



Estrategias que impulsan el crecimiento turístico

El trabajo conjunto de la Sectur con el resto de las dependencias impulsa tanto el crecimiento de visitantes, como el desarrollo de la infraestructura para el sector.

> PÁGS. 8 y 9

TIANGUIS. Acapulco está listo para celebrar la edición 42, recibirá participantes de 80 países. Mazatlán será la sede en 2018.

PÁG
2

JAPÓN. Los mexicanos ya cuentan con una nueva opción para viajar a Asia. Desde febrero, All Nippon Airways opera en el AICM.

PÁG
5

ULOKAAL. La nueva aplicación mexicana para viajar como local. Ahí se conocen datos curiosos y relevantes de los destinos visitados.

PÁG
7

Todo listo para el Tianguis Turístico de Acapulco 2017

Se espera la participación de 2,650 empresas nacionales y de 915 europeas. Mazatlán fue seleccionada para celebrar la edición 43, por contar con los atractivos e infraestructura necesarios.

DAINA VÁZQUEZ

En Acapulco, Guerrero, ya esperan el arribo de los asistentes al Tianguis Turístico, mientras que en Mazatlán, Sinaloa, ya iniciaron los preparativos para la edición de 2018, esta sede fue anunciada por la Secretaría de Turismo (Sectur) el mes pasado.

La edición 42 del Tianguis Turístico en Acapulco se llevará a cabo del 27 al 30 de marzo, participarán 80 países, así se espera superar el número de compradores, expositores y citas de negocios registrados en la edición de 2016, que se realizó en Guadalajara, Jalisco.

Jesús Radilla Calderón, subsecretario de Promoción Turística de Guerrero, dio a conocer que hasta el momento se tiene confirmada la participación de 915 empresas, destacando las del continente europeo, con las cuales se concretó su participación durante la reciente edición de la Feria Mundial de Turismo (Fitur) en Madrid, España.

Por México participarán más de 2,650 empresas del ramo hotelero, restaurantero, agencias de viaje, tour operadores, líneas aéreas y de transportación terrestre, con lo que se estima superar ampliamente las nueve mil personas que asistieron el año pasado.

Para esta edición se esperan más de 37 mil citas en un área de exposición de más de 22 mil metros cuadrados.



Para destacar la importancia de la industria turística en México, de acuerdo con cifras de la Sectur, actualmente se registran más de siete millones de fuentes de trabajo, durante 2016 visitaron el país 35 millones de turistas extranjeros y generaron 17 mil 500 millones de dólares de derrama económica.

México ocupa el noveno puesto entre los destinos más

visitados en el mundo, de acuerdo con la Organización Mundial del Turismo (OMT), en este ranking se prevé que el país subirá una posición en este año, es decir, pasará al octavo lugar y descenderá Turquía.

Con motivo de impulsar Acapulco se anunció una nueva atracción, una tirolesa llamada Xtasea, mide mil 800 metros de largo y será la más grande del mundo que descenderá sobre el mar, estará lista para inaugurarse el 28 de marzo en el marco del Tianguis.

La nueva atracción alcanza una velocidad de 120 kilómetros por hora y compite por el récord Guinness como la tirolesa más grande del mundo que cruza el mar.

EN 2018
El paso 7 de febrero se anunció oficialmente a Mazatlán, Sinaloa,

como sede del Tianguis Turístico México 2018, el propósito es ofrecer continuidad en la promoción y difusión del sector turismo, tanto a nivel nacional como internacional.

Para llevar a cabo este proceso de designación, el pasado 19 de diciembre de 2016 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el acuerdo por el que se emitió la convocatoria para definir la sede de la edición 43 del Tianguis.

La Sectur recibió tres solicitudes, fueron de los estados de Querétaro, Jalisco y Sinaloa.

La propuesta de Mazatlán logró amplio consenso y unanimidad, debido a que posee los atractivos turísticos necesarios, cuenta con conectividad aérea y terrestre, y con la infraestructura necesaria para llevar a cabo eventos de esta dimensión.

Los aspectos antes mencionados se definieron en el proceso de evaluación de la siguiente forma: Capacidad Instalada, Conectividad, Oferta de Servicios Turísticos, Compromisos de la Entidad Federativa y Apoyos Complementarios.

De acuerdo con la Sectur, Mazatlán es el principal destino turístico de Sinaloa y en 2016 fue el séptimo destino en el país más visitado por el turismo nacional, recibió dos millones de viajeros domésticos, lo que representó un crecimiento de 13% respecto al resultado de 2015.

En Sinaloa, la actividad del sector turismo representa el 13% del Producto Interno Bruto (PIB) y 58 mil personas laboran en el sector.

De acuerdo con la Sectur, Mazatlán es el principal destino turístico de Sinaloa y en 2016 fue el séptimo destino en el país más visitado por el turismo nacional con dos millones de viajeros.

DIRECTORIO

CERTIFICADO DE CIRCULACIÓN, COBERTURA Y PERFIL DEL TÍTULO
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. 92, marzo 2017, 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: 015555344643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-0810732800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (en trámite). • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. • PERMISO SEPOMEX No (en trámite). • Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de febrero de 2017 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.



Habitaciones de lujo • Todos los alimentos en restaurantes de especialidades con servicio a la carta • Bebidas premium ilimitadas • Minitar 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 \$3,169 SECRETS THE VINE CANCUN \$3,715	COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$2,689 SECRETS AURA COZUMEL \$3,699	HUATULCO DREAMS HUATULCO \$2,795 SECRETS HUATULCO(1) \$3,155	ISLAMUJERES ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$5,825
IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA \$3,135	LOS CABOS/CABO SAN LUCAS BREATHLESS CABO SAN LUCAS(1) \$3,569 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$3,885 DREAMS LOS CABOS \$4,185	NUEVO VALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA \$3,649	PLAYAMUJERES SECRETS PLAYA MUJERES \$3,880 DREAMS PLAYA MUJERES \$5,189
PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA \$1,939 NOW AMBER PUERTO VALLARTA \$3,379 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$3,645	RIVIERA CANCÚN/RIVIERA MAYA SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN(1) \$3,505 DREAMS PUERTO AVENTURAS \$3,719 NOW JADE RIVIERA CANCUN \$3,765 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN \$3,765 SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN(2) \$3,775 BREATHLESS RIVIERA CANCUN \$3,880 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$3,880 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN(1) \$3,889 DREAMS RIVIERA CANCUN \$4,029 DREAMS TULUM \$4,109 ZOETRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA(1)(3) \$5,289		

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. Sunscape Resorts & Spas ofrece Unlimited-Fun® que incluye: Habitaciones y suites con balcón privado o terraza; restaurantes con servicio buffet y a la carta; minibar con refrescos, jugos, agua embotellada y cerveza; bebidas nacionales ilimitadas; opciones de alimentos 24 horas; programa de entretenimiento y actividades diarias. Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para niños de 13 a 17 años y más. (*) de domingo a miércoles.

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 | Puerto Rico (Octubre 2018) | República Dominicana: Cap Cana • La Romana • Puerto Plata • Punta Cana

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



Aumentará número de pasajeros en 2017 de Air Canada

➤ Eliminación de la visa, más frecuencias y asientos, así como un dólar más flexible, favorecerán a la compañía.

ALONSO GORDO / TORONTO

Con la suspensión del requisito de visa a mexicanos que ingresan a Canadá y la nueva imagen de la aerolínea Air Canada, se espera un aumento de pasajeros en todas sus rutas provenientes de México, comentó Luis Noriega Benet, director general de la compañía para México, Centroamérica y Cuba.

Se prevé que la aerolínea aumentará en 29% el número de asientos ocupados este año.

Durante los últimos años se ha presentado un crecimiento significativo de viajeros mexicanos que visitan ese país. Según los datos de la autoridad aeronáutica mexicana, en 2014, 170 mil pasajeros viajaron a Canadá, 14% más que en 2013. De igual forma, durante 2015 se presentó una movilidad de 185 mil mexicanos, mientras que casi dos millones de canadienses viajaron hacia México. Así, para el cierre de 2016 se alcanzó el dígito de 200 mil mexicanos.

“Canadá es el tercer destino extranjero más visitado por los mexicanos, ya sea por estudios, negocios o turismo”, aseguró el directivo.

Noriega Benet agregó: “gracias al creciente interés del mercado mexicano por visitar Canadá, al cierre de 2016 obtuvimos un incremento del 20% en la oferta de asientos disponibles entre los dos países, esto debido al aumento en el número de frecuencias y más asientos en las mismas”.

Por otra parte, representantes de la aerolínea mencionaron que en 2008 volaron 275 mil, la cifra más alta en la historia, que cayó 50% por la implementación de visa canadiense para mexicanos.

La aerolínea cuenta con 21 rutas a siete de los principales destinos turísticos y de negocios en México: Cancún, Puerto Vallarta, San José del Cabo, Ciudad de México, Cozumel, Huatulco e Ixtapa-Zihuatanejo.

Y ofrece vuelos directos desde siete ciudades canadienses: Vancouver, Toronto, Montreal, Calgary, Ottawa y Winnipeg.

A su vez, Jorge Morfín Stopen, presidente de la Cámara Canadiense de Comercio, sostuvo: “existen grandes factores para elevar la cifra de mexicanos que viajan a Canadá, la eliminación de la visa y un dólar que es mucho más barato que el estadounidense”.



Andrés Fabre, director ejecutivo de la compañía.

Aeromar refuerza su presencia

➤ Con la adquisición de aviones y nuevas rutas, la aerolínea crecerá entre 30 y 35% en los próximos 12 meses.

ALONSO GORDO / MCALEN

Con casi 30 años de vuelo ininterrumpido, la aerolínea mexicana Aeromar decidió dar un cambio a su funcionamiento con la renovación de flota, promociones y apertura de nuevas rutas, informó Andrés Fabre, director ejecutivo de la compañía.

A poco menos de un año de haber asumido la dirección, Fabre tiene el propósito de reposicionar a la aerolínea. Desde su llegada tuvo un crecimiento de 10%, registrando en 2016 a 548 mil pasajeros transportados.

Entre sus acciones, anunció la adquisición, directamente al fabricante, de ocho aviones ATR, seis son modelo 72-600 y dos 42-600; además, con la opción de comprar otros seis con una inversión adicional de 161 millones de dólares.

“Estos nuevos aviones son ideales para rutas regionales, permitirán ampliar la capacidad de pasajeros para reforzar un gran número de frecuencias principales y crear nuevas conexiones con la red de la aerolínea. Ofrecen la



última tecnología a bordo y más comodidad para el pasajero. Son los aviones con turbopropulsores más modernos del mundo”, mencionó el directivo.

Con la adquisición de las nuevas aeronaves y la posibilidad de incorporar cinco nuevas rutas a lo largo de este año, dos a Estados Unidos y tres nacionales, el director ejecutivo proyecta un crecimiento de entre 30 y 35% superior al del año pasado. “Nos interesa crecer con paso firme, pero cautelosamente”, dijo.

Fabre agregó: “Aeromar busca mercados de nicho, es por eso que operamos rutas como la de McAllen en Texas, un destino de compras en el que mucha gente del sur del estado tiene relaciones con el centro de México, y gente del centro de nuestro país tiene residencias en el sur de Texas. Esa es una frecuencia que nos interesa reforzar debi-

do al mercado creciente que hemos podido observar”.

A su vez, Elizabeth Suárez, directora de Aviación de la terminal aérea de la ciudad estadounidense, dijo que será a finales de este año cuando se aumente la conectividad aérea entre México y McAllen, derivado del nuevo Acuerdo Aéreo Bilateral con Estados Unidos.

La ruta a McAllen opera desde hace cinco años, volando ahora de miércoles a lunes con un promedio de 30 a 40 pasajeros diarios, en aviones de turbohélice que tienen capacidad para 48 personas.

El aeropuerto de McAllen es considerado como el principal en materia comercial en el sur de Texas, realiza operaciones hacia seis ciudades: Los Ángeles, Las Vegas, Orlando, Dallas, Houston y Ciudad de México, operada esta última por Aeromar con un costo aproximado de 250 dólares.

Aeroméxico se mantiene sólido ante entorno económico

➤ La compañía reportó que en 2016 cuidó sus costos de operación. Para iniciar el año presentó nuevas rutas y códigos compartidos.

MARGARITA SOLÍS

Aeroméxico buscó estrategias durante 2016 para mantener un estricto control de sus gastos y no afectar a sus pasajeros, ante el entorno de la economía global.

En su reporte de resultados de 2016, la compañía explicó que el incremento en el precio del combustible, la depreciación del peso, la renta y mantenimiento de equipo y su amortización sumaron 13 mil 958 millones de pesos de gastos durante el año pasado, lo que representó un incremento de 20.7% con relación a lo registrado en 2015.

Ante la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) reportó el comportamiento de estos gastos durante el cuarto trimestre del año pasado; la depreciación cambiaría fue de 18.5%, el gasto total de com-

bustible alcanzó los tres mil 395 millones de pesos, lo que reflejó un incremento de 36% respecto a 2015, esto fue como consecuencia del aumento de 27.4% en el precio del combustible por litro en pesos.

En el resultado anual se registró un gasto en combustible de 11 mil 183 millones de pesos, fue 4% de incremento en comparación con 2015, año en que se reportaron 10 mil 753 millones.

➤ OTROS RESULTADOS

Respecto al tema de la flota, la aerolínea añadió seis aviones en esquema de arrendamiento y por financiamiento: tres Embraer 190 y un Boeing 787-9, bajo el esquema de arrendamiento operativo; y dos Boeing 787-9 bajo el esquema de financiamiento JOLCO (Japanese Operating Lease with Call Option).

Entre octubre y diciembre, Ae-



roméxico retiró un Boeing 777 y tres Embraer 175. La flota operativa fue de 133 aviones al cierre del cuarto trimestre de 2016, un incremento de ocho aviones en comparación con el cuarto trimestre de 2015. Al 31 de diciembre de 2016, la edad promedio de

la flota operativa de Grupo Aeroméxico fue de 8.4 años.

➤ NUEVAS OPERACIONES

Con más de 60 años operando hacia Estados Unidos, suma a su lista dos nuevas rutas entre los dos países: Ciudad de México-

Detroit, con un vuelo directo diario que iniciará el primer día de abril; y de Monterrey a Detroit, que estará operando el primero de mayo.

A partir del primero de julio inaugurará vuelos directos entre Guadalajara y San José, California, con seis frecuencias semanales, convirtiéndose en su sexto destino en el estado.

Una noticia más fue el código compartido que ya opera con Aerolíneas Argentinas en vuelos entre Buenos Aires y Cancún. Son comercializados por Aeroméxico.

Asimismo, los pasajeros de Aerolíneas Argentinas podrán viajar entre Buenos Aires y la Ciudad de México en vuelos operados por Aeroméxico y comercializados por la compañía argentina.

El 7 de abril de 2017, Aeroméxico cumple su décimo aniversario operando la ruta Ciudad de México-Buenos Aires, ofreciendo siete vuelos semanales, con equipos Boeing 777 para 277 pasajeros, y Boeing 787-8 Dreamliner, este último cuenta con 243 asientos.

Con esto, Aeroméxico, con presencia en 45 ciudades de México y 44 internacionales, fortalece su presencia en Sudamérica, en beneficio de sus pasajeros, junto con la aerolínea bandera de Argentina.

ANA llegó a México

➤ Autoridades aéreas nacionales y japonesas celebraron el hecho, debido a que se esperan 470 mil viajeros asiáticos en 2017.

MARGARITA SOLÍS

La conexión aérea entre México y Japón se amplió con el vuelo inaugural de All Nippon Airways (ANA), con ello se prevé que se duplicará la visita de viajeros asiáticos al país.

Salvador Sánchez, subsecretario de Calidad y Regulación de la Secretaría de Turismo (Sectur), anunció que se tiene programado un vuelo directo diario, por lo que estimó que llegarán a México 80 mil turistas japoneses cada año.

Con la nueva operación aérea de ANA, estimó, arribarán a México 470 mil turistas anualmente;

es decir, 50% más que los pasajeros aéreos registrados en 2016 provenientes de Asia, en ese año fueron 235 mil usuarios.

Desde la plataforma de embarque en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), inició la celebración del vuelo inaugural NH 180 de ANA, procedente del aeropuerto de Tokio en Narita.

Después del tradicional arco de agua y del corte del listón, descendieron del Dreamliner 787-8, los pasajeros japoneses, ejecutivos de ANA y funcionarios mexicanos.

Para estimar el potencial de este vuelo, Hideki Kunugi, vicepresidente para las Américas de

ANA, expuso que de los 165 viajeros registrados, sólo 30 realizaron vuelo de conexión a países de Latinoamérica, el resto se quedó en México.

Kunugi recordó que en 2016 la aerolínea cumplió 30 años realizando operaciones internacionales y en julio de ese año abrieron su oficina en México, hasta febrero de 2017 fue el tiempo que se llevaron en recibir los permisos necesarios de las autoridades aéreas de ambos países, así como del slot para operar desde y hacia el AICM.

Hideshi Oshimo, vicepresidente y gerente general de la oficina en México de ANA, aseguró



que por el momento sólo estarán operando en la Ciudad de México, no han considerado hacerlo desde otro estado.

El embajador de Japón en México, Akira Yamada, aseguró que este nuevo vuelo fortalecerá las relaciones económicas, culturales, educativas y turísticas entre los dos países; un ejemplo de ello, destacó, fue que en 2016 se alcanzó la cifra de mil 100 empresas japonesas instaladas en México.

Entre los invitados destaca Lourdes Berho, directora general del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM); Armando López Cárdenas, secretario de Turismo de la CDMX; Jorge Romero, director general adjunto de Seguridad Aérea de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) y Armando Subirats, director general adjunto de Operación del AICM.

Best Day crecerá 28% en 2017

➤ Para alcanzar esta cifra aplicará nuevas estrategias e impulsará sus cuatro líneas de negocio.



MARGARITA SOLÍS

El crecimiento global que espera Best Day Travel Group para este año es de 28%, cinco puntos porcentuales más al registrado en 2016, y está basado en su estrategia de impulsar la nueva línea para jóvenes “NRG-Energy Bestday”; el “Business Travel Program”, enfocado a empresas; las cajas de regalo “Experiencias BestDay” e innovaciones en las Apps.

En 2017, proyecta vender 4.5 millones de cuartos-noche, más de un millón de boletos de avión, 250 mil paquetes que incluyen hotel y avión, y en el servicio de tours y traslados comercializar un millón en cada uno.

De acuerdo al comportamiento del año pasado, los sitios web de Best Day podrían recibir a lo largo de 2017 más de 71 millones de visitantes.

➤ RESULTADOS 2016

Asimismo, el corporativo de las agencias de viajes receptiva y en línea dio a conocer sus resultados de 2016, registró un crecimiento de 23% en relación a 2015 y atendió a 4.8 millones de clientes.

“Los indicadores de desempeño en las cuatro líneas de negocio del grupo: BestDay.com, BD Travel Solution, HotelDO y BD Travel, nos muestran sólidas expectativas de crecimiento en Latinoamérica para este 2017”, enfatizó Christian Kremers, CEO de Best Day Travel Group, durante la presentación de sus resultados.

También se destacaron los resultados de la alianza que tiene Best Day con el movimiento “Viajemos Todos por México”, del cual se beneficiaron más de seis mil familias mexicanas, debido a los descuentos, bonificaciones y créditos a personas que no cuentan con facilidades bancarias.

Actualmente, Best Day tiene presencia en nueve países de América: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Estados Unidos, México, Perú, República Dominicana y Uruguay.

➤ RECONOCIMIENTO

Best Day fue declarada “Marca Famosa” por el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial (IMPI), de esta forma se convierte en la primera empresa de servicios turísticos en recibir este nombramiento.

“Fueron elementos como el amplio conocimiento de la marca por parte del público consumidor y los servicios que ofrece; así como la acreditación de que la marca se encuentra en uso dentro de la República Mexicana desde 1984, los que se consideraron para otorgar la declaratoria de “Marca Famosa” a Best Day, que pertenece a la empresa Viajes Beda”, dijo Miguel Ángel Margáin, director general del IMPI, quien fue invitado de Kremers para dar este anuncio.



Nuevo Hotel Xcaret México.

Resultados positivos para Grupo Xcaret

➤ La empresa registró crecimiento en el número de visitantes el año pasado, además de que en 2017 tendrá nuevas aperturas.

REDACCIÓN

Grupo Xcaret cerró 2016 con un crecimiento de 4.7% en la afluencia de visitantes respecto al año anterior, fueron tres millones 59 mil turistas que disfrutaron de sus parques y tours, informó Iliana Rodríguez, subdirectora de Comunicación de la compañía.

Indicó que el año pasado se realizaron celebraciones por el 25 aniversario del parque Xcaret, con lo cual se alcanzó una cifra récord de visitantes de un millón 400 mil turistas, y que otro logro relevante fue la apertura de Xenses, el sexto parque, que ya registró una visita de más de 60 mil turistas en siete meses.

Asimismo, la empresa recibió dos reconocimientos por las mejores prácticas de Responsabilidad Social Corporativa, el primero por el Programa de Reproducción y Conservación del Coral Cuerno de Alce (Acropora Palmata) y el segundo por mejor proyecto de vinculación con la comunidad a través de la “Travesía Sagrada Maya”.

➤ NUEVAS EXPERIENCIAS

El vicepresidente de Experiencias Xcaret, Carlos Constandse, reveló que este año la organización invertirá 564 millones de pesos en la ampliación y mejora de los parques Xcaret, Xel-Há y Xplor.

La inversión que más destaca para este año es para el Hotel Xcaret México, serán 330 millones de dólares para las 900 habitaciones que se estima serán inauguradas el primer día de diciembre de 2017.

En Xel-Há se abrirá en verano el Faro Tobogán de 40 metros de altura. Su inversión será superior a los 25 millones de pesos.

A su vez, el parque Xplor contará con un nuevo circuito de aventura en el cuarto trimestre de 2017.

Y el parque Xoximilco contará con Noches Temáticas, como la de Juan Gabriel, que ya tiene lugar todos los martes y viernes.

Allí también ya inició operaciones el Centro de Convenciones Xcaret Telcel, con una superficie de 900 metros cuadrados y capacidad para 760 personas en servicio de banquete.

En el nuevo espacio de entretenimiento, El Mundo de los Niños, se invirtieron 25 millones de pesos, es una zona dedicada a los menores de 12 años con toboganes, túneles, puentes colgantes, obstáculos y laberintos, y dos cuerpos de agua en una selva de más de seis mil metros cuadrados.

Para los menores de seis años habrá un chapoteadero, cuerpos de agua, un arenero, una fuente de chorros de agua y un hábitat de pericos. Todas las actividades cuentan con andadores para los adultos.



la nueva aplicación para viajar como locales



➤ Los usuarios podrán compartir sus experiencias para inspirar a otros a conocer lugares diferentes.

ALONSO GORDOA

Ulokaal es una aplicación móvil que ofrece información sobre destinos mexicanos e internacionales, con el propósito de inspirar a los viajeros, además de ayudarlos a planear, adquirir y compartir su experiencia.

Esta aplicación para teléfonos inteligentes permite a los viajeros visitar destinos como si se fueran habitantes “locales”.

Es una plataforma que deja compartir las experiencias que se viven, el objetivo es inspirar a

otras personas a viajar y a conocer lugares diferentes.

A través de Ulokaal el usuario se inspira, planea su experiencia, la compra a través de la plataforma de Best Day, contrata directamente servicios de los locales que deseen compartir su ciudad y, después de todo eso, puede compartir su experiencia.

➤ DISEÑADA EN TRES ETAPAS

En el arranque ofrecerá contenido turístico a base de experiencias, así como conexión con la red social de los llamados



“Ueys” dispuestos a compartir sus experiencias como locales.

Tendrá un motor de reserva y diversas opciones de pagos con tarjetas y con bitcoins, la también llamada moneda electrónica, a través de la cual se podrá contratar a guías locales.

“Uey” es una palabra inventada, inspirada en “güey”, como se llaman entre sí los jóvenes mexicanos.

En los siguientes meses la aplicación permitirá que los usuarios descarguen su propio itinerario y generen lealtad con los proveedores, a través de premios que se obtendrán cumpliendo ciertas metas.

¿ROBOTS EN LOS HOTELES?

ARTURO VELÁSQUEZ

El concepto popular de un robot es que tiene apariencia y comportamiento humano, esto ha sido inspirado por varias narraciones de ciencia ficción. Una obra checoslovaca publicada en 1917, por Karel Kapek, dio lugar al término robot. La palabra checa “Robota” significa servidumbre y cuando se tradujo al inglés se convirtió en el término robot.

Los robots, que hace veinte años solamente figuraban en películas o relatos de ciencia ficción, se acercan cada vez más a nuestra realidad cotidiana.

El año pasado, el grupo hotelero Hilton puso en funcionamiento, en un centro de investigación y desarrollo, a **Connie**, un robot mayordomo, cuyo nombre hace honor al fundador de la cadena, Conrad Hilton. El robot utiliza el sistema de inteligencia arti-

ficial Watson de IBM (que, por cierto, lleva su nombre en honor al fundador y primer presidente de IBM, Thomas J. Watson) y puede responder preguntas acerca de los servicios del hotel, horarios, ubicaciones e inclusive, mediante WayBlazer, un motor de recomendación cognitiva, orientado a la industria de viajes, recomendaciones personalizadas sobre destinos y actividades. El proyecto está basado en Nao, un popular robot de alrededor de siete mil euros, desarrollado por la compañía de robótica francesa Aldebaran Robotics, que tiene aplicaciones en diversos proyectos educativos.

Otro ejemplo es Savioke, una startup con base en Silicon Valley, que ofrece un robot para entrega de productos, que pueden trabajar de manera segura en entornos humanos. Si el huésped solicita un cepillo de dientes o una máquina de afeitar



a la recepción, podría encontrar un robot llevándole los artículos a la puerta de su habitación. El robot, llamado **Relay**, que inclusive tiene su perfil en LinkedIn, no tiene forma humana, es más, no tiene rostro ni extremidades,

su forma es parecida a un cilindro. En su interior cuenta con un compartimento para llevar las solicitudes de los huéspedes hasta sus habitaciones. Para interactuar con él tiene al frente una pantalla táctil, similar a una Tablet. El desarrollo utiliza el poder del software de código abierto, de un sistema operativo denominado Sistema Operativo de Robots (ROS), mantenido por la Open Source Robotics Foundation y una comunidad mundial de desarrolladores.

En su sitio web afirman haber realizado 75,000 entregas autónomas. Cuentan con un sistema para calcular el retorno de la inversión o ROI, por sus siglas en inglés; entre sus clientes figuran importantes cadenas hoteleras como Hilton, Marriott, Intercontinental, Westin y Aloft.

Inclusive, existen hoteles como el Henn na Hotel en Japón, (<http://bit.ly/1KLQoCA>) que es el

Esta última etapa forma parte de una tendencia global que es la “gamificación”, basada en el diseño de juegos (games) que buscan incentivar a los usuarios para realizar ciertas acciones.

Ulokaal funcionará tecnológicamente con los mismos principios que ha popularizado Google para la venta de publicidad, pues identifica lo que es relevante para el usuario y le acerca propuestas comerciales que le resultan valiosas.

La App será en sí misma un nuevo medio de comunicación, que tiene como principal característica la generación de contenido valioso respaldado por expertos, que saben viajar y lo hacen profesionalmente y por vocación personal.

El objetivo final es conectar a las personas a través del turismo, proveyéndoles una herramienta que no sólo es interesante, sino también útil y divertida.

primer hotel del mundo con **staff** compuesto por robots.

A lo largo de la historia, cada avance tecnológico nos ha aliviado de esfuerzos, pero también ha propiciado la obsolescencia laboral. Los robots están dejando las actividades a las que se habían limitado, en las líneas de montaje, para encontrar aplicaciones en aeropuertos, hospitales, tiendas y hoteles, entre otros negocios. Esto puede ocasionar una importante crisis de pérdida de empleos. Tan serio puede ser el problema, que inclusive Bill Gates ha entrado en el debate y ha propuesto que se grave fiscalmente a los robots que reemplazan personas, para destinar dichos recursos a crear otros trabajos.

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

MARGARITA SOLÍS

La industria turística debe trabajar de forma transversal para su funcionamiento, así lo declaró en días recientes Enrique de la Madrid, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), destacando algunas de las políticas públicas que aplican las dependencias del gobierno federal.

“Estamos realmente trabajando como equipo, porque esta es una secretaría transversal y que, entre menos presupuesto tengo, más cuenta me doy de que mi trabajo es conectar a las secretarías, a los estados, a los empresarios y conectarlos con el mundo”, declaró De la Madrid.

Presentamos algunas de las políticas, programas y proyectos que tres secretarías han aplicado para apoyar al desarrollo turístico mexicano.

COMUNICACIONES Y TRANSPORTES

Para Gerardo Ruiz Esparza, titular de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), hace falta hablar mejor de nuestro país al resto del mundo, exponer lo que se hace en materia de infraestructura, lo que demuestra que no es casualidad que hoy se registren 35 millones de extranjeros visitando México.

Ante ello, un dato que cabe resaltar es el crecimiento en el flujo de pasajeros en los aeropuertos mexicanos, en 2016 se registró un total de 80 millones 928 mil viajeros.

Así, el funcionario destacó la importancia del trabajo conjunto de la SCT y Sectur: “entre 2012 y 2016 el transporte aéreo logró crecimientos históricos, como lo hace el turismo. Vamos prácticamente de la mano”.

Las cifras de los últimos cuatro años reflejan los beneficios del sector aéreo en la conectividad con el mundo, en ese periodo pasaron de 56 millones de pasajeros a 81 millones, 44.6% más. Esto también refleja un crecimiento en la oferta de asientos disponibles y en la flota aérea que fue de 40%, al pasar de 250 a 360 aeronaves.

Al principio de la actual administración federal, la flota aérea tenía una antigüedad de 18 años, actualmente es de siete años en promedio, pasó de ser considerada como la más antigua en el mundo a ser una de las más modernas y seguras.

El número de vuelos también se incrementó en 24% en este periodo, al pasar de 656 mil vuelos a 812 mil con 733 nuevas rutas, de las cuales 334 son nacionales y 399 son internacionales.

Otro tema con resultados inmediatos fue el Acuerdo Aéreo con Estados Unidos, que a seis meses de



Con el secretario de Turismo continuamente estamos intercambiando opiniones, de qué se necesita, de qué hay que mejorar, y qué hay que hacer, tanto en la parte terrestre como en la aérea”,

GERARDO RUIZ ESPARZA, secretario de Comunicaciones y Transportes.

iniciar su vigencia, ya se otorgaron 26 nuevos permisos de rutas para volar entre ambos países por parte de aerolíneas estadounidenses y 67 nuevos permisos emitidos para las compañías mexicanas.

Respecto al tema aeroportuario, destaca el crecimiento del Aeropuerto Internacional de Cancún, en Quintana Roo; en marzo de 2016 se inauguró la Terminal 3 y en diciembre de 2017 estará funcionando la Terminal 4.



Hoy en día las exigencias turísticas se inclinan hacia un turismo comprometido y participativo, sobre todo en los intereses ambientales y socioculturales”

CUAUHTÉMOC OCHOA, subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental de la Semarnat.



Cancún está conectado con 170 aeropuertos del mundo y aterrizan 80 aerolíneas de los cinco continentes.

Con su nueva infraestructura, el aeródromo de Cancún se convertirá en el más grande del país, tendrá más capacidad que el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), esa posición la mantendrá mientras se termina de construir el Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (NAICM).

Ruiz Esparza ha afirmado en diferentes foros que las necesidades aéreas del país quedarán resueltas para los próximos 100 años con el NAICM, es el aeropuerto más grande que se construye a nivel mundial.

Tendrá seis pistas y tres serán para despegues y aterrizajes simultáneos, atenderá a 125 millones de usuarios y generará 450 mil empleos.

Respecto al actual AICM y la saturación que presenta, dijo que se han hecho esfuerzos por mejorar su servicio y tener espacios de vuelos solicitados por España, Portugal y Rusia. Un ejemplo de que han podido resolver las solicitudes es la llegada de un vuelo directo desde Japón por parte de All Nippon Airways (ANA).

Para atender los vuelos internacionales se adecuaron dos salas de última espera para recibir al avión más grande del mundo, el Airbus 380 que llega de Francia.

El funcionario dio a conocer los avances en el programa de infraestructura carretera, tema importante para el turismo. Durante la actual administración federal se programó construir 52 nuevas autopistas, de las cuales ya están terminadas 32, 14 más se concluirán este año y seis quedarán pendientes.

Agregó que en el esfuerzo para conectar mejor al país, a la fecha ya se ampliaron 64 carreteras federales,



Desde hace más de tres años se mantiene una agenda conjunta luego de crearse el Gabinete Turístico, ahí los diferentes organismos e instituciones públicos y privados trabajan en pro del sector.

Políticas públicas en la actividad turística

en total quedarán terminadas 80 carreteras en la administración del presidente Enrique Peña Nieto.

MEDIO AMBIENTE

La Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (Semarnat) también es parte del Gabinete Turístico y tiene varios temas desarrollados en conjunto, el que destaca es la sustentabilidad ambiental.

Para destacar la importancia del tema ambiental con el turístico, Cuauhtémoc Ochoa, subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental de la Semarnat, expuso que México es el noveno país más visitado y, de acuerdo al Índice de Competitividad Turística, tiene el cuarto lugar en recursos naturales a nivel internacional; “sin embargo, ocupa el lugar número 126 en lo que es el

ranking de Sustentabilidad, de acuerdo a este mismo índice”, agregó.

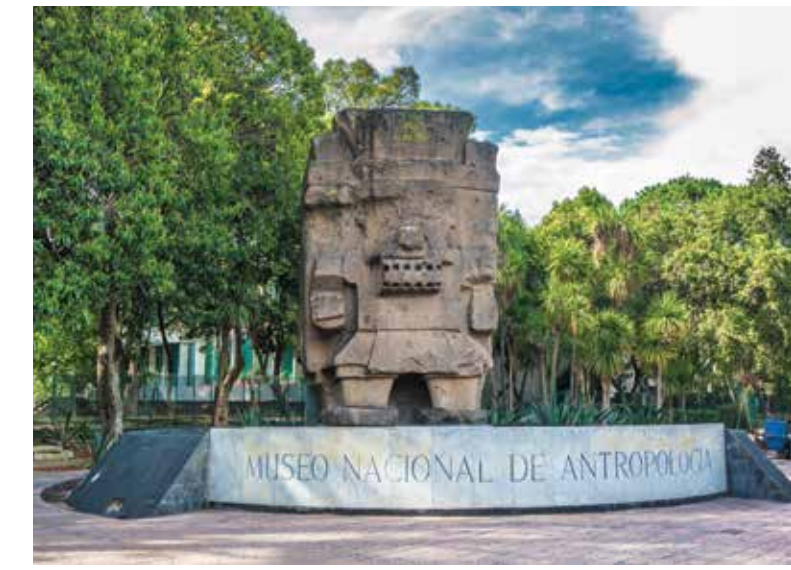
El subsecretario recordó que para exponer la importancia del tema ambiental para México, se incluyó en la COP 13 un foro de negocios para intercambiar puntos de vista con el sector turístico e integrar el tema de biodiversidad relacionado con otras industrias.

En los últimos cuatro años se han desarrollado diferentes instrumentos normativos y de fomento para los desarrollos inmobiliarios, turísticos, establecimientos de hospedajes, marina, ecoturístico y ecoturismo sustentable; además, un tema muy importante, que es la parte de playas y zona federal marítimo terrestre.



En Latinoamérica, México ocupa el segundo lugar en cantidad de museos y el tercero en infraestructura teatral.

PORTADA



Con la riqueza patrimonial y la infraestructura con la que cuenta el país, tenemos en la cultura un activo que aporta un valor adicional al turismo”,

MARÍA CRISTINA GARCÍA CEPEDA, secretaria de Cultura.

Entre las acciones conjuntas para lograr un turismo sustentable está la aplicación de un marco regulatorio, instrumentos y programas de políticas de conservación; aunque el funcionario reconoció: “no hemos podido tener esta energía entre ambos sectores y es en donde hemos trabajado con la subsecretaría y Sectur, y esto es un hecho indiscutible para poder subsanar estas inercias que existen hoy en día”.

Otro tema que las dependencias trabajan en conjunto es la Estrategia de Integración para la Conservación y el Uso Sustentable de la Biodiversidad en el Sector Turístico 2016-2022, es un instrumento fundamental para la integración de los sectores.

Asimismo, agregó: “buscamos la implementación, manejo y fomento de buenas prácticas en la selección

del sitio, diseño y construcción de los dragados de marinas turísticas, con el objetivo de estandarizar la calidad de sus servicios”.

Un tema que también trabajaron fue la declaración como Área Natural Protegida con carácter de Reserva de la Biosfera a la región conocida como Caribe Mexicano.

El decreto se firmó el 7 de diciembre del 2016, incluyó una superficie total 5.7 millones de hectáreas.

La importancia de esta declaración radica en que en esta área se ubican cinco eco regiones marinas con características ambientales excepcionales, son la plataforma del Golfo de México Sur, la plataforma del Caribe Mesoamericano, la Cuenca de Yucatán y Cadena Montañosa de Caimán.

En esta reserva viven más de mil 900 especies de flora y fauna terrestre y marina; alrededor de 86 especies de coral; más de 500 especies de peces y, por lo menos, 27 de las “mobraquios”; más de 100 especies de mamíferos terrestres y marinos, 401 especies migratorias y 122 especies de anfibios y reptiles.

“El turismo de naturaleza de esta región apoya a Quintana Roo para el aprovechamiento de una variedad de bienes y servicios, como las actividades paisísticas, acuáticas, subacuáticas y avistamiento de la flora y fauna, y de actividades como pesca deportiva, entre otras”, comentó Ochoa respecto a la importancia del decreto.



Se están modernizando 28 aeropuertos, se construye uno nuevo y se amplía y modifica la infraestructura del AICM.

CULTURA

La cultura y la historia son de las mayores atracciones turísticas de México, los museos y las zonas arqueológicas son visitados por viajeros provenientes de todos los continentes y, por supuesto, también los disfrutan los nacionales.

El trabajo coordinado entre la Secretaría de Cultura y la Sectur dan una oferta y promoción más amplia a los turistas, por lo que México se sitúa entre los países con más riquezas, ocupa el séptimo lugar en patrimonio mundial declarado con 34 bienes, y el primero en América Latina; se comparte con Perú y Colombia el octavo lugar en patrimonio cultural y material.

De acuerdo con la titular de la Secretaría de Cultura, María Cristina García Cepeda: “la cultura es nuestro sello de identidad que está construido con la diversidad de un país multicultural como es el nuestro. Esto se convierte en un atractivo especial para el turismo”.

García Cepeda destacó que México ha construido la infraestructura cultural más importante de América Latina al contar con mil 200 museos, 645 teatros, 789 galerías, 189 zonas arqueológicas abiertas al público, seis mil salas de cine, 800 festivales artísticos y un sinnúmero de festivales tradicionales.

Unos de los objetivos centrales de las instituciones culturales del país es proteger, estudiar y difundir este patrimonio, por ello hay experiencias turísticas que tienen su origen en la cultura, donde destacan: Teotihuacán, una de las 189 zonas arqueológicas abiertas al público, recibe 15 millones de visitantes, fue la primera zona y museo de sitio abierto por el Estado mexicano.

Otro sitio es Chichén Itzá, patrimonio de la humanidad por la UNESCO desde 1988, es la segunda zona arqueológica más visitada con más de un millón de personas al año. La Pirámide de Kukulcán se ha convertido en un emblema de la cultura maya.

En México existen 820 festivales y el más importante de América Latina es el Festival Internacional Cervantino (FIC), es el tercer ejemplo que destaca en turismo cultural, recibe al año a más de medio millón de visitantes y a 800 grupos artísticos de 60 países.

Un atractivo turístico del país es la gastronomía, debido a que la cocina mexicana se asocia a símbolos como las tradiciones, fiestas y ritos, entre otros; además de ser reconocida como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la Unesco. También destaca que nueve restaurantes del país se encuentran en la lista de los mejores de la región latinoamericana.

Hotelería personalizada en Riviera Maya

Con sus diversos servicios, buscan ofrecer a los viajeros una experiencia distinta.

NALLELY CAMPOS
RIVIERA MAYA

Rosewood Mayakoba es uno de los hoteles con servicio de lujo de mayor reconocimiento en la Riviera Maya, se localiza en el centro de un entorno de 650 hectáreas, donde los huéspedes podrán disfrutar de distintos paisajes que se conforman por lagunas y playas.

Ofrece 130 suites con diseños exclusivos, albercas privadas y terrazas para disfrutar del sol.

El resort está estructurado en muchas islas pequeñas rodeadas por una selva de manglares en el centro del enclave ecológico de Mayakoba. Su diseño se caracteriza por

Dentro del resort los viajeros pueden disfrutar:

■ Boutique con ropa de diseñador, joyería, artesanías y productos de cuidado personal.

■ Tres albercas diseñadas según el espacio: tipo "infinity" en la playa, en la laguna y en el Spa.

■ Gimnasio.

■ Salón con juegos de mesa, billar y otras actividades lúdicas.

■ Sense, A Rosewood Spa.



La mujer en el mundo del turismo

El 18 de marzo de 1975 fue declarado por las Naciones Unidas el Día Internacional de la Mujer por primera vez, aunque esta celebración tiene antecedentes desde 1909 cuando iniciaron diferentes movimientos en el mundo en pro de la mujer.

El sector turístico en México es un motor de desarrollo al aportar 8.7% del PIB nacional, ante ello toma importancia el número de mujeres que participan en él.

De acuerdo con datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI) en el país hay más de 29.6 millones de personas ocupadas formalmente, de las cuales el 43.8 por ciento son mujeres.

El Informe mundial sobre las mujeres en el turismo de la OMT y ONU-Mujeres demuestra que las mujeres están bien representadas en los trabajos relacionados con servicios y labores administrativas, pero no en los puestos profesionales, y que ganan entre un 10% y un 15% menos que sus contrapartes varones.



La Organización Internacional del Trabajo considera que el turismo ofrece oportunidades de autoempleo al crear las mujeres pequeñas y medianas empresas.

También detectó que en los empleos relevantes del sector el 90% de las personas que trabajan en servicios relacionados con la provisión de alimentos y alojamiento son mujeres.

En cuanto a viajes, las mujeres representan, de acuerdo con la última Encuesta Nacional de Gasto Turístico en los Hogares realizado por la Sectur, el 52% de los viajeros en México, el sector más amplio del turismo nacional.

En el mundo, el 45% de los viajes a solas los realizan mujeres y el 53% lo hizo a destinos internacionales.

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

Atotonilco el Viejo, destino de bodas

Entre los proyectos de 2017 está construir más habitaciones en este hotel.

ISABEL GORDOA

El Hotel Atotonilco el Viejo se remonta con un área que incluye habitaciones categoría master suite, las cuales se suman a las 19 que ya existían, con un total de 32 cuartos en la propiedad, informó el gerente regional de Grupo Hobarest, Christian Ramírez.

Señaló que el centro de hospedaje de seis hectáreas, ubicado a 15 minutos de San Miguel de Allende, está conformado por dos edificios: al primero se le conoce como la zona rústica, con algunas habitaciones adecuadas en lo que antes fueron bóvedas, así como una cabaña con dos cuartos, cocineta, sala, comedor y jardín.

El segundo es la zona nueva, ofrece habitaciones con jacuzzi, televisión de plasma y amenidades con productos locales; además, en el área se construyó una tercera alberca.

El hotel está enfocado a eventos como bodas, congresos y convenciones.



Dentro de los proyectos de este año, dijo, espera traer congresos más grandes y construir más habitaciones.

"Estamos adecuando los salones con mayor equipo para eventos; además, capacitando al personal en el tema de bodas", agregó.

Resaltó que la propiedad cuenta con una capilla y tiene espacios para bodas de 100 hasta 500 personas, así como jardines y salones para convenciones.

tos estándares ecológicos que le ha llevado a ser reconocido por la verificación de Rainforest.

EXPERIENCIA ANCESTRAL

Para los mayas la vida es un proceso de perfeccionamiento eterno, una evolución que requiere elevar el estado de conciencia con el fin de descubrir nuestra identidad a través de una conexión con el universo.

Por ello, una de las novedades es el Jardín Sensorial Kuxtal, concebido como un santuario de meditación inspirado en la sabiduría astronómica de los mayas, cada punto cardinal se refiere a una etapa de la vida: el Este a la semilla, el Sur al brote, el Oeste a la planta con follaje y el Norte a la flor.

Este servicio forma parte de Sense, A Rosewood Spa, el cual se asienta alrededor de un cenote dentro de su propia isla. Para finalizar el recorrido el huésped elige una planta del jardín para descubrir su identidad sensorial, la cual será utilizada en el masaje relajante luego de mezclarla con aceites.

La edificación y operación del resort está apegada a los más al-



Hyatt suma la marca Andaz a México

El nuevo hotel cuenta con 214 suites con detalles artesanales.

MARGARITA SOLÍS
RIVIERA MAYA

Dentro del complejo de Mayakoba se inaugura el nuevo Andaz, recinto perteneciente a Hyatt Hotels Corporation, en el cual invirtió 150 millones de dólares.

Este nuevo hotel es el primero de esa marca de Hyatt en México y el segundo en el continente; Andaz Papagayo, en Costa Rica, se inauguró el 13 de febrero de 2014.

En el transcurso de marzo será su apertura oficial, aunque el 12 de diciembre abrió sus puertas a los primeros huéspedes; con casi tres meses de funcionamiento parece que llevan mucho más tiempo, debido a la coordinada logística y atención de su personal.

Lin Schatz, gerente general, explicó que en un periodo de cinco años Andaz Mayakoba alcanzará su punto de equilibrio, luego de la inversión de 150 millones de dólares por parte del corporativo de Hyatt.

Agregó que son el cuarto hotel que opera en Mayakoba, para la comodidad de los huéspedes están conectados entre sí, y pueden hacer uso de los servicios que todos ofrecen, ya que cuentan con un sistema que registra el consumo que hagan, para después agregarlo al saldo final al momento de hacer su check out.

Andaz significa en hindi "estilo personal", la cadena hotelera explica la palabra como "un espacio lleno de personalidad y carácter".

Por esa definición el diseño de las habitaciones y cada rincón de Andaz Mayakoba tienen detalles culturales y artesanales, esa

inspiración también la llevarán a la gastronomía que ofrecen, basada en la cocina local.

El hotel tiene 214 habitaciones, cada una con balcón o terraza con vista a la laguna, a los manglares, jardines o campo de golf.

De las 50 suites de lujo que se encuentran cerca de la playa, 41 tienen piscinas privadas y 20 tienen ocean front. Entre ellas destaca la suite presidencial que, con un costo promedio de cinco mil dólares, estará lista para la inauguración en este mes.

Destaca que es el único de los resorts de Mayakoba con un Dj, su música se escucha de martes a domingo en diferentes horarios, en el área de la playa donde también hay una alberca y dos restaurantes.

GASTRONOMÍA

En Andaz hay cuatro restaurantes con conceptos diferentes, todos con ingredientes frescos y auténticos técnicas culinarias. En Cocina Milagro el concepto es market to table, con énfasis en comida de mar, este espacio se caracteriza por estar cerca de la alberca, la zona que se considera



"el corazón del resort".

Casa Amate está abierto exclusivamente para la cena, cuenta con una variada cocina latinoamericana.

Hay dos restaurantes más, se encuentran cerca de la playa, uno es OllaTaco, que ofrece especialidades de Yucatán, salsas especiales hechas con productos locales y 17 cervezas artesanales.

Como su nombre lo dice, OllaCeviche ese platillo es la especialidad, son frescos y los platos son para compartir. Hay un bar de tequila, donde también se ofrecen catas.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

¿LAS POLÍTICAS DE TRUMP AFECTARÁN LOS VIAJES CORPORATIVOS?

Después de ligar tres años muy exitosos en la industria turística nacional, la llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos ha convertido el optimismo en, por lo menos, cautela, si no es que en incertidumbre en muchos casos.

Ejemplo de esta nueva percepción que aconseja prudencia es un estudio de BCD Travel --dado a conocer el mes pasado--, que analiza las tendencias en viajes corporativos para este 2017, el cual recomienda estar muy atentos a los cambios políticos, la fluctuación de las divisas y la implementación de nuevas tecnologías, ya que estos factores marcarán a los viajeros de negocios.

El documento elaborado por esta empresa dedicada a la gestión de viajes corporativos, abiertamente sostiene que: "Los cambios políticos y económicos que están sucediendo en el mundo, además de la incertidumbre en los mercados internacionales, repercutirán inevitablemente en la industria turística y de viajes corporativos, lo que a su vez nos obliga a realizar cuidadosos análisis de los diferentes escenarios con el fin de elaborar pronósticos que favorezcan la toma de decisiones e implementación de estrategias efectivas".

Ante este panorama, Beat Wille, director general de BCD Travel para México, y Augusto Zelaya, director senior de Ventas y Mercadotecnia, advierten que en el presente año sus clientes deberán mantenerse alerta a las tendencias de mercado,



ya que es factible un posible incremento de tarifas hoteleras, y monitorear constantemente el cumplimiento de sus políticas de viaje.

"En este sentido, si bien los viajes de negocios están en auge en México, los que formamos parte del sector debemos estar conscientes de las variables económicas, las tendencias de los viajeros y las alianzas que algunas aerolíneas están llevando a cabo para contrarrestar estos cambios tan marcados dentro de la industria", precisó Wille.

Y añadió que después de la orden ejecutiva de Trump sobre inmigración --que prohibía la entrada a Estados Unidos de ciudadanos de varios países de mayoría musulmana--, los gerentes de viajes corporativos han estado preguntando qué significa la orden para su programa de viajes y viajeros. El peor de los escenarios presenta varios factores que podrían afectar los viajes: proteccionismo, controles más estrictos en las fronteras y aislamiento internacional. Pero aclara que la factibilidad de que Trump ejerza políticas asociadas

con este escenario, a este momento es inciertas.

Pero, por fortuna, no todo son malas noticias. Los propios directivos de BCD informaron que una encuesta realizada por la Association of Corporate Travel Executives entre gerentes de Viajes de Negocios de diversas empresas, registró que más del 60% de los entrevistados cree que esta nueva política migratoria de la Unión Americana no implicará una reducción de viajes dentro de sus compañías.

Por el contrario, "los recortes de ingresos y de los impuestos corporativos que anunció Donald Trump podrían potencialmente representar un crecimiento más fuerte del PIB; y eso estimularía los viajes de negocios".

La era Trump apenas está comenzando. Y si lo visto hasta ahora no enciende el fuego del optimismo en el mundo, tampoco hay razones aún para caer en la incertidumbre. Quizá cautela será la palabra apropiada en estos momentos y, por supuesto, hacer caso de los consejos de los expertos.

Más mexicanos a Cuba

➤ El destino continúa con acciones encaminadas a atraer más turistas procedentes de nuestro país, con fines no sólo de esparcimiento.

NALLELY CAMPOS

Para Cuba, nuestro país es uno de los principales mercados y se estima cerrar este año con la llegada de alrededor de 125 mil turistas mexicanos. A nivel internacional, la cifra de visitantes a la isla será de tres millones 500 mil.

Hacia el 2020, Cuba tiene un proyecto de inversiones de alrededor de 85 mil cuartos en toda la isla, explicó en entrevista Xiomara Martínez, consejera de turismo del país.

Pese a lo que se piensa, en la actualidad "Cuba no trabaja para recibir sólo un mercado en específico, Cuba lo que ha hecho es

abrir sus puertas con el fin de dar a conocer un turismo seguro y de paz", precisó.

Por ello, la mayoría de las acciones aplicadas están encaminadas a generar un turismo responsable y sostenible, ya que esta industria, desde 1990, es vista como un puente de ingresos de divisas al país.

"Cuba en este momento cuenta con más de 35 mil habitaciones y 11 mil 700 tipo hostel. Tenemos un ritmo de crecimiento de 112%, lo cual ha sido gracias a nuestros principales mercados emisores", explicó.

Ese porcentaje se debe a sus 10 primeros mercados, entre ellos: Canadá, Alemania, Francia y México.



➤ MAYOR PROMOCIÓN

Martínez anunció que en la embajada se realizan acciones encaminadas a posicionar a Cuba en diferentes regiones mexicanas, al existir potencialidad para que nuestro país se mantenga entre los primeros emisores de turistas; después de Canadá, tenemos la mayor plataforma aérea con Aeroméxico e Interjet,

junto a Cubana de Aviación y vuelos charter.

Entre las ventajas destacó la cercanía, "pues Cancún está apenas a 210 kilómetros, a 45 minutos por vía aérea. Queremos compartir el multidespido: La Habana, Varadero y la Ruta Maya en Cancún y Mérida", indicó.

Tener un puente de intercambio abre la oportunidad de incluir

otros segmentos, como los de salud, deportivo, cultural, científico, estudiantil y jubilados.

"Hemos fortalecido la capacitación y el vínculo con los agentes de viaje de México para cambiar la percepción de que conocer Cuba es La Habana y el balneario de Varadero. Queremos mostrar la isla de tradiciones culturales, históricas, de ciudades centenarias", agregó.

Al rescate de nuestra gastronomía

➤ Nombrada Patrimonio Cultural Inmaterial por la UNESCO en 2010, la cocina mexicana requiere de mayores acciones para impulsarla.

NALLELY CAMPOS

Resultado de sabores, colores, aromas y texturas, así es la gastronomía en nuestro país, una mezcla no sólo de ingredientes, sino también de culturas, rituales religiosos y creatividad culinaria.

Su riqueza le ha llevado a formar parte de la lista del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO; sin embargo, la globalización, el deterioro de la naturaleza y la pérdida de muchas tradiciones hacen necesaria su preservación.

Por ello, la labor que realizan los chefs debe incluir "esa parte turística e histórica de los platos que preparamos; y es que el reto principal es que debemos

darle importancia a la gastronomía mexicana, si vemos los temarios en las escuelas, notamos que dan muy poco espacio a ésta", explicó en entrevista Guillermo Mateos de la Mora, chef instructor de Aspic, instituto gastronómico.

Agregó que la comida mexicana va mucho más allá de los platillos típicos de nuestro país, es el reflejo de toda una cultura basada en los ingredientes que la tierra provee, el maíz se muestra como el máximo



aquellos platillos que tienen ya mucho tiempo en la mente de la gente", agregó.

Consideró de suma importancia educar a los futuros

representante, cuya historia y aparición posee más de siete milenios de antigüedad.

"Es necesario profundizar en ella, esta cocina regional que de pronto se ha ido olvidando. Nuestra gastronomía reconocida como Patrimonio Intangible es algo que debemos rescatar, respetar y no sólo enfocarnos en

representante, cuya historia y aparición posee más de siete milenios de antigüedad. "Es necesario profundizar en ella, esta cocina regional que de pronto se ha ido olvidando. Nuestra gastronomía reconocida como Patrimonio Intangible es algo que debemos rescatar, respetar y no sólo enfocarnos en

representante, cuya historia y aparición posee más de siete milenios de antigüedad. "Es necesario profundizar en ella, esta cocina regional que de pronto se ha ido olvidando. Nuestra gastronomía reconocida como Patrimonio Intangible es algo que debemos rescatar, respetar y no sólo enfocarnos en



cas de elaboración; por ejemplo, una salsa, podemos tener diferentes resultados con los mismos ingredientes, lo que cambia es la técnica", comentó.

Explicó que quien critica nuestra comida no tiene idea de todo su trasfondo, lo que ha provocado la inclinación de muchas personas a los alimentos exportados, que incluso, traen consecuencias para la salud.

"Las escuelas se enfocan más en promover las cocinas de otros países; sin embargo, yo veo que los alumnos de pronto están muy interesados en rescatar nuestra gastronomía. Creo que ahí debemos trabajar en conjunto, el medio gastronómico en la parte de docencia con las autoridades, para dar a nuestra cocina el impulso que requiere", finalizó.

El hospedaje inteligente del futuro



REDACCIÓN

Hoteles.com, en colaboración con el futurista James Canton, revelan en el estudio "Hoteles del futuro" cómo serán estos lugares en el año 2060, de acuerdo con los sueños y deseos de los huéspedes.

Canton, del Institute for Global Futures, explicó que han identificado nuevas tendencias de consumo, por lo que se espera que los centros de hospedaje utilicen la realidad aumentada, la inteligencia artificial, camas que se transforman, la robótica y la hiperconectividad, entre otras opciones tecnológicas.

El estudio revela qué tan distinta será la experiencia de viajes; la manera en que los turistas elegirán un destino, reservarán y realizarán sus travesías, así como su estancia.

"Con la aparición de una nueva ciencia de diseño de viajes, que es una combinación de la utilización de datos masivos, inteligencia artificial y la predicción de los sueños de los viajeros, la experiencia de viaje cambiará por completo", agregó.

Se prevé que la experiencia del huésped continuará incluso después de hacer el check-out, ya que los análisis nuevos también asegurarán la satisfacción en los viajes de toda la vida.

➤ PRONÓSTICOS

Las principales tendencias para hoteles del futuro hacia el año 2060 son: robots mayores, impresoras 3D en la habitación, neurosueños y hoteles convertibles e itinerantes, entre otros.

Los robots serán autónomos y entre sus labores estará recibir a los huéspedes en el aeropuerto, ofrecer un servicio de alimentos gourmet, hacer el aseo de la habitación, brindar compañía, educación, entretenimien-

to, asesoramiento empresarial y servicios de concierge.

Con las impresoras 3D en las habitaciones generarán los artículos que deseen los huéspedes en tiempo real, como un nuevo par de zapatos, ropa, artículos de farmacia y hasta computadoras o teléfonos portátiles.

El tema de los neurosueños está relacionado con el descanso en una cama de hotel, los viajeros del futuro podrán elegir sus propios sueños antes de ir a dormir.

Sobre los hoteles convertibles, se explicó en el documento que se ensamblarán automáticamente y se transformarán de un diseño a otro, según los votos de los huéspedes. Esas propiedades de diseño colaborativo utilizarán la nanotecnología y máquinas que ensamblarán entornos, edificios o hasta

mundos físicos enteros de manera automática, lo que podría ser posible en los próximos 20 años.

Y respecto a los hoteles itinerantes, serán la nueva generación de hoteles emergentes, se basarán en proyectos colaborativos especiales a través de dispositivos móviles, en los que se decidirá el tema y la ubicación por medio de votos.

Los diseños de hoteles itinerantes que obtengan la mayor cantidad de votos se programarán para montarse automáticamente con el uso de impresoras 3D, usarán celdas biosolares que se generarán de forma continua y contarán con nanotecnología.

Esos hoteles existirán durante un tiempo limitado y las personas utilizarán HotelCoin, la moneda digital de BlockChain, para pagar con su aplicación móvil portátil.

Otros servicios que se estarán ofreciendo a los huéspedes serán: Spas de longevidad, pagos móviles con ADN, avatar de viajes, hospedaje ecológico, genómica gourmet y hoteles temáticos inmersivos y de realidad aumentada.



Playa Hotels anuncia alianza

➤ Dos inmuebles serán remodelados en la zona del Caribe Mexicano; ambos suman 757 habitaciones.

REDACCIÓN

Playa Hotels & Resorts y la marca Panama Jack firmaron una alianza para remodelar dos de sus hoteles Todo Incluido en México: Gran Caribe Resort en Cancún y Gran Porto Resort en Playa del Carmen.

Estas propiedades, que pronto serán operadas bajo la marca Panama Jack, servirán como punto de partida para planes más ambiciosos de ambas compañías, incluyendo la apertura de nuevos resorts.

Las empresas no dieron a conocer el monto de la inversión, sólo mencionaron que será "multimillonaria". Entre los dos complejos hoteleros operan 757 habitaciones.

Las dos propiedades serán remodeladas en el concepto de sol y playa con estilo tropical-retro y reminiscencias de viajes vintage. También se mejorarán los resorts en nuevas experiencias gastronómicas, entretenimiento y amenidades en las suites.

La marca integrará mobiliario con decoraciones en las habitaciones, uniformes

y señalización que permitirán a los huéspedes disfrutar de la atmósfera que hizo famosa a la marca.

Adicionalmente, ambos resorts incorporarán la esencia del negocio de Panama Jack, ofreciendo en sus instalaciones tiendas con los productos más populares de la marca, como prendas de vestir, muebles y artículos para la playa.

"Con su fuerte identidad de estilo de vida y su conexión cultural con nuestro público principal, Panama Jack es el socio ideal para Playa. No podríamos estar más encantados con esta alianza", dijo Kevin Froemming, vicepresidente ejecutivo y director de Marketing del resort.

Playa Hotels & Resorts BV opera y desarrolla 13 hoteles de playa Todo Incluido en México, República Dominicana y Jamaica. Además, posee y opera con la marca Hyatt Ziva el resort de Los Cabos, Puerto Vallarta y Cancún; y el Hyatt Zilara Cancún. En Jamaica opera las marcas Hyatt Ziva y Hyatt Zilara de Rose Hall.

Panama Jack cuenta con cinco tiendas en diferentes destinos turísticos y tiene programadas más aperturas durante 2017.



○ Cambios en la Sector de la CDMX

Por instrucciones de Miguel Ángel Mancera, jefe de Gobierno de la Ciudad de México, fue nombrado Armando López Cárdenas como titular de la Secretaría de Turismo, en sustitución de Miguel Torruco Marqués.

López Cárdenas tiene más de 15 años de experiencia en la administración pública, fue director general del Fondo Mixto de Promoción Turística (FMPTCDMX) desde 2014, y dentro del gobierno de la CDMX ha ocupado diferentes cargos en las secretarías de Gobierno, de Desarrollo Económico, de Transportes y Vialidad, y de Finanzas.

Cuenta con estudios de Economía en el Instituto Tecnológico Autónomo de México. Tiene licenciatura en Administración y Desarrollo Organizacional por el Endicott College en Massachusetts, Estados Unidos.

Cursó la maestría en Administración Pública con especialización en Desarrollo Económico en la Escuela Kennedy de Gobierno de la Universidad de Harvard, y es miembro del Partido de la Revolución Democrática (PRD) desde su fundación.



○ American Airlines asciende a Jim Butler

American Airlines (AA) designó a Jim Butler como nuevo vicepresidente senior de Internacional y Carga, en lugar de Art Torno, quien se retirará en abril, con 38 años de trabajo en la compañía.



Butler, con historia de 21 años en la aerolínea, reportará a Kerry Philipovitch, vicepresidenta senior de Experiencia del Cliente. Recientemente se desempeñaba como presidente de AA Cargo, dirigió el proceso de integración para convertirla en la primera área en estar totalmente fusionada.

El nuevo vicepresidente habla español y tiene licencia de piloto privado, trabajó en varios departamentos, incluyendo Ventas, Marketing, Precios y Finanzas, y ocupó posiciones en Londres y Buenos Aires.

Es graduado de la Universidad Cornell y aprobó una maestría en Administración de Empresas de la Escuela de Administración Kellogg; es miembro del Consejo de Carga de AA y fue miembro de la junta directiva de aerolíneas del Reino Unido, de la Directiva Conjunta del Aeropuerto Heathrow de Londres y del Comité de Carga de la IATA.



○ Nueva titular del Fondo Mixto de Promoción Turística

Empresarios reconocieron el refuerzo y activación que generará la recién nombrada titular del Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México (FMPTCDMX), Irene Muñoz Trujillo; hasta febrero pasado se desempeñó como directora general de Contralorías Ciudadanas en el gobierno de Miguel Ángel Mancera.

Su trayectoria también se ubica en el sector privado, apenas el año pasado ingresó al Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (Comexi), lo que se traducirá en programas que tengan como propósito impulsar la imagen de la CDMX en otros países, para superar los 14 millones de visitantes anuales.

Muñoz Trujillo fue directora general de Imagen, Mensaje y Nuevas Tecnologías del Gobierno de la CDMX. Estudió en la Universidad de las Américas Puebla y se especializó en comunicación estratégica y manejo de crisis.

○ Vince García al frente de vicepresidencia

American Express nombró a Vince García como vicepresidente de Viajes y Estilo de Vida para Latinoamérica y Canadá, posición bajo la cual será responsable de ayudar a los tarjetahabientes a personalizar y enriquecer su viaje.



El nuevo cargo le permitirá impulsar nuevas estrategias en mercados internacionales como Canadá, donde además de brindar el servicio personalizado a tarjetahabientes, a través de agentes ubicados en Toronto, atenderá a clientes Platinum y Centurión de Hong Kong y Japón.

Durante sus tres años en American Express, García se ha caracterizado por su visión estratégica, liderazgo y por la construcción de relaciones sólidas con clientes y socios de negocios.

Antes de colaborar con American Express, trabajó como director y gerente general de Despegar.com y de BCD Travel México. Es fundador y expresidente del Consejo Aliado de Miembros de la Junta de la Asociación Global de Viajes de Negocio (Global Business Travel Association).

○ Se integra a chef para clase Business

Air France nombró al chef Jean Sulpice como el creador del menú en la clase Business para los vuelos de media distancia que inician en París, mismo que se renueva cada 15 días.



Sulpice, galardonado con dos estrellas Michelin, ha trabajado contraponiendo tradiciones culinarias, asociando productos de Saboya, especias de montaña y sabores del mundo como parte

de sus reminiscencias de viajes. Es considerado pionero de la gastronomía de la alta montaña.

En Val Thorens, en el corazón de los Tres Valles, Francia, a más de dos mil 300 metros de altitud, tiene un restaurante en el que elige productos locales, plantas y especies salvajes. A partir de mayo operará el restaurante del hotel Auberge du Père Bise, situado a la orilla del lago Anneci.

○ Rotary otorga reconocimiento a Fernando Olivera

El secretario de Turismo de Guanajuato, Fernando Olivera, asistió a la Reunión de Líderes Rotarios en México – RIMEX León 2017, donde recibió un reconocimiento por el apoyo para la realización del evento.



Olivera dio la bienvenida a los asistentes y mencionó que el destino cuenta con grandes atractivos turísticos de aventura y naturaleza, históricos y culturales.

En la reunión se celebraron los 100 años de fundación, acudieron rotarios de

diferentes estados y países, como Guatemala, Colombia, Corea, Australia y Estados Unidos.

Durante tres días se atendieron temas como salud, educación, desarrollo económico, atención materna y medio ambiente, con objetivos como el fortalecimiento de líderes.

Rotary es la primera organización mundial de clubes de servicio que cuenta con 34 mil personas que trabajan en fomentar la buena voluntad y la paz del mundo.



○ Celebraron Gala Vallarta 2017

El Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta y la Oficina de Convenciones y Visitantes de Riviera Nayarit se reunieron el pasado 7 y 8 de febrero para realizar la vigésima tercera edición de Gala Vallarta en ambos destinos.

Es un evento en el que los mayoristas y operadores, a nivel nacional e internacional, se reúnen con hoteleros de Puerto Vallarta y Riviera Nayarit para llevar a cabo citas de negocios pre-establecidas.

En este evento, tanto el Fideicomiso como la OCV fungen como enlace entre las partes, programando las agendas de acuerdo a la selección que el mayorista solicita basado en un listado de hoteles que es enviado con anticipación.



El encuentro brinda la oportunidad de crecer, mejorar y fortalecer las relaciones comerciales entre las agencias mayoristas con estos dos importantes destinos turísticos del Pacífico Mexicano.

○ Lanzó Air Canada nuevo logo

En celebración simultánea, la aerolínea Air Canada presentó en Toronto, Montreal y Vancouver algunas de sus novedades para 2017, como una imagen moderna inspirada en su totalidad en Canadá, un menú mejorado y nuevos uniformes para empleados.



“El nuevo diseño de Air Canada muestra un punto de inflexión fundamental en nuestra historia de 80 años”, dijo Benjamin Smith, presidente de Passenger Airlines de Air Canada, durante el evento en Toronto, donde se encuentra el mayor hub de la aerolínea.

El 150 aniversario de Canadá fue el motivo de la

aerolínea para presentar su nueva imagen.

La empresa tiene 30 mil empleados en todo el mundo, vuela a más de 200 destinos en los cinco continentes y cuenta con una flota

de 300 aviones. Su flota está siendo repintada en un diseño en blanco y negro, resaltando su bandera de hoja de arce rodeada por un círculo, el cual regresa a la cola de la flota después de 24 años.

○ Firman convenio de colaboración

Casa España y Casa Europa firmaron un acuerdo de colaboración que permitirá el desarrollo de un programa artístico y cultural para promover a la madre patria en San Miguel de Allende.



El subsecretario de Promoción Turística, Octavio Aguilar Mata, que acudió al encuentro, en representación del secretario de Turismo de Guanajuato, Fernando Olivera Rocha, destacó que, de acuerdo con información de Datatur, de los 250 mil españoles que llegan a México, el 25% visita la entidad.

Este convenio permite que artistas y escritores españoles que se presentan en la Ciudad de México lleguen también a San Miguel de Allende, al igual que las ex-

posiciones presentadas por la Casa de España en México.

En el evento también estuvieron presentes el director del Centro Cultural de

España en México, Carlos Ruiz, e integrantes del Consejo Turístico del municipio de San Miguel de Allende, entre otros invitados.

○ Cumbre sobre seguridad aérea

La Asociación de Transporte Aéreo de América Latina y El Caribe (ALTA, por sus siglas en inglés) y la Cámara Nacional de Aerotransportes (Canaero), celebrarán la octava Cumbre Panamericana Anual de Seguridad Aérea, del 19 al 21 de junio, en la Ciudad de México.

En el encuentro colaboran también la Organización de Aviación Civil Internacional (OACI), la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) y la Fundación de Seguridad de Vuelo, para revisar las tendencias de seguridad y desarrollar soluciones críticas para el futuro de la industria aeronáutica en la región Panamericana.

El director ejecutivo de ALTA, Eduardo Iglesias, informó que la seguridad es la prioridad número uno y que la tasa de accidentes en la región se ha reducido drásticamente en los últimos diez años, al registrarse los índices de accidentes más bajos



de cualquier región del mundo, incluyendo cero con víctimas mortales, gracias a conversaciones, seminarios y reuniones del comité de seguridad que se generan entre profesionales de la industria.

○ Reconocen maratón de Mundo Cuervo



El XIX Medio Maratón Internacional Mundo Cuervo fue galardonado con el tercer lugar nacional en la Categoría Medio Maratón por los premios Rarámuri, reconocimientos avalados y otorgados por la Secretaría de Turismo (Sector) y Sports International Tours.

La votación para el medio maratón, que recibió el año pasado a tres mil participantes nacionales e internacionales, se obtuvo gracias al voto de los atletas pedestres a nivel nacional.

El evento deportivo, que cuenta con una bolsa de premios de más de 200 mil pesos y un auto último modelo, generó el año pasado una derrama económica de 15 millones de pesos para el Pueblo Mágico de Tequila.

Los participantes provienen de distintos países, lo que incrementa el turismo del estado. Para este 2017, el evento cumplirá su vigésima edición, participarán tres mil corredores y las inscripciones se abrirán el próximo abril.

CENTRO DE CONVENCIONES Y EXPOSICIONES TOLUCA



15,994 MTS DE CONSTRUCCIÓN

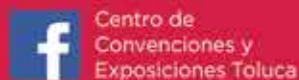
14 SALONES

CAPACIDAD PARA MAS DE 5,500

BANQUETES Y COCTELES

- Convenciones
- Congresos
- Exposiciones
- Juntas de Negocio y todo tipo de eventos

Blvd. Miguel Alemán Valdés No. 175,
Col. San Pedro Totoltepec,
Toluca, Estado de México.



ESTADO DE MÉXICO



Descarga
nuestra APP

Compatible con
iOS y Android



México

www.viajemostodospormexico.com

edomex.travel