productividad mientras viajan, al tiempo que son más eficientes y reducen costos”.

Así, algunos de los principales datos que aporta la investigación son los siguientes: el 82% de los viajeros de negocios confían en el valor de los viajes para incrementar los ingresos de su compañía y esperan un aumento significativo en la cantidad de viajes durante el futuro inmediato; 63% esperan aumentar los viajes nacionales; 64% el uso de hotel y el 61% de los vuelos.

Otros, que alcanza el 48%, tienen previsto realizar más viajes al extranjero; mientras que el 56% espera asistir a más reuniones, conferencias y eventos.

En fin, la gran conclusión es que la mayoría de los encuestados, que alcanzó el 70%, cree que la tecnología no reemplazará las reuniones cara a cara para la realización de los negocios, universo donde las mujeres fueron el 76% y las personas de más de 55 años el 80%. Pero si cree que esto es un asunto generacional, aquí va un último dato: el 81 por ciento de quienes piensan así son Millennials.

armentaturismomexico.com

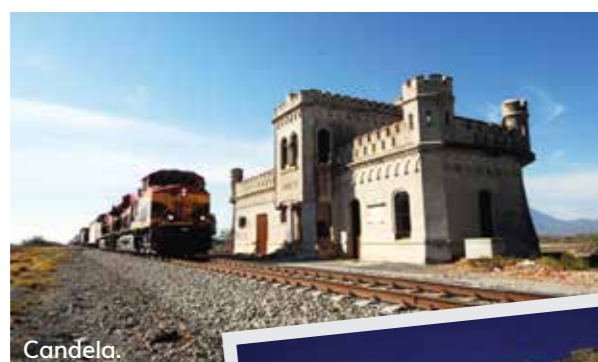
Dos más a la lista de Coahuila

Candela y Guerrero ya son Pueblos Mágicos del estado, donde las historias revolucionarias y las bellezas naturales se adueñan de los visitantes.

Diego Castillo

Coahuila es reconocido como uno de los estados más extensos al norte de México, cuenta con una variedad de ecosistemas, tradición e historia que forman parte de sus atractivos, esos elementos se encuentran en sus seis Pueblos Mágicos, incluyendo los recientes nombramientos de Candela y Guerrero.

Estos dos nuevos Pueblos Mágicos pueden ser el motivo por el que los viajeros extiendan su estancia en Coahuila y darse la oportunidad de visitar este territorio pla-



Candela.

gado de historia y naturaleza.

Hace menos de un año integraron en la lista a Guerrero, se considera como el municipio más antiguo del estado, se fundó

en 1708, destaca porque ahí se realizaron las expediciones a Texas, para después dar paso a las poblaciones de aquel territorio.

Las ruinas de la Misión de San Bernardo son parte del atractivo del sitio, dada su antigüedad, ya se encuentran protegidos por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH).



Guerrero.

que bien puede ser un punto de partida para adentrarse en estos destinos. Este sitio destaca por su gastronomía, donde las carnititas es de los más socorrido por los viajeros; también sus calles son portadoras de atractivos visuales donde la arquitectura religiosa no pasa desapercibida; dentro de sus construcciones destaca la iglesia de San Isidro Labrador; al mismo tiempo está re-

pleto de zonas boscosas donde actividades como el ciclismo de montaña o la caminata son algunas de las opciones.

Con un panorama fuera de lo común, Viesca es el sitio donde se alcanzan 16 mil hectáreas de arenas, conocidas como las Dunas de Bilbao.

Un lugar propio para pasar un día completo y contemplar el paisaje, esto debido a que el paso del sol y el soplar del viento suelen cambiar el panorama.

Al adentrarse en la comunidad, se aprecian casonas y construcciones religiosas del siglo XVIII, muestra de ello es la capilla de la Señora de Santa Ana, que aún se encuentra abierta al público.

Con una historia vitivinícola del final del siglo XVI, Parras de la Fuente el municipio con los viñedos más antiguos de México, como Casa Madero, que ofrece recorridos por la Hacienda de San Lorenzo.

Cuatro Ciénegas tiene el nombramiento de Reserva de la Biosfera, sus paisajes están llenos de montañas áridas y de dunas color blanco. En Las Pozas Azules hay especies endémicas de peces y tortugas; los estromatolitos son de lo más visitado.

La historia de México está presente al ser la cuna de Venustiano Carranza. Este personaje de la Revolución Mexicana es homenajeado con una estatua que se levanta a lo alto de un cerro a la entrada del pueblo, y por un museo que resguarda artículos personales, como su banda presidencial.

SERVICIO

El peso del equipaje, factor determinante en un vuelo

Cada aerolínea establece sus lineamientos en este tema, por ello es importante verificar los kilogramos que permiten, más aún si en un solo viaje se realizan varios vuelos.

Daina Vázquez

Cada que un pasajero va a viajar a algún destino en avión, le preocupa, además del costo del vuelo, el tema del peso de sus maletas, sobre todo cuando va a hacer un viaje largo a diferentes países donde las aerolíneas tienen diferentes políticas sobre el equipaje de mano y el documentado.

Existen ocasiones en que las políticas de peso varían entre aerolíneas, puede ser desde uno a tres kilogramos (kg), lo que afecta al viajero porque al final es de lo más complicado quitarle peso a la maleta para poder cumplir con los requerimientos, y, aún más, si se considera que va de vacaciones a varios países y decide hacer compras o traer algún tipo de souvenir, al final puede resultar un problema.

Por ello es importante a la hora de comprar un boleto de avión que se revisen las condiciones de cada compañía, ya que todo pasajero tiene derecho a llevar cierto número de maletas con determinado peso.

El pago por exceso de equipaje se puede realizar por internet y ahorrar tiempo y dinero con este trámite.

Las Mexicanas

Las aerolíneas nacionales para los viajes internacionales tienen políticas muy diferentes a las compañías extranjeras; por ejemplo: Interjet es la que permite a los pasajeros documentar el mayor peso y número de piezas en vuelos de clase turista. Acepta hasta 75 kg divididos en tres maletas, aunque ninguna puede exceder los 25 kg.

Además, el equipaje de mano debe pesar hasta 10 kg, dentro de este concepto se consideran los artículos que pueden colocarse en los compartimientos superiores o debajo del asiento, como bolsa de mano, maletín para laptop y pañalera, entre otros.

Si se paga por el exceso de equipaje en esta aerolínea, el costo es mínimo,



ya que sólo se cobran cinco dólares por cada kilogramo extra en los vuelos internacionales.

El equipaje permitido en Aeroméxico en vuelos a Estados Unidos, Canadá y Europa, depende de la clase de boleto que se compre. Si es clase turista, aceptan una maleta para documentar de 23 kg y una pieza de equipaje de mano de máximo 10 kg, mientras que en clase premier son dos maletas de máximo 32 kg y un equipaje de mano de 18 kg.

El costo por equipaje extra es a partir de la primera pieza adicional, se pagan 45 dólares en pre compra y 55 dólares directamente en el aeropuerto. En el caso de viajar a Asia y Sudamérica, excepto Brasil y Panamá, se pueden documentar dos piezas de máximo 23 kg en clase turista.

Por su parte, Volaris deja documentar 25 kg en vuelos internacionales, el cobro adicional por equipaje depende de la ruta de viaje, en promedio

el costo es de 65 dólares. La aerolínea considera dos piezas como equipaje de mano.

Las Internacionales

En el mundo, por ejemplo, Delta es la aerolínea que permite, dependiendo del país al que se viaje, de una a dos maletas para registrar gratis, además de un bolso de mano y un artículo personal sin cargo.

Las aerolíneas de Delta Connection aceptan exceso de equipaje, según el espacio disponible. Si el equipaje no puede llevarse en el mismo vuelo que el pasajero, éste será transportado en el próximo vuelo disponible.

En Air France se puede transportar una pieza de equipaje y un accesorio, de un peso total máximo de 23 kg. Si tiene una conexión con un vuelo internacional, el número de piezas de equipaje autorizado por su vuelo internacional es válido para todo el viaje. Además del equipaje de mano,

el pasajero puede transportar un accesorio; por ejemplo, una bolsa, una computadora portátil o una cámara fotográfica. El peso total máximo del equipaje de mano y el accesorio no deben superar los 18 kg, según la clase en que viaje. También puede transportar a bordo una bolsa de artículos libres de impuestos (*duty free*).

Alaska Airlines permite una maleta documentada de hasta 23 kg y llevar un bolso de mano, más un artículo personal como un maletín o una laptop. A los artículos que excedan el equipaje de mano gratis permitido, se les cobrará 25 dólares por maleta extra.

En tanto, British Airways incluye una maleta gratuita para documentar de hasta 23 kg y aceptan dos maletas de mano. En vuelos cortos ofrecen la opción de solamente viajar con equipaje de mano, pero sin la opción de escoger los asientos. Además, si el pasajero vuela con otras compañías, esta aerolínea ofrece el beneficio del pago especial de la franquicia de equipaje facturado de British Airways que permite que se respete en algunos casos el peso del equipaje.

Por su parte, Lufthansa transporta, de forma gratuita, una cantidad determinada de maletas y equipaje de mano; eso puede variar en función de los trayectos, la clase de reservación y de servicio, la tarifa, el *status* de miembro de Miles & More del pasajero, entre otros factores. Por ejemplo, si se viaja por clase económica la maleta puede pesar hasta 23 kg, en clase *premium economy* se pueden documentar dos piezas de equipaje de hasta 23 kg, y si se viaja por *bussines class* también son dos maletas, pero de hasta 32 kg, y en el caso de primera clase son tres piezas de hasta 32 kg cada una.

Cualquiera que sea la aerolínea elegida para volar, lo importante es poder revisar con antelación las medidas del equipaje y el peso, esto para evitar algún mal rato en el aeropuerto y que el viaje se pueda ver afectado, quizá con un retraso.



Las medidas promedio de cada maleta también dependen de las aerolíneas, en algunas ya se cuenta con un medidor de equipaje de mano, el cual está ubicado cerca de los mostradores de *check-in*.



Samir Saab.

investiga antes de realizar su viaje para, cuando llegue al destino, el hotel les tenga organizada su expedición.

Otra tendencia entre ese segmento son los viajes a lugares más distantes, como Australia y Nueva Zelanda, destinos a los que la gente visitaba poco porque era muy lejos. "Están viajando más a lugares más distantes, es lo que ahora se ve, el crecimiento en destinos largos", indicó.

►ECONOMÍA MUNDIAL

Las diferentes crisis en el mundo: económicas y políticas, no son un obstáculo para quien le gusta viajar, aunque reconoció que, al ser una empresa inglesa, el efecto del Brexit sí les ha afectado en los últimos tres meses.

El crecimiento estimado a inicio de año fue modificado ante la caída de 9% en el número de reservaciones en el primer cuatrimestre. A pesar de ello, Saab no considera que sea una cifra que deba preocuparles porque ante el lujo que ya esperan sus clientes, es un factor que de antemano saben van a recibir; la diferencia en SLH es: "el lujo no tiene estándar".

"Con Small el estándar no existe, eso nos separa del resto de los grupos hoteleros, nuestros lugares no son iguales y son independientes porque cada uno ofrece cosas diferentes y únicas a cada huésped. Se ofrecen vivencias como un picnic en Central Park, una sesión de Spa aplicando frutos recién cortados para una exfoliación o comprar productos en La Boquería para que el chef los prepare al gusto del huésped", comentó.

"Antes eran de 45 a 65 años, estamos volviendo a entrar al segmento joven, la gente joven está buscando este producto", comentó. Asimismo, reconoció que sus clientes no son turistas tradicionales, es gente muy activa que

nales, su portafolio de hoteles se diferencia del resto de las cadenas por diseño, arquitectura, decoración y por el factor sorpresa que siempre está presente.

Los viajeros pueden elegir hospedarse entre 500 hoteles alrededor del mundo, todos con conceptos diferentes, no hay ninguno igual; son palacios, castillos, casas rústicas y hospitales antiguos, entre otros.

Saab hizo hincapié respecto al lujo que ya esperan sus clientes, es un factor que de antemano saben van a recibir; la diferencia en SLH es: "el lujo no tiene estándar".

Sobre los incidentes de seguridad que se presentaron en Europa, el directivo enfatizó que a quien le gusta viajar no ha dejado de hacerlo.

"Los viajeros seguimos recorriendo el mundo. No tenemos miedo, pero sí somos cautelosos. No he cancelado ningún viaje a Europa, ni lo pienso cancelar, voy a ir y creo que muchas personas lo seguirán haciendo", aseveró.

Agregó que ante esa situación, Small sí ha observado un cambio de preferencias de viaje, ahora hay un crecimiento en la parte del Caribe, Latinoamérica y Estados Unidos, además de Australia y Nueva Zelanda.

Los Millennials les piden experiencias que les permitan convivir con gente local. Ya no es el turista tradicional que gusta de estar en la piscina, es gente muy activa que



A nivel mundial, México se coloca en la posición ocho; Estados Unidos encabeza esta lista, Inglaterra se mantiene en la segunda posición, a pesar de la situación económica y política derivada del Brexit; Francia se ubica en la tercera y España e Italia en la cuarta y quinta, respectivamente.

►BENEFICIOS

Hace más de 20 años Small le apostó a la alta tecnología; a decir de Saab, fue el primer grupo que ingresó su aplicación en el lanzamiento de su página web.

Esto ha generado puntos a su favor, debido a que con el aumento del uso de los dispositivos móviles, particularmente en el segmento

El lujo no tiene estándar

► México es el destino favorito en Latinoamérica para los clientes de Small Luxury Hotels: Samir Saab.

MARGARITA SOLIS

La tendencia entre los viajeros de alto nivel es combinar el lujo, el estilo y nuevas experiencias, además de ser cada vez más independientes, es decir, ya no quieren viajar en grupo.

Estos elementos fueron detectados por Small Luxury Hotels (SLH) desde hace varios años, ahora ofrecen nuevas vivencias y México no es la excepción.

En entrevista con Periódico Viaje, Samir Saab, vicepresidente del Consejo Internacional de SLH of the World, destacó que México, además de ser el destino preferido de Latinoamérica para sus clientes, tiene el hotel más solicitado del grupo: La Casa que Canta, en Zihuatanejo, Guerrero.

En toda la República Mexicana tienen ocho hoteles, algunos están en Baja California Sur, Riviera Maya, Ciudad de México y Cuernavaca.

México es el país número uno de la región, este reconocimiento se le asigna debido al número de reservaciones capturadas. En segunda posición está Brasil, le sigue Argentina y después Chile.



Nuevo concepto de centros comerciales en México

► En los próximos cinco años, GICSA invertirá 7 mil mdp en Mallertainment.

ALONSO GORDOA

GICSA, empresa desarrolladora de proyectos inmobiliarios, invertirá siete mil millones de pesos en los primeros cinco desarrollos comerciales de su nueva categoría llamada Mallertainment, que operará bajo la marca de Explanada.

Abraham Cababie, director general de la empresa, anunció que los nuevos centros comerciales serán construidos en 2017, como parte de los 14 centros comerciales que abrirán a lo largo de todo el país en los próximos cinco años.

De los cinco inmuebles, ya se inició la construcción en Puebla y lo inaugurarán a finales de septiembre de 2017; los desarrollos restantes se comenzarán a levantar en las próximas semanas, se ubicarán en León, Querétaro, Pachuca y Cancún, con el objetivo de abrirlos consecutivamente, con una diferencia de dos a tres meses durante el mismo año.

"Creemos que en México no existe un lugar que reúna todas las necesidades en un mismo sitio, por lo que creamos el concepto de Mallertainment con base en

cuatro pilares: tamaño, entretenimiento, comunidad y oferta comercial mixta", destacó el directivo.

El centro de entretenimiento tendrá un área de desarrollo promedio de 185 mil metros cuadrados, en la que incluirán una feria, globo aerostático, boliche, centro de espectáculos, cines, restaurantes, bares y eventos en vivo, entre otros.

A su vez, convergerán diversas tiendas multicategoría, hotel, centro médico, gimnasio, servicios y supermercado, así como las principales marcas nacionales e internacionales.

Darán énfasis a la comunidad con espacios incluyentes que abarquen zonas para que los artistas locales y la comunidad en general cuenten con una plataforma para exponer y comercializar sus productos.

También tendrá áreas de trabajo compartido, espacios conocidos como *coworking* para jóvenes emprendedores, pequeños empresarios y profesionistas en general. Además, integrarán espacios abiertos para convivir y ejercitarse al aire libre.

"Estamos esperando que nuestros complejos generen mil 500 empleos temporales durante su construcción y entre 700 y mil permanentes", afirmó Cababie.

El sector restaurantero avanza lento

► Un crecimiento de 2% no es suficiente. Sólo en regiones del centro del país y algunas playas se ha registrado un desarrollo positivo.

BEDILIA BRIZUELA

En lo que va del año, la industria restaurantera en México registró un crecimiento de 2%, similar al comportamiento de la economía del país, comentó Hugo Vela, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), en entrevista.

Indicó que ha sido un año complicado, "no ha sido el que nos hubiera gustado tener, deberíamos estar por arriba de eso". Los estados que lo han hecho de forma dinámica son los del centro, como Guanajuato y Querétaro, así como algunas playas importantes: Cancún, Riviera Maya, Puerto Vallarta y Los Cabos, además de la misma Ciudad de México.

Agregó que el impacto negativo en otras entidades se atribuye a los conflictos magisteriales de Oaxaca, Michoacán, Guerrero y Chiapas, donde los restauranteros han perdido casi el 90% de sus ventas.

Para manejar esa situación, la Canirac trabaja con diferentes secretarías, particularmente con la de Gobernación, con la intención de llegar a una pronta solución del conflicto, debido a la afectación para los restauranteros y a la población de esas comunidades, porque el 95% de ellas tiene una pequeña empresa.

"Contrario a lo que algunos de los dirigentes de la CNTE hablan, sobre que afectan a los grandes empresarios, la realidad es que no, afectan a la sociedad en general, a los meseros, cocineros, que no tienen ventas, no tienen trabajo ni manera de cómo llevar sustento a sus casas", añadió.

►PERSPECTIVAS

Respecto a las expectativas para la parte final del último cuatrimestre del año, el presidente de la Canirac prefiere ser cauteloso debido a las condiciones de la economía que, hasta ahora, no favorecen al consumo.

"Tenemos que reconocer que los restauranteros viven, en general, de cuando la sociedad tiene dinero disponible para poder salir a comer. Cuando no existen esas condiciones de mercado, éste es de los primeros gastos que se recortan", expresó.



Dentro de las medidas a promocionar están, de entrada, en septiembre, las noches mexicanas, los descuentos y, en general, los valores agregados. Recordó que la Canirac y la Asociación Mexicana de Restaurantes (AMR) realizan "La quincena del comensal" durante la primera semana de octubre, el objetivo es incentivar el consumo.

Comentó que el plato fuerte del turismo es la comida, que se promueve a través de programas como la Ley de Fomento de la Gastronomía Mexicana, de la Secretaría de Turismo, en forma transversal con otras secretarías.

"Hemos visto en otros países que se hace de una manera muy exitosa, como Perú, y yo creo que México tiene una riqueza gastronómica impresionante y que tenemos todo para poder lograrlo", finalizó.

Cifras de la industria restaurantera

En 2014 el valor total estimado de la industria fue de 285 mil mdp. Representa el 2% del PIB Nacional y 15% del PIB Turístico. Impacta al 48.7% de las 303 ramas de la actividad económica. Existen 515,059 establecimientos, 96% son Pymes y Mipymes. 7 de cada 10 empleos en el sector turismo son aportados por restaurantes. Fuente: INEGI

México se beneficiará con la relación Cuba-EU



El Capitolio Nacional en la Habana.

➤ El turismo nacional implementará la estrategia de multidestinos y las aerolíneas incrementarán operaciones. En tanto, JetBlue es la primera compañía estadounidense en aterrizar en suelo cubano.

BEDILIA BRIZUELA

Después 55 años de romper relaciones, Estados Unidos y Cuba las reanudaron, beneficiando a varios sectores, el primero que levantó la mano fue el aéreo, iniciando gestiones para operar hacia la isla caribeña.

La industria turística mexicana, con la estrategia de multidestinos, aprovechará la reanudación de las relaciones diplomáticas entre esos países, lo que se verá fortalecido con el Programa Específico de Cooperación entre México y Cuba 2016-2017, que suscribieron en noviembre de 2015 Enrique de la Madrid, secretario de Turismo, y Rodrigo

Malmierca Díaz, ministro del Comercio Exterior y la Inversión Extranjera de Cuba.

Cabe recordar que este Programa está basado en el Acuerdo de Cooperación en Materia Turística suscrito por México y Cuba en el 2013, que tiene como objetivo desarrollar el potencial económico y turístico de ambas naciones.

➤ BENEFICIO PARA MÉXICO?

Por ahora, la apertura de vuelos aéreos a Cuba es una acción positiva para nuestro país y, sobre todo, para el consumidor final, informó Julio Castañeda, director de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV).

En entrevista, agregó que toda-

vía faltan unos años para que la isla se vuelva una competencia en cuanto a atracción de visitantes, dado que aún le hace falta mucha infraestructura hotelera y no es capaz todavía de competir con México. "Será hasta dentro de unos cuatro o cinco años que ésta comience a existir como tal", dijo.

"Todavía falta para que pueda ser una competencia real para México; cuando exista, beneficiará al cliente final porque habrá más oferta, lo que pondría a trabajar a los prestadores de servicios", señaló.

El aprovechamiento de este pasaje aéreo con Estados Unidos es una situación que ya se comenta entre las autoridades mexicanas, pero

ellos, como iniciativa privada, ya han propuesto, desde hace algunos años, vender el *tour* como multidestinos, es decir, con viajes México-

Cuba, y no sólo para Estados Unidos y Canadá, sino también para el mercado europeo.

Agregó que el turismo asiático inició el pasado 14 de julio. De esta forma tiene una oferta semanal de 10 mil 260 asientos, informó Andrés Martínez, gerente de Mercadotecnia de la compañía.

"Hoy en día operamos desde la Ciudad de México, Cancún, Mérida y Monterrey hacia La Habana, y desde la capital mexicana hacia Varadero, brindando 76 operaciones semanales. Además, ofrecemos al mercado europeo, a través del código compartido con Iberia y British Airways, volar a la Ciudad de México con oportunidad de utilizar nuestra red de destinos nacionales

La mayoría de las compañías aéreas proponen comenzar sus servicios en otoño y en invierno de 2016 y 2017. Después de recibir su autorización, comenzarán a vender boletos de acuerdo con las fechas previstas para operar.



Anthony Foxx, titular del DOT y Adel Yzquierdo, ministro de Transporte de Cuba.



Catedral en la Habana.

➤ AEROLÍNEAS NACIONALES

En cuanto a compañías mexicanas, Aeroméxico estará volando a La Habana a partir del 19 de octubre desde la capital del país, y desde Monterrey a partir del 30 del mismo mes; también saldrá desde Mérida el 16 de octubre; de Veracruz, a partir del 5 de noviembre; desde León el día 22 y desde Guadalajara a partir del 23 del mismo mes.

En tanto, Interjet ya tiene seis rutas a Cuba, la última en ingresar a su lista fue el vuelo entre la Ciudad de México y Santa Clara, operación que inició el pasado 14 de julio. De esta forma tiene una oferta semanal de 10 mil 260 asientos, informó Andrés Martínez, gerente de Mercadotecnia de la compañía.

"Hoy en día operamos desde la Ciudad de México, Cancún, Mérida y Monterrey hacia La Habana, y desde la capital mexicana hacia Varadero, brindando 76 operaciones semanales. Además, ofrecemos al mercado europeo, a través del código compartido con Iberia y British Airways, volar a la Ciudad de México con oportunidad de utilizar nuestra red de destinos nacionales

➤ YUCATÁN

La Secretaría de Turismo de Yucatán ya tiene algunos acuerdos con la institución homóloga en Cuba para concretar alianzas bajo el concepto de multidestinos, de esa forma ya no serán competencia, sino destinos complementarios.

En entrevista, Saúl Ancona Salazar, titular de Turismo de la entidad, aseguró que su principal producto será el turismo arqueológico de las 17 zonas de los cenotes, como parte de la cultura maya y que se ubican a una hora de distancia de Mérida.

Al ser complementarios podrán compartir turistas; un ejemplo de ello es la apertura reciente del vuelo entre La Habana y Beijing, vía Montreal, para atraer viajeros chinos,

Cuba es el tercer socio comercial de México en el Caribe. En 2014 el intercambio fue de 374 mdd. México es el octavo emisor de turistas a Cuba, con 45 mil viajeros en el primer semestre de 2015 (últimas cifras). En 2014 se realizó la Misión Empresarial a Cuba, participaron 68 directivos mexicanos de 48 empresas.

a Yucatán, de tal forma que Cuba podrá instalar un stand en las convenciones de la entidad y captar al mercado "post convenciones", es decir, a aquellos viajeros que se quedan no serán competencia, sino destinos complementarios.

Otra propuesta que prepara el funcionario estatal es el arribo de cruceros entre Puerto Progreso y La Habana; no dio más detalles al respecto, hasta presentar la negociación formal.

➤ ANTECEDENTES

En un hecho histórico, la primera aerolínea estadounidense en tocar suelo cubano, después de romper relaciones en 1961, fue JetBlue, el pasado 31 de agosto.

El avión Airbus A320, con capacidad para 150 pasajeros, partió de Fort Lauderdale para iniciar una nueva era de viajes entre los dos países. Entre los pasajeros estuvieron el titular del Departamento de Transporte de Estados Unidos (DOT, por sus siglas en inglés), Anthony Foxx; el presidente ejecutivo de JetBlue, Robin Hayes; y otros funcionarios e invitados especiales.

Hasta ahora, las razones de viajes autorizadas para estadounidenses son todavía limitadas. Entre las aprobadas se encuentran actividades culturales, empresariales, educativas y periodísticas.

En manos de las autoridades aeronáuticas de Estados Unidos ya se encuentra la solicitud de JetBlue para operar rutas desde Fort Lauderdale-Hollywood a Camagüey y Holguín, el 3 y 10 de noviembre, respectivamente. Además de ofrecer vuelos diarios también desde Fort Lauderdale, Nueva York y Orlando a La Habana.

Además de JetBlue, hasta ahora sólo a American Airlines (AA) le han otorgado tentativamente autorización para operar cinco vuelos diarios a La Habana: cuatro desde el Aeropuerto Internacional de Miami (MIA) y uno desde el Aeropuerto Internacional de Charlotte Douglas (CLT). Se espera que el servicio comience en noviembre.

De esta forma, los vuelos de AA saldrían de Miami a Holguín, Cienfuegos, Camagüey, Santa Clara y Varadero. Se prevén 56 operaciones semanales.

La aerolínea sólo tenía vuelos charters a Cuba desde hace 25 años. Y, con la adición de La Habana, AA operará un total de trece vuelos diarios a seis destinos en la isla.

➤ EL PROCESO

Fue el 16 de febrero de 2016 cuando el secretario estadounidense Foxx y el ministro de Transporte de Cuba, Adel Yzquierdo Rodríguez, firmaron un acuerdo para restablecer este servicio aéreo regular entre Estados Unidos y Cuba.

Bajo el nuevo acuerdo, cada país tiene la oportunidad de operar hasta veinte vuelos de ida y vuelta diarios entre Estados Unidos y La Habana, los cuales forman parte de las 110 operaciones comerciales preliminares aprobadas a Cuba por el DOT.

Pero, en conjunto, las compañías aéreas aplicaron para operar casi 60 vuelos diarios a La Habana, superando los veinte diarios puestas a disposición.

Por ello, el DOT todavía está llevando a cabo un procedimiento de selección y ha examinado las solicitudes de algunas aerolíneas estadounidenses, que compiten por la oportunidad de operar vuelos de carga y regulares de pasajeros a La Habana.

Hasta el momento, ha propuesto la selección de ocho aerolíneas entre diez ciudades de Estados Unidos y La Habana, son: Alaska, American, Delta, Frontier, JetBlue Airways, Southwest, Spirit y United Airlines.

Las ocho aerolíneas iniciarían vuelos regulares entre Atlanta, Charlotte, Fort Lauderdale, Houston, Los Ángeles, Miami, Nueva York, Orlando y Tampa, para llegar a La Habana a más tardar este otoño.

El objetivo principal del DOT al hacer esta propuesta, ha sido maximizar los beneficios públicos, incluyendo la elección de aerolíneas y cuáles podrían mantener el mejor servicio entre Estados Unidos y Cuba. Con este argumento se espera llegar a una decisión definitiva para octubre.

Cabe destacar que, según la autoridad de transporte estadounidense, hasta la fecha estos posibles acuerdos, si bien reflejan un importante paso en la política de compromiso con Cuba del presidente Barack Obama, aún no autoriza a los estadounidenses entrar a la isla, porque los viajes para la actividad turística siguen prohibidos por la ley de Estados Unidos.

"Este nuevo acuerdo facilitará las visitas para los viajeros que entran en una de las doce categorías autorizadas por el Departamento de Estados Unidos de la Oficina de Control de Activos Extranjeros del Tesoro (OFAC)", se detalló en un documento del DOT.

Los posibles viajeros también deben revisar algunas de las preguntas frecuentes de la OFAC relacionadas con Cuba.



Visita de Raúl Castro, presidente de Cuba, a México en noviembre de 2015.

e internacionales, incluyendo Santa Clara", indicó Martínez.

Con el vuelo a Santa Clara también beneficiará a Los Cayos, una zona de playa que se ubica a una hora y media del Aeropuerto Internacional Abel Santa María.

Son dos nuevos vuelos redondos por semana, los jueves y domingos, se espera una ocupación de 75% y para finales del año se prevé alcanzar el 90 por ciento.

Volaris informó que todavía no cuenta con planes para viajar a la isla caribeña.

quienes tienen estancias de hasta quince días, de ese tiempo al menos un día, inicialmente, podrían volar a Yucatán, señaló Ancona Salazar.

Cuba también recibe vuelos de Varsovia y Madrid, con potencial para que los viajeros visiten la entidad mexicana.

Otra propuesta que ya presentaron al Ministerio de Turismo de Cuba es compartir congresos y convenciones, debido a que Yucatán es uno de los líderes en el tema.

La propuesta consiste en compartir a los congresistas que lleguen

Reportan brotes de Zika en Miami

Después de 2014, se encontraron casos en la región del Caribe; actualmente esta ciudad de Florida se suma a la lista de destinos afectados.

NALLELY CAMPOS

La fiebre por el virus del Zika fue localizada en la región de Miami, Estados Unidos; funcionarios de salud de Florida reportaron que los casos detectados están en una sección del barrio de Wynwood y una zona de 2.4 kilómetros en Miami Beach.

Hasta el momento, se han reportado más de quince casos, por lo que autoridades sanitarias no recomiendan visitar el destino a mujeres embarazadas o parejas que planeen tener hijos, ya que la infección por el virus del Zika durante el embarazo puede causar defectos congénitos graves y está asociada a otros problemas en el periodo de gestación del bebé.

Esta enfermedad se transmite por la picadura de mosquito *Aedes aegypti*, infectado por un arbovirus que pertenece a la familia *Flaviviridae*, que causa síntomas



muy similares a los de fiebre por dengue: más de 36 grados de temperatura corporal, dolores musculares y de cabeza, cansancio, náuseas y erupciones cutáneas.

Si bien se trata de una enfermedad que rara vez causa la muerte,

autoridades estadounidenses recomiendan acudir con un médico en caso de presentar los síntomas, sobre todo si se realizó un viaje en las últimas semanas al destino, señaló en entrevista el doctor Jorge Baruch Díaz, responsable de la

Acciones preventivas

- Evitar conservar el agua en recipientes en el exterior.
- Utilizar mosquiteros en ventanas y puertas.
- Cubrir la piel expuesta con camisas de manga larga, pantalones y sombrero.
- Usar repelente.

Clínica de Atención Preventiva del Viajero, localizada en la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

“La importancia de visitar un especialista radica también en que ciertos medicamentos provocan reacciones secundarias poco favorables para el paciente; ejemplo de ello es el ácido acético

salicílico, el cual puede ocasionar sangrado”, explicó.

Este virus se detectó por primera vez en 1947, en el Bosque Zika en Uganda, con distribución endémica en países de África como Tanzania, Egipto, República Centroafricana, Sierra Leona y Gabón; también en el sureste de Asia, como Malasia, Filipinas, Tailandia e Indonesia.

Fue hasta febrero de 2015 cuando autoridades brasileñas comenzaron a investigar un brote de erupciones en la piel que afectaba a seis estados en la región noreste. Por lo que en la actualidad, según la Organización Panamericana de la Salud (OPS), Estados Unidos se suma a la lista de países americanos que han reportado la detección del Zika, como Barbados, Bolivia, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Guyana, Guayana Francesa, Haití, Honduras, Martinica, Panamá, Paraguay, Puerto Rico, la isla de San Martín, Surinam y Venezuela.

Nuevo León, foco para Turismo de Reuniones

Cerca de 300 expertos se dieron cita en Monterrey para el XIX Congreso Nacional AMPROFEC. Se firmaron acuerdos con asociaciones mundiales como UFI, SISO e IAEE.

REDACCIÓN

La Asociación Mexicana de Profesionales de Ferias, Exposición y Convenciones (Amprofec) se estableció como meta alcanzar un crecimiento sustentable por medio de la promoción y profesionalización de la industria, afirmó Edward Kelly, presidente nacional del organismo.

Agregó que realizan acciones para promover y desarrollar oportunidades de negocio para sus socios, por ello mantienen sociedades con la industria internacional, lo que les permite un mejoramiento y más oportunidades de mercado para la industria de México.

Esos fueron algunos de los temas que se expusieron en el



XIX Congreso Nacional Amprofec, que se celebró del 24 al 26 de agosto en Monterrey, Nuevo León, mismo que congregó alrededor de 300 líderes en Turismo de Reuniones. En

los tres días de duración del evento se compartieron, a través de distintas ponencias, sus conocimientos, experiencias y, del mismo modo, se profundizó en distintos temas, esto gracias

a la participación de exponentes y asistentes.

Por su parte, Miguel Ángel Cantú, director de la Cooperativa para el Desarrollo Turístico de Nuevo León, aseveró la importancia del Turismo de Reuniones para la entidad, lo que ha favorecido su posicionamiento y desarrollo económico, que a su vez se refleja en la generación de nuevos empleos y de oportunidades de negocios.

Dentro de las actividades, se llevó a cabo el panel internacional dirigido por José Navarro, vicepresidente de Relaciones Institucionales de la Amprofec; también participaron Kai Hattendorf, director general de UFI; Cathy Brenden, vicepresidenta de IAEE, y David Audrain, director ejecutivo de SISO.

Como parte de las temáticas de la sesión se plantearon los re-

sultados e impactos de las asociaciones: UFI, IAEE y SISO, y se hizo mención de la importancia y beneficios de la globalización de la industria y de las perspectivas de ésta a futuro. Además, como cierre a la ponencia, se realizó la firma de acuerdos de colaboración entre Amprofec y sus contrapartes mundiales.

“La industria de las exposiciones está creciendo, eso se ve reflejado especialmente en el mercado Latinoamericano. De acuerdo con el último estudio realizado por UFI, a la industria de exposiciones en México le espera un fuerte crecimiento en el próximo año, lo que la convierte en un mercado muy atractivo para las empresas extranjeras”, agregó Sergey Alexeev, presidente de UFI.



Descarga nuestra APP



Compatible con iOS y Android



edomex.travel

¿Nuevas fuentes de inspiración para el viajero?

ARTURO VELÁSQUEZ

Según Google, el 65% de quienes van a viajar por placer navegan en la web en busca de inspiración, antes de hacer sus reservaciones. La industria de viajes en línea ofrece muchos servicios para los viajeros que saben a dónde ir, pero nadie está prestando atención a aquellos que no han decidido su destino.

De acuerdo con un artículo de tmooz.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. Sorprendentemente, parecería que están dedicando más tiempo a planear que a la experiencia real. Las soluciones de viajes en línea no han evolucionado al mismo ritmo que las necesidades de los consumidores.

Imaginemos a alguien que quiere saber en dónde puede, el

próximo fin de semana, practicar el turismo ornitológico, con un presupuesto de diez mil pesos. Identificando esta necesidad, fue creado Tripaya, un servicio gratuito para personas a las que les gusta viajar, al que basta indicarle el tema de interés y el presupuesto disponible. Una forma innovadora de planificar un viaje que promete, además de ayudar a sus clientes a encontrar los mejores vuelos y hoteles, también a descubrir el mejor destino.

Los buscadores en internet son sistemas que construyen índices a partir de una gran cantidad de información recopilada de las páginas publicadas en la web, para permitir a sus usuarios localizarlas por múltiples criterios. Los metabuscadores son sistemas que recuperan información de diversos motores de búsqueda, para mostrar una combinación de los mejores resultados obtenidos, así funciona Tripaya.

De acuerdo con Alexa, subsidiaria de Amazon fundada hace 20 años, pionera en la re-

copilación y análisis de datos sobre el tráfico web, Tripaya ocupa la posición 493,000 a nivel mundial por su popularidad, pero ha escalado más de 200,000 posiciones en el último trimestre. Nada mal, considerando que no tiene ningún tipo de inversión en marketing y todos sus resultados en buscadores son orgánicos (los que aparecen sin patrocinio, solamente porque el buscador los considera relevantes).

La startup, con sede en Lisboa y con una oficina en Londres, dice que se basa en los datos de vuelo de la API (Application Programming Interface, que son las herramientas disponibles para que un software se comunique con otro) de Skyscanner.

Se reclama una tasa de conversión del 14%, lo que estaría por encima de la media del sector.



control sobre el negocio a cambio de asumir todo el riesgo de la operación. Su estrategia ha sido lanzar su "producto mínimo viable" (MVP, por sus siglas en inglés) muy rápido, para escuchar a sus clientes y luego iterar.

Su principal fuente de ingresos es mediante la generación de oportunidades para sus socios, entre los que se encuentran algunas de las marcas más importantes de la industria, como Skyscanner, Booking, Tripadvisor, Homeaway y Rome2rio, con quienes comparten comisiones cada vez que un viaje es reservado.

Probablemente, el interés que este enfoque de búsqueda ha generado, propicie el surgimiento de otros sitios similares.

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

Los metabuscadores son sistemas que recuperan información de diversos motores de búsqueda, para mostrar una combinación de los mejores resultados obtenidos.

Tripaya es una "bootstrap", es decir, una empresa que empieza con muy pocos recursos, aportados por los emprendedores, que mantienen todo el

consideraciones que deben tomarse en cuenta, como: "qué sitio estamos visitando, si es una compañía segura, reconocida, utilizar un medio seguro, sobre todo si se va a hacer un pago, es muy importante", explicó Gómez.

Gracias a este tipo de turismo, la interacción empresaria-usuario se vuelve cotidiana, lo que ayuda a estar menos propensos a algún fraude, "se debe utilizar el sentido común, de repente, ofertas que parecen muy buenas no lo son tanto", agregó.

EVOLUCIÓN

El crecimiento acelerado de las herramientas que proporciona internet comienza a inclinarse en el desarrollo de aplicaciones para teléfonos móviles.

"Que la gente para hacer una compra sólo utilice su computadora para los usuarios recae en algunas

utilizar los Smartphones es la tendencia que va en aumento", precisó.

El posicionamiento de dispositivos móviles está creciendo ocho veces más rápido que la venta misma de computadoras personales.

"Nos indica que no solamente la gente joven, sino todo el mundo está volcando su tendencia a tener un dispositivo móvil para tener acceso a la información", destacó.

En este sentido, explicó, la primera gran aportación que han hecho muchas compañías creadoras de dispositivos móviles es la expansión del servicio, es decir, "el viajero, tiempo atrás pedía un itinerario y un boleto impreso, hoy en día eso es cosa del pasado, la gente quiere la información en línea, y busca tenerla en sus móviles".

Otra de las ventajas es que mediante estas aplicaciones podrán recibir directamente a su celular datos como "si tiene demora un vuelo, en qué terminal saldrá, cuándo aterrizan, dónde sale el equipaje, dónde recogerlo; además de llevar paso

a paso el viaje, proporcionando información del clima, restaurantes y hoteles, entre otros", añadió.

TURISMO E-COMMERCE

De acuerdo con Consultora PhocusWright, América Latina concentra 7% del mercado de turismo mundial y el 4% de las ventas son transacciones online.

El número total de ventas de viajes online y offline muestra que México y Brasil son los destinos más buscados, seguidos por Colombia, Argentina y Chile.

Perú y Colombia fueron los países que registraron el mayor crecimiento de ventas online en el último año, 22% y 20%, respectivamente.

Las ventas de turismo por internet en América Latina crecieron el doble que en Europa y Estados Unidos.

El crecimiento de las ventas online de productos turísticos en América Latina fue de 16% en el último año.

Lanza SRE App para turistas

Se trata de la Guía del Viajero, con la que buscan prevenir situaciones de riesgo para los mexicanos que se encuentran en el extranjero.

NALLELY CAMPOS

El gobierno de México, por medio de la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE), tiene como prioridad establecer acciones de protección y prevención que permitan a los mexicanos recibir la orientación necesaria en caso de algún incidente durante sus viajes al extranjero.

Por ello creó la aplicación Guía del Viajero, con el fin de mostrar a los turistas mexicanos que se encuentren en el extranjero cuáles son los consulados y representaciones diplomáticas de la región que visitan.



"Al abrir la aplicación se puede observar la dirección y el teléfono del consulado más cercano a la ubicación del viajero, así como el correo electrónico y el horario de atención de la dependencia", explicó en entrevista Octavio Perales Sánchez, director de Protección para el Resto del Mundo de la SRE.

Agregó que con esta aplicación se busca auxiliar a los mexicanos en situaciones de peligro, pero también impulsar una cultura de la prevención que informe y oriente sobre los requisitos que se necesitan conocer antes de viajar a otro país, como la importancia de contar con un seguro de viaje, la vigencia mínima que

debe tener el pasaporte para ingresar a ciertos países, los requisitos de visa o certificados de vacunación.

EMERGENCIA

Perales Sánchez señaló que en caso de necesitar ayuda durante alguna travesía, sólo se debe dar clic en el botón de emergencia que aparece en la esquina inferior derecha de la aplicación y de inmediato comunica al viajero con el consulado más cercano, a través de tres opciones: llamada, mensaje o correo electrónico.

Además, en la página principal de la App se muestra un cintillo que presenta la información sobre la situación de otros países en temas de seguridad, terrorismo y riesgos de salud.

Por otra parte, el funcionario explicó la importancia de inscribirse en el Registro para Mexicanos en el Exterior (SIRME): "para poder brindar servicios de información o protección a quienes se encuentran fuera del país, es importante localizarlos, para ello surge este sistema, pues en caso de algún incidente, es más fácil contactarlos vía correo electrónico y alertarlos sobre la situación que se vive en la región que se encuentran", señaló.

"Ante los escenarios de terrorismo que el mundo ha sufrido en los últimos meses, el viajero necesita conocer a detalle el contexto de seguridad que se vive en cada región del mundo. En el caso de pandemias y desastres naturales, también es indispensable estar al tanto de los riesgos que implica visitar ciertos destinos, por lo que la guía publica alertas y avisos con recomendaciones de seguridad", finalizó.



Luisa Fernanda Cabrera, gerente general para México y Centroamérica.

Travelport, generador del cambio

El crecimiento de la compañía es sostenible y se enfocan a consolidarlo.

MARGARITA SOLÍS

Travelport, como empresa global busca ser vanguardista, por ello, en los últimos seis años se dedicó a desarrollar toda una estrategia para ofrecer a sus clientes una plataforma abierta.

En entrevista, Luisa Fernanda Cabrera, gerente general para México y Centroamérica de Travelport, explicó que a través de esa plataforma, en los últimos tres años duplicaron su presencia de mercado en la región de Latinoamérica.

"Fueron las tendencias del mercado y los avances en tecnología los que nos llevaron a migrar nuestra actual plataforma y a hacerla abierta. No puedo decir que solamente el consumidor, sino todos los participantes o eslabones de esta cadena son los que han ayudado a hacerlo posible", comentó.

Travelport detectó la tendencia que iniciaba por las nuevas formas en que los proveedores querían mostrar sus productos a los consumidores. Para atender esa necesidad creó una red de desarrolladores en



Es una empresa global, con presencia en 170 países y 65 mil puntos de venta. En 2014 entraron a cotizar en la Bolsa de Valores de Nueva York.

todo el mundo, son especialistas en aplicaciones móviles, en motores de búsquedas, en sistemas de inteligencia de negocios, entre otros. De esta manera, abrió su plataforma para que pudieran integrarse fácilmente y tomar la información y poderla presentar como el cliente la necesitaba.

Así decidieron dejar a un lado la idea de que son un globalizador más para convertirse en una plataforma de tecnología, entonces es cuando crean su lema: "Redefiniendo la comercialización de viajes".

"Estamos trabajando para ser esos generadores del cambio en la industria turística, y no tenemos que adaptar a ellos. Queremos poder ayudar a todos nuestros socios comerciales, como agencias de viajes, líneas aéreas, cadenas hoteleras y arrendadoras de carros", afirmó.

De acuerdo con Cabrera, el consumidor final es el mayor beneficiado de la plataforma abierta de Travelport. A través de los medios offline buscan empoderar a los agentes de viajes, ayudando a las agencias a crecer y generar la venta. "Les ayudamos a hacer crecer su negocio al ser su canal de distribución", aseguró.

Ventas virtuales

Las nuevas tecnologías modificaron la manera de distribuir los productos.

NALLELY CAMPOS

El turismo es la industria que más rápido se adaptó al comercio electrónico; "el día de hoy, incluso, más del 60% de todas las compras que se hacen en línea en México son de este sector", dijo en entrevista Federico Gómez, director de PayPal en la región Hispanoamérica.

Este tipo de herramienta estaba pensada para los más jóvenes, actualmente por su facilidad de uso de las mismas permite que más usuarios de todas las edades puedan buscar y seleccionar los productos o artículos que deseen



adquirir de los distintos centros virtuales de compra, provocando un nuevo perfil de consumidor.

Agencias de viaje y establecimientos turísticos tienen presencia en internet para generar negocio. Sin embargo, la tarea difícil para los usuarios recae en algunas



● Cambio de mando en Ictur

El secretario de Turismo, Enrique de la Madrid, designó a Patricia Domínguez Silva como nueva directora del Instituto de Competitividad Turística (Ictur).

De la Madrid mencionó que el nombramiento de Domínguez Silva tiene el propósito de fortalecer la competitividad en el sector a través de la profesionalización, capacitación e investigación que le otorgue un sentido social y carácter sustentable de la actividad turística nacional.

El titular de la Sectur agradeció el trabajo y compromiso de Ernesto Bartolucci Blanco, quien hasta el 31 de agosto estuvo al frente del Ictur.

● El mejor ejecutivo hotelero

Gonzalo del Peón, presidente de AMResorts, fue seleccionado por AMAIT Abastecedores Turísticos para recibir el premio "La Llave del Progreso 2016" en la categoría Ejecutivo Hotelero, durante el marco de la inauguración de Abastur 2016 en su XXXI edición, celebrada en la Ciudad de México.

Este galardón se otorga cada año en reconocimiento al esfuerzo y dedicación de los empresarios de la industria turística para el desarrollo y crecimiento del sector en México.

La entrega de los premios "La Llave del Progreso" fueron presididos por Enrique de la Madrid, secretario de Turismo, acompañado de David Babani, presidente del Consejo Consultivo de AMAIT; Jaime Salazar, presidente del Comité Organizador



Domínguez Silva se desempeñó como directora de Turismo de la ciudad de Puebla del año 2008 al 2011. Al frente de esta aérea realizó el Plan Estratégico de Turismo para la capital poblana, que conjuntó marketing turístico, desarrollo, elaboración y comercialización de productos turísticos.

Asimismo, desde hace diez años promueve destinos en ferias turísticas nacionales e internacionales. Es experta en desarrollo de mercados y comercialización turística.

Su amplia experiencia en la industria turística le permitirá desarrollar políticas públicas transversales que permitan realizar estudios de prospectiva turística e indicadores, desde la perspectiva económica y geografía humana.



de Abastur; Lourdes Berho, directora general del CPTM; Miguel Torruco, secretario de Turismo de la Ciudad de México; Hugo Valera, presidente de la Canirac y de Joe Kadow, presidente de la National Restaurant Association USA, quienes hicieron entrega del galardón.

"Una de las más acertadas decisiones de mi vida profesional fue aceptar hace quince años, la invitación de Alex Zozaya para integrarme al grupo de fundadores de AMResorts, así como al gran equipo de ejecutivos que durante estos años con dedicación, compromiso y pasión hemos logrado convertir en la empresa

líder en el segmento vacacional de lujo en México, Caribe y Centroamérica, con quienes me complace compartir hoy este premio", comentó Del Peón.

● Nuevas socias en AFEET

La Asociación Femenil de Ejecutivas de Empresas Turísticas de la República Mexicana (AFEET) presentó a dos nuevas socias en el marco de la celebración de su Sexta Junta Reglamentaria.

Carmen Torreblanca, presidenta de la asociación, dio la bienvenida a Stephanie Bocchino y a Sara Gómez Ortigoza, directora general de MSC Crucero, les colocó un pin y les entregó un diploma que las acredita como socias AFEET.

Asimismo, dio la bienvenida oficial a Luisa Fernanda Cabrera, de Travelport, quien desde hace unas semanas se sumó a las filas de AFEET; también le entregó un reconocimiento por su participación como empresa patrocinadora de la junta.

Cabrera y su equipo expusieron las tendencias en la industria aérea, hotelera y de tecnología para el turismo.



En la reunión también participó Claudia García Zaragoza, como representante de la Secretaría de Turismo (Sectur); presentó el proyecto denominado Código de Conducta para la Protección de Personas, Niños, Niños y Adolescentes (PNNA) en el sector de viajes y turismo.



● Presidente de Grupo Hunan recibe galardón

José Cuaik Mena, presidente ejecutivo de Grupo Hunan, recibió el galardón "La Llave del Progreso 2016", en la categoría Empresario Restaurantero.

Cuaik Mena ha sido reconocido anteriormente por su exitosa trayectoria de más de 23 años en Grupo Hunan. En 2005 recibió un reconocimiento cuando tenía los restaurantes Hunan y Guadiana.

En esta ocasión y después de once años, se ha consolidado como una referencia en la industria restaurantero en la Ciudad de México, con 14 restaurantes, donde ha forjado

una cultural de excelencia en cuanto a calidad y satisfacción al cliente.

Entre sus propuestas gastronómicas cuenta con los mejores nombres de cocina internacional, como los restaurantes Nobu y la próxima apertura de Mr. Chow, en Polanco.

Este reconocimiento se entrega a los profesionales del sector que con su dedicación, el ejemplo, espíritu de servicio y capacidad de inversión, contribuyen al crecimiento de la industria turística nacional. Este galardón es el más importante en la industria hotelera y restaurantero de México.

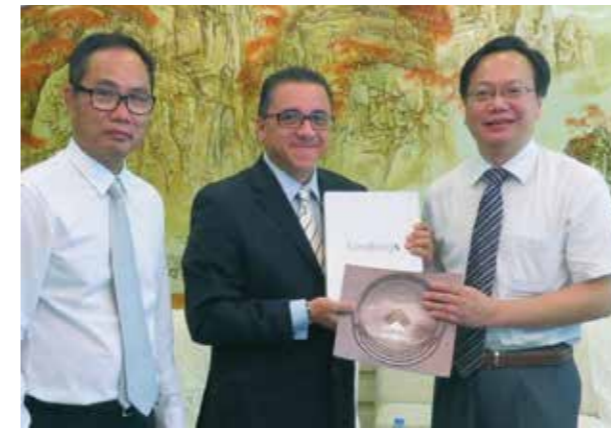
● Sabre con nuevo director para América Latina

Recientemente, se designó a Juan Camilo Rincón como nuevo director general de Sabre en América Latina. Rincón cuenta ya con más de veinte años en la industria e inició su carrera desempeñando diversas funciones en el área de servicio a clientes y mercadotecnia en Colombia, su país de origen.

Se trasladó a vivir en México en 2012, donde fue promovido gerente comercial y del segmento corporativo. Estas responsabilidades expandieron su rol a gerente de Soluciones Corporativas en toda la región, y desde 2015 se ha desempeñado como director de Servicio a Clientes para Agencias de Viajes en todo el territorio mexicano.



● Lazos de amistad



Mérida consolidó lazos de amistad en materia de turismo, cultura, educación y economía con la República Popular China. Se generará una agenda en conjunto y la posibilidad de traer al país obras de arte chino.

Se firmarán convenios con agencias de viajes de Chengdú para atraer turistas chinos a Yucatán y facilitar el intercambio de estudiantes, estableciendo las bases para el hermanamiento que ambas ciudades firmarán próximamente.

Entre el museo de la ciudad Chengdú y de Mérida habrá intercambios por las amplias similitudes entre las culturas jinsha y maya.

A través de la Coordinación General de Política Comunitaria, el ayuntamiento de Mérida presentó una propuesta a Yang Zhi Gang, director del museo de Shanghai, para realizar un intercambio cultural, invitándole a participar en 2017 a la celebración del título "Capital Americana de la Cultura".

● Hyatt Ziva Cancún premiado por M&C

Al hotel Hyatt Ziva Cancún se le otorgó el premio Key Elite 2016 de Meetings & Conventions (M&C), en la categoría Mejor Renovación.

Por más de 35 años, los premios Gold Key de M&C han reconocido a hoteles líderes que destacan en servicios de reuniones y eventos. Para otorgar el premio se consideran los votos de los lectores de M&C. Los candidatos más votados de cada categoría en cada región consiguieron la distinción Gold Award Elite.

"Nuestros lectores nos expresaron que de los hoteles ganadores del Premio Gold Key destaca su compromiso, no sólo por garantizar el grado más alto de apoyo en la planeación de eventos, sino por llevarlos a cabo", dijo David Blansfield, vicepresidente ejecutivo del Grupo Editorial Northstar Meetings, que publica M&C.

Los lectores votaron por sus hoteles favoritos en nueve categorías: Mejor Hotel/Resort; Mejor Decoración/Diseño; Mejor Staff o personal de apoyo en el sitio; Mejores Iniciativas Verdes; Mejores Propiedades de Juego; Mejor Propiedad Boutique; Mejor Renovación; Mejor Cadena Hotelera General; y Mejor Marca Global Hotel Boutique.



EVENTOS DEL TURISMO

● El mejor hotel Spa está en Francia

El Château Saint-Martin & Spa de Oetker Collection fue nombrado Mejor Hotel Spa en Francia, en los premios World Luxury 2016. El reconocimiento lo obtiene de los votos emitidos por los usuarios frecuentes de Spas, al igual que la industria profesional.

El premio celebra los logros excepcionales, incluyendo equipamiento de arte y servicio de clase mundial.

El Spa Saint-Martin fue reconocido por ser líder en terapias de lujo ecológicas y orgánicas; además, su directora, Valérie Dalmayrac, se compromete con los huéspedes a que "las mentes se limpien y los sentidos reviven en el entorno natural del Spa".

Por su parte, Duarte Bon de Sousa, director general, dijo: "estoy honrado de recibir este nuevo premio que demuestra la satisfacción de nuestros huéspedes, al igual que la excelencia y calidad del servicio. Me siento muy orgulloso de nuestro equipo y del trabajo que estamos haciendo".



● Aeroméxico vuela un dios prehispánico

Aeroméxico presentó el exterior de su primer Dreamliner 787-9, es un diseño que representa a la Serpiente Emplumada, por lo que el nombre del avión será Quetzalcóatl.

El diseño es resultado de un concurso en el que se presentaron más de 400 propuestas de artistas mexicanos. El proyecto ganador fue del diseñador gráfico José Manuel Escudero, originario del estado de Veracruz.

El Quetzalcóatl de Aeroméxico salió del hangar de pintura del fabricante Boeing después de un proceso de nueve días, seis días adicionales a los que toma a los ingenieros completarlo, debido a la originalidad de las tonalidades del diseño ganador.

"Queremos que este avión llene de orgullo a nuestro país. El Quetzalcóatl habrá de volar a los aeropuertos que son los principales centros de conexión en Europa y Asia, donde transitan millones de pasajeros al año. Este avión habrá de convertirse en la insignia de nuestra flota", manifestó Andrés Conesa, director general de la aerolínea.



● Hotel de NH, sede de Millesime México



El NH Collection Mexico City Reforma se convertirá en el hotel sede de Millesime México 2016, evento donde se fusiona lo mejor de la gastronomía mexicana con los sabores y platillos de otros países.

NH Collection, la marca premium de NH, tendrá un espacio para mostrar su propuesta culinaria, toda una apuesta por los sabores locales, como el queso Cotija, el tamarindo o el limón, combinados con las últimas técnicas, como la cocina molecular.

"La colaboración entre NH Hotel Group, a través de su marca Collection, y Millesime es una alianza natural entre dos marcas de prestigio que tienen un foco común: promocionar la alta gastronomía en México", explicó Jesús Arnedo, director de Operaciones de NH Hotel Group en México y Cuba.

Millesime México 2016 se celebrará los días del 27, 28 y 29 de septiembre en el Centro Banamex y contará con la presencia de grandes figuras de la cocina mexicana e internacional, entre las que estará la chef invitada de NH Collection, Mate Zorrilla.

● La Metro en gran celebración

La Asociación Metropolitana de Agencias de Viajes (Metro) celebró su XXIII Aniversario consolidándose como la organización más importante y respetada en el medio turístico del país, de acuerdo con su presidente, Édgar Solís.

La Metro se formó el 1 de septiembre de 1993 con 22 socios, actualmente son 200 a los que representa, respalda y apoya en pro del desarrollo, crecimiento y profesionalismo del sector.

En el marco de la celebración, Miguel Torruco, secretario de Turismo de la Ciudad de México, destacó que el sector representa el 8% de la economía de la capital del país. En este sentido, las agencias de viajes y los turoperadores representan el 1.7% del sector turismo de la CDMX, con un valor de 2 mil 108 millones de pesos y activos del orden de los 593 millones.

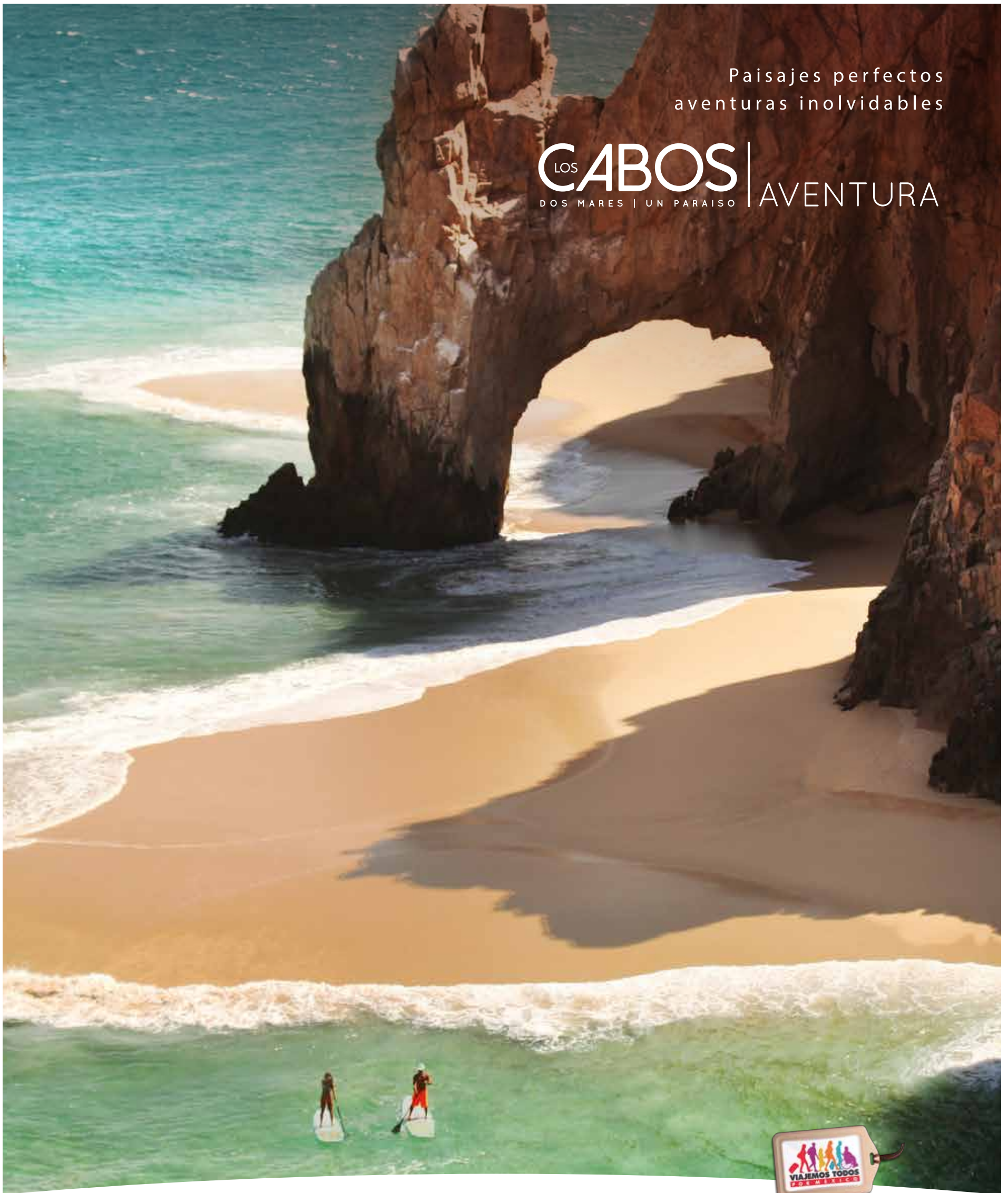
Torruco destacó que han trabajado muy estrechamente con la asociación para beneficiar a sus afiliados, y prueba de ello son los 200 mil pesos destinados a la capacitación de 100 agentes de viajes de esta organización, a quienes se impartieron cinco cursos sobre Estrategias y Habilidades en Ventas.

Al evento también asistieron: Roberto Trauwitz y Fernando Olivera, secretarios de Turismo de Puebla y Guanajuato, respectivamente; Jorge Goytortúa, director corporativo de Ventas de Aeroméxico; Sergio Allard, presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte, y Jorge Morfín, presidente de la Cámara de Comercio de Canadá en México.



Paisajes perfectos
aventuras inolvidables

LOS CABOS | AVENTURA
DOS MARES | UN PARAISO



México
Entra a www.viajemos.todospormexico.com

WWW.VISITLOSCABOS.TRAVEL

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


LOS CABOS™