



Reordenamiento de los slots del AICM ante saturación

Es un tema que se llevó a la mesa en varias ocasiones en los últimos años; se espera una resolución de las autoridades aéreas a más tardar en enero de 2017.

➤ **PÁGS. 8 y 9**

INVERSIÓN. Experiencias Xcaret destinará 330 mdd para primera etapa de un ambicioso proyecto hotelero.

**PÁG
2**

INAUGURACIÓN. Aeroméxico ahora opera la ruta Ciudad de México-Austin, destino 17 en EU.

**PÁG
7**

CONECTIVIDAD. San Miguel de Allende ofrecerá conexión gratuita de internet a visitantes y habitantes.

**PÁG
10**

Resort Xcaret iniciará con una inversión de 330 mdd

Los directivos no esperan una afectación por el tipo de cambio. Confían en que se sumarán al proyecto más instituciones financieras, además de Bancomext.

BEDILIA BRIZUELA

El Resort Xcaret es un proyecto visualizado a 12 años en seis etapas, la primera con el Hotel Xcaret México de 900 habitaciones, que contará con una inversión de 330 millones de dólares en la cual está participando el Banco de Comercio Exterior (Bancomext), y que estará lista para diciembre de 2017.

Así lo informó Marcos Constandse, director general de Destino Xcaret Hoteles, quien agregó que las siguientes etapas no se pueden encasillar en una perspectiva global ni en una inversión en general, debido a que se irán proyectando conforme a la respuesta de los visitantes y huéspedes.

“El plan maestro se irá acomodando conforme a propuestas conceptuales que los huéspedes soliciten en relación a las experiencias que quieren vivir, lo que puede modificar a la alta o a la baja las inversiones futuras”, dijo.

Explicó que la inversión está estimada en pesos mexicanos, por lo que la volatilidad en el tipo de cambio no influirá en el proyecto, aunque sí precisó que al estar involucrada la industria de la construcción, estarán sujetos a los precios de la economía nacional, pero no se prevén cambios graves.

El proyecto de Grupo Experiencias Xcaret irá de la mano con instituciones financieras que, además de Bancomext, se interesen en participar en las subsecuentes etapas.



“Queremos que nuestros huéspedes se lleven a México en el corazón. Experimentarán un espacio místico y divertido, inspirado en la calidez de México, y al recorrer nuestros parques con su riqueza natural y su cultura viva, se llevarán en la memoria un recuerdo que transformará para siempre el concepto de sus vacaciones”, aseguró.

INVERSIÓN TOTAL

La semana pasada se dio a conocer que el proyecto se desarrollará en una superficie total de 330 hectáreas con una inversión de 1.7 mil millones de dólares en un periodo de 12 años y consistirá en cinco centros de hospedaje con seis mil 500 habitaciones.

El complejo estará integrado por “cinco casas” que serán identificadas como: Casa Viento, concepto para toda la familia; Casa Fuego y Casa Espiral, estarán dirigidas a adultos; Casa Tierra, para familias premier y Casa Agua, con el concepto “spa&wellness”.

Además, se construirá un estadio multifuncional para 12 mil espectadores, un centro de convenciones y una zona comercial y gastronómica llamada Pueblo del Río.

El centro de convenciones incluido en el proyecto, estará inmerso en la naturaleza para realizar eventos y celebraciones, contará con seis salones y espacios en la Hacienda Henequenera.

Asimismo, tendrá diez restaurantes, donde destacará la gastronomía mexicana, y ocho bares.

se encontrará en función de la calidad y nivel de hotel y serán precios competitivos”, informó Constandse.

Será el primer hotel en México en contar con la certificación EarthCheck en materia de sustentabilidad. Durante nueve años realizaron estudios geológicos y ambientales para la planeación y el diseño del proyecto, con el fin de preservar el ecosistema.

Para cumplir con la certificación, también deberán adquirir el 80% de los insumos con los provee-

El programa implementado será el All Fun Inclusive, lo que significa que por la misma tarifa hotelera tendrá acceso gratuito a los parques temáticos, a los planes de alimentación y a los tours para visitar Chichen Itzá, Valladolid, Xel-Há o Cobá. Entre las novedades, el servicio incluirá tarjetas magnéticas de goma para abrir las puertas de las habitaciones y tomarse fotografías, informó Raúl Petraglia, director de la División Destino Xcaret.

“El hecho de que estén los parques incluidos, no encarecerá la tarifa hotelera, sino que

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. 89, diciembre 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: 01(55)534 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 noviembre 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**.

ESTE OTOÑO ¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

Endless Privileges®, Unlimited-Luxury®
Unlimited Fun®

Hasta el 16 de DICIEMBRE, 2016

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

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

PRECIOS DESDE		PRECIOS DESDE		PRECIOS DESDE		PRECIOS DESDE	
CANCUN				COZUMEL			
DREAMS SANDS CANCUN	\$ 2,115	SUNSCAPE SABOR COZUMEL	\$ 1,259	DREAMS HUATULCO	\$ 1,715	ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES	\$ 2,865
SECRETS THE VINE CANCUN	\$ 3,079	SECRETS AURA COZUMEL	\$ 2,169	SECRETS HUATULCO	\$ 1,969		
IXTAPA				LOS CABOS / CABOS SAN LUCAS			
SUNSCAPE DORADO PACIFICO IXTAPA(*)	\$ 1,495	DREAMS LOS CABOS	\$ 2,585	DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA	\$ 2,079	DREAMS PLAYA MUJERES	\$ 2,735
		BREATHLESS CABO SAN LUCAS(*)	\$ 2,335	SECRETS PLAYA MUJERES	\$ 2,360		
		SECRETS PUERTO LOS CABOS	\$ 2,585				
PUERTO VALLARTA				RIVIERA CANCUN / RIVIERA MAYA			
SUNSCAPE PUERTO VALLARTA(*)	\$ 1,435	NOW JADE RIVIERA CANCUN	\$ 2,399	BREATHLESS RIVIERA CANCUN	\$ 2,800		
NOW AMBER PUERTO VALLARTA	\$ 2,769	NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN(2)	\$ 2,399	SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN	\$ 2,249		
SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA	\$ 3,715	DREAMS PUERTO AVENTURAS	\$ 1,819	SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN	\$ 2,509		
		DREAMS TULUM	\$ 2,080	SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA	\$ 2,855		
		DREAMS RIVIERA CANCUN	\$ 2,405	SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN(1)	\$ 3,865		
				ZOETRY PARAISO DE LA BONITA RIV. MAYA(1)(2)	\$ 5,135		

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Excluyentes para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. (*) Promoción "Niños Gratis" aplica sólo en hoteles participantes, lo cual debe consultarse al momento de reservar. Máximo dos menores de 12 años en la habitación de sus padres. No aplica en puentes ni días festivos. Aplican restricciones. **Sunscape Resorts & Spas** ofrece **Unlimited Fun®** que incluye: Habitaciones y suites con balcón privado o terraza; restaurantes con servicio buffet y a la carta; minibar con refrescos, jugos, agua embotellada y cerveza; bebidas nacionales ilimitadas; opciones de alimentos 24 horas; programa de entretenimiento y actividades diarias, Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para niños de 13 a 17 años y más. (1) de domingo a miércoles. (2) de domingo a jueves.

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!





Rocco Forte fortalece su presencia en Roma

➤ Por el éxito de Hotel De Russie, el grupo prepara la reapertura de otro recinto en la ciudad, en 2018.

ISABEL GORDOA / ROMA

Rocco Forte Hotels anunció nuevas inversiones, inauguraciones y que se mantendrá trabajando con la división inmobiliaria de Reale Group, inicialmente será un segundo hotel en Roma para finales de 2018.

El propietario del grupo, Sir Rocco Forte, explicó que será el Hotel De La Ville, ubicado en la Plaza de España, en Roma, el que será renovado por Reale Group y contará con 105 habitaciones, originalmente tenía 192.

“Ha sido una larga ambición personal el contar con una segunda propiedad en Roma, así que estoy encantado de trabajar con el prestigioso grupo para poner en marcha un nuevo hotel en el corazón de la ciudad. El éxito de nuestro Hotel De Russie, en Roma, ha demostrado que sigue siendo un destino muy atractivo para los viajeros de negocios como de placer, estamos muy se-

guros de las perspectivas de crecimiento de la ciudad a largo plazo”, expuso Sir Rocco Forte.

El Hotel De La Ville se une a los diez recintos existentes y forma parte de la expansión de Rocco Forte Hotels, el cual pretende duplicar en los próximos cinco años el número de inmuebles del grupo.

“Los dos hoteles serán distintos y se complementarán entre sí, ofreciendo una combinación de 226 habitaciones y suites, muy atractivo para el viajero de lujo que busca el servicio excepcional de Rocco Forte Hotels. Con la presencia actual y el conocimiento de trabajar en Roma, estoy seguro que vamos a llevar al Hotel De La Ville a nuevas alturas”, agregó.

Los diez hoteles existentes son en su mayoría europeos, región donde el grupo seguirá concentrándose, para fortalecer la marca en el resto del mundo, se anunció que antes de finalizar 2016 inaugurará un hotel en Jeddah y en 2018 está programada la apertura de otro en Shanghái.

Fairmont Mayakoba es reconocido como hotel verde

➤ Las certificaciones, reciclaje de basura, ahorrar energía y agua, y apoyar a un proyecto social o medioambiental, son requisitos para ser catalogado como sustentable.

ISABEL GORDOA
RIVIERA MAYA

Los hoteles de lujo también son sitios que apoyan a las prácticas sostenibles, un ejemplo de ello es el Fairmont Mayakoba de Riviera Maya, que tiene el reconocimiento de Rainforest Alliance por su compromiso con el liderazgo de conservación y sus esfuerzos para mejorar el medio ambiente.

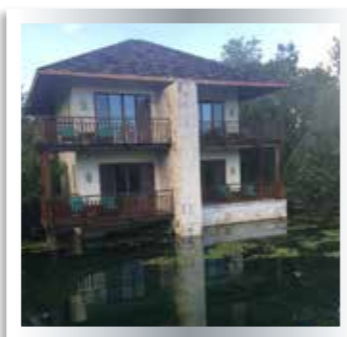
También cuenta con el aval de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (Profepa) y tiene la categoría Platinum del programa EcoLíderes de Tripadvisor.

Cuando inició el proyecto Mayakoba grupos de biólogos, geólogos e hidrólogos, entre otros especialistas, analizaron el terreno y removieron la roca caliza, lo que trajo un beneficio al manglar al recibir agua de forma directa.

Destaca su diseño arquitectónico, al ser una construcción con cimientos elevados aseguran la conservación del hábitat natural de la zona y permiten el flujo de agua en el manglar.

“La infraestructura hotelera se ubicó en las áreas de menor valor ambiental”, señaló su gerente de ecología y responsabilidad social empresarial (RSC), Alonso Ortiz.

Agregó que Fairmont Mayakoba separa sus residuos reciclándolo para lograr un menor impacto



y contaminación sobre el suelo y las aguas subterráneas, así como para reducir el consumo de materias primas.

De igual forma, sus instalaciones están diseñadas para ahorrar agua, gas y energía; sus 401 habitaciones están equipadas con focos led de bajo consumo y aire acondicionado con sensores de movimiento para apagarse automáticamente.

“El hotel busca hacer un esfuerzo activo para lograr que los productos de sus proveedores sean cercanos. Eso es importante, porque comprar a empresas locales significa minimizar el transporte y contribuir a que el gasto turístico repercuta en la comunidad local”, explicó Ortiz.

Entre otras prácticas, cuenta con alianzas con instituciones locales para recibir estudiantes con bajos recursos y enseñarles acerca de la hotelería ecológica, además de brindarles clases de inglés, alimentos, transporte y uniforme por 24 semanas.

➤ ECOTURISMO

En los manglares y el mar Caribe es posible realizar actividades ecoturísticas junto con biólogos calificados, quienes enseñan sobre la biodiversidad que resguarda el hotel.

Entre los programas se encuentra Camp Mayakoba, para realizar distintos deportes al aire libre como kayak, tiro con arco y excursiones, así como un tour en bicicleta, caminata Nature Trail y navegación a bordo de una embarcación eléctrica que conecta los hoteles Fairmont, Rosewood y Banyan Tree, que por una hora se observan diversas aves y tipos de mangle. En la zona habitan más de 300 especies de animales y 150 plantas endémicas.

Asimismo, el hotel tiene una alianza con Community Tour Sian Ka'an. Se trata de un tour a esa Reserva de la Biosfera, que nace por iniciativa de las cooperativas y que tiene como objetivo la conservación y preservación de los ecosistemas y la cultura maya.

Ofrece recorridos educativos y de diversión para conocer la zona arqueológica de Muyil, realizar un paseo en lancha mientras se observa la flora y fauna, también se hace una visita al museo comunitario, al mariposario y a otros locales para probar platillos típicos de la región. Las ganancias del recorrido están destinadas para las comunidades mayas.



Un hospedaje emblemático

➤ El mayor atractivo de The Cape es la vista de la unión entre el Mar de Cortés y el océano Pacífico, desde cualquiera de sus habitaciones.

ADRIANA RODRÍGUEZ
LOS CABOS

El hotel The Cape, en Los Cabos, presenta un estilo mexicano, urbano, contemporáneo, con vistas desde casi cualquier punto de la propiedad hacia el símbolo más emblemático de Baja California Sur, El Arco.

Además de un deleite para la vista, también ofrece un gusto al paladar, con la cocina mexicana de vanguardia del chef Enrique Olvera en su restaurante insignia Manta.

En un ambiente sobrio es posible disfrutar de diversos platillos que rinden homenaje a las tradiciones del Cinturón de Fuego del Pacífico, lo que representa, además de comer tortillas hechas a mano, saborear los frutos del mar local cocinados con el toque sofisticado.



Para quienes prefieren algo más bohemio, es posible experimentar una cata de mezcal o saborear el tequila edición especial del hotel desde el Rooftop, un bar lounge con vista panorámica del destino, junto con música DJ o un grupo en vivo.

Y, si de relajarse se trata, el hotel cuenta con dos albercas ubicadas hacia el mar y un Spa al aire libre, en donde los sonidos y las panorámicas del paisaje, que incluye desierto y mar, son los que dan el ambiente.

Las 161 habitaciones cuentan con balcón privado con vista al mar, mini bar gourmet y servicio de conserjería.

Los Cabos es un paraíso, donde el Mar de Cortés se encuentra con el océano Pacífico, que además de ser un destino para el romance, ofrece diversas actividades para todos los gustos, como pesca, golf, buceo con tanque y con esnórquel.

Asimismo, encuentros con del-fines, paseos en kayak, cabalgatas, paseos en camello por el desierto o en un todoterreno. De igual forma, practicar escalada en bloque o puentismo, club de yates, centros comerciales de lujo, restaurantes de cocina de autor, bares y centros nocturnos, entre otras actividades turísticas.

Brickell, Miami, nuevos complejos

➤ Después de haber sido un sitio sin mucho movimiento, en la actualidad presenta un crecimiento importante gracias a la inversión privada.

NALLELY CAMPOS / MIAMI

Para muchos, Miami es sinónimo de fiesta, luces de neón, mezcla de culturas, playa y sitios de compras; sin embargo, para el turista de negocios este destino es uno de los más populares gracias al crecimiento de la zona de Brickell, denominada como el epicentro del comercio que durante los últimos años ha sumado restaurantes, boutiques, hoteles y residencias.

Y es que después de ser un lugar sin mucho movimiento turístico, en la actualidad ha recuperado la preferencia de los viajeros al atraer una mayor concentración por parte de la inversión privada que tan sólo de 2003 a 2008 sumó 13 mil millones de dólares, según datos pro-

porcionados por la Autoridad de Desarrollo del Downtown (DDA).

Hasta el momento, la población del destino ha aumentado en más del triple desde el año 2000 gracias a la aparición de proyectos como Brickell City Center, el cual se conforma por dos edificios de oficinas, el hotel East y más de 156 mil metros cuadrados de tiendas, entre ellas un Saks Fifth Avenue, una tienda de Apple, incluso, está presente la cadena mexicana Cinemex, para iniciar su expansión internacional a través de un complejo con 11 salas tipo platino.

El cine tiene una capacidad para 622 butacas y se prevé que cuente con una asistencia anual de aproximadamente 400 mil visitantes. Además, cuenta con lobby, bar y terraza, está equi-



pado con tecnología de audio y proyección, asientos tipo reposit y servicio a la sala con un menú gourmet que incluye coctelería.

Gran parte del complejo ha iniciado operaciones este 2016,

sin embargo, aún no se ha fijado fecha para la construcción de una tercera torre de 80 pisos que se espera sea uno de los edificios más altos del sureste de Estados Unidos.

➤ HOTELERÍA

Por su parte, East, el hotel de 352 habitaciones, después de casi tres años de planeación y construcción, inició operaciones el 31 de julio. La inversión total fue de más de mil millones de dólares.

Es el primer hotel en Estados Unidos de la cadena proveniente de Hong Kong, el cual ofrece, además, el restaurante uruguayo Quinto La Huella (de los dueños del Parador La Huella de José Ignacio) y Sugar, el bar en la terraza del piso 40.

Ahí los viajeros podrán probar algún coctel hecho con whiskey de la marca Macallan, famosa por ser una de las que más cuida su proceso de elaboración que va desde la barrica, hasta que es embotellada, sus características en cuanto aroma y sabor permite a los viajeros disfrutarla detenidamente.

Su gimnasio Beast (Body by East) cuenta con equipo de Technogym, se puede acceder las 24 horas. El área de la piscina y deck de más de seis mil metros cuadrados ofrece piscina de nado, piscina de Spa, jacuzzi y a lberca de

Avianca Airlines y Starwood se asocian

Sus clientes podrán beneficiarse al canjear puntos para viajar a 100 destinos en 25 países y hospedarse en mil 300 hoteles.

BEDILIA BRIZUELA

Starwood Preferred Guest (SPG), el programa de fidelidad de Marriott International, anunció una asociación global con LifeMiles, el programa de viajeros frecuentes de Avianca Airlines.

Este nuevo programa ofrece beneficios más allá de la habitación para los socios de SPG y les permite acceder a más de 100 destinos en 25 países en América y Europa. La alianza permitirá a los socios de SPG que también sean socios de LifeMiles transferir puntos de una cuenta a otra.

Trip Barrett, vicepresidente de Gestión de Marca de Marriott International para el Caribe y



América Latina, dijo que con esta asociación les ofrecen a sus clientes una forma de obtener más servicios cuando se hospeden en alguno de los mil 300 hoteles participantes en todo el mundo.

LifeMiles tiene más de seis millones de socios en todo el mundo y fue reconocido por tres años consecutivos como Mejor Redención de Premios para Viajeros Frecuentes de los premios de Global Traveler Reader.

El programa permite a sus socios ganar y canjear millas de su red para que puedan usarlas haciendo lo que más les gusta.

Como integrantes clave de la Star Alliance, los socios del programa de fidelidad de Avianca también pueden ganar y canjear millas volando a los más de mil 300 destinos cubiertos por esta alianza.

Avianca opera vuelos sin escalas hacia y desde América Central y del Sur, México, Estados Unidos y Europa, lo cual significa que los socios de LifeMiles pueden ganar aún más puntos si se alojan en uno de los hoteles participantes de esas regiones.

Copa celebra su presencia en México

La compañía tiene como objetivo fortalecerse en territorio nacional y a familiarizar a los operadores turísticos con la manera de hacer conexiones aéreas en Panamá.

BEDILIA BRIZUELA
Y ALONSO GORDOA

Copa Airlines, en el marco de la celebración de su 25 aniversario de conectar a México con América Latina y el Caribe, anunció que mantendrá el enfoque de consolidar la capacidad y las rutas actuales.

Mauro Arredondo, gerente general de Copa en México, señaló que de forma ininterrumpida ha comunicado a cuatro ciudades de nuestro país con el resto de la región, los vuelos semanales que realiza son de Cancún a Panamá y a Bogotá, con seis y una frecuencia, respectivamente; de Ciudad de México a Panamá y a Bogotá con cinco y un vuelo, en cada ruta; de Guadalajara a Panamá y de Monterrey a Panamá con cinco y cuatro vuelos, respectivamente.



Arredondo recordó que la aerolínea sigue buscando el aprovechamiento de la conectividad internacional desde Panamá, por lo que incrementó rutas hacia nuevos destinos como Rosario en Argentina, Chiclayo en Perú y Holguín en Cuba, todos con conexión en la Ciudad de México.

"México es un país que permite ampliar la conectividad con el

resto de Latinoamérica, hay mucho mercado en esos países, típicamente hablando, para venir (a México), pues les gustan mucho las playas del Caribe, pero también viajan a destinos de negocios, por lo que buscan más frecuencias durante el día", comentó el ejecutivo.

Asimismo, mencionó que ahora tienen más de seis vuelos

diarios desde Panamá a Santo Domingo, cuatro a Punta Cana y uno a Santiago de los Caballeros, en Puerto Plata, todos con conexión de Guadalajara, Ciudad de México y Monterrey al Aeropuerto Internacional de Tocumen, Panamá.

"Como estrategia para la empresa, el próximo año queremos consolidar el crecimiento que ya tenemos y posiblemente incrementar el número de frecuencias diarias a nuestros destinos. Y para 2018 tenemos pensado incorporar a nuestra flota más de 60 aviones (Boeing) 737-800 Next-Generation", añadió.

PRESENTA ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN DOMINICANA

Copa realizó en República Dominicana su Segunda Convención Copa Vacations México para celebrar esos 25 años, debido a que

es el segundo destino del Caribe al que más viajan los mexicanos.

A ese evento asistieron los principales operadores turísticos de México, así como oficinas de turismo, cadenas hoteleras, agencias receptoras y proveedores de servicios provenientes de toda Latinoamérica.

"Estamos muy orgullosos de celebrar 25 años de volar a México y contar con la oportunidad de seguir estrechando lazos con la comunidad turística del país, de igual forma, durante este evento los participantes tuvieron la oportunidad de conocer productos y servicios de manera directa y completa", señaló el directivo durante la convención, la cual se realizó en dos destinos: Punta Cana y La Romana.

Con la convención, la aerolínea busca darle más elementos de valor al operador para que venda el producto; acercarlo a los destinos, que conozca la oferta turística, los vuelos y servicio de Copa y que se familiarice con la manera de hacer conexiones en Panamá, así como interactuar con proveedores para que puedan enriquecer su oferta de producto y se generen mejores vínculos de lealtad con los agentes de viajes que durante todo el año les compran a ellos directamente los servicios.

Aeroméxico conecta a Austin con vuelo directo

Es la cuarta ciudad de Texas donde opera la aerolínea y el destino 17 en Estados Unidos.

ALONSO GORDOA / AUSTIN

Aeroméxico inauguró su ruta entre la Ciudad de México y Austin, Texas; se convirtió en el destino número 17 de la aerolínea en Estados Unidos. Cabe destacar que cada año, la ciudad estadounidense recibe 800 mil mexicanos.

Fue el pasado 17 de noviembre cuando inició operaciones, con un factor de ocupación de 80 por ciento. Se anunció que el vuelo será operado de forma directa con cuatro frecuencias a la semana.

Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de Aeroméxico, señaló que agregaron a Austin a su lista de destinos al ser una de las ciudades más visitadas por los mexicanos que frecuentan Texas. De esta forma se convierte en el destino 17 de la compañía en Estados Unidos, particularmente es el cuarto destino de Texas, en el que la aerolínea tiene presencia junto con Houston, San Antonio y Dallas-Fort Worth, mismas ciudades en las que era necesario hacer escala para llegar a Austin.

Asimismo, se informó que la nueva ruta incrementará las conexiones con Estados Unidos, como resultado del reciente Acuerdo Bilateral sobre Transporte Aéreo.

"Con el vuelo a Austin, Aeroméxico ofrecerá un promedio de seis mil 500 asientos semanales en nuestros vuelos redondos al estado de Texas, que incrementarán el intercambio económico, comercial, educativo y cultural con el estado, también permite que nuestros clientes se conecten a más destinos entre México, Centro y Sudamérica", comentó Van der Werff.

Los vuelos serán operados por equipos Embraer 170 con capacidad para 76 pasajeros; la salida desde el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM) será los martes, jueves, sábado y domingo a las 9:30 horas, llegando a Austin a las 11:53 horas. En tanto que el vuelo de regreso de la ciudad estadounidense saldrá a las 13:09 horas los mismos días, llegando a la capital mexicana a las 15:33 horas.

El cónsul general de México en



Austin, Carlos González Gutiérrez, dijo: "el nuevo vuelo directo y sin escalas entre Austin y la Ciudad de México demuestra el fortalecimiento de la relación entre estas dos ciudades que no sólo acercará a nuestra gente más que nunca, sino que también ampliará nuestro potencial económico y comercial".

La ciudad, que actualmente es sede de importantes corporativos a nivel mundial, recibe 22 millones de visitantes al año y poco más de 800 mil mexicanos, por lo que se consideró que esta nueva ruta es una importante inversión tanto de la aerolínea como de la capital texana.

En el evento de inauguración, que se llevó a cabo en Austin, también participó Steve Adler, alcalde de la ciudad estadounidense. Además de la

asistencia de Van der Werff y González Gutiérrez, estuvieron presentes representantes aeroportuarios de ambos países y encargados de la línea aérea.

"El nuevo vuelo entre Austin y la Ciudad de México construirá un puente de oportunidades. Unirá a nuestras dos ciudades capitales y acercará las pirámides antiguas de la Ciudad de México a nuestras estatuas de Willie Nelson y Stevie Ray Vaughan. Bienvenido, Aeroméxico", finalizó el alcalde de Austin, Steve Adler.

NOVEDADES

Entre los anuncios destacados, Van der Werff mencionó la nueva ruta Monterrey-Detroit, que operará a partir del 10 de enero de 2017. La aerolínea continuará sumando rutas en las siguientes semanas.

Con el vuelo a Austin, Aeroméxico ofrecerá un promedio de seis mil 500 asientos semanales en nuestros vuelos redondos al estado de Texas, que incrementarán el intercambio económico, comercial, educativo y cultural".

ANKO VAN DER WERFF

Sobre su flota, el directivo detalló que además de la incorporación del nuevo Boeing 787-9, bautizado como Quetzalcóatl, integrarán nueve aeronaves del mismo modelo para los próximos años y para 2018 recibirán el 737-800 MAX, entre otros pedidos que hizo la compañía.

Asimismo, anunció que aumentarán frecuencias en sus vuelos a Shanghai, Tokio, Londres, Madrid, Amsterdam, Santiago de Chile y Buenos Aires.

"Para 2017 esperamos un porcentaje de ocupación de entre 10% y 15% adicional, superando las cifras de este año, que rondan un poco abajo del 10%", aseguró Van der Werff.



El controversial tema de los slots

➤ Incumplir el aprovechamiento de los horarios reduce la competitividad de las aerolíneas.

MARGARITA SOLÍS

El tema del reordenamiento de los slots (horarios de despegue y aterrizaje) ante la saturación que presenta el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), está en la mesa desde el año 2014, cuando ya se detectaban problemas por retrasos en los vuelos.

Se espera que en las siguientes semanas o en el transcurso de enero de 2017, se resuelva el tema, luego que en los últimos tres meses ha tomado más fuerza ante tres anuncios importantes: las condiciones de la Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) para aprobar la alianza de Aeroméxico y Delta Airlines que es ceder 24 slots del AICM; la recomendación de la Asociación

Internacional de Transporte Aéreo (IATA, por sus siglas en inglés) por aplicar su esquema de administración de las franjas horarias en el aeropuerto capitalino y las cartas de Southwest enviadas al Departamento de Transporte de Estados Unidos (DOT) para recomendarle que los horarios que queden disponibles los elijan las compañías de bajo costo.

Fernando Gómez, analista del sector aéreo, explicó que “el punto de quiebre” entre las aerolíneas es cómo se van a distribuir los slots?, porque algunas argumentan que deben tener preferencia por derecho de antigüedad –el llamado Derecho del Abuelo– y otras defienden que no debería ser así, por lo que todas las compañías están en esperanza que se cumplan las recomendaciones que dictó la Cofece en septiembre.

“Para una sana competencia de-



Panel de CEO en Foro de ALTA: Emilio Romano de Bank of America; Pedro Heilbron de Copa Airlines; Andrés Conesa de Aeroméxico; Enrique Cueto de LATAM Airlines; Enrique Beltranena de Volaris, y Albert Kluyver de InselAir.

redefinirse los criterios para el mantenimiento o retiro de los slots, sino los que están operando actualmente, porque muchos de ellos están desaprovechados”, opinó.

El especialista argumentó que muchas de las aerolíneas no utilizan

sus slots asignados y, a pesar de ello, varias compañías están solicitando que se les otorguen los horarios que no sería posible porque el problema reside en que la autoridad aeronáutica no lleva un control estricto para saber cuáles son las

que incurrir en incumplimiento, ya que los slots están condicionados al buen uso.

Ante ello, agregó, empiezan a haber señalamientos hacia algunas aerolíneas que no están operando correctamente, sin embargo, no hay sanción por esa situación.

➤ LA HISTORIA

El 7 de junio de 2015, la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) firmó un Memorandum de Entendimiento (MoU) con la IATA, entre los temas que contenía era la aplicación del esquema de la Guía Mundial de Slots (Worldwide Slot Guidelines, WSG).

“El MoU incluye una disposición para el estudio de la gestión de slots en el aeropuerto actual de la Ciudad de México, un aeropuerto saturado que necesita de una gestión eficaz de slots para maximizar la capacidad limitada y aumentar los beneficios económicos y sociales. En virtud de este MoU, la IATA trabajará con las autoridades locales para garantizar la optimización de la asignación de franjas horarias en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México y la aplicación de mejores prácticas globales, de conformidad con las WSG de la IATA”, dio a conocer el organismo internacional.

El 29 de febrero de 2016, la Cofece publicó el “Dictamen preliminar sobre investigación a insumos esenciales en el mercado de la provisión de los servicios de transporte aéreo

que utilizan el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México para sus procedimientos de aterrizaje y despegue”, donde citaba que el esquema vigente de asignación de slots en el AICM, de acuerdo con el Reglamento de la Ley de Aeropuertos y las Reglas de Operación, presenta algunos problemas de diseño. Expuso un ejemplo: “La SCT (Secretaría de Comunicaciones y Transportes) es la encargada de definir el número máximo de slots por franja horaria. Tres aerolíneas concentran casi el 70% de los horarios”.

Fue en mayo de este año que la DGAC anunció que preparaba nuevas bases para asignar los slots en el aeropuerto capitalino, sin embargo, no se publicaron. Para septiembre de este año, se retomaba el tema ante las condiciones impuestas por la Cofece a la concentración de operaciones entre Aeroméxico y Delta.

La explicación de la autoridad antimonopolios fue que la concentración de ambas aerolíneas podría eliminar la presión competitiva que actualmente ejerce Delta sobre Aeroméxico en las rutas transfronterizas, pero aunado a la saturación del AICM podría generar un aumento



Parte de la solución sería tener una observancia puntual del cumplimiento de esos slots, para que en dado caso de que no sean bien aprovechados se les retire, pero el problema es que el AICM está saturado, ya no sólo en horarios pico sino durante todo el día, salvo de las 12:00 a las 5:00 horas”.

FERNANDO FLORES

en el precio de vuelos entre México y Estados Unidos.

Por lo que fijó sus condiciones para autorizar la alianza, ambas aerolíneas “tendrán que ceder slots en el AICM y eliminar duplicidad de designaciones en rutas transfronterizas entre los dos países para poder llevar a cabo la concentración”.

➤ SE PRONUNCIA EL DOT

Con el objetivo de proteger la competencia y a los consumidores, el DOT publicó el 4 de noviembre un Show Cause Order (Exhibición de Orden de Causa) donde de forma provisional otorga la aprobación y la inmunidad antimonopolio para la alianza de Delta y Aeroméxico.

En el Show Cause Order se examinó las condiciones competitivas donde operan ambas aerolíneas, pero en particular sus operaciones entre la Ciudad de México y Nueva York, ante ello el DOT resolvió que para aprobar la alianza deberán ce-

der “suficientes autorizaciones de despegue y aterrizaje (‘slots’) para apoyar 24 nuevos servicios transfronterizos diarios en México y seis nuevos servicios transfronterizos diarios de JFK (aeropuerto en Nueva York)”.

La autoridad estadounidense reiteró que estas condiciones son necesarias para evitar daños a los consumidores como resultado de las posiciones dominantes de los transportistas en los dos países, y la incapacidad de los nuevos operadores para acceder a las franjas horarias en los aeropuertos. Además de condicionar la inmunidad antimonopolio a una vigencia de cinco años.

Este anuncio generó inconformidad en las dos compañías aéreas, por lo que el 15 de noviembre en el 13 Foro de Líderes de Aviación organizado por la ALTA, Andrés Conesa, director de Aeroméxico, manifestó que solicitaron información respecto a por qué se les solicita específicamente esa cantidad de slots, cuando el DOT reconoció que en tráfico transfronterizo al menos 90% de los pasajeros se verán beneficiados ante una posible reducción en las tarifas aéreas, una mayor oferta de asientos, tiempos de espera reducidos y mejor conectividad.

Conesa estimó que el incremento de operaciones aéreas entre ambos países, con la alianza con Delta y el Acuerdo Bilateral Aéreo entre México y Estados Unidos, en tres años se incrementaría 17% el número de vuelos, lo que significaría un acumulado del orden de siete mil vuelos más al año, para realizar un total de 50 mil operaciones anuales.

En tanto que Delta informaba que ante esa condicionante revisaría la viabilidad de hacer la alianza con

Aeroméxico bajo los lineamientos que habían acordado.

➤ IATA REITERA LA RECOMENDACIÓN

Un día antes, en el mismo foro, la IATA recomendó nuevamente que el AICM debe aplicar la Guía Mundial de Slots de la IATA, para tener un mejor aprovechamiento de su infraestructura.

“México tiene un gran potencial, pero su escasa infraestructura aeroportuaria frena su desarrollo, como estamos viendo aquí, donde se espera que su nuevo aeropuerto alivie los problemas de saturación, pero pasarán unos años antes de que esto ocurra”, aseveró Alexandre de Juniac, director general de la IATA.

La recomendación fue tomada por las autoridades aéreas mexicanas y lanzó una licitación para implementar el WSG; resultó ganadora Ikuusi México.

➤ MÁS LOW COST INTERESADAS

Southwest y JetBlue son las dos aerolíneas de bajo costo, también llamadas low cost, que manifestaron su interés al DOT para que se les asignen los slots que podrían ceder Aeroméxico y Delta.

En una misiva enviada a la autoridad estadounidense expuso, en particular Southwest, que “las aerolíneas mexicanas tienen la gran mayoría de las franjas horarias en el AICM, y no necesitan ni merecen más slots”. Ante este pronunciamiento, American Airlines manifestó su desacuerdo.

Hasta el cierre de esta edición, Aeroméxico y Delta se mantenían en espera de una respuesta por parte del DOT.

Caminata de lujo por la Ciudad de México

➤ Un paseo por las zonas más exclusivas para el segmento que busca conocer lo mejor de la ciudad.

BEDILIA BRIZUELA

En la actualidad, grupos de alto nivel ya prefieren pasear en la Ciudad de México por medio de caminatas.

Debido al congestionamiento vial ya no es tan accesible moverse en automóvil. Para este tipo de visita, el cronista de la ciudad, Francisco Ibarlucea, recomienda los paseos en espacios como Polanco, Santa Fe, Reforma y el Centro Histórico, "sitios que pueden ser mucho más interesantes para este segmento de viajero", agregó.

➤POLANCO

El Polanco clásico inicia con un recorrido por avenida Masaryk, en el corazón de la colonia donde destaca la arquitectura de los años 40 del siglo pasado, y donde se marca el renacimiento de la zona, hoy con grandes boutiques.



Santa Fe.

Ibarlucea comentó: "Masaryk es lo máximo para el shopping, con toda esta adecuación urbanística que se diera hace un par de años", además de que la geometría de las calles y su arbolada ha quedado muy transitable, incluso en los bajo puentes se hicieron pequeños mercados gourmet, añadió.

Sobre la calle Alejandro Dumas hay un área de reciente creación con restaurantes de comida catalana y pastelería fina, es un lugar escondido y agradable.

Una recomendación es hacer la visita como la ciudad de los museos por ser la segunda, después de Londres, con el mayor número de recintos. Las vi-

• Otra opción para visitar la ciudad es hacerlo en helicóptero. En Reforma 222 se localiza el Turisky, se puede contratar un recorrido aéreo sobre la ciudad, la duración es de una hora.

sitas obligatorias son a los museos de Antropología, de Arte Moderno, al Nacional de Historia y el Rufino Tamayo.

➤SANTA FE

Esta es una de las zonas preferidas de Ibarlucea porque, dice, es un lugar para observar arquitectura contemporánea mexicana.

Sugiere un recorrido en automóvil por todo el centro de Santa Fe, una zona más fácilmente transitable. "Las panorámicas son extraordinarias desde arriba y, por supuesto, el shopping en sus tiendas de prestigio no puede quedar fuera", señaló.

➤REFORMA

Una caminata desde la zona de los rascacielos, cerca del corporativo Bancomer, permite conocer la Torre Mayor, aunque ya por su altura ahora es la tercera en la ciudad. Una nueva torre denominada Reforma, con 247 metros, es la estructura de concreto más alta de México.

El paseo que va de la glorieta de La Diana a la glorieta de El Ángel de la Independencia, se vuelve agradable al toparse con diversas muestras gastronómicas o ferias del libro de temporada.

➤HACIA EL ZÓCALO

Al continuar la caminata por avenida Juárez, los visitantes llegan al Centro Histórico, el más importante del continente Americano, las visitas imprescindibles son a la Catedral Metropolitana, Palacio Nacional y el Templo Mayor.

La sugerencia es andar por la calle de Isabel la Católica, en lo que antes era el condado de Miravalle, su palacio ahora es el hotel Downtown, muy cerca del Casino Español. En esa zona se levantan comercios de alto nivel, con diseño mexicano, librerías, mezcalerías, taperías y chocolaterías como la del chef José Ramón Castillo.

Chiapas reactiva el turismo

➤ Aplica medidas para recuperar a sus visitantes.

MARGARITA SOLIS

Después de la tempestad llegó la calma para Chiapas, ahora la entidad trabaja para recuperar a los turistas que por algún tiempo dejaron de visitarlos.

En entrevista, Mario Uvence Rojas, secretario de Turismo de Chiapas, recordó que el turismo venía

creciendo de manera sostenida en los últimos tres años del gobierno de Manuel Velasco, fue un incremento de 36% hasta 2015.

Sin embargo, durante más de cuatro meses en este año, el conflicto magisterial mermó la actividad turística del estado, caracterizada por los segmentos de cultura y de naturaleza, al registrar caídas de 23% en ocupación y en derrama económica.



"Las vías de acceso al estado están libres, la afluencia turística está empezando a remontar. Consideramos conveniente que México y el mundo sepan que Chiapas está preparado para ser nuevamente visitado", aseveró el funcionario.

Ante ello, la Sectur estatal retomó su programa "Chiapasonate", con el objetivo de recuperar a sus clientes habituales y atraer de nuevo mercados para cerrar el 2016 con cifras positivas, así como para relanzar los destinos que son iconos dentro del turismo nacional e internacional.

En apoyo a la reactivación del turismo, se volvió a poner en

operación el Fideicomiso para el Desarrollo Turístico de Chiapas (Fidetur) con una inversión de seis millones 400 mil pesos, que se derivan de la recuperación del 2% del Impuesto al Hospedaje, esto fue bajo el consenso de los presidentes de las asociaciones de hoteles de las diferentes regiones de la entidad.

En una primera etapa, esos recursos se utilizarán para la promoción en los destinos donde tienen conectividad aérea y que son emisores de turismo hacia Chiapas, entre ellos destacan Nuevo León, Monterrey, Toluca, Ciudad de México, Oaxaca, Villahermosa, Mérida, Guadalajara y Cancún.



Madrid, un destino 7 estrellas

➤ Es la cuarta ciudad europea más importante en gasto de visitantes internacionales, supera a Berlín, Milán y Viena.

NALLELY CAMPOS

Actualmente, Madrid cuenta con un centenar de centros comerciales, los más innovadores de España. Entre los que destacan: Príncipe Pío, Mercado de Fuencarral, Plaza Norte 2, Moda Shopping y ABC Serrano.

La capital de España ocupa la posición decimocuarta en el planeta por gasto turístico, más de ocho mil millones de euros en los primeros diez meses del año, a pesar de no estar en el top 20 de las ciudades más visitadas.

En sus principales centros comerciales tienen presencia las marcas de gran distribución en el mercado nacional e internacional, lo que atrae no sólo a los propios madrileños, sino a turistas y visitantes de otras regiones, que los consideran uno de sus lugares favoritos para realizar compras.

Si lo que el visitante desea son tiendas especializadas, Madrid

dispone de cuatro rutas de compras, siendo la más exclusiva la del barrio de Salamanca; además de la ruta de vanguardia en el barrio de Chueca.

➤IMPORTANCIA EN EL MERCADO

Además, a nivel europeo, esta ciudad se sitúa como la cuarta más importante en gasto de visitantes internacionales y supera a destinos como Berlín, Milán, Viena o Roma, según datos del Global Destination Cities Index.

El gasto medio por visitante en Madrid alcanzó los mil 542 euros durante este año, lo que representa un porcentaje superior al que se realiza en destinos como Barcelona, donde el gasto promedio es de mil nueve euros. Además, la evolución del gasto total ha experimentado un aumento del 32.3% desde 2012.

Madrid es la ciudad más poblada del país. Además, es el principal centro financiero y de negocios de España con 500 mil

empresas, de las cuales aproximadamente dos mil son multinacionales y extranjeras con sede en la capital.

Por su parte, la Secretaría de Comercio ha destacado la importancia del binomio turismo extranjero-consumo, que tan sólo en 2015 tuvo un impacto económico de 67 mil millones de euros, de los cuales 23 mil millones fueron pagados con tarjetas de crédito.

Además, se han realizado inversiones por 17.8 millones de euros para la modernización de 100 mil comercios y con el fin de mostrar a Madrid como "la mejor tienda del mundo", este destino presentó su campaña "Madrid, destino 7 estrellas", la cual es liderada por la dirección general de Comercio y Consumo del Gobierno de la Comunidad de Madrid, en colaboración con la Cámara Oficial de Comercio y bajo la coordinación del Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España.



El turismo se adapta a la tendencia del fitness

➤ Entre la población mundial hay un nuevo auge por ejercitarse, por tanto, para un viajero podría influir la calidad del gimnasio del hotel para definir su hospedaje.



El más reciente estudio de IHRSA, registró que en México la industria del fitness está valuada en más de mil 500 millones de dólares anuales,

BEDILIA BRIZUELA

Un nuevo interés se ha despertado en los empresarios turísticos, particularmente entre los hoteleros: invertir en el desarrollo de infraestructura para gimnasios, debido a que detectaron a un segmento de personas que cuidan de su salud y bienestar físico a través del ejercicio, estableció la International Health, Racquet & Sportsclub Association (IHRSA).

De acuerdo con José Antonio Marciso, vocero del organismo internacional, en el mundo hay una tendencia por el ejercicio, por lo que muchas de las decisiones de hospedaje pueden estar determinadas en la calidad de los gimnasios. El más reciente estudio de IHRSA, registró que en México la industria del fitness está valuada en más de mil 500 millones de dólares anuales, un negocio en pleno auge por los nuevos estilos de vida, principalmente en las grandes ciudades.

México se coloca entre los tres países de América Latina en los que su población acude a un gimnasio o club deportivo para practicar alguna actividad

física. De esta forma se registró que el 2.5% de los mexicanos contrata esos servicios, mientras que en Brasil lo hace el 3.7% y en Argentina es el 5.7% de su población, por ello ocupa la primera posición.

De acuerdo con IHRSA, en el país hay más de ocho mil gimnasios o clubes certificados. En la Ciudad de México, sólo el 40% de la población hace alguna actividad física de manera regular; la población más activa son los jóvenes entre 18 y 25 años que cuentan con estudios de preparatoria o superiores.

El 46% de la gente hace deporte en parques, el 23% asiste a gimnasios, el 15% en clubes deportivos y 11% se entrena en casa.

Ante esto, la Secretaría de Turismo convocó al sector hotelero a conocer las tendencias mundiales de los gimnasios y acondicionamiento físico.



¿Te vas a cambiar de oficina?

PERIÓDICO VIAJE

Actualiza tus datos con nuestro departamento de suscripciones:

55344909 y 55344816

o a: suscripciones@eisa.travel

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

Los mexicanos y las vacaciones

A pesar de que el consumo interno es el motor de la industria turística mexicana, cinco veces más grande de lo que representan los viajeros extranjeros que vienen al país, las autoridades laborales del gobierno federal no parecen tener políticas públicas sólidas para incentivar y desarrollar el derecho al descanso y la recreación en la fuerza de trabajo nacional.

Según un informe que acaba de dar el titular de la Secretaría de Turismo –dependencia que sí ha desarrollado durante la presente administración programas para impulsar el turismo doméstico–, Enrique de la Madrid, los mexicanos que viajan por México representan el 85% del consumo turístico, frente a sólo el 15% que gastan los turistas internacionales; sin embargo, una

investigación dada a conocer recientemente por Expedia, una de las principales agencias de viajes por internet del mundo, sostiene que nuestro país se encuentra entre los más rezagados del orbe en cuanto a periodos vacacionales.

El estudio, elaborado por la consultora Nosthtar, se denomina: “Hábitos vacacionales 2016: dime cuánto viajas y te diré de dónde eres”, y refleja los hábitos vacacionales de Estados Unidos, Canadá, México, América del Sur, Europa y Asia. Muy completo.

Pues bien, esta investigación, que abarcó a 9,424 empleados de 28 países, encontró que “México está muy rezagado en el equilibrio entre la vida laboral y la vida personal en la métrica de vacaciones pagadas. Los mexicanos reciben en promedio quince días de vacaciones y toman únicamente doce. Con tres días

perdidos, desperdician millones de pesos de vacaciones pagadas en el año”.

En contraste, para los europeos los días de vacaciones pagadas son todo un derecho. Los españoles reciben treinta días y se los toman completos. Lo mismo pasa con los finlandeses y franceses. A los italianos y alemanes se les dan también treinta días y los toman completos, en promedio, 25 y 28, respectivamente.

Por su parte, Estados Unidos, Canadá y México obtienen la mitad del tiempo de vacaciones y se toman 12, 14 y 12 días, respectivamente. Los hábitos vacacionales más parecidos a los de estos tres países son los de Asia. Por ejemplo, los sudcoreanos reciben quince días y toman únicamente ocho, el menor número de entre los países incluidos en la encuesta. Los japoneses toman diez de veinte disponibles, los

malayos aprovechan 12 de 16 y los tailandeses 12 de 15.

“A pesar de tener 30 días de vacaciones disponibles, el 68% de los encuestados de España y Emiratos Árabes Unidos se sienten “muy o algo privados de vacaciones”, el mayor porcentaje entre los encuestados. En cambio, el 40% de los mexicanos, que en promedio recibe la mitad de vacaciones que ellos, no siente estar muy privado de vacaciones y sólo el 14% piensa que está “muy privado de vacaciones”.

Sin embargo, hay que ver con detalle algunas de las razones de los mexicanos para no tomar sus periodos completos, las cuales tienen una fuerte carga de culpa y preocupación:

El 9% piensa que durante su ausencia se tomarán importantes decisiones.

Al 10% le preocupa que tomar sus días completos de va-

caciones se perciba de manera negativa por sus jefes.

El 8% piensa que si no toman sus días será visto de forma positiva.

49% reportó que entre vacaciones pasan de seis meses a un año, mientras que el 22% dijo que toman vacaciones con lapsos de diferencia de un año.

Pero también hay otros motivos más tangibles: “A pesar de estas preocupaciones, los mexicanos encuestados admitieron que no toman sus vacaciones completas por falta de dinero (20%), porque pueden recibir dinero a cambio de sus días de vacaciones no tomados (19%) o porque quieren juntarlos con los del siguiente año para tomar unas vacaciones más largas (25%). ¿Usted es de estos mexicanos?

armentaturismomexico.com

Disney inicia temporada decembrina

Los desfiles y espectáculos se renuevan constantemente, ahora tienen “Starbright Holidays”, en colaboración con Intel.

NALLELY CAMPOS / ORLANDO

Como cada año, Walt Disney World prepara diferentes espectáculos para celebrar las fiestas navideñas, esto hace que la preferencia por parte de los turistas, de visitar un parque temático, vaya en aumento, ya que en total los 25 parques más visitados del mundo han recibido 214.7 millones de visitantes, lo que supone un incremento de visitas del 4.3% respecto al año anterior.

Los tres parques de atracciones más visitados en todo el mundo, en el último año, fueron el Magic Kingdom con 18.5 millones de visitantes, 6% más que el año previo; Tokyo Disneyland con 17.2 millones y un incremento de 15.9%, y Disneyland en California, con 16.2 millones de visitantes, según



el informe anual TEA/AECOM Theme and Museum Index.

“El impacto del turismo en nuestra comunidad es notable, incluso, la industria de los visitantes es la principal generadora de empleo e impacto económico de nuestra región. Además de deleitar a los visitantes y las familias de todo el mundo con nuestras

atracciones y hospitalidad, brindamos experiencias únicas”, señaló Eric Baker, director creativo de Disney.

EL FAVORITO

Desfiles y espectáculos en Magic Kingdom, la celebración de la Navidad en distintos países del mundo en Epcot y hasta shows



con fuegos artificiales en Hollywood Studios, los disfrutaron los turistas en la temporada de invierno en Walt Disney World, Orlando.

Una de las novedades que más llaman la atención es Disney Springs, el distrito de compras, restaurantes y entretenimiento de Walt Disney World Resort, en el que por las noches se muestra el espectáculo “Starbright Holidays”, hecho en colaboración con la empresa Intel, en el que presentan el primer espectáculo de luces

en su tipo con 300 drones Intel Shooting Star, a través de una coreografía sincronizada de música tradicional.

“Nos emociona trabajar con Walt Disney Imagineering para traer una perspectiva fresca y nueva a sus shows de luces de fama mundial”, señaló Josh Walden, vicepresidente general del Grupo de Nueva Tecnología de Intel.

“Estamos encantados de compartir una experiencia que es tan innovadora y única como lo es Disney Springs. Starbright Holidays es un momento maravilloso de sorpresa y de deleite para nuestros visitantes, mientras disfrutamos de una noche de compras de clase mundial, gastronomía y entretenimiento”, dijo Keith Bradford, vicepresidente de Disney Springs.

A punto de ser terminado en 2016, Disney Springs ha experimentado la expansión más grande de su historia y ha doblado la cantidad de tiendas, restaurantes y otras ofertas, resultando en más de 150 establecimientos.

Disney Springs es parte de Walt Disney World Resort, considerado como el destino de vacaciones familiares número uno del mundo, ubicado en Lake Buena Vista, Florida.

ARTURO VELÁSQUEZ

En los años sesenta, IBM y American Airlines iniciaron el desarrollo de Sabre, un poderoso sistema de reservaciones que modificó la forma de trabajar de las líneas aéreas. En los años noventa, dicho sistema permitió grandes beneficios a la aerolínea a través de descuentos en las tarifas aplicables en las reservaciones anticipadas. Estos son los orígenes del *revenue management*, que consiste en desarrollar estrategias para vender el producto adecuado al cliente adecuado en el momento adecuado y al precio adecuado.

El *revenue management* tiene múltiples beneficios económicos para los hoteles, al permitir aumentar la ocupación e incrementar la tarifa media diaria (ingresos de habitaciones/número de habitaciones ocupadas) mediante un adecuado *forecasting* (metodología que permite estimar el futuro, para hacer previsiones, mediante herramientas estadísticas) y una buena gestión del *overbooking* (técnica para optimizar las ven-

BeOnPrice



tas, vendiendo más habitaciones que la capacidad del hotel, teniendo en cuenta que haya cancelaciones).

Según algunos autores, como Sheryl Kimes, profesora de Gestión Operativa en Cornell University, el futuro del *revenue management* tenderá a ser cada vez más estratégico y tecnológico. Además, se extenderá más allá de las habitaciones, a espacios como

los campos de golf y restaurantes.

¿Qué empresario no ha soñado con tener información de su competencia que le permita definir la mejor estrategia para su negocio? En cierta forma, es el objetivo de BeOnPrice, *start up* que aplica técnicas de *big data* (análisis de una gran cantidad de datos, provenientes de diversas fuentes, para descubrir patrones ocultos y correlaciones desconocidas, ge-

nerando información útil) en el sector hotelero.

Rubén Sánchez y Emilio Galán, CEO y CTO de la compañía, fundaron la *start up* en 2013 con el apoyo de la aceleradora Founder Institute. Ellos describen así su actividad: “analizamos los precios de la competencia, los servicios que ofrece, la cantidad de usuarios que viajan al destino donde se encuentra el hotel, avisamos a los clientes si sus habitaciones se están ofreciendo en otros portales a un precio inferior; proporcionamos esa información a través de una tecnología muy sencilla que puede emplear desde un analista hasta un director comercial, para que así puedan adaptar sus ofertas”.

NH Hotels e Iberostar Hotels & Resorts son dos de las cadenas para las que trabajan. Actualmente, cuentan con una cartera de clientes con mil quinientos hoteles en 26 países, entre los que se encuentran España, México y Colombia y están en plena expansión. Este año han abierto una sede en Estados Unidos. Afirman que sus usuarios han conseguido una mejora media del 8.7% del

ingreso por habitación disponible (*revpar*), uno de los indicadores más empleados para valorar el rendimiento financiero de los hoteles.

Si bien la información que las empresas obtienen de sus procesos internos, proveedores y clientes, se estudia a través de diferentes técnicas desde hace mucho tiempo, tecnologías como *big data* han llevado esto más lejos, para poder utilizar datos no estructurados y hacer el análisis en tiempo real. Diversas industrias como la financiera, la de telecomunicaciones y el *retail* están aprovechando este tipo de soluciones.

Sin duda, el objetivo sigue siendo rentabilizar al máximo, aunque está cambiando la forma de procesar la información. Con toda la tecnología disponible, probablemente en el futuro próximo se puedan ofrecer precios personalizados para cada cliente.

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

Internet gratis en San Miguel de Allende

La ciudad, Patrimonio Cultural de la Humanidad, ofrecerá este servicio a visitantes y habitantes en enero de 2017.

ALONSO GORDO

San Miguel de Allende, además de ofrecer cultura, ahora estará conectada al mundo a través del servicio de internet de alta velocidad que se instaló en toda la ciudad.

Autoridades del municipio firmaron un acuerdo con AT&T para proveer WiFi, fibra óptica e internet con su red 4G LTE, a todos los espacios públicos, por lo que visitantes y habitantes de la ciudad nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, ya contarán con una conexión gratuita.

“De esta manera, tanto habitantes como turistas vivirán la experiencia de una red confiable, segura y veloz a partir de enero de 2017”, informó Cristina Ruiz de Velasco, directora ejecutiva de asuntos externos de AT&T en México.

Con esta conexión, los usuarios podrán disfrutar de una experiencia móvil, algo esencial en una ciudad que se caracteriza por el creciente turismo y el desarrollo de comercios que atienden a clientes nacionales e internacionales.

“Estamos seguros que la red 4G LTE de AT&T será una fortaleza para el sector turístico, al poder explotar su capacidad para crear nuevas herramientas, como aplicaciones que informen sobre sitios de interés, servicios e itinerarios, por mencionar algunos”, agregó.

Precisó que tienen un compromiso de invertir tres mil millones de dólares para esta red, que va a cubrir a todo el país y dar servicio a 100 millones de mexicanos, parte de esta inversión está destinada para el WiFi y la conectividad en San Miguel de Allende.



“Creemos que proveer de conectividad a un lugar tan emblemático contribuirá al turismo, mejorará el acceso a la educación

e incentivará el desarrollo económico. A través de este servicio, con cualquier dispositivo móvil las personas descubrirán lo que

esta increíble ciudad tiene que ofrecer”, indicó Ruiz de Velasco.

Por su parte, Ricardo Villareal García, presidente municipal de San Miguel de Allende, comentó que ha sido considerada como una de las mejores ciudades del mundo.

“Buscamos estar a la vanguardia con avances tecnológicos como los que proporciona AT&T. Así, nuestros visitantes podrán disfrutar de una conexión inalámbrica de alta velocidad en cada rincón de San Miguel”, señaló.

La ciudad tiene un crecimiento de 30% respecto al del año pasado; en 2015 llegaron un millón 200 mil visitantes y este año se estima un millón 600 mil.

“Tenemos novedades en la ciudad, como es el caso de la Plaza 1218 o el próximo Hotel Live Aqua, considerado uno de los mejores del mundo”, concluyó el presidente municipal.



○ Nuevo titular en Fonatur

Miguel Alonso Reyes es el nuevo director general del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur), el nombramiento lo recibió de Enrique de la Madrid, secretario de Turismo, por instrucciones del presidente Enrique Peña Nieto.

Al darle posesión del cargo, De la Madrid lo instruyó a trabajar intensamente para seguir consolidando los destinos de Fonatur y generar mecanismos innovadores para estimular el financiamiento para incrementar las inversiones en el sector.

Alonso Reyes cuenta con una larga trayectoria en el servicio público y amplia experiencia en el sector turístico. Su último cargo fue gobernador de Zacatecas de 2010 a 2016.

Durante su gobierno logró que Zacatecas superara el 50% de ocupación hotelera promedio, cifra nunca antes alcanzada en el estado. De acuerdo con cifras de Datatur, de 2011 a 2015 se incrementó en 37% la ocupación hotelera en el estado; en 20% la derrama económica por concepto de turismo y 42% la llegada de turistas a la entidad.

Por la política turística aplicada durante su administración se registró una inversión pública y privada de más de 800 millones de pesos, alcanzando resultados como la di-



versificación y modernización de la oferta turística, nuevos productos, nuevas rutas y circuitos. Además, incremento de la conectividad aérea y terrestre, y el posicionamiento de la marca "Zacatecas suena bien", así logró el mayor crecimiento en la llegada de turistas de los últimos 20 años. También incremento el número de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y atractivos turísticos.

○ Nombramiento en RVM Travel

PriceTravel Holding nombró como director general de RVM Travel a Michalis Christodoulou, quien tiene más de 20 años de experiencia en la industria de turismo y viajes. RVM Travel es la unidad de negocio del grupo, encargada del turismo receptivo o DMC (Destination Management Company).

Desde 2013, Christodoulou fue responsable del crecimiento y fortalecimiento del departamento de Expedía Local Expert en México, Latinoamérica y el Caribe. Antes de unirse a Expedía, dirigió la parte comercial y de mercadotecnia de Olympus Tours para México.



○ Laurens Leurink, vicepresidente en Amadeus

A partir del 1 de enero de 2017, Laurens Leurink tomará posesión de su cargo como vicepresidente senior de Distribution de Amadeus, también formará parte del Comité Ejecutivo de la empresa.

Como Chief Operating Officer para Booking.com, fue el responsable de la expansión de la empresa más allá del mercado europeo y en Expedia ocupó el puesto de director general de la división de Lodging Services, por lo que cuenta con la experiencia para ocupar el cargo de Holger Taubmann, quien sale por motivos personales. Las nuevas funciones de Taubmann se anunciarán más adelante.

Su experiencia inicial es en finanzas, posteriormente se desarrolló en el sector de los viajes online, por lo que aportará a Amadeus todo su conocimiento financiero, comercial y estratégico, más el conocimiento del sector de los viajes, informó la empresa.

"La rápida evolución que está siguiendo el ámbito de la distribución plantea oportunidades nuevas e interesantes para nuestra empresa. La experiencia de Laurens en dos



empresas de viajes online dinámicas e innovadoras, así como su sólido bagaje estratégico y financiero, lo convierten en el líder idóneo para suceder a Holger Taubmann y continuar guiando a Amadeus en este cambiante mercado mientras mantenemos nuestro liderazgo en el sector", afirmó Luis Maroto, consejero Delegado de Amadeus.

○ Galardonan a Matteo Salas

El chef Matteo Salas se alzó con dos reconocimientos durante la tercera edición de los Food and Travel Readers Awards, uno en la categoría de "Mejor Chef Revelación" y otro en la de "Mejor Restaurante Nuevo", por su más reciente propuesta: Jacinto 1930.

Recientemente inaugurado en San Miguel de Allende, Jacinto 1930 interpreta a la cocina mexicana fusión, con el maíz como principal inspiración.

Por otro lado, Áperi es el restaurante del Dos Casas Hotel & Spa a cargo también del chef. Fue nombrado "Mejor Hotel en Pueblo Mágico o Colonial".

Matteo Salas nació en 1984 en Milán, Italia, y ha desarrollado su carrera profesional en algunos de los mejores restaurantes de Europa.



○ Designa Andaz Mayakoba a su gerente general

El nuevo Andaz Mayakoba Riviera Maya, que abrirá sus puertas durante este mes, nombró a Lin Schatz como gerente general, además de estar a cargo de la apertura de la propiedad y la gestión de todos los aspectos de las etapas de pre apertura del desarrollo. En su nueva función, Schatz también será responsable de todas las operaciones de la propiedad.

Schatz comenzó su carrera con Hyatt Hotels Corporation hace más de 25 años. Antes de unirse a Andaz Mayakoba se desempeñó como gerente general en Andaz West Hollywood y Hyatt Key West, donde fue nominado para el premio Gerente General del Año - Pequeños Hoteles.

"Estoy muy contento de dirigir los esfuerzos de apertura aquí en Andaz Mayakoba en la Riviera Maya. Mayakoba es un destino respetuoso del medio ambiente que no ha sido totalmente descubierto. Estamos emocionados de presen-

tar elementos del destino y de la cultura mexicana local en todos los aspectos de la propiedad, desde su diseño único, arte en las paredes, tratamientos indígenas de Spa, cocina local, experiencias de área y auténtica hospitalidad", dijo Schatz.



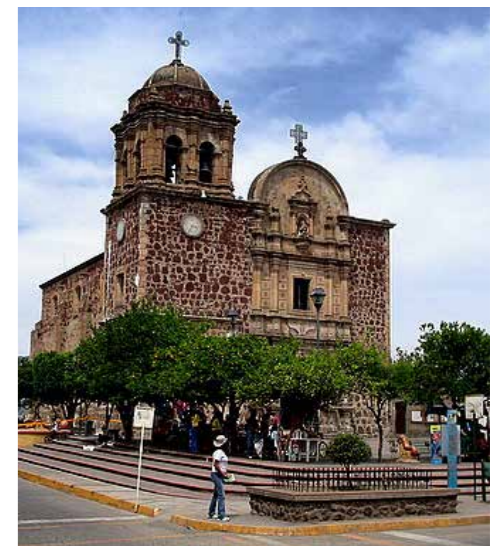
○ Premian a Tequila como Pueblo Mágico inteligente

Innovation Week Magazine, en su entrega de premios: "Las más Innovadoras del Sector Público", reconoció al municipio de Tequila, Jalisco, como el primer Pueblo Mágico inteligente de México.

El galardón se otorga a organismos públicos que emplean las tecnologías de la información para generar valor entre la sociedad y optimizar procesos internos.

Para seleccionar a las instancias ganadoras se valoran las herramientas IT (Tecnologías de la Información, por sus siglas en inglés) utilizadas y el impacto del proyecto para la ciudadanía.

Así, los turistas podrán hacer uso gratis de internet, ya que el acceso es libre en sitios públicos, además se creó una aplicación con información turística y, para brindar seguridad, se instaló un equipo de video vigilancia en puntos públicos.



○ Hilton firma tres nuevos hoteles en México

Hoteles Hilton firmó tres acuerdos de administración con Hoteles Parks Hospitality, empresa que forma parte de e-Group y es líder en desarrollo inmobiliario con más de 35 años de experiencia en el mercado mexicano.

Los hoteles son: Hilton Garden Inn Mérida, Hilton Guadalajara Midtown y Hampton Inn by Hilton Cancún, así el grupo suma en México 45 hoteles y más de 30 proyectos en desarrollo.

El Hampton Inn by Hilton Cancún abrirá el tercer trimestre del 2018, contará con 134 habitaciones y estará ubicado en la zona de Pabellón Cumbres.

Hilton Garden Inn Mérida también estará listo entre julio y septiembre de



2018, tendrá 128 habitaciones y se localizará en Altabrisa, al norte de Mérida.

Para el primer trimestre de 2019, se prevé la inauguración del Hilton Guadalajara Midtown, contará con 226 habitaciones y formará parte del proyecto Midtown Jalisco, localizado al noroeste de la ciudad.

○ Aniversario de la Mega Feria Imperial Acapulco

Acapulco celebrará el 23 de diciembre al 7 de enero de 2017, el quinto aniversario de la Mega Feria Imperial, denominada este año "Remolino de diversión".

Esta celebración es un proyecto que tiene como finalidad promover al principal destino turístico del Pacífico Mexicano, mediante la realización de actividades enfocadas al entretenimiento, cultura, gastronomía y exposiciones.

Esta edición contará con una inversión de más de 50 millones de pesos y se espera una derrama económica superior a los 70 millones.

Durante 14 días se ofrecerán conciertos en la explanada María Bonita, se presentará el circo ruso Kalinka, además habrá juegos mecánicos y espectáculo sobre hielo, entre otras actividades. Lo más esperado es el desfile de Globos Gigantes llamado "Holiday Parade Acapulco", que será el 25 de diciembre a partir de las 11:00 horas.



○ City Express ahora con presencia en Chile

La cadena mexicana Hoteles City Express inauguró su primer hotel en la ciudad de Santiago, la tercera propiedad fuera de México.

Está localizado en el Parque Industrial ENEA y a cinco minutos del aeropuerto.



"Santiago es una ciudad donde los viajeros, ya sea de placer o de negocios, acuden durante todo el año, y City Express ofrece todo lo que importa a los huéspedes para trabajar o visitar este magnífico destino", comentó Luis Barrios, presidente y director general de la cadena.

En 2012, City Express comenzó su plan de expansión a Centro y Sudamérica con la apertura de su primera propiedad en San José, Costa Rica, y en 2015 con la inauguración de su hotel en Cali, Colombia.

El crecimiento en 2016 continúa con la próxima apertura de dos hoteles en Bogotá y en 2017 uno más en Medellín. Las proyecciones para Chile son de cuatro propiedades más.

○ AMResorts celebra apertura

AMResorts continúa la expansión de su marca Now Resorts & Spas, en República Dominicana, con la reciente apertura de Now Onyx Punta Cana, celebrando al mismo tiempo su alianza estratégica durante seis años con NH Hoteles.

La apertura de esta nueva propiedad fue encabezada por Danilo Medina, presidente de República Dominicana, acompañado de Gonzalo del Peón, presidente de AMResorts; Enrique Martín García, presidente de Grupo Martínón; José Antonio Castro, vice chairman del Consejo de Administración de NH Hoteles; Gonzalo Alcaraz, director general de NH Hoteles; así como de Francisco Javier García, ministro de Turismo de República Dominicana, entre otras personalidades de la política e industria turística de España y Dominicana.

Está ubicado en la región de Uvero Alto, en la costa noreste de Punta Cana; ofrece 502 suites, distribuidas en dos edificios de tres niveles con vistas del mar Caribe, bajo el concepto Unlimited-Luxury.

"República Dominicana continúa destacándose en el Caribe y espera dar la bienvenida a seis millones de turistas a finales de este año. El gran éxito turístico de este destino representa un escenario perfecto, no sólo para expandir nuestra presencia en la región, sino también para fortalecer nuestras marcas family-friendly en un destino inigualable", comentó Del Peón.



○ Barceló Huatulco, reconocido por Great Place to Work

Barceló Huatulco se hizo acreedor al puesto 14 de la lista de región Centro Sur y Sureste, por parte de Great Place to Work México, como reconocimiento al esfuerzo de sus colaboradores.

"Estamos felices por conseguir este reconocimiento y continuaremos trabajando para alcanzar los objetivos y que nuestros colaboradores sientan que más que un trabajo en equipo es una familia perfectamente sincronizada", comentó Luis Avelar, director general del complejo.

También obtuvo los reconocimientos de TripAdvisor y Distintivo H, este último lo otorgan las secretarías de Turismo y de Salud, por cumplir con los estándares de higiene que marca la Norma Mexicana NMX-F605 NORMEX 2004 a establecimientos que cuenten con manejo de alimentos como restaurantes, restaurantes de hoteles y cafeterías, entre otros conceptos.



MAXIMIZA EL POTENCIAL DE TU AGENCIA DE VIAJES

Con Travelinn disfruta de los siguientes beneficios:

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



-I ♥ TRAVEL-

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



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