



El efecto TRUMP en el sector turístico mexicano

Autoridades y empresarios nacionales se mantienen a la expectativa para actuar de forma rápida ante las medidas que podría aplicar el nuevo presidente de Estados Unidos.

➤ PÁGS. 8 Y 9



CRECIMIENTO

Corea-Ciudad de México es la nueva ruta de Aeroméxico, también incrementó frecuencias a Europa.

PÁG
7

RANKING

La posición de cada país dependerá de su coyuntura, que le puede ayudar a avanzar o a retroceder.

PÁG
11

COSTOS

Los precios de los pasaportes se incrementaron. Aplica para todas las vigencias.

PÁG
13

Estado de México estrena Centro de Convenciones

El recinto responde a la necesidad de contar con un sitio en el que se puedan realizar eventos relacionados con la industria de negocios.

NALLELY CAMPOS

Tras una inversión de 651.6 millones de pesos, de los cuales 61% fueron por parte del gobierno federal y 39% del estatal, fue inaugurado en Toluca el Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones del Estado de México (CIECEM), el primero en su tipo dentro de esta entidad.

Dicho recinto mexiquense inició su construcción en enero 2015 y terminó el 16 de noviembre del año pasado, sin embargo, los estudios sobre el impacto económico y de viabilidad se realizaron desde 2012, por órdenes del gobernador Eruviel Ávila, a la Secretaría de Turismo del estado, con el objetivo de posicionar a la capital de la entidad como uno de los mejores destinos para la industria de negocios y convenciones.

Otro de los objetivos que se persiguen a través de la puesta en marcha del Centro Internacional de Exposiciones y Convenciones del Estado de México, es el de impulsar la economía del Valle de Toluca, pues se espera crear fuentes de trabajo en otros sectores de la industria turística como el hotelero y gastronómico.

Su ubicación es favorable para los negocios, al encontrarse a 15 minutos del centro de Toluca, a 25 minutos de Santa Fe, a 15 de Metepec y sólo a cinco del Aeropuerto Internacional de Toluca, además utilizando el tren interurbano se podrá llegar a este sitio en tan sólo 30 minutos desde la estación del Metro de Observatorio.

“Debemos recordar que en el Estado de México se encuentra gran parte de las industrias de nuestro país, cerca del 90% de la producción nacional exportable pasa en alguna de sus



El presidente Enrique Peña Nieto, junto con el gobernador Eruviel Ávila Villegas, develó la placa del recinto, el cual, dijo, beneficiará a 900 mil habitantes, a través de incentivar al sector turístico del municipio y zonas aledañas.

etapas por la entidad; además, somos primer lugar en industria automotriz y farmacéutica”, explicó en entrevista Betina Benítez, secretaria de Turismo del estado.

El nuevo CIECEM cuenta con 16 mil metros cuadrados de construcción y capacidad para cinco mil personas; la planta baja es para dos mil 500 personas, la sala de prensa para 180 personas, áreas de descanso para 76 personas y video wall de 36 metros por 2.85 metros en el auditorio principal.

El presidente de la República Mexicana, Enrique Peña Nieto, junto con el gobernador Eruviel Ávila Villegas, develó la placa del Centro de Convenciones, el cual, dijo, beneficiará a 900 mil habitantes, a través de incentivar al sector turístico del municipio y zonas aledañas.

UN ELEFANTE BLANCO

Contrario a lo que ocurre con este tipo de recintos en otros destinos del país, se espera que para el año 2018 el CIECEM alcance su punto de equilibrio; es decir, que sea un recinto que recupere su inversión para que tenga números sanos.

“En realidad, vemos que es muy poco tiempo, cuando notamos que el periodo de recuperación promedio para que esto suceda es de cinco años, nosotros vemos que hay una demanda muy importante para el recinto”, explicó Benítez.

Por ello, para mantener en funcionamiento el inmueble, todas las instituciones empresariales del Estado de México participan, además el Gobierno del estado trabaja en la promoción del mismo para incentivar a realizar más eventos en el CIECEM.

“Nos llevamos la sorpresa de que cuatro de nuestros principales destinos turísticos: Ixtapan de la Sal, Metepec, Teotihuacán y Valle de Bravo tenían un gran potencial para esta industria con dependencia de Naucalpan y Tlalnepantla, que sabemos que por sí solas van caminando”, agregó.

Finalmente, la titular de Sectur detalló que en este aspecto tan sólo en los cuatro destinos anteriores se realizaron cuatro mil 438 reuniones, las cuales dejaron una derrama económica aproximada a los cuatro mil millones de pesos, resultados que incrementarán gracias a la puesta en marcha del CIECEM.

ESTE INVIERNO ¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

Endless Privileges®, Unlimited-Luxury®, Unlimited Fun®

Hasta el 08 de ABRIL, 2017

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

PRECIOS DESDE

CANCUN DREAMS SANDS CANCUN \$ 2,525 SECRETS THE VINE CANCUN \$ 4,625	COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL ⁽⁴⁾ \$ 2,760 SECRETS AURA COZUMEL \$ 4,269	HUATULCO DREAMS HUATULCO \$ 2,165 SECRETS HUATULCO \$ 2,899	ISLA MUJERES ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$ 5,040
IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA \$ 2,085	LOS CABOS/CABOSAN LUCAS DREAMS LOS CABOS ⁽⁴⁾ \$ 4,535 BREATHLESS CABO SAN LUCAS ⁽¹⁾ \$ 4,115 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$ 4,315	NUEVO VALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA \$ 2,599	PLAYA MUJERES DREAMS PLAYA MUJERES \$ 3,535 SECRETS PLAYA MUJERES \$ 4,000
PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA ⁽⁵⁾ \$ 1,889 NOW AMBER PUERTO VALLARTA \$ 3,719 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$ 3,990	RIVIERA CANCUN / RIVIERA MAYA NOW JADE RIVIERA CANCUN \$ 2,859 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN ⁽²⁾ \$ 2,859 DREAMS PUERTO AVENTURAS ⁽⁶⁾ \$ 2,885 DREAMS TULUM ⁽¹⁾ \$ 3,169 DREAMS RIVIERA CANCUN \$ 3,199 BREATHLESS RIVIERA CANCUN ⁽⁴⁾ \$ 4,995 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN \$ 3,425 SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN \$ 3,889 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$ 4,405 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN ⁽¹⁾ \$ 5,069 ZOETRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA ⁽¹⁾⁽³⁾ \$ 5,419		

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. 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. (4) Hasta febrero 28, 2017. (5) Hasta febrero 21, 2017. (6) Hasta febrero 25, 2017. (7) Hasta marzo 06, 2017.

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!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO, Año 6, No. 91, Febrero 2017, es una publicación mensual editada por Elsa Multimedia, S.A. de C.V. y Media Más, S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 01555534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-08101732800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. • ISSN (en trámite). • CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. • PERMISO SEPOMEX No (en trámite). • Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de enero 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.

Mexicanos visitarán más su propio país

➤ Hotel Stara ampliará su oferta con dos recintos en la Ciudad de México y uno en Cancún, que también estarán dirigidos a las nuevas generaciones de viajeros.



BEDILIA BRIZUELA

El mexicano no viajará al extranjero durante un tiempo, por tanto, será una oportunidad para invitarlos a visitar el país, dijo Nelson Pardeiro, director general del hotel Stara en la Ciudad de México.

Agregó que durante la crisis el local viaja de forma nacional y que esa es la manera en que las nuevas generaciones estarán invitando a visitar el país, además de que el mercado norteamericano seguirá llegando a México, y es a ellos a quien también está dirigido el perfil de Stara.

“Entiendo que haya un nerviosismo por las causas actuales, pero si lo vemos desde ese punto de vista, favorece al país entero”, dijo.

Y destacó que los hoteles del estilo de Stara están diseñados para ese viajero, además de los que buscan diseños minimalistas y novedosos, sobre todo en una ubicación privilegiada, como lo es muy cerca de la avenida Reforma en la Ciudad de México.

“El mercado americano se retrae solo cuando hay elecciones, pero cuando ven que las cosas se estabilizan siguen su vida normal. Tienen la capacidad, el tiempo y la estructura social que les permite hacerlo. Por ejemplo ellos se jubilan y viajan, allí está la oportunidad”, añadió.

➤ A FUTURO

El directivo señaló que también está en planes dos hoteles más en el centro, principalmente en Verana y Florencia, este último conta-



Los pasillos y zonas comunes cuentan con obras de arte originales de Manuel Felguérez, Rufino Tamayo, Mathias Goeritz, Helen Escobedo y Mario Testino, entre otros.

rá con 150 cuartos y dejaría de ser boutique. Dichos proyectos estarán listos en 2019 y 2020.

Agregó que en Cancún ya están trabajando en uno más, estaría listo a finales de 2018 o inicios de 2019. Todos con un concepto loft.

➤ LOS HOTELES

Stara Boutique Hotels ofrece una alternativa de hospedaje de lujo y confort en un solo espacio, con diseños en arquitectura e interiorismo mexicano, así como fachadas que fusionan estilos clásicos, barrocos y minimalistas.

Los pasillos y zonas comunes cuentan con obras de arte originales de Manuel Felguérez, Rufino Tamayo, Mathias Goeritz, Helen Escobedo y Mario Testino, entre otros.

Además de este hotel, que abrió sus puertas en 2016, la marca cuenta con un establecimiento en San Ángel que inició en 2015.

La propiedad ubicada en la calle de Hamburgo, cuenta con 60 habitaciones del tamaño de una suite, en un diseño con estilos tipo Porfiriano y moderno, y

novedades tecnológicas como la iluminación inteligente y automatizada que emplea focos tipo LED, lo que pretende un significativo ahorro de energía.

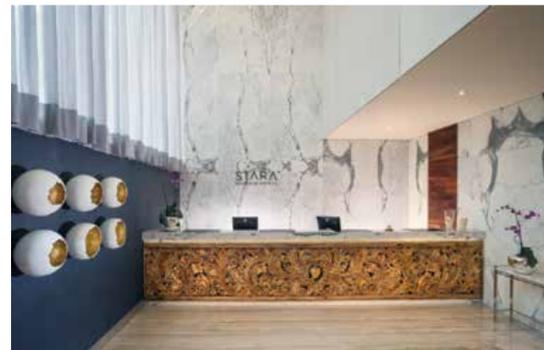
Cada suite fue diseñada con un estilo “moderno minimalista” que cuenta con sala de estar, escritorio ejecutivo, terraza privada y una habitación acondicionada con gadgets inteligentes que permiten al huésped controlar, de forma espontánea e intuitiva, la intensidad de las luces, temperatura, ventilación y programación de las pantallas HD SmartTV.

Cuenta además con un business center para realizar reuniones o eventos de tipo ejecutivo y salas equipadas con mobiliario corporativo. Además, hay un salón de eventos para 60 personas en modalidad banquete y una sala adaptada para presentaciones tipo coctel para 90 personas.

Por su parte, el hotel de San Ángel cuenta con 22 habitaciones del tamaño de una suite que albergan una sala de estar con un sofá-cama, habitación amueblada con pantallas planas tipo SmartTV y camas queen size.

En cuanto a los interiores, dicho hotel cuenta con baños de mármol y amenidades de la marca francesa L'Occitane. Además de que el huésped puede degustar un snack o prepararse un platillo en la cocineta estilo italiano, completamente equipada.

Ambos hoteles forman parte de Small Luxury Hotels (SLH), que certifica a los mejores Hoteles Boutique alrededor de todo el mundo, garantizando que brinden atención personalizada, lujo y sofisticación a los huéspedes.



Participación relevante de México en Fitur

➤ En su edición 37, Sectur dio a conocer los resultados de “Viajemos Todos por México” y del flujo de viajeros.

México presentó en la Feria Internacional de Turismo (Fitur), en Madrid, España, los resultados obtenidos en el último año de sus diversos programas y políticas públicas.

Enrique de la Madrid Cordero, titular de la Secretaría de Turismo (Sectur), expuso la importancia económica y social que tiene para la cadena productiva el programa “Conéctate al Turismo”, cuyo propósito es vincular al sector con las industrias hotelería, restaurantería y de cruceros con la proveeduría nacional.

También presentó “Viajemos todos por México”, como una política pública integral que, a nueve meses de su lanzamiento, incrementó 8.4% el flujo de turistas nacionales en temporada baja, en comparación con mismo lapso de 2015.

En el transcurso de la feria, De la Madrid señaló que uno de los retos de la industria turística en México es complementar el mo-



delo de sol y playa con otros productos turísticos, como el médico, los Pueblos Mágicos, la gastronomía y los segmentos de congresos y convenciones, de romance, religioso y el sustentable, entre otros.

Por lo anterior, agregó, la Sectur trabaja en modelos de innovación en lugar de políticas pro-innovadoras para adaptarse a los mercados laborales y al cambio tecnológico.



Adicionalmente, estimó que en 2017 llegarán a México 295 mil turistas españoles. De enero a junio habrá 129 vuelos directos

por mes entre ambas naciones. En 2021 se prevén 472 mil visitantes ibéricos.

En los eventos que realizó la Sectur como parte de la Fitur, participaron funcionarios mexicanos: Lourdes Berho, directora general del CPTM; Miguel Alonso Reyes, de Fonatur y Roberta Lajous, embajadora de México en España.

OTRAS PARTICIPACIONES

En el caso de la Ciudad de México, presentó nuevos productos, servicios y eventos turísticos, además de promover los programas “Operación Toca Puertas” y “Mis raíces”.

España es el principal país emisor de visitantes europeos hacia la CDMX con 190 mil, lo que representa el 26.6% del total; le sigue Francia con 16.6%, Alemania con 14.3%, Italia con 9.5%, Inglaterra con 9.2% y Holanda con 3.6 por ciento.

La estancia promedio de los españoles se estima en 5.4 noches, con un gasto promedio de mil 208 dólares, lo que genera una derrama económica de 229.8 millones de dólares.

En tanto que el proyecto Tequila Smart City, liderado por Grupo JB, recibió el distintivo Smart Destination in Progress de manos de Antonio López de Ávila, presidente de SEGITTUR.

El pueblo de Tequila, con el concepto de Pueblo Mágico Inteligente, cumple la definición, la estructura y los componentes de un Destino Turístico Inteligente, como la innovación, la consolidación de una infraestructura tecnológica de vanguardia que permite la interacción e integración del visitante con el entorno, incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes.

Fernando Olivera, secretario de Turismo de Guanajuato, y Ana Arredondo, consejera de Cultura y Turismo de Valladolid, renovaron un Convenio de Colaboración que reafirma las acciones de intercambio cultural.

Como resultado de este intercambio, que inició hace cuatro años, resurgió la actividad vitivinícola en Guanajuato, que representa el 8% del total de viñedos cultivados en el país; antes era del uno por ciento.

Campeche se concentra en su vocación turística

➤ Ante la crisis petrolera, la entidad promueve sus mayores atractivos entre los viajeros nacionales.

MARGARITA SOLIS

Campeche se suma al llamado del Gobierno Federal para que los mexicanos viajen por el país y se fortalezca la economía interna, para ello, su gobernador, Alejandro Moreno Cárdenas, presentó el proyecto “Unamos México”.

De esta forma se busca transformar la vocación petrolera del estado por la turística, luego que la crisis mundial de ese sector provocara la pérdida de 30 mil empleos en Ciudad de Carmen. A la fecha, sólo se han recuperado cuatro mil empleos.

Por ello, empresas y sector público de la entidad ofrecerán promociones, con el objetivo de reafirmar su posición como destino turístico.

Los descuentos oscilarán entre un 25% en hoteles y hasta 50% en el acceso a la Reserva de la Biosfera de Calakmul, aplica-

rán únicamente a mexicanos que visiten Campeche en las próximas temporadas vacacionales.

En algunos sitios de la ciudad la entrada será gratuita, entre ellos están: Centro Cultural Casa Número 6, Puerta de Tierra, Luz y Sonido de la Puerta de Tierra, Jardín Botánico del Balaque de Santiago, Balaque de San Carlos, Balaque de San Francisco y Museo El Palacio. Será necesario que el visitante presente su credencial de elector.

El boleto del tranvía, que realiza recorridos por la ciudad, estará a mitad de precio. “México necesita de todos ante los nuevos desafíos económicos que enfrentamos. Que el dinero de los mexicanos se quede

“México necesita que estemos unidos, sin color de ningún partido político, sin nombre ni apellido, sólo unidos podremos salir adelante”.



en el país para que sigamos fortaleciendo nuestra economía”, señaló.

Esta iniciativa es para sumarse a la convocatoria realizada por el presidente Enrique Peña Nieto, para consumir productos nacionales y apoyar la economía, así como fortalecer la unidad nacional ante el panorama poco favorable que se avizora con el nuevo gobierno de Estados Unidos.

“México no es enemigo de ningún gobierno. Las palabras del señor Trump sólo son opiniones de él”, agregó el gobernador.

Por su parte, Jorge Manos Esparragoza, secretario de Turismo de la entidad, dio a conocer algunos resultados de 2016, destacó que el 80% de sus visitantes fueron nacionales, que el pasado período vacacional logró una ocupación hotelera histórica, con cinco días de ocupación al 100 por ciento y cerrando con 85%, y que su derrama económica fue de 91 millones de pesos.

Aeromar no se detiene ante la cotización del dólar

➤ Al primer semestre del año habrá recibido ocho aeronaves; en su plan de inversión contempla seis aviones más.



MARGARITA SOLIS

Aeromar se mantiene firme en incrementar su flota aérea a pesar del alza en la cotización del dólar frente al peso; en lo que resta del año podría solicitar seis aviones adicionales a los cinco que recibirá en los siguientes cuatro meses.

Andrés Fabre, director general de la aerolínea, precisó que en el plan de inversión de la compañía tenían considerado un incremento de 20% en los costos de operación, debido al aumento del valor del dólar en México, situación que se ha registrado en los últimos 18 meses. Fabre recordó que el derecho de uso de aeropuerto, el costo del combustible, el mantenimiento de los aviones y los financiamientos contratados para la adquisición de las aeronaves, entre otros gastos, son pagados en dólares, por ello es que se refleja ese incremento de 20 por ciento.

“Cuando tomamos la decisión de ir adelante con el plan de inversión para la renovación de flota consideramos esta posibilidad. Se hicieron varios escenarios y lo tenemos contemplado”, reiteró.

La aerolínea tiene lista una inversión adicional por 160 millones de dólares para seis aviones más. Su flota actual es de 19 aeronaves, en la cual transporta en promedio anual a 600 mil pasajeros nacionales y siete mil internacionales.

Para iniciar el año, Aeromar presentó uno de los tres nuevos aviones que ya se in-

tegraron a su flota, es un ATR 42-600 y dos ATR 72-600, de un total de ocho unidades que requirieron una inversión de 205 millones de dólares.

“Se trata de los aviones regionales más modernos y silenciosos disponibles en el mercado y que apoyarán la transformación de la aerolínea, ya que representarán la mejor opción para optimizar las rutas de corto alcance que opera Aeromar y que mejorarán aún más la experiencia de nuestros pasajeros”, afirmó Fabre.

Será en junio próximo cuando termine de recibir los ocho aviones que tiene programados para este año.

Con este incremento de flota, su capacidad de asientos aumentará en 40% en este año, a pesar de ello Fabre no precisó cuáles serán las nuevas rutas nacionales, pero sí están considerando aprovechar el Acuerdo Bilateral Aéreo entre México y Estados Unidos.

Este año la aerolínea celebrará su 30 aniversario, actualmente tiene su base de operaciones en la Terminal 2 del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM). Desde 1988 se estableció ahí, aunque cabe recordar que inició operaciones el 7 de noviembre de 1987 en el Aeropuerto Internacional de Toluca, con un vuelo a Acapulco.

En la operación de 100 vuelos diarios tiene un índice de puntualidad de 93%, en su red cuenta con 25 destinos nacionales y dos internacionales. Tiene servicio exclusivo en cinco plazas del país: Ciudad Victoria, Jalapa, Lázaro Cárdenas, Piedras Negras y Poza Rica.



Imparables las aerolíneas mexicanas

➤ En 2016, la aviación nacional creció 12.5% en el flujo de pasajeros domésticos y en 17.2% en los internacionales. Aeroméxico creció 5.2% y Volaris 25.2 por ciento.

MARGARITA SOLIS

La industria aérea en México registró al cierre de 2016, un crecimiento de 10.5% en el flujo total de pasajeros transportados por aerolíneas nacionales y extranjeras.

De acuerdo con la Estadística Operacional de Aerolíneas de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), de enero a diciembre del año pasado se registró un total de 80 millones 928 mil de pasajeros transportados desde y hacia México, fueron siete millones 663 mil 740 viajeros más, en comparación con los 73 millones 265 mil usuarios movilizados en 2015.

Las aerolíneas nacionales transportaron dentro del país a 41 millones 790 mil pasajeros, lo que representó un incremento de 12.5% respecto a 2015, año que registró 37 millones 139 mil viajeros.

Y hacia el extranjero, las compañías aéreas mexicanas movilizaron el año pasado a 11 millones 518 mil viajeros, 17.2% más que en 2015, lo que representó un millón 690 mil pasajeros más.

En tanto que las compañías extranjeras en servicio regular internacional atendieron a 27 millones 621 mil pasajeros, 5% más que en 2015. En particular, las aerolíneas estadounidenses registraron un total

de 19 millones 284 mil pasajeros, las canadienses con dos millones 901 mil viajeros, las de Centro y Sudamérica transportaron a dos millones 975 mil personas y las europeas a dos millones 461 mil usuarios.

COMPORTAMIENTO DE LAS AEROLÍNEAS

Aeroméxico se mantiene como líder en 2016, incrementó su flujo de pasajeros en 5.2% respecto al año anterior; transportó a un total de 19 millones 582 mil 101 pasajeros, de los cuales 13 millones 38 mil los atendió en vuelos nacionales y a seis millones 544 mil en internacionales.

En 2015 fueron 18 millones 611 mil 126 pasajeros, entre nacionales e internacionales.

Aunque Volaris se colocó en segunda posición debido a la cantidad de pasajeros atendidos durante 2016, 14 millones 351 mil entre operaciones domésticas e internacionales, fue la aerolínea con un crecimiento superior en porcentaje, fue de 25.2% más que el año previo. En 2015 sirvió a un total de 11 millones 465 mil pasajeros.

Interjet se colocó en la tercera posición con un incremento de 6% con 11 millones 116 mil pasajeros, de esa cifra nueve millones 59 mil fueron viajeros nacionales y dos millones 57 mil viajaron a otros países.



Aeroméxico, crecimiento a nivel mundial

➤ A partir de mayo inaugurará un nuevo destino a Asia e incrementará frecuencias a Europa.

REDACCIÓN

La expansión de Aeroméxico continúa en 2017, luego de los anuncios hechos durante las últimas semanas con los nuevos vuelos a Seúl, Corea, y con la ampliación de operaciones a Europa.

Actualmente, la aerolínea cuenta con más de 600 vuelos diarios, conecta a más de 45 mil pasajeros a través de 87 destinos en el mundo, 46 nacionales y 39 internacionales.

Corea del Sur es el nuevo destino de Aeroméxico que estará operando a partir del 27 de mayo, lo hará con cuatro vuelos semanales desde la Ciudad de México y hasta Seúl.

La nueva ruta se suma a los planes de expansión internacional de la aerolínea para este 2017, por lo que se convierte en el tercer destino de Aeroméxico en Asia, sumándose a Tokio y Shanghái.

El itinerario del vuelo de Ciudad de México a Seúl tendrá una escala en el aeropuerto de Monterrey, y de regreso será directo.

Anko van der Werff, director ejecutivo de Ingresos de la compañía, señaló: “es un orgullo para Aeroméxico poder sumar Seúl como nuestro tercer destino en Asia, y seguir siendo la única aerolínea en América Latina con vuelos directos a ese continente”.

“Considerando Latinoamérica, México es el principal socio comercial de Corea del Sur, de acuerdo con su balanza comercial, mientras que Corea del Sur es el sexto en importancia para México, en donde existen muchas compañías como Samsung, Deawoo, LG, KIA Motors, POSCO, Kwangin y Dong Kwang. El inicio de este nuevo vuelo beneficiará a nuestros clientes de negocios como de turismo”, agregó el directivo.

Esta nueva ruta será operada por equipos Boeing 787-8 Dreamliner, con capacidad para 243 pasajeros, tendrá 32 asientos de Clase Premier. La aeronave es considerada la más moderna del mundo, con un nuevo sistema de entretenimiento, mayor



espacio entre asientos, ventanas más grandes y sensibles al tacto e iluminación LED -Sky Interiors-.

Por su parte, Enrique de la Madrid Cordero, secretario de Turismo, enfatizó la importancia de la conectividad aérea para incrementar el flujo de turistas internacionales hacia el país.

“La Sectur reconoce la visión de Aeroméxico para la operación de un nuevo destino en Asia: Corea del Sur, a través de la ruta Ciudad de México - Seúl, que beneficiará a este sector. El mercado de Asia es de suma importancia en nuestra estrategia de diversificación de mercados. En los últimos cuatro años logramos duplicar la llegada de visitantes asiáticos y estamos seguros que con este vuelo habremos de mejorar estos resultados”, mencionó.

AMPLIACIÓN

Por otro lado, Aeroméxico dio a conocer el fortalecimiento de su presencia en Europa, anunciando el incremento de frecuencias en sus rutas desde y

hacia Madrid, Londres y Ámsterdam, así como la incorporación de su más reciente adquisición, el Boeing 787-9 Dreamliner, en sus cuatro rutas, incluyendo París.

Al respecto, Jorge Goytortua, director corporativo de Ventas de la aerolínea, mencionó: “es un orgullo para Aeroméxico poder anunciar el aumento de frecuencias semanales en nuestra ruta Madrid-Ciudad de México, con un incremento de 40% de asientos semanales entre ambas capitales.

“Además, gracias a la incorporación de nuestro Boeing 787-9 Dreamliner, podemos brindar un excelente producto a bordo a todos nuestros clientes, viajando tanto en Clase Premier como en Turista”, agregó el directivo.

Cabe señalar que actualmente la aerolínea ofrece nueve vuelos directos semanales entre ambos destinos, y a partir de mayo de 2017, sumará un total de 12 vuelos semanales.

El equipo Boeing 787 Dreamliner, en su modelo “-9”, es considerado el

Enrique de la Madrid Cordero, secretario de Turismo, enfatizó la importancia de la conectividad aérea para incrementar el flujo de turistas internacionales hacia el país.

avión más moderno del mundo, tiene capacidad para 274 pasajeros.

Asimismo, Aeroméxico sumará siete vuelos semanales tanto en su ruta Ámsterdam - Ciudad de México, como en la de Londres - Ciudad de México, a partir del segundo trimestre y durante el verano, respectivamente.

Así, busca brindar más y mejores opciones a sus clientes europeos, lo que complementa con su amplia red de conectividad en México y en Latinoamérica.

Es importante destacar que para incrementar el flujo de turistas internacionales a México la conectividad aérea es un eje fundamental para dicho propósito, informó la aerolínea.

Un ejemplo de ello fue el incremento de 7.9% en el arribo de viajeros españoles a México entre enero y noviembre de 2016, se registraron 255 mil 548 pasajeros aéreos. En el mismo periodo de referencia, a los diversos aeropuertos del país llegaron un total de 18.7 millones de pasajeros extranjeros.

Donald Trump, enigma sin resolver

NALLELY CAMPOS

La reciente llegada de Donald Trump a la presidencia de Estados Unidos trajo como resultado un aumento de la incertidumbre económica para México; entre las empresas que han decidido detener inversiones y proyectos hay algunas relacionadas con la industria de los viajes y el turismo, coincidieron analistas y empresarios.

En los últimos discursos, Trump ha realizado declaraciones en contra de nuestro país que instiga a los empresarios a no invertir en la economía nacional, asegurando que México es un país de alto riesgo.

Ese tipo de acusaciones las refuerza el mandatario estadounidense, a través de su cuenta de twitter: "México sigue ganando miles de millones, no sólo gracias a nuestros malos acuerdos comerciales, sino también depende mucho de los miles de millones en remesas que envían inmigrantes ilegales desde Estados Unidos".

Lo anterior ha dado como resultado que, si bien no se ha cancelado ninguno de los proyectos de inversión turística, varios empresarios han decidido postergarlos hasta ver qué sucederá durante la presidencia de Trump.

Así lo aseguró John McCarthy, ex titular del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (Fonatur) y promotor de las inversiones turísticas en México, quien explicó que una de las estrategias a seguir es focalizar los esfuerzos de la banca de desarrollo, fortalecer el mercado interno y empezar a mover las cosas de manera concisa para reforzar la industria nacional.

"Tenemos que prepararnos para lo peor y esperar lo mejor. Nos enfrentamos ante una persona que goza de hacer bullying; en lo que a mí corresponde, puedo adelantar que en un hotel en Huatulco y otro en Punta Mita, ya tenemos proyectos firmados de 15 millones de dólares y 23 millones de un fondo americano, finalmente, los inversionistas nos aseguraron que siguen interesados, pero deben saber qué ocurrirá y cuál será la postura de Trump, antes de seguir con la puesta en marcha de los hoteles", señaló el presidente de Leisure Partners durante una



El ahora presidente de Estados Unidos trajo consigo incertidumbre sobre la economía en nuestro país, ¿será el turismo uno de los sectores afectados?



mesa de debate realizada en el programa radiofónico Imágenes del Turismo.

¿PREPARADOS PARA EL CAMBIO?

Realizar algunas modificaciones en el modelo económico actual ayudaría a enfrentar los posibles ataques por parte del gobierno de Estados Unidos.

Ante esto, Enrique de la Madrid, titular de la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal (Sectur), reconoció que hace falta explicar a la población en general el reto que representa 2017 para la economía del país, en el que, al parecer, Trump juega un papel importante.

"Hoy en día ese modelo económico que ha adoptado México desde hace 35 años, de la globalización e integración, está siendo cuestionado, sobre todo, por la economía más grande del mundo, de ese tamaño es el reto", señaló De la Madrid.

Aunado a ello, Humberto Molina, director ejecutivo de planeación del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), explicó que hasta el momento el nuevo presidente de Estados Unidos no ha añadido en sus discursos más elementos de preocupación para nuestro país.

Sin embargo, en la agenda para los cien primeros días de gubernatura, Trump señaló que entre sus prioridades estaba la renegociación de Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y otros acuerdos comerciales.

Por lo que en un reciente evento en la Casa Blanca, en el que juraron sus cargos funcionarios nombrados por el actual presidente estadounidense, confirmó su intención de renegociar el TLCAN con el presidente Enrique Peña Nieto, fijando como fecha el 31 de enero del presente año, encuentro que finalmente fue cancelado por el mandatario mexicano.



El año pasado, según cifras preliminares, llegaron cerca de 35 millones de turistas internacionales, siete por ciento más que en 2015, y generaron una derrama económica de 19 mil 500 millones.

Ante esta situación los especialistas consideraron necesario plantear la pregunta:

¿cómo se negocia con un personaje que abusa de quienes considera adversarios?

Por lo que Carlos Herrero, presidente de la agencia de Relaciones Públicas Extrategia, explicó que la historia a nivel mundial demuestra que se pudo negociar con personajes como Napoleón, Hitler y todos los dictadores y "buleadores" del planeta.

"Simplemente debemos entrar a una ley de oferta y demanda, donde hay que saber ceder, y hay que saber tener interlocutores.

"Considero que es muy importante, de entrada, reconocer que una negociación es siempre un proceso dinámico, y como tal es cambiante, México ha demostrado tener una gran capacidad de negociación", agregó.

Finalmente, de acuerdo con estudios realizados por la Universidad Anáhuac junto con el Consejo Nacional Empresa-

rial Turístico, en 2017 habrá una reducción de dos por ciento anual en el número de turistas residentes en el país viajando al extranjero por vía aérea, por lo que apostar por el mercado nacional es una de las acciones a favor de la economía mexicana.

"Tenemos un negocio estable, con confianza, estamos por supuesto realizando medidas de control en los gastos y costos, nos han incrementado los insumos, obviamente por el tipo de cambio del dólar; sin embargo, también es necesario diversificar nuestros segmentos de mercado, no van a ser los mismos, estamos conscientes de que algunos van a cambiar", explicó Rosalinda González, directora general de la cadena de hoteles Camino Real.

Por su parte Molina destacó que a pesar del entorno, no se debe descuidar la llegada de turistas provenientes de Estados Unidos a nuestro país, debido a que el año pasado, según cifras preliminares, llegaron cerca de 35 millones de turistas internacionales, siete por ciento más que en 2015, y generaron una derrama económica de 19 mil 500 millones.

"Esto nos da cada vez más presencia a nivel internacional, hemos subido posiciones en el ranking de la Organización Mundial de Turismo. Parte de este crecimiento debe a los buenos resultados que hemos tenido con el mercado de los Estados Unidos, en el que hemos estado creciendo a muy buenas tazas en los últimos años. Este crecimiento fue de doble dígito, mayor al 12 por ciento, por lo que es necesario seguir apostando a este mercado", finalizó el directivo del CPTM.

Por su parte Francisco Madrid, director de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Anáhuac, en la Sexta Conferencia "Perspectivas turísticas para México", expresó que hay incertidumbre que afecta a la economía en general, particularmente al sector exportador.

Recomendó crear equipos de especialistas para analizar las afectaciones y medidas que podrían aplicarse, aunque destacó que el turismo podría ser de los sectores menos golpeados ante las decisiones del presidente Trump y que todo dependerá de cómo afectarán las estrategias proteccionistas al resto de los sectores.

Ante las advertencias del mandatario estadounidense de aplicar impuestos a las empresas que realicen importaciones desde México, Madrid no descartó que entre las medidas que ejerza Trump esté cobrar un impuesto a los viajeros al momento de salir de Estados Unidos.

Al respecto aclaró que los mexicanos no debemos asombrarnos si se adopta este impuesto, ya que en países como Gran Bretaña ya se aplica.

De acuerdo con una encuesta realizada por la Anáhuac a los empresarios del sector, el 54.2 por ciento consideraron que el turismo mexicano se verá perjudicado con el arribo de Trump a la presidencia estadounidense.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

AMResorts mantiene su acelerado crecimiento

Alejandro Zozaya, uno de los primeros empresarios mexicanos en tomar acciones en contra de Donald Trump —hace ya año y medio—, cerró el 2016 con un crecimiento de 24% en la división hotelera de la empresa que dirige, con lo cual se acerca a las metas que se trazó desde 2015 con miras a finales de 2018.

Hoy, que ya Trump es presidente de Estados Unidos y que desde el primer día de su mandato ha comenzado a cumplir las amenazas que hizo contra México durante su pre campaña y campaña electoral, vale la pena recordar que Zozaya, CEO de Apple Leisure Group (ALG), a mediados de 2015 canceló la cena que cada año organizaba en un hotel de Trump para entregar reconocimientos a los mejores hoteles: la “Golden Apple Gala”, después de los primeros insultos del estadounidense contra los mexicanos. La cambió a otro re-

cinto, a pesar de que le significó una penalización monetaria.

Y no sólo eso, también dio a conocer que, a partir de ese momento, dejarían de promover y vender entre sus clientes los hoteles de Trump.

En esos días, Zozaya explicó que “debido a que somos el más grande generador del mundo de los turistas que llegan a México año con año, y a que hemos escuchado en términos claros los recientes comentarios del señor Trump y a la incomodidad que ha causado en nuestros aliados comerciales, clientes y agentes en general, consideramos que es irresponsable e insensible seguir vendiendo hoteles de su marca.

“Si bien respetamos el derecho de los individuos a la libertad de expresión, no podemos tolerar o apoyar la postura del señor Trump hacia los mexicanos, caracterizados en su gran mayoría por ser gente comprometida y trabajadora”.

La división hotelera del conglomerado ALG se llama AMResorts, dirigida por Gonzalo del Peón, y terminó ese año con la firma de 17 contratos de operación hotelera, ampliando su presencia a siete destinos más en México, el Caribe y América Central, teniendo como meta en el mediano plazo sumar 60 hoteles de sus diferentes marcas en 26 ciudades, para alcanzar un inventario de 20 mil habitaciones en diciembre de 2018.

En el camino de alcanzar esos objetivos, concluyó el 2016 habiendo inaugurado diez propiedades, con lo cual alcanzó un total de 51 en 23 destinos. Inclusive, parece ser que, debido a los buenos resultados obtenidos el año pasado, modificarán la alza sus perspectivas para finales del próximo, ya que ahora éstas son de tener 22 mil cuartos en 28 destinos.

Por lo pronto, su primera apertura de 2017 será la del



hotel Breathless Montego Bay, en Jamaica, con 150 suites y acceso a otros de sus dos hoteles que también manejan ahí de la marca Secrets. Su apertura está programada para este febrero.

ALG es un corporativo de seis empresas que factura, a datos de 2015, más de mil 300 millones de dólares anuales, el 65% de su volumen de negocio: ventas, empleados e inversiones, está en México, donde cada año mueve más de 600 mil pasajeros, en los 2 mil 500 vuelos

que opera desde distintas ciudades de Estados Unidos

En nuestro país, cuenta con activos por dos mil millones de dólares y los ingresos que le genera a México con la cantidad de turistas que transporta a los destinos nacionales asciende a más de 600 millones de dólares anuales. A todas estas cifras habrá que sumarle lo generado en 2016, pero aún no está cuantificado.

armentaturismomexico.com

Destinos para viajar en puentes vacacionales

Los costos varían, dependiendo de la fecha de compra, advierte Kayak. En el buscador hay paquetes a destinos nacionales e internacionales.

ISABEL GORDOA

Para los mexicanos que están pensando salir de viaje en alguno de los puentes vacacionales de los próximos tres meses, es posible encontrar destinos a un menor costo a través de Kayak, el comparador de búsquedas de viajes *on line*.

De acuerdo con el director ejecutivo para México de la empresa, Rafael Driendl, es posible viajar de forma más inteligente este 2017.

“El buscador ofrece diversas opciones de hoteles, restaurantes y avión, así como actividades turísticas para todos los bolsillos y gustos de los viajeros”, dijo en entrevista.

► **DESTINOS PREFERIDOS**
Según los datos obtenidos duran-

te las búsquedas realizadas por usuarios el 9 de enero pasado en Kayak, los destinos preferidos de los mexicanos para viajar en la celebración del natalicio de Benito Juárez, entre el 17 y 20 de marzo, serán Cancún, por un costo de 135 dólares; Ciudad de México, por 113 dólares; Puerto Vallarta, por 162 dólares; Tijuana, por 125 dólares y a San José del Cabo, por 145 dólares.

Los viajeros están a tiempo de encontrar ofertas para el puente primaveral. Para ello, se recomienda activar la sección Alertas de Kayak, la cual ofrece travesías a precios más económicos.

Con esa función es posible recibir alertas diarias o semanales vía e-mail o celular, que dan avisos sobre los cambios de precios en los vuelos de su preferencia.

Otro periodo de descanso será en Semana Santa, entre el 12 y 17 de abril; debido a la demanda, los costos aumentan, por ello es importante realizar reservaciones con anticipación y definir el dinero a gastar durante esas vacaciones.

En la sección Explore se pueden descubrir cuáles son los sitios para viajar con el presupuesto disponible.

Para esa temporada los lugares nacionales e internacionales más buscados por los mexicanos son Cancún, por 169 dólares; Madrid, por 863 dólares; Nueva York, por 350 dólares; Los Ángeles, por 268 dólares y París, por 751 dólares.

► **DESCRIPCIÓN**

La página www.kayak.com.mx cuenta con varias secciones para



apoyar la búsqueda del cliente. Una de ellas, como se mencionó anteriormente, es Explore, que como su nombre lo indica es un explorador de travesías, calcula el ranking de destinos dependiendo del presupuesto del usuario, además busca el aeropuerto más cercano y económico para volar.

Otra sección es Trips, se utiliza para hacer el itinerario con-

veniente, es un rastreador para localizar el aeropuerto y el número y estatus de vuelo.

“Si el destino tiene diversos aeropuertos cercanos, como es el caso de Nueva York o Londres, recomienda integrar a los parámetros de búsqueda la opción de visualizar los vuelos hasta aeropuertos secundarios, ya que en muchos casos el precio del boleto se reduce considerablemente”, explicó Driendl.

El tema de los rankings es relativo: OMT

De acuerdo al trabajo realizado por cada país, como resultado le generará ser de los más o menos visitados del mundo.

MARGARITA SOLIS

Los avances o retrocesos de México en el ranking mundial de turismo es un tema que vigilan las autoridades nacionales, los últimos seis años registró altibajos, ya que en 2011 todavía se mantuvo en el lugar 10, después descendió a la posición 13 entre 2012 y 2013, para 2014 regresa al lugar 10 y en 2015 se colocó en la tan esperada posición nueve.

Para 2017, se espera el anuncio por parte de la Organización Mundial del Turismo (OMT), respecto a que México alcanzará la octava posición e, incluso, podría ser la séptima, como lo adelantó Carlos Vogeler, secretario ejecutivo de Relaciones con los Miembros y director regional para las Américas de dicha organización, en la Sexta Conferencia Perspectivas Turísticas para México, organizada por la Universidad Anáhuac.

Sin embargo, Vogeler aclaró que ya sea la octava o séptima posición, la importancia del crecimiento turístico de México no debe basarse en el lugar que ocupe en el ranking de la OMT, sino en el resultado que dieron las políticas turísticas aplicadas por las autoridades y por las medidas realizadas por los prestadores de servicios nacionales.

Aseveró que las condiciones y situaciones de los países que están delante de México en el famoso listado, es lo que los coloca en esas posiciones, pero no por demérito del trabajo realizado en nuestro país.

“Con todo respeto para todos, sigo pensando que el tema de los rankings es relativo, lo importante son las cifras absolutas de México que son muy buenas. Si dijera que otros países tienen mejores cifras es porque sus circunstancias son diferentes, eso no significaría que México lo estuviera haciendo peor porque estuviera en el 10 u 11, pero no por demérito de México, sino por mérito de otros países que tienen situaciones diferentes”.



El director recordó que hace tres años, cuando México dejó de estar en el décimo lugar, tuvieron conversaciones donde él insistió en decirle a las autoridades mexicanas: “pero no le den tanta importancia al hecho de que esté en el 11 ó 12, da igual. Porque no sólo depende de México, sino de lo que otros países estén haciendo y la realidad de otros países es muy diferente, su población, su coyuntura, su situación”.



Destacó el trabajo que nuestro país está realizando y los buenos resultados que está obteniendo, entre los temas que mencionó está el crecimiento en el nivel de ingreso, el potenciar el turismo doméstico y se está posicionando “muy bien” como país competitivo en el turismo internacional.

“Las cosas que están haciendo están muy bien, eso dará como resultado estar en uno u otro puesto del ranking”, agregó.

No dejó de recordar que el avance que pueda tener México

en el listado de los países más visitados del mundo, también derivará del descenso de Turquía como consecuencia de la situación política que enfrenta desde el año pasado.

“Turquía ha sufrido este año una bajada importante como consecuencia de los motivos que sabemos. Bajará del ranking y eso va a hacer que México suba, ¿y qué? Realmente no tiene un impacto tan importante en México, es simplemente seguir haciendo las cosas que se están haciendo muy bien”, aseveró Vogeler.

En términos generales, también destacó la gobernanza de México, la cual ya está produciendo resultados, ya que trabajan en sintonía los sectores público y

privado. Es un tema que la OMT promueve: “siempre alentamos a los países a que trabajen en ello. México está haciendo un trabajo que se está viendo reflejado en muy buenos resultados”.

► **EXPECTATIVAS INTERNACIONALES**

A escala mundial se espera que el crecimiento se mantenga, pero será más lento. En los últimos siete años se ha sostenido en promedio de cuatro por ciento.

“Nuestra proyección de crecimiento de aquí al año 2030 es de 3.3% anual. No nos sorprendería que en el año 2017 no llegara al 4%, sería normal, porque cada vez es más difícil que el porcentaje se mantenga sobre bases absolutas más altas”, señaló.

GAMIFICATION

ARTURO VELÁSQUEZ

“Gamification” es una palabra que se está poniendo de moda entre profesionales de la publicidad y la mercadotecnia. En español hay quienes se refieren a esta actividad como “gamificación” o “ludificación”, pero ninguna de las dos existe en el diccionario de la RAE. Se trata de un concepto nacido en la última década en el mundo empresarial. Karl Kapp, uno de los expertos en esta área, la define como “el uso de las mecánicas del juego, el pensamiento y su estética para involucrar a la gente, motivar la acción, promover el aprendizaje y resolver problemas”.

Cada vez hay más aplicaciones de esta estrategia comercial, a la que se han sumado el sector financiero, el de salud, el retail y, por supuesto, la industria del turismo.

Numerosas cadenas de hoteles y líneas aéreas han puesto en práctica esta herramienta. Starwood Hotels & Resorts desarrolló una campaña el año pasado para dar a los miembros de su programa Starwood Preferred Guest la po-

sibilidad de ganar boletos para ir a la Serie Mundial de Beisbol, mediante un juego en línea.

Las aerolíneas también se han sumado a la diversión. Por ejemplo, el programa “Earn your wings”, de Air Canada, en donde los jugadores durante 2016 ganaron alas por registrarse, por cada despegue y aterrizaje, dependiendo del aeropuerto, y recolectando insignias. A los 10 mejores jugadores se les repartieron 10 millones de millas. La campaña “Go Big Bingo”, de Virgin America, es otro ejemplo.

En 1958 McCarthy definió las famosas 4P del marketing mix (producto, precio, posición y promoción), que sirvieron de base para crear las estrategias de marketing. Con el surgimiento del mundo digital, esta estrategia se basa en una serie de fases que inician con la creación de una página web, el posicionamiento SEO (Search Engine Optimization, enfocado a aparecer en los primeros lugares de los buscadores), el posicionamiento SEM (Search Engine Marketing, que busca optimizar los resultados de campañas publicitarias en la web, como Google Adwords), las redes



sociales (presencia en Facebook, Twitter, Instagram, etc.), y como una quinta etapa la gamificación, que busca crear fidelidad con los clientes a cambio de proporcionarles diversión y beneficios.

La gamificación busca motivar al cliente, impulsarlo a una acción e interesarlo en participar en alguna actividad, para divertirse, superarse en el juego, socializar, aumentar su destreza o ganar algo. El objetivo final es obtener

fidelidad, para que el cliente seleccione siempre una marca y, más aún, crear compromiso del cliente con la marca (engagement) que se encuentra en todas las estrategias de marketing.

Al ser la gamificación un tema abierto, sobre el que cada día surgen innovaciones, no puede decirse que existe una estrategia definitiva e infalible. El método de prueba y error sigue funcionando y se puede lograr un objetivo con-

creto a través de muchos caminos diferentes, por lo que hay que atreverse a experimentar. Vale la pena citar la frase de @BartBriers, uno de los grandes entusiastas de la gamificación: “fail fast, fail fair and see failure as a friend”.

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

El hotel del futuro

➤ Amadeus plantea las características de los centros de hospedaje para el futuro, considerando las preferencias de los viajeros y los cambios tecnológicos.

DAINA VÁZQUEZ

De acuerdo con un estudio de Amadeus, compañía de soluciones tecnológicas para el sector de los viajes en todo el mundo, los hoteles tienen que ofrecer más que sólo un alojamiento a las nuevas tribus de viajeros, de esta forma podrán competir con los que tienen sólo una cama y un techo.

El documento denominado: “Amadeus Traveler Tribes 2030: Beyond Air Travel”, menciona las dos palabras que harán la diferencia para el viajero: precio y conectividad.

El desafío para la industria hotelera se intensificará aún más en los



próximos 15 años, pero hay opciones para hacer frente a este escenario para aquellos que apostan por la in-

novación y la lealtad de sus clientes, el aspecto más importante es “conocer bien a las tribus de viajeros”.

Dentro de las tribus están los “Buscadores de Simplicidad”, para ellos es esencial tener un rápido check in y check out, sin colas o grandes burocracias.

En el caso de las tribus de “Puristas Culturales”, los hoteles tienen que ofrecer un ambiente más elegante y con una experiencia diferente, a partir de la gastronomía o una ubicación inusual.

La tribu de “Buscadores de Capital Social” es a los que les importa compartir cada momento de sus viajes en las redes sociales, y califican el hotel por el mismo medio.

A otro segmento de viajero se le denomina: “Los Cazadores de Recompensas”, con aquellos que buscan servicios exclusivos.

En cuanto a los “Viajeros por Obligación”, son los que están preocupados por su reunión del día siguiente, la información y los detalles sobre las instalaciones de cada hotel, lo que se opine en las redes sociales pueden ser un factor decisivo en la elección de alojamiento.

Los viajeros “Éticos” se fijan en temas de sostenibilidad, particularmente en comunidades rurales o de escasos recursos.

La pregunta en el futuro no será si los hoteles llevarán a cabo acciones específicas para las diferentes tribus, sino más bien quiénes las ejecutarán mejor y más rápido.

Si las cadenas hoteleras quieren competir eficazmente con los nuevos jugadores, tendrán que encontrar una forma híbrida de operar y proporcionar el mismo contenido en múltiples canales, para que las seis tribus puedan sentirse satisfechas.

Amadeus consideró que la tecnología será su principal aliada.

Sube el costo de los pasaportes

➤ El viajero deberá pagar entre 20 y 75 pesos más, según la vigencia del documento.



DAINA VÁZQUEZ

La Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) dio a conocer un incremento en el costo de la expedición de pasaportes del 3.2%, equivalente a la inflación, que se comenzó a aplicar a partir del primer día de este año.

En este sentido, para el documento que tenga una vigencia de un año se deberá pagar 545 pesos, por el de tres años serán mil 130 pesos, por el de seis años el costo será de mil 555 pesos y por el de 10 años se pagará dos mil 390 pesos.

Esto en comparación con los precios al cierre de 2016 que eran de 525 pesos por un año, por tres años de mil 95 pesos, por seis años de mil 505 pesos y por 10 años era de dos mil 315 pesos.

El trámite se puede realizar en delegaciones de la Ciudad de México, oficinas estatales y municipales de la SRE, a través de una cita previa.

Es importante tomar en cuenta que el trámite del documento se debe realizar de forma personal por cada solicitante dentro de las oficinas de la Secretaría.

Las personas mayores de 60 años y personas con discapacidad son acreedores a un 50% de descuento del precio

asignado a cada pasaporte, según su fecha de vigencia.

La dependencia federal anunció que también brindará algunos beneficios a personas que tengan contrato con empresas agrícolas en Canadá, quienes podrán disfrutar también de un 50% de descuento en el precio de su pasaporte.

En el caso de solicitar la emisión del pasaporte para un menor de 18 años de edad, se requiere del consentimiento de la madre y el padre, en su defecto, de quien legalmente ejerza tutoría.

En los casos en que la niña, niño o adolescente tenga derecho a la nacionalidad de otros países, es importante verificar qué implicaciones podría tener que la persona viaje a ese país.

En caso de que los menores de edad emprendan un viaje solos o en compañía de un adulto que no sea su padre, madre o tutor, saliendo de territorio nacional, se deberá contar con el Formato de Salida de Menores (SAM), el cual puede generarse en línea, y deberá estar firmado por alguna de las personas que ejerzan la patria potestad o la tutela para su validación.

Este formato deberá presentarse por triplicado, acompañado de copia fotostática y copia del acta de nacimiento de la persona menor de edad.



Cofece recopiló los temas relevantes de 2016

➤ Destacó las acciones anticompetitivas que afectaron el funcionamiento eficiente del mercado turístico.

La Comisión Federal de Competencia Económica (Cofece) emitió un documento denominado los “Quince hechos relevantes de 2016”, donde destacaron tres temas referentes a servicios del sector turístico del país.

El primer tema fue la sanción impuesta por 45 millones de pesos a tres navieras y a

tres personas físicas en Quintana Roo, por incurrir en prácticas monopólicas absolutas. En este caso se manipularon precios y se segmentó el mercado de transporte marítimo de pasajeros.

El segundo tema fue la emisión del dictamen preliminar por investigación en materia de insumos esenciales y barreras a la competencia en la asignación de slots en el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM).

Al respecto, la Cofece detalló que en el dictamen se concluyó que el procedimiento de acceso a la infraestructura para el aterrizaje y despegue en el AICM genera efectos anticompetitivos en los servicios de transporte aéreo que tienen como consecuencia ineficiencias en la asignación de los horarios y baja disponibilidad de éstos.

La forma en que actualmente se asignan los slots repercute en una limitada entrada de empresas nacionales e internacionales a ofrecer sus vuelos desde la Ciudad de México, bajo crecimiento de la industria, precios elevados y escasa innovación en rutas, todo ello en perjuicio de los consumidores.

El tercer tema se enfocó al condicionamiento de la concentración entre las

empresas Delta y Aeroméxico en el mercado de transporte aéreo de pasajeros.

La autoridad investigadora condicionó el acuerdo de cooperación entre ambas aerolíneas, por considerar que la operación originalmente planteada pondría en riesgo la competencia y libre concurrencia en el mercado de transporte aéreo de pasajeros entre México y Estados Unidos, tanto en rutas directas como en conexiones.

Entre las medidas que impuso a las empresas, está el ceder un número de slots en el AICM, equivalente a los que Delta utilizó en este aeropuerto en el 2015, a competidores que puedan prestar servicios de transporte aéreo regular de pasajeros entre México y Estados Unidos.

“La forma actual de asignar los slots repercute en bajo crecimiento de la industria, precios elevados y escasa innovación en rutas”.

GENTE DEL TURISMO

Sergio Allard, reelecto en Canaero

Por segundo año consecutivo, Sergio Allard, director ejecutivo de Talento y Relaciones Institucionales de Aeroméxico, se mantiene como presidente de la Cámara Nacional de Aerotransportes (Canaero).



Fue reelegido de forma unánime por la Asamblea General de Afiliados para el periodo 2017. Su Plan de Trabajo contiene cinco ejes principales.

En la reunión del Consejo Directivo, integrado por representantes de líneas aéreas nacionales, internacionales y de carga, así como de taxis aéreos y empresas prestadoras de servicio con operación en México, también se eligió a la Mesa Directiva.

Para Allard, el 2016 fue relevante en la historia reciente de la Canaero por participar activamente en temas que han transformado al sector aéreo, entre los que destacan la entrada en vigor del Nuevo Acuerdo Bilateral de Transporte Aéreo con Estados Unidos, los avances en la construcción del NAICM, la modernización de los procesos de migración y aduanas, así como la iniciativa para mejorar los derechos de los pasajeros.

La Mesa Directiva quedó conformada así: José Luis Suárez, de Volaris; Yuri Salinas, de Viva Aerobús; Luis Noriega, de Air Canada; y Alejandro Alonso, de Aerolíneas Ejecutivas, serán primer, segundo, tercero y cuarto vicepresidentes, respectivamente. En tanto que Luis Sierra, de Mas Air, será secretario y Mario del Ángel, de Aeromar, tesorero.

Cambios de directivos en Delta

Ante la aprobación del Acuerdo de Cooperación Conjunta (JCA, por sus siglas en inglés) entre Delta y Aeroméxico, las compañías anunciaron dos cambios de liderazgo a medida que se preparan para establecer la mayor alianza transfronteriza entre México y Estados Unidos, en ampliar la competencia y en beneficiar a sus clientes.



Mike Medeiros

Mike Medeiros será director ejecutivo de Operaciones y Mantenimiento de Aeroméxico, reportando directamente a Andrés Conesa, CEO de Aeroméxico. Desde que se unió a Delta en 1988, desempeñó importantes funciones operativas, comerciales y de apoyo corporativo a través de la aerolínea.

Su liderazgo como vicepresidente de Seattle ayudó a establecer a Delta como el mayor operador global de la ciudad, Medeiros obtuvo experiencia operacional en su anterior cargo como vicepresidente de Operaciones de Nueva York, con sede en JFK.

Bajo su liderazgo, Delta creció vuelos en JFK por más de 300%, mejoró operaciones y negoció el traslado de Delta a la Terminal 4.



Nicolás Ferri

Nicolás Ferri, actual vicepresidente de Delta para América Latina y el Caribe, será vicepresidente para México y para el negocio conjunto de las aerolíneas, reportará a Steve Sear, presidente Internacional y E.V.P. de Ventas Globales de Delta.

En esta función, Ferri supervisará la actividad comercial de Delta en México y la ejecución del acuerdo basado en el principio de "lo mejor en cada uno de nosotros".

Durante sus seis años con Delta, Ferri operó en Atlanta y en Sao Paulo para realizar la transformación regional. Tiene una sólida trayectoria en los mundos comercial y de alianzas.

"Estos movimientos estratégicos son fundamentales para nuestra asociación con Aeroméxico y para ayudar a ambas aerolíneas a lograr sinergias entre nuestras operaciones y entidades comerciales", dijo el CEO de Delta, Ed Bastian.

Se anunciarán próximamente nuevos oficiales para Delta en Seattle y en el resto de América Latina.

Rajiv Rajian, ahora en Amadeus

Amadeus le otorgó a Rajiv Rajian el cargo de Global Head of Business Travel, el cual ya es efectivo.

Su objetivo es impulsar en todo el mundo el crecimiento continuo de los tres pilares de la división Business Travel de Amadeus: las compañías globales de gestión de viajes, los clientes de Speciality y Networks, y las empresas.

Además, dirige las firmas que operan en los mercados verticales de los viajes gestionados, así como a los sectores marítimo y energético, y a los clientes de franquicias y redes.

Se ocupará de ampliar la cartera de Business Travel, donde se incluye la solución Amadeus Cytric Travel & Expense, y de seguir prestando apoyo a los más de 11 mil clientes que, en la



actualidad, utilizan las herramientas de reserva *on line* de la empresa.

Rajian aportará a Amadeus veinte años de experiencia en el sector de viajes, con un historial de éxitos en ámbitos como los viajes de negocios, el marketing de productos, la estrategia empresarial y la actividad de fusiones y adquisiciones.

Su último puesto fue como vicepresidente de Ventas Globales y Administración de Cuentas.

Visit Florida tiene nuevo presidente y CEO

Ken Lawson fue nombrado como nuevo presidente y CEO de Visit Florida, por la mesa directiva.

La elección se dio a partir de votos unánimes de la mesa directiva. Servía como secretario del Departamento de Regulaciones Comerciales y Profesionales de Florida (DBPR, por sus siglas en inglés).

"El trabajo que Visit Florida realiza para promover el turismo es vital para continuar con el crecimiento de la economía del estado. Teniendo a alguien con la sólida experiencia en liderazgo, es seguro que el éxito continuará", mencionó William D. Talbert III CDME, presidente y CEO de la Alta Mesa de Convenciones y Visitantes de Miami y presidente de la mesa directiva de Visit.

Lawson fue auditor general de la Infantería de Marina de Norteamérica y pasó 12 años sirviendo y protegiendo a la sociedad civil en numerosas posiciones regulatorias. Su más reciente trabajo fue supervisar restaurantes, hoteles y alquileres vacacionales por seis años con el DBPR.



EVENTOS DEL TURISMO

Reconocimiento a Tepoztlán en Fitur

Durante la edición 37 de la Feria Internacional de Turismo (Fitur), en Madrid, España, Tepoztlán recibió el premio al Mejor Producto de Turismo Activo Internacional 2017.

La secretaria de Turismo de Morelos, Mónica Reyes, recibió el premio a nombre del gobernador Graco Ramírez, dijo que se trata de un reconocimiento al trabajo de más de 45 mil

familias que se dedican al turismo en la entidad, que a nombre de México obtiene un premio por la apuesta a la diversificación de la oferta con altos estándares de calidad y calidez.

"Somos el único estado en México en obtener este premio internacional. El proyecto 'Tepoztlán, Magia y Cultura' incluye 18 experiencias turísticas", señaló.



Copa Airlines reconocida por su puntualidad

Copa Airlines fue nombrada "La segunda aerolínea más puntual del mundo", por la empresa de análisis aeronáutico OAG, Official Airline Guide de Londres.

Durante el 2016 obtuvo un índice de puntualidad de 88.75%, que la ubica, por segundo año consecutivo, como la segunda dentro de las 20 aerolíneas de largo recorrido más puntuales del mundo.

Además, fue premiada por cuarto año consecutivo como "la aerolínea más puntual de Latinoamérica", por la reconocida consultora internacional FlightStats, al ubicarse en el primer lugar en el ranking "On-Time Performance Service 2016" entre las principales aerolíneas de América Latina.

Pedro Heilbron, presidente ejecutivo de Copa Airlines, dijo: "es el resultado del compromiso y esfuerzo de todo el equipo humano, quienes con su trabajo nos permiten ratificar que la puntualidad es el principal factor de diferenciación en la competitiva industria de la aviación mundial".



La OMT premia a Guanajuato

La Organización Mundial de Turismo (OMT) le otorgó al gobierno del estado de Guanajuato el premio a la Excelencia y la Innovación en el Turismo, en su 13 Edición, en la categoría de Políticas Públicas y Gobernanza.

Con este premio, Guanajuato y México hacen historia en la OMT, ya que en la última década ningún destino mexicano había recibido esta distinción.

Fernando Olivera, titular de la Secretaría de Turismo de Guanajuato, recibió el premio y en su mensaje afirmó: "es un gran honor para la entidad y para México recibir este reconocimiento".

El galardón se atribuye por incluir el desarrollo de la actividad turística dentro del eje denominado "Econo-



mía para las personas", a través del cual la entidad impulsa la competitividad y sustentabilidad del sector.

Entre las estrategias aplicadas están que a partir del año 2012 se trazaron metas y actividades orientadas a posicionar a la entidad como el Destino Cultural de México.

Inauguran el Tren Turístico Puebla-Cholula

El presidente Enrique Peña Nieto y el gobernador Rafael Moreno Valle inauguraron el Tren Turístico Puebla-Cholula y el Museo Regional, en el primer proyecto se invirtieron mil 113 millones de pesos y en el segundo 206 millones.

El tren ligero suburbano recorre 17.2 kilómetros, pasando por cuatro municipios: Puebla, San Pedro Cholula, San Andrés Cholula y Cuautlancingo.

Corre a una velocidad promedio de 35 km/hr, tiene dos terminales y tres estaciones, este trayecto lo realiza en 40 minutos; además tiene programadas siete corridas diarias y 11 los fines de semana.

Opera dos trenes con capacidad para 280 personas cada uno. Las tarifas son: 60 pesos para el turismo foráneo, 30 pesos



para el local y 13 pesos para quienes lo utilicen de manera habitual.

También fue inaugurado el Museo Regional de Cholula, donde hace parada el Tren Turístico, está ubicado en el antiguo Hospital Psiquiátrico de Cholula.

Este museo cuenta con ocho salas de exposición, archivos fotográficos y diferentes acervos.

The Ritz-Carlton Cancún aplica prácticas sustentables

El distintivo de "Hotel Hidro Sustentable" fue otorgado a The Ritz-Carlton Cancún por segundo año consecutivo, debido a que está comprometido con las prácticas de uso y conservación de agua.

El premio reconoce las mejoras en la infraestructura en sistemas de drenaje, una planta de tratamiento de osmosis y cisternas adicionales para almacenamiento de agua.

El premio también destaca sistemas de ahorro de agua en todas las áreas del hotel, incluyendo habitaciones, áreas públicas y de trabajo.

Adicionalmente, el hotel es considerado por la Alianza por la Sustentabilidad Hídrica en el Turismo como "el mejor en su clase", que comprende el personal del lugar y su plan de formación enfocado a dichos temas.

Estas iniciativas, junto con las políticas ambientales adicionales y procedimientos han convertido al resort en líder comprometido con el medio ambiente.

Apertura del Holiday Inn Resort Mazatlán

InterContinental Hotels Group (IHG) anunció la apertura del hotel Holiday Inn Resort Mazatlán, con 164 habitaciones. Es la primera de esa marca en Sinaloa y hay tres más en el país: Acapulco, Los Cabos e Ixtapa.

Gerardo Murray, vicepresidente regional de Marcas y Mercadotecnia para IHG en México, América Latina y el Caribe, dijo: "con la apertura del hotel, IHG continúa expandiendo la presencia de sus marcas a lo largo de la Costa del Pacífico, en uno de los destinos de playa más hermosos de México. Nos complace dar la bienvenida a la familia IHG".

Se ubica en Playa Gaviotas, en la Zona Dorada, a poca distancia del Malecón, el cual es el más grande en México y el más largo en América Latina. Está muy cercano al Centro Histórico y a 30 minutos del Aeropuerto Internacional Rafael Buelna.



¿Te vas a cambiar de oficina?

PERIÓDICO VIAJE

Actualiza tus datos con nuestro departamento de suscripciones:

55344909 y 55344816

o a: suscripciones@eisa.travel



Turismo en Edomex

Con nueve Pueblos Mágicos, extraordinario clima en cada uno de ellos, gastronomía, cultura y conectividad aérea y terrestre, el Estado de México se convierte en el destino ideal para vacacionar con toda la familia.



» Valle de Bravo

Tiene un clima agradable y las condiciones idóneas para realizar actividades al aire libre como la práctica de bici de montaña, esquí acuático, vuelo en parapente y ala delta.

Además de sus rasgos coloniales reflejados en las fachadas, calles empedradas y techos de teja, es famoso por la presa Miguel Alemán que en verano estará lista para la práctica de vela, paseos en lancha y más. Tiene atractivos naturales como el Velo de Novia, en Avándaro, y la Cascada de El Molino.

» Malinalco

Aquí se encuentra el único templo monolítico del mundo occidental. Se trata del templo prehispánico de Cuauhtinchán que se erige en el popularmente conocido Cerro de los Ídolos. Durante la época prehispánica en este lugar se entrenaban y se les daba ordenación a los valerosos guerreros Águila y Jaguar de origen Azteca.

También se encuentra el impresionante Ex Convento de la Transfiguración y la Parroquia del Divino Salvador de estilo plateresco, fundados por los frailes agustinos en 1543.



» Villa del Carbón

Este Pueblo Mágico es la opción para actividades acuáticas. El Centro Vacacional Chinguirito es un paraíso con albercas techadas y chapoteaderos, cabañas, restaurante y asadores, rodeado de montañas y bosques, ideales para este verano.



El Balneario Las Cascadas, en el Paraje San Rafael es otro atractivo acuático. La Presa Taxhimay, construida en 1934, hundió al Pueblo de San Luis Taxhimay y sobresale aún la emblemática torre de la iglesia que emerge de sus aguas. Aquí se practica esquí acuático y pesca de trucha.

» Ixtapan de la Sal

Cuenta con un inmejorable clima para disfrutar del Parque Acuático más grande del continente, el cual cuenta con alberca de olas, toboganes, ríos salvajes y más.

También es para el descanso, la salud y el bienestar. El Balneario Municipal ofrece aguas termales y podrás encontrar algunos spa's para olvidar el estrés del trabajo.

Cerca de este Pueblo Mágico se encuentra Tonicato, un Pueblo con Encanto acogedor que alberga una de las maravillas naturales más importantes del Estado de México, las Grutas de la Estrella.



» Tepotzotlán

La riqueza cultural de la entidad se refleja en el Museo Nacional del Virreinato, ubicado dentro del Colegio de San Francisco Javier. Construido por religiosos jesuitas, se considera como una joya de la arquitectura barroca del siglo XVIII en México y actualmente también alberga presentaciones artísticas reconocidas.

Los Arcos del Sitio (o Acueducto de Xalpa), datan del siglo XVIII, se ubican a 23 kilómetros de Tepotzotlán por la carretera a Villa del Carbón y el Parque Ecológico Xochitla.



» Aculco

Es Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO al albergar parte del Camino Real de Tierra Adentro, este Pueblo Mágico es famoso por sus exquisitos quesos, cremas, mantequilla y dulces de leche de gran calidad, además de escamoles, carnitas, barbacoa, mole de olla, charales en salsa verde, entre muchos otros platillos.

El Ex Convento de San Jerónimo, que data de 1540 y la Parroquia del mismo nombre cuentan con un bello estilo barroco novohispano. La Cascada de la Concepción está formada por prismas basálticos de más de 25 metros de altura ideales para practicar el rapel y la tirolesa.

» Teotihuacán

El atractivo más importante en el Estado de México es la Zona Arqueológica de Teotihuacán, declarada Patrimonio Mundial de la Humanidad por la UNESCO en 1987.

Se encuentra a 52 kilómetros de la Ciudad de México, Las Pirámides de la Luna y del Sol, son una pequeña muestra del gran esplendor de esta cultura.

Cuenta con Museo de Sitio, además los 365 días del año se realizan vuelos en globos aerostáticos y en noviembre se reanuda la segunda etapa de la Experiencia Nocturna.



» Metepec

En este Pueblo Mágico podrás encontrar la artesanía más reconocida de la entidad: el Árbol de la Vida. Es un trabajo en barro y representa diferentes aspectos de la vida y la naturaleza. Dicha obra la puedes adquirir en las calles del centro del bello municipio, ubicado a 20 minutos de Toluca.

Otros atractivos a visitar son: La Iglesia del Calvario enclavada en el Cerro de los Magueyes; La Iglesia y Ex Convento de San Juan Bautista del siglo XVI, y el Museo del Barro.

» El Oro

Se caracteriza por las decoraciones estilo art nouveau del Palacio del Ayuntamiento, en su vestíbulo se puede admirar el mural que cuenta la historia del enigmático pueblo minero. El Teatro Juárez, con su estilo neoclásico, es otra joya del siglo XVIII.

Las presas Brockman y Victoria están rodeadas de hermosos bosques, ofrecen pesca deportiva, paseos en lancha y a caballo, y pernocta en cabañas. En la Estación del Ferrocarril y el Museo de la Minería encuentras una colección de documentos históricos invaluable.

En el Socavón San Juan puedes disfrutar de un recorrido subterráneo de 900 metros.

