

**EVENTO**

El tema relevante del World Travel Market en Londres, será: "La importancia de un equipo de contenidos".



Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO XCIX AÑO 6 OCTUBRE DE 2017



# El turismo se recuperará de los terremotos de septiembre

Los empresarios del sector solicitarán incentivos fiscales ante la problemática financiera que se les avecina, particularmente los hoteleros.

➤ **PÁGS. 8 y 9**

**OMT.** El mundo tiene los ojos puestos en "el turismo contemporáneo mexicano", por las estrategias aplicadas.

**PÁG 7**

**NOVEDADES.** El Silver Moon estará navegando en 2020, ofrecerá lujo y exclusividad para consentir a sus pasajeros.

**PÁG 10**

**CUMPLIMIENTO.** Si la DGAC aprueba las políticas de compensación de las aerolíneas, podrían aplicar en noviembre.

**PÁG 11**

CONGRESOS Y CONVENCIONES

# Uniendo la industria del turismo, WTM Londres 2017

Del 6 al 8 de noviembre se realizarán citas de negocios y otras actividades.

MARGARITA SOLÍS

La edición 37 del World Travel Market, que se celebrará en noviembre próximo en Londres, Reino Unido, tendrá como tema central: "Cómo construir un equipo de contenido ideal".

En los últimos 18 meses, muchos de los principales destinos y operadores turísticos han adaptado rápidamente su enfoque para dar prioridad a la comercialización de contenidos, lo que se convirtió en el componente para interactuar en línea con los visitantes potenciales.

El WTM Londres 2017, que se realizará los días 6, 7 y 8 de noviembre, y que es considerado el evento mundial líder para la industria de viajes, tendrá una amplia lista de oradores, son expertos en marketing digital en turismo.

Digital Tourism Think Tank (#DTTT) explorará esta tendencia más a fondo y buscará específicamente cómo construir un equipo de "Dream Content", esto será el martes 7 de noviembre en el escenario principal de WTM.

Nick Hall, fundador del grupo de reflexión sobre turismo digital y experto en marketing global de destino, moderará la sesión y tratará de entender cómo los equipos se están reinventando para estar más listos y cómo están uniendo talento creativo poniendo énfasis en el flujo de trabajo editorial.

"Vamos a ver qué habilidades son necesarias, cuánto tiempo es

probable que tome, lo que debe y no debe considerarse en este viaje y cómo un gran equipo de contenido debe funcionar en el día a día", explicó Hall.

Otra masterclass será la impartida por Mark Henry, director de Marketing Central de Turismo en Irlanda, compartirá la experiencia de cómo han incorporado en su campaña de marketing la historia de la serie televisiva Game of Thrones.

Ross Borden, fundador de Matador Network, compartirá sus conocimientos sobre la creación de una red global de creadores; Robert Wells, gerente de Marketing de Evaneos, hablará sobre la comunicación de historias auténticamente locales; Bart van Poll, co-fundador de Spotted by Locals, discutirá cómo trabajan con los embajadores locales; y Simon Lewis, de Travel Concept Solutions, compartirá sus noticias de una campaña recientemente exitosa.

"La sesión de Nick Hall será imprescindible para aquellos que buscan actualizar su estrategia de marketing de contenido o simplemente quieren mantenerse por delante del juego", dijo Charlotte Sutton, directora de Seminarios y Portafolios del WTM.

"Las sesiones de Think Tank en WTM han sido siempre una opción muy popular por traer las mejores tendencias y los principales oradores, quienes compar-



### INFORMACIÓN ÚTIL

Lugar del evento: **ExCel London.**  
 Ubicación: **One Western Gateway, Royal Victoria Dock.**  
 Teléfono: **+44-20-8271-2160.**  
 Registro: **http://london.wtm.com/register**  
 Calendario: **Lunes 6 noviembre 2017 (sólo invitados).**  
**Martes 7.**  
**Miércoles 8.**  
 Horario: **10:00 a 18:00 horas.**

ten sus conocimientos y mejores prácticas", agregó Sutton.

Para el 8 de noviembre, el Think Tank Digital Tourism también llevará a cabo la sesión titulada: "La era de la tecnología inteligente en viajes".

WTM Londres es el principal evento mundial para la industria de viajes, ahí se reúnen

profesionales para realizar negocios.

"Es la concentración de todos los posibles jugadores de la industria de viajes, provienen de todas partes del mundo, ese es el secreto de este evento excepcional", afirmó Patrizia Pilosi, de Travelfusion.

Este evento mundial genera contratos comerciales entre asistentes con un valor total de más de 2.8 mil millones de libras esterlinas.

Durante tres días, integrantes de la industria del turismo establecen contacto con 51 mil profesionales de los viajes, compradores, periodistas, influenciadores digitales, estudiantes y ministros de turismo.

"Este vibrante evento ofrece la oportunidad de descubrir el mundo bajo un mismo techo e inspirarse en los líderes de la industria discutiendo tendencias, problemas e innovaciones en la industria de viajes", agregó Sutton.

## ESTE OTOÑO ;TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

CON **Endless Privileges®, Unlimited-Luxury® y Unlimited Fun®**

de AGOSTO 20 a DICIEMBRE 15, 2017

EN DREAMS, NOW y SUNSCAPE RESORTS & SPAS NIÑOS GRATIS\*  
 \*CONSULTE HOTELES PARTICIPANTES, APLICAN RESTRICCIONES.  
 Habitaciones de lujo • Todos los alimentos 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...

CANCÚN		COZUMEL		HUATULCO		ISLAMUJERES	
DREAMS SANDS CANCUN	\$2,105	SUNSCAPE SABOR COZUMEL	\$1,200	DREAMS HUATULCO	\$1,829	ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES	\$4,979
SECRETS THE VINE CANCUN	\$3,999	SECRETS AURA COZUMEL	\$2,305	SECRETS HUATULCO(2)	\$2,105		
IXTAPA		LOS CABOS/CABO SAN LUCAS		NUEVOVALLARTA		PLAYA MUJERES	
SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA(4)	\$1,415	DREAMS LOS CABOS(5)	\$2,849	DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA(6)	\$1,869	SECRETS PLAYA MUJERES	\$2,940
		SECRETS PUERTO LOS CABOS	\$3,199			DREAMS PLAYA MUJERES(7)	\$2,949
		BREATHLESS CABO SAN LUCAS(9)	\$3,345				
PUERTO VALLARTA		RIVIERA CANCÚN/RIVIERA MAYA					
SUNSCAPE PUERTO VALLARTA(3)	\$1,355	DREAMS PUERTO AVENTURAS	\$1,965	DREAMS TULUM	\$2,640		
NOW AMBER PUERTO VALLARTA	\$2,395	NOW JADE RIVIERA CANCUN	\$2,385	SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN(2)	\$3,015		
SECRETS VALLARTA BAY	\$2,515	NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN	\$2,385	SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA	\$3,379		
		SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN(2)	\$2,475	SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN(4)	\$3,835		
		DREAMS RIVIERA CANCUN	\$2,485	BREATHLESS RIVIERA CANCUN(8)	\$3,835		
				ZOETRY PARAISO DE LA BONITA RIV. MAYA(10)	\$5,265		

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 (4) Niños Gratis de domingo a jueves hasta octubre 31, 2017; No aplica en paquetes (5) \$2,969 de oct. 01 a Nov. 18, 2017 (6) 4a. Noche Gratis en habitación Xhale club suite marina view de Sept. 18 a Dic. 22, 2017 (7) \$2,485 de oct. 01 al 04, 2017 (8) 4a. Noche Gratis en habitación Allure Junior Suite Ocean Front de Sept. 17 a Dic. 27, 2017.

SECRETES RESORTS & SPAS y BREATHLESS RESORTS & SPAS, SÓLO ADULTOS MAYORES DE 18 AÑOS

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

Costa Rica | Curaçao | Jamaica: Montego Bay | México: Akumal • Cancún • Cozumel • Huatulco • Isla Mujeres • Ixtapa • Los Cabos  
 Nuevo Vallarta • Playa del Carmen (2019) • Playa Mujeres • Puerto Aventuras • Puerto Vallarta • Riviera Cancún • Riviera Maya • Tulum  
 Panamá | Puerto Rico (2019) | 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 IFTI y registrado en el Padrón Nacional de Medios Impresos de la SEGOB.

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 6, No. 99, octubre 2017, es una publicación mensual editada por Eisa Multimedia S. A. de C.V. y Media Más, S.A. Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 0155(5)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. 04-2012-08101732800-101 otorgado por la Dirección de Reservas de Derechos del Instituto Nacional de Derechos de Autor. ● ISSN (en trámite). ● CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO Y CONTENIDO No. 15280 otorgado por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. ● PERMISO SEPOMEX No (en trámite). ● Este número se terminó de imprimir en Servicios Profesionales S.A. de C.V. Mimosas No. 31, Col. Sta. María Insurgentes, Del. Cuauhtémoc, C.P. 64030, México, D.F. el 28 de septiembre de 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.

# Importancia del tema turístico en la renegociación del TLCAN

➤ La participación de los integrantes del sector lo llevaría a ser más productivo.

BEDILIA BRIZUELA

Este año inició la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y no se ha dado a conocer lo relacionado con el tema turístico. Al respecto, Armando Bojórquez, presidente de la Confederación de Organizaciones Turísticas de América Latina (COTAL), dijo que no han sido convocados ni con el tema de México y mucho menos en lo referente a la región.

Señaló que el problema con el TLCAN es la restricción que se establece en los mecanismos para otorgar visas, lo que hace que México sea más estricto; por ejemplo, para Centro y Sudamérica, particularmente con Bolivia y Cuba, y de otros países como China o de Oriente.



“Si (el Tratado) llegara a romperse, podría afectar directamente a Estados Unidos más que a México, porque México podría más bien aprovechar y brindar más facilidades para que la gente venga a nuestro país, o crear otros medios para atraer turismo”, comentó Bojórquez.

Para Fernando Soler, director de la Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes y expresidente de COTAL, así como ex vicepresidente del Consejo de Negocios de la OMT, es muy importante que la confederación se encuentre negociando dentro del Tratado porque el negocio del turismo lo crean los particulares.

Explicó que por el hecho de que COTAL engloba todas las industrias turísticas, desde hotelería, aerolíneas y restaurera,

es importante que esté dentro de la negociación junto con otros organismos, para que el turismo, que se supone es netamente privado en todos sus aspectos, sea más productivo.

De acuerdo con Soler, el gobierno es únicamente el facilitador de toda la infraestructura necesaria, pero el negocio lo hacen al cien por ciento los particulares.

“Sólo somos nosotros quienes ponemos nuestro capital y esfuerzo para que sea una actividad productiva para el país. Era importante que el presidente de COTAL estuviera en esas negociaciones por lo que significa para México”, dijo Soler, quien también es asesor de diversas ferias internacionales como el ITB Berlín, el WTM de Londres y el BTL de Lisboa.

# Los viajes de lujo se fortalecen en Norteamérica

➤ El reporte de Skift detectó tres tendencias: sentido, simplicidad y transformación.

En la sexta edición de ILTM Americas 2017, el evento más importante en el mundo de viajes de lujo, se dio a conocer que Norteamérica se vislumbra como una de las regiones de mayor crecimiento en viajes de lujo al 2025. Se detalló que México cuenta con la mayor oferta de instalaciones de lujo en el mercado Latinoamericano; y el futuro del país en este segmento es muy optimista, impulsado por el crecimiento de la clase media alta, quienes buscan diferenciarse entre sí.

México, Canadá y Estados Unidos son destinos en los que el mercado de lujo está creciendo un tercio más rápido que la industria global de viajes, informó International Luxury Travel Market (ILTM).

Al evento asistieron más de 600 expositores y compradores



internacionales, se reunieron entre el 25 y el 28 de septiembre en Riviera Maya, una de las ocho capitales del turismo de lujo.

Los proveedores de servicios turísticos de lujo participaron en 17 mil citas de negocios uno a uno durante 15 minutos.



En el reporte presentado por Skift en asociación con ILTM, se detalló que las marcas de lujo de la hospitalidad y los hoteles independientes se están esforzando por incrementar la lealtad de sus clientes en un mercado cada vez más competido, alineando su identidad de marca con las prioridades de estilo de vida de los viajeros.

Para el nuevo Informe de Tendencias elaborado por Skift, denominado “Construyendo amor a la marca y lealtad en la hospitalidad de lujo”, se encuestó a mil 350 viajeros premium para entender como sus prioridades de viaje han cambiado en los últimos 3 a 5 años.

La primera respuesta mostró una creciente demanda de experiencias que “muestren una nueva perspectiva del mundo”, seguida por “probando nuevos restaurantes

y experiencias culinarias” y “explorando barrios locales para descubrir lugares únicos”.

También se reportó que el mercado global de consumo de lujo creció un 4% en 2016 alcanzando un estimado de 1.06 mil millones de dólares.

La afectación de situaciones estresantes que incluyen eventos mundiales, política y medio ambiente, han instaurado una creciente demanda de experiencias de viaje que han creado tres nuevas tendencias: sentido, simplicidad y transformación.

La investigación muestra que los viajeros de lujo ahora están confiando más en las empresas y asesores de viajes para guiarlos en sus viajes personales, así como las marcas de viajes que también están personalizando sus productos para que coincida con los deseos específicos del consumidor individual. (Redacción)

**FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO**

**13-28 DE OCTUBRE 2017**  
Guanajuato, México

**FRANCIA**  
**ESTADO DE MÉXICO**  
Invitados de honor

**LEÓN**  
**GUANAJUATO**  
**IRAPUATO**  
**SALAMANCA**  
**CELAYA**

**GUANAJUATO**  
! Si sabe !

**GUANAJUATO**  
EL DESTINO CULTURAL DE MÉXICO

**GUANAJUATO**  
Secretaría de Turismo

guanajuatosisabe.com  
guanajuato.mx

Logos: NISSAN VEGUSA, GANIHAC, LE CORDON BLEU MEXICO, FESTIVAL INTERNACIONAL CERVANTINO, GUANAJUATO, UNIVERSIDAD DE GUANAJUATO.

## Los Cabos apuesta a los servicios Prémium

En el destino se han inaugurado nuevas marcas hoteleras como Paradisus, que hasta hace unos años fue Meliá.



NALLELY CAMPOS

Alrededor de 35 millones de dólares fueron invertidos en la transformación del hotel Meliá Cabo Real, en Paradisus Los Cabos, convirtiéndose de esta manera en la novena propiedad de la marca a nivel mundial y la cuarta en México.

El hotel se ubica a 25 minutos del aeropuerto de San José del Cabo y una de sus características más sobresalientes es que se localiza en la mayor área de playa apta para nadadores en el corredor de Los Cabos. Además, está rodeado por un campo de golf privado (Cabo Real Golf Course), con una extensión de 5.9 hectáreas.

El área de eventos es también uno de los principales atractivos de la propiedad. Ofrece uno de los centros de convenciones más grandes de Los Cabos, con un salón tipo auditorio, cuya capacidad es de mil 100 personas y diez salas de descanso.



“Estamos encantados de traer Paradisus Resorts a un destino de viaje tan prometedor en México y estamos seguros de que nuestra nueva propiedad en Los Cabos será muy bien recibida, sobre todo por visitantes en grupos, debido a que el hotel cuenta con el centro de convenciones más grande en el destino”, comentó Álvaro Tejeda, vicepresidente de la región de Las Américas de Meliá Hotels International.

### EXPANSIÓN DE LUJO

La apertura del hotel Paradisus forma parte de un plan de expan-

sión turística que prevé para los próximos cinco años la construcción de nuevos hoteles de lujo, según datos proporcionados por el Fideicomiso de Turismo de Los Cabos.

La intención es continuar con la promoción del destino y la diversificación de productos y servicios, pues a pesar de que no es una región tan explotada turísticamente como Riviera Maya, su posición geográfica le ha llevado a ser el lugar de vacaciones de famosos de Hollywood, como George Clooney, Leonardo DiCaprio, Eva Longoria, Jessica Alba o Jennifer López, que van en busca de playas tranquilas y una temperatura media de 26 grados Celsius.

Y es que el destino es punto de interés turístico internacional por el espectáculo anual de la ballena gris, que busca las cálidas aguas del Pacífico y del Mar de Cortés para reproducirse y parir a sus crías.

Además, el Arco de Los Cabos, la formación rocosa en forma de arco que separa el océano Pacífico del Mar de Cortés, forma parte de la lista de Patrimonio de la Humanidad.



## Nuevo parque temático en Quintana Roo

Se llamará Amikoo y en tres años IUSAy Gala habrán concluido su construcción.

MARGARITA SOLIS

Millonarios proyectos turísticos se desarrollan en Quintana Roo. A su lista se suma uno que tendrá 24 atracciones que ofrecer a los viajeros, además de los ya tradicionales destinos de sol y playa de la entidad.

Los grupos IUSA y Gala invierten 840 millones de dólares para el parque temático y resort “Amikoo” en Riviera Maya. Se prevé la generación de nueve mil empleos directos y 36 mil indirectos. La idea y diseño del proyecto se inició hace tres años.

Carlos Peralta Quintero, presidente de Grupo IUSA, dio detalles del nuevo desarrollo turístico Amikoo, se construirá en dos etapas en una extensión de 120 hectáreas, respetarán las normas de sustentabilidad, por lo que 85 hectáreas serán parte de una reserva ecológica.

La primera de sus etapas estará terminada en noviembre de

2018, incluirá un resort de 320 habitaciones, un museo de antropología y arqueología maya, una arena de conciertos y alberca de olas.

En esta parte del proyecto destacan el simulador de vuelo denominado FlyOver México, que permitirá recrear la experiencia de sobrevolar los lugares más significativos del país. Y Mares de México, que será un simulador de expedición marina, así el visitante se sumergirá de forma virtual a las profundidades de los océanos y podrá admirar las especies que ahí habitan.

En la segunda etapa se prevé alcanzar la construcción de mil 200 habitaciones y un centro de convenciones. En total, tendrá 24 atracciones, además de hoteles y restaurantes, así el proyecto estará terminado entre los últimos meses de 2020.

Amikoo —que en maya quiere decir “amigo”— estará ubicado en Punta Maroma, en el municipio de Solidaridad, y se prevé que recibirá cuatro millones de visitantes al año.

## México, líder en la industria turística mundial

Sus estrategias aplicadas son de interés para otros países.

MARGARITA SOLIS

Las campañas y nuevos productos turísticos que empresas y autoridades han generado colocan a México entre la preferencia de los viajeros internacionales, afirmó Carlos Vogeler, director ejecutivo y regional para las Américas de la Organización Mundial de Turismo (OMT).

México debe estar consciente del peso específico que tiene en el mundo, dijo, y lo llamó “el turismo contemporáneo mexicano”.

“La gente en el mundo se está fijando permanentemente en lo que México hace y lo utiliza como ejemplo y como modelo, las estrategias que han seguido, las campañas de promoción que hace, los productos que diseña”, detalló Vogeler.



Uno de los elementos que diferencia a México es el que su gastronomía ha sido declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, es el único país de América Latina con este reconocimiento.

“Todo eso son valores que le otorgan al turismo contemporáneo mexicano un papel de liderazgo clarísimo”, manifestó.

Cabe recordar que la Secretaría de Turismo (Sectur) ha emprendido acciones relevantes,

como el movimiento Viajemos Todos por México, el cual busca que la población con menores recursos pueda conocer el país de forma económica.

Una de las campañas de promoción turística a nivel internacional que ha impulsado es “Mexico, Live it to Believe It”.

Uno más es el Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblo Mágicos, que han promovido una mayor concurrencia de recursos estatales, mejorando la infraestructura y fortaleciendo la colaboración entre instituciones del Gobierno Federal.

### TRAVEL WARNING

La seguridad de los viajeros se considera un tema básico para el crecimiento del turismo. Al respecto, Vogeler lanzó una recomendación a México, dijo que la iniciativa pública y privada debe

trabajar para eliminar la brecha entre la percepción y la realidad.

Explicó que las *travel warning* que se emiten respecto a la inseguridad en México, en ocasiones son muy generales, por lo que la percepción es que en todo el país existe este problema; sin embargo, los eventos son muy focalizados.

“En muchas ocasiones no coincide con las advertencias de viajes emitidas por otros países, por lo que se debe tener claro y difundir que esa inseguridad no se vive en todo el país”, comentó.

Por ello, enlistó los tres temas a vigilar para crear una imagen real de lo que sucede en México: el primero es emitir información con rigor, clara y precisa; el segundo, precisar el nombre de los destinos y cuál es su problemática; y tercero, actualizar las alertas internacionales que se emiten.

### SOY MÉXICO

Haz turismo sustentable. Sé un turista responsable.

### Maravillosos seres que surcan los mares y el cielo.

Cuando viajes, disfruta la naturaleza, disminuye la generación de residuos e infórmate cómo no dañar a los ecosistemas.

Esto es tuyo, conócelo y cuidalo.

#TurismoSustentable

<http://bit.ly/2017TurismoSustentable>

SECTUR  
SECRETARÍA DE TURISMO



MÉXICO

2017  
AÑO INTERNACIONAL  
DEL TURISMO SUSTENTABLE  
PARA EL DESARROLLO

MARGARITA SOLIS  
Y BEDILIA BRIZUELA

En el corto y mediano plazo se espera la recuperación de la industria turística en México, luego de los terremotos que afectaron gravemente la zona centro del país, así lo prevén autoridades y empresarios.

La invitación a los turistas nacionales e internacionales, por parte de todos los actores del turismo, es que no dejen de visitar el país, para ello ya se planean diversas campañas que muestren al mundo cómo se encuentra México.

El sector hotelero solicitará, a través de la Secretaría de Turismo (Sectur), incentivos fiscales, debido a que el factor de ocupación hotelera llegó a cero por ciento.

Fue los pasados 7 y 19 de septiembre cuando se repitió la historia del sismo de 1985 en la Ciudad de México, aunque no en la misma magnitud; sin embargo, en este año los estados de Oaxaca, Chiapas, Puebla y Morelos también resultaron dañados.

#### EL PAPEL DE LAS AUTORIDADES

Fue Enrique de la Madrid, titular de la Sectur, el primero en invitar a los turistas del mundo a mantener su apoyo hacia México continuando con sus planes de viaje, compartiendo sus experiencias y recomendando a sus amigos, familia y colegas que visiten el país.



**Alentamos a todos a apoyar a México en este momento, manteniendo sus planes de viaje y futuras reservaciones para que el impacto financiero sea menor como resultado de los acontecimientos recientes”.**

ENRIQUE DE LA MADRID,  
SECRETARIO DE TURISMO.

Después de una inspección y recuento de los daños, De la Madrid informó que la infraestructura y los servicios turísticos no han sido afectados en las entidades donde se vivieron los sismos, ni en el resto de los principales destinos de los segmentos de sol y playa y de negocios.

Cancún, Riviera Maya, Puerto Vallarta, Riviera Nayarit, Los Cabos, Acapulco, Ensenada, Guadalajara y Monterrey recibieron a los turistas y mantuvieron su trabajo para que los viajeros pudieran disfrutar de su estancia.

Al reiterar la invitación de viajar a nuestro país, destacó un punto muy importante: “el turismo contribuye a la economía de las comunidades en todo México”.

En una breve visita a México, Carlos Vogeler, director ejecutivo y regional para las Américas de la Organización Mundial del Turismo (OMT), aseveró que las afectaciones de los sismos que dañaron a México tendrán un efecto de corto plazo, debido a las medidas aplicadas por las instituciones públicas y privadas.

“Las ocupaciones hoteleras han tenido una repercusión a corto plazo. A mediano plazo yo creo que no la habrá. A medida que se ve cómo el país responde de una manera adecuada no debería padecerlo”, aseguró Vogeler.

Ante ello, también recomendó que se deben promover las visitas a las entidades que registraron mayores daños, como fue el caso de Oaxaca, Chiapas, Ciudad y Estado de México, Puebla y Morelos.

En el caso particular de Oaxaca y Chiapas, precisó que se deben generar los recursos necesarios para que la actividad turística se reactive lo antes posible, ya que es la forma de supervivencia de la mayor parte de su población.

“Tenemos que acudir porque no tienen otro tipo de recurso, nada más que ese”, agregó Vogeler.

#### IMPLICACIONES EN LA INDUSTRIA

Sobre el comportamiento de las reservaciones y contratación de paquetes turísticos, Lourdes Muñiz, directora de Mex Inca Travel y presidenta de la Comisión de Turismo de la Coparmex, señaló que en la empresa que ella dirige realizaron entre 20% y 25% de cancelaciones.

Aunque comentó que también les solicitaron cambios de fechas, luego de confirmarles a sus clientes que la infraestructura en la ciudad era segura.

“En un inicio, la gente, en un impulso por las mismas noticias, se apresuró y tomó esa decisión (cancelar). Ahora estamos haciendo cambios de fecha, ya estaba en su pensamiento venir a la Ciudad de México, hacer una serie de visitas, entonces sí lo harán”, indicó Muñiz.

En Chiapas, donde pasó el primer sismo, hay un mayor número de cancelaciones. San Cristóbal de las Casas y San Juan Chamula fueron afectados.

# Afectaciones del S-19 en la industria turística

El Turismo de Negocios se reactivará más rápido. Serán fundamentales las campañas de promoción.



Catedral de Oaxaca.

El mismo secretario de Turismo de Chiapas, Mario Uvence, envió a todas las agencias de viajes información respecto a que la infraestructura hotelera y carretera están en óptimas condiciones.

#### EN HOTELES

De acuerdo con Rafael García, presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles y Moteles (AMHM), las can-



**A pesar de que los destinos afectados puedan tener complicaciones en cuanto a Turismo Leisure, los viajes de negocios no se van a detener, ni las juntas de trabajo. Hay que mantener en alto el puño y con mucho ánimo”.**

ROBERTO IBARRA,  
COORDINADOR GENERAL  
DE COMIR.

celaciones de reservaciones en la Ciudad de México fueron inmediatas.

El directivo no negó que durante los primeros días, después del temblor del 19 de septiembre, las cancelaciones fueron masivas, se encontraban entre 8% y 10% de ocupación, algunos hoteles estaban al cero por ciento.

Reconoció que algunos viajeros internacionales no realizarán su visita, ya que son vacaciones que planearon con meses y hasta años de anticipación y no podrán posponerlas.

Cálculos de especialistas presentados a García, dicen que la recuperación en la industria hotelera tardará de tres a seis meses, dependerá de la confianza de los viajeros para que se reactiven las reservaciones.

García prevé un rompimiento económico, debido a que algunos iban al día en sus gastos de operación, a eso debe sumarse que algunos hoteles tendrán que invertir en reparaciones o reconstrucción, sin ningún cuarto ocupado y realizaron reembolsos por cancelaciones.

“Aplicamos la política de regresar todo (el dinero), cero comisiones de



San Cristóbal de las Casas.



**Pedimos a las autoridades que volteen a ver al sector hotelero, y a otros sectores, con apoyos fiscales”.**

RAFAEL GARCÍA,  
PRESIDENTE DE LA  
AMHM.

castigo. Estamos aplicando un plan de devolver todo”, comentó García.

Ante la problemática financiera que se les presentará, ya solicitan incentivos fiscales a través de la Sectur, principalmente en los destinos afectados.

La Ciudad de México tiene 600 hoteles, 300 de calidad turística y

## PORTADA

como en el terremoto de 1985, que había entre 30% y 40% de la hotelería afectada”, recordó.

Para García, la promoción que se haga en un futuro deberá ser muy objetiva e incluir testimonios de figuras internacionales que decidieron continuar con sus espectáculos, como los casos de los conciertos de Paul McCartney y U2, o como el Formula 1 y el Día de Muertos en la CDMX.

#### LOS NEGOCIOS

García afirmó que el hombre de negocios va a regresar más rápido, será el segmento que se recupere con mayor prontitud, concepto en el que coincidió Roberto Ibarra, coordinador general del Consejo Mexicano de la Industria de Reuniones (COMIR) y presidente de la empresa Turismo y Convenciones, al comentar que las actividades del Turismo de Reuniones continúa tal y como lo tenían planeado.

“Los eventos se están llevando a cabo, hoy más que nunca se necesita la derrama de grupos y convenciones”, añadió.

Generalmente, en la Ciudad de México los congresos y convenciones se realizan en los hoteles, y esa industria no resultó afectada, a excepción de los siete recintos mencionados anteriormente.



**Hoy, la comunidad turística en su totalidad está con México y con su gente. Estamos preparados para apoyar a México y a la población en este momento difícil. La Ciudad de México, un destino turístico consolidado, seguirá sin duda recibiéndonos a todos como siempre lo ha hecho”.**

TALEB RIFAI,  
SECRETARIO GENERAL  
DE LA OMT.

“Haciendo el análisis en Ciudad de México, hemos visto daños en la zona de Coapa, del Valle, Condesa y Roma, pero la hotelería para congresos y convenciones en zonas como Polanco y otras, donde se encuentran los principales hoteles, están bien”, dijo.



**Tenemos que acudir a los destinos más afectados por los sismos en México, para su recuperación en el producto fundamental que les da de comer todos los días: el producto turístico. Con ayudas concretas recuperarán su oferta turística lo antes posible”.**

CARLOS VOGELER,  
DIRECTIVO DE LA OMT.

Así también, los cuatro principales recintos feriales como Centro Banamex, World Trade Center, Expo Reforma y Santa Fe no reportaron daños. De la misma forma, todos los prestadores de servicios, transportistas, staff de audio y video, así como la cadena de valor siguen trabajando.

“Es necesario mandar los mensajes adecuados, pues ningún evento se ha cancelado, a excepción de Expo Can, que coincidió con el día del sismo”, comentó.

Ibarra aseguró que todos los integrantes del segmento MICE en la CDMX, como los hoteleros, restauranteros, transportistas, organizadores de congresos y agencias de viajes, entre otros, se comprometieron en una reunión con Armando López e Irene Muñoz, secretario de Turismo y directora general del Fondo Mixto de Promoción de la Ciudad de México, respectivamente, a estar con el ánimo para seguir adelante.

Comentó que los eventos no tienen por qué no realizarse, si tanto hoteles como líneas aéreas, y servicios como taxis y restaurantes funcionan correctamente. “No ha existido ningún motivo por el cual los clientes que dieron anticipos no quieran continuar con su evento”, destacó.

La afirmación de Ibarra se confirma con el balance realizado por la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México (Canaco), respecto a que el 95% de los diferentes negocios no fueron afectados en sus instalaciones por los sismos del 7 y 19 de septiembre.

Al hacer un balance de los impactos en el comercio,

Humberto Lozano, presidente de la Canaco, dividió la ciudad en tres polígonos para detallar el grado de afectación.

Resultó que en las delegaciones Cuauhtémoc y Benito Juárez, el 95% de hoteles, restaurantes y tiendas se encuentran sin problemas de operación.

En tanto que en las demarcaciones de Coyoacán y Tlalpan el 90% se encuentra en buenas condiciones, y en Xochimilco y Milpa Alta opera de manera regular el 98 por ciento.

Por su parte, López Cárdenas afirmó que la infraestructura turística y las vías de comunicación que conectan a la CDMX con otros estados están en óptimas condiciones.

En tanto, Hugo Vela Reyna, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), mencionó que 95% de los restaurantes de la capital del país se encuentran operando de manera regular.

## El CPTM invita a no cancelar viajes

El Consejo de Promoción Turística de México (CPTM) hizo un recuento e informó que los atractivos turísticos permanecen operando en Puebla, Morelos y Ciudad de México.

“De acuerdo con los hechos, no hay razón alguna para que los visitantes cancelen sus planes de viaje a México. Mucha gente ha preguntado qué pueden hacer para apoyar, la manera de hacerlo es continuando sus planes de viajes en el país, lo que tendrá impacto positivo en las pequeñas comunidades”, exhortó el CPTM.

Dio a conocer que en los aeropuertos internacionales de Ciudad de México y Puebla operan de manera normal.

En Oaxaca y Chiapas hubo impacto después del sismo del 7 de septiembre, aunque el día de hoy, sus destinos turísticos como la ciudad de Oaxaca, Huatulco y Puerto Escondido están abiertos para los turistas.

“Nos complace informar que ningún otro destino turístico ha sido afectado y todos están trabajando de manera normal”, así lo comunicó el Consejo.

El organismo reconoció que la hospitalidad de los mexicanos y los lazos de amistad con los visitantes se han vuelto famosos a nivel mundial, por lo que invitó a la población a mantenerse así.

## Interés de México y Colombia por inversiones turísticas

➤ El país sudamericano otorga incentivos fiscales a hoteleros.

MARGARITA SOLIS

El tema turístico está incluido en la agenda del Año Bilateral México-Colombia, debido a que nuestro país es su quinto emisor de viajeros y es de sus principales socios de negocio.

La importancia de estos temas llevó a las aerolíneas a abrir más vuelos con operaciones directas. A la fecha, entre ambos países hay más de 75 rutas aéreas, directas y en conexión, a 21 ciudades mexicanas.

Entre 2012 y 2016 hubo trece casos de inversión de restaurantes y hoteles mexicanos en Colombia. Para incrementar esa cifra, a los empresarios que abran un hotel en ciudades de menos de 200 mil habitantes se les otorgan incentivos fiscales, como estar exentos de renta por veinte años, entre otros.

En la visita que realizó Ancízar Guerrero Gil, vicepresidente de Inversión de ProColombia, a México, expuso que le apue-



a tener un mayor desarrollo del turismo, porque es el segundo generador de ingresos de divisas en el país, además por ser un sector con muchas oportunidades de desarrollo y empleo.

Asimismo, mencionó las estrategias que aplicó el gobierno colombiano para incrementar el número de turistas internacionales, fue la firma del "Acuerdo de Paz" con las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC).

"Eso fue significativamente importante para el turismo. En 2002, Colombia recibió 552 mil visitantes extranjeros, mientras

que en 2016 la cifra fue de cinco millones", detalló Guerrero Gil.

De acuerdo con cifras del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), en 2017 se incrementará el número de visitantes colombianos en 7.2%; en relación con ello, expuso que entre el 15% y el 20% de los mexicanos que viajan a Colombia son del segmento de Turismo de Negocios, el cual mantendrá su comportamiento de crecimiento en doble dígito.

Existen oportunidades para Colombia de desarrollar el segmento de Turismo de Ne-

gocios por medio del Turismo de Congresos y Convenciones. Un ejemplo de su potencial es el incremento de 320% registrado en Medellín, en los últimos diez años.

Este segmento es un importante generador de capital, ya que, en promedio, el visitante gasta 450 dólares diarios. De acuerdo con el último dato de ProColombia, en 2016 se realizaron 147 eventos de esta clase.

Guerrero Gil mencionó que otro nicho de oportunidad en Colombia se encuentra en el sector infraestructura, debido a que

fue aprobado el plan de infraestructura más grande en la historia del país.

Se destinarán 16 mil millones de dólares (mdd) para rehabilitación, ampliación y modernización de 31 aeropuertos.

Hasta el 2035, se invertirán 17 mil mdd para aumentar la infraestructura vial; entre las obras está la construcción de siete mil kilómetros (km) de nuevas vías, mil 400 km de carreteras de doble calzada, 141 túneles y mil 300 viaductos. También se destinarán 3.4 mil mdd para mejoras de más de mil 769 km de red férrea.

## El Silver Moon estará listo en tres años



En el año 2020, la naviera Silversea inaugurará el nuevo barco Silver Moon, el cual será similar al Silver Muse al tener 40 mil 700 toneladas brutas y capacidad para 596 pasajeros.

Además, mantiene la exclusividad de tener suites en todos sus pisos con vista al mar, lo que ya se convirtió en un sello distintivo de la experiencia Silversea.

Entre los puntos relevantes del nuevo barco destacará el "Diseño Estrella Verde 3", este reconocimiento se les adjudica a los barcos que están diseñados, contruidos y equipados para prevenir la contaminación del aire y el agua.

También tendrá las designaciones: COMF-NOISE A PAX y COMF-NOISE B CREW, que se refieren a los niveles de ruido medidos en el barco.

Las nuevas construcciones han alcanzado los estándares

que ofrecen los mejores niveles de comodidad a los huéspedes a bordo.

Las mejoras en el navío estarán garantizadas por Fincantieri, que es uno de los grupos constructores de barcos más grandes en el mundo, su sede está en Trieste, Italia, y es el número uno en cuanto a diversificación e innovación.

"Silversea se enorgullece siempre en otorgar una experiencia extraordinaria en todos sus cruceros, logrando que la flota evolucione año tras año", informó la naviera.

Con la nueva embarcación su flota registrará un total de diez barcos y elevará de manera significativa los estándares del segmento de ultra lujo por la gama de mejoras en la experiencia a bordo.

La naviera confía en satisfacer las exigencias de comodidad, servicio y calidad de los viajeros.

## Aerolíneas cumplen con el plazo de la ley

➤ A partir de noviembre podrían iniciar las indemnizaciones por demoras en vuelos.

BEDILIA BRIZUELA

Las aerolíneas que operan en México registraron a tiempo las políticas de compensación ante la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC) y ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), informó Sergio Allard, presidente de la Cámara Nacional de Aerotransporte (Canaero).

Lo anterior conforme a las reformas de la Ley de Aviación Civil (LAC), donde se indicó que ya se ha cumplido el primer plazo.

Según la Canaero, dicho plazo es únicamente para el registro de las políticas de compensación, "ya que

la aplicación aún no es inmediata, el registro que realizaron las aerolíneas ante la DGAC y la Profeco responde al cumplimiento de la vigencia establecida en el artículo transitorio séptimo, a partir de la publicación de la reforma a la Ley en el Diario Oficial de la Federación (DOF), el pasado 26 de junio", explicó Allard.

Así, las aerolíneas disponen de 90 días hábiles para ajustar sus sistemas y procedimientos, plazo que inició el pasado 27 de junio, con el fin de dar cumplimiento a las nuevas disposiciones como lo establece el artículo cuarto transitorio de la Ley de Aviación Civil.

Lo anterior significa que el periodo de aplicación y cumplimien-



to de las disposiciones de la reforma inicia en noviembre 2017.

El directivo también comentó que, en caso de que las políticas de compensación de las

líneas aéreas se modifiquen, éstas deberán presentarse ante la DGAC para su validación al menos quince días naturales antes de su entrada en vigor.

La Canaero, que reúne tanto a aerolíneas nacionales como internacionales, confirmó su posición para continuar transitando hacia las adecuadas prácticas, el cumplimiento y aplicación de los tratados de la industria, en términos de lo establecido en el artículo 51 de la Ley de Aviación Civil, en beneficio de la seguridad y derechos del viajero.

Hace unos meses se publicó en el DOF el decreto por el que se reforman y adicionan diversos artículos de la Ley de Aviación Civil.

Entre otras cuestiones, destaca el artículo 47 Bis, en el que se establece que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) supervisará que los concesionarios o permisionarios informen de manera oportuna a los pasajeros de posibles cambios, retrasos o cancelaciones en su itinerario.

Respecto a la indemnización que comenzará a hacerse efectiva, si se trata de un retraso de dos a cuatro horas, la aerolínea deberá pagar 7.5% del precio total del boleto. Asimismo, si son más de cuatro horas de espera tendrá que reponerse el 25% del valor del boleto.

Si el vuelo se cancela por alguna situación que se atribuya directamente a la compañía aérea, deberá brindarle al pasajero transporte en el primer vuelo que salga, además de que tendrá que cubrir hospedaje, transporte, acceso a internet y llamadas, si es necesario.

## Mensajes en el aire con Delta

➤ El servicio no tendrá costo para sus pasajeros.

Delta Air Lines será el primer operador global de Estados Unidos en ofrecer mensajería móvil gratuita, proporcionando a más clientes acceso a enviar mensajes en vuelo que cualquier otra compañía. La aerolínea también tendrá la mayoría de los aviones habilitados con mensajería gratis.

Al ser llamada una aerolínea global de Estados Unidos, es porque opera rutas transoceánicas, como lo hacen American Airlines y United Airlines.

Este nuevo servicio gratuito permitirá a los clientes mantenerse conectados con los que están en tierra e intercambiar mensajes en vuelo en tiempo real a través de iMessage, WhatsApp y Facebook Messenger.

Esta mejora es parte de la inversión multimillonaria de Delta en la experiencia

del cliente en vuelos que van a 30 mil pies en el aire.

La mensajería gratuita estará disponible en todos los vuelos de Delta habilitados para Gogo, incluyendo todos los aviones con dos o más cabinas. Los clientes podrán acceder a mensajes gratuitos a través del portal Wi-Fi de Delta, airborne.gogoinflight.com. La mensajería móvil gratuita será sólo para uso de texto y no se admite la transferencia de archivos de fotos o videos.

"Sabemos que muchos de los clientes de Delta quieren o necesitan mantenerse conectados en el aire y en tierra, por lo que estamos invirtiendo en una forma fácil y gratuita de enviar y recibir mensajes a través de algunas de las plataformas globales más populares", dijo Tim Mapes, vicepresidente senior y director de Mercadeo de la compañía. (Redacción)

## Aeroméxico conserva el medio ambiente

BEDILIA BRIZUELA

Como parte de su compromiso con el cuidado del medio ambiente, Aeroméxico renovó el 41% de sus aviones y aplicó otras acciones de apoyo.

En su reporte de Sostenibilidad 2015-2016, la aerolínea destacó que para el año 2022 finalizará con la renovación de su flota. Cabe recordar que desde 2015 incorporó trece equipos Boeing 787-8 y 787-9 Dreamliner, considerados los más modernos del mundo.

Las nuevas aeronaves reducen en 23% el consumo de combustible y emisiones de CO2 y hasta 60% la contaminación auditiva, informó Carlos Torres, director de Comunicación, Responsabilidad Social y Asuntos Públicos de la aerolínea.

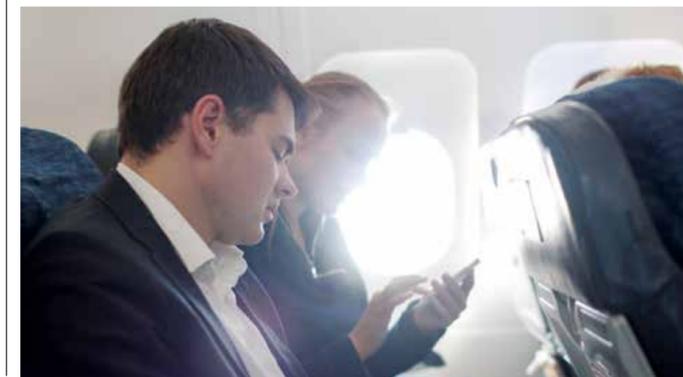
La empresa cuenta con más de 130 aviones con una edad promedio de ocho

años, y sumará a su flota más Dreamliner y el Boeing 737MAX, considerado como el más eficiente en el uso de turbosina.

Otras de las acciones aplicadas para proteger el medio ambiente fue el programa Vuela Verde, con el que se mitiga el impacto de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Dentro de la compra del boleto de avión, el pasajero dona 35 pesos, con el monto recaudado se adquieren anualmente bonos de carbono y se financian proyectos mexicanos de la más alta calidad listados en MéxiCO2 (la Plataforma Mexicana de Carbono).

En el programa de voluntariado se invirtieron dos mil horas en diferentes fundaciones y se apoyó a 38 organizaciones de la sociedad civil con boletos de avión para personas que resultaron beneficiadas en los temas de educación, salud, arte, cultura, medio ambiente y diversidad e inclusión.



## La voz será la principal forma de interactuar con las computadoras

ARTURO VELÁSQUEZ

Los primeros asistentes digitales fueron concebidos en la década de los ochenta, se trataba de calculadoras sofisticadas que tenían una agenda con recordatorios y permitían almacenar breves notas con la ayuda de un pequeño teclado que era bastante complicado de utilizar.

Varios fabricantes como Casio, Sharp y Hewlett Packard presentaron diversos dispositivos de este tipo, pero todos eran muy diferentes en su uso y, en realidad, más que su utilidad, eran una curiosidad que daba a su dueño cierto estatus de innovador y amante de la tecnología.

Las siglas PDA (Personal Digital Assistant) fueron utilizadas por primera vez en 1992, durante la presentación del Apple Newton, en el Consumer Electronic Show de Las Vegas, aunque fue un notable fracaso financiero, que obligó a Apple a dejar de venderlo en 1998.

Fueron evolucionando y adquiriendo características que los ha-

cían más útiles, como reproducir videos o utilizar hojas de cálculo y procesadores de texto. A finales de los 90 aparecieron los primeros Smart Phones, aunque se popularizaron en la primera década de este siglo. Surgieron dispositivos como el Black Berry, que tenía un pequeño teclado QWERTY (por la posición de las primeras letras del teclado) y una pequeña pantalla. Más tarde, la pantalla táctil dominó las tendencias y aparecieron dispositivos como el iPhone, en 2007. Parece que esto sucedió hace mucho tiempo, pero apenas han pasado diez años.

Ahora, Google Assistant, Cortana, Alexa, Siri y otros sistemas de reconocimiento de voz intentan cambiar radicalmente nuestra manera de interactuar con las máquinas.

Nos acompañan a todos lados dentro del móvil, aunque aún hay muchas personas que no se sienten cómodas utilizándolos. Inclusive, tratan de convertirse en un miembro más del hogar, que mediante simples instrucciones puede pedir un taxi, apagar las luces, buscar una canción o enviar un mensaje, entre

otras tareas relativamente simples, como "Echo", una botina diseñada por Amazon que funciona mediante Alexa, el asistente digital del gigante del comercio electrónico.

Muchos líderes tecnológicos, entre ellos Satya Nadella, CEO de Microsoft, creen que, en poco tiempo, la voz será la principal forma de interactuar con las computadoras y los teléfonos. Las pantallas serán útiles para consumir contenidos, pero la búsqueda y la selección se basarán en el lenguaje natural.

Timothy Tuttle, fundador de MindMeld, una plataforma de inteligencia artificial, especializada en la creación de interfaces que puedan mantener una conversación inteligente, adquirida recientemente por Cisco en 125 millones de dólares, afirma que, si se suman las búsquedas mensuales realizadas mediante voz en Siri, Alexa y Google, superan los cincuenta millones.



ron por debajo de sus competidores, en cuanto a preguntas respondidas y a porcentaje de aciertos.

La efectividad de los intérpretes de voz ha crecido considerablemente en los últimos años, hasta niveles de 98% en idiomas como inglés y español. Hoy es posible realizar traducciones adecuadas en tiempo real, como los subtítulos que ofrece YouTube. Sin embargo, el gran reto es que aprendan a poner la información en contexto, lo que resulta un problema complejo aún para los seres humanos, cuando interactúan con personas de otra cultura.

La promesa de tener un asistente personal en el bolsillo que pueda pedir nuestra comida, solicitar un taxi, hacer una transferencia bancaria, reservar un hotel o comprar un boleto de avión, sin importar el idioma en que tenga que hacerlo, es algo a lo que debe mantenerse muy atenta la industria del turismo, pues es una de la que mayores ventajas puede tomar al eliminar la barrera del idioma.

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

Un nuevo estudio elaborado por Stone Temple, empresa experta en marketing digital, ha clasificado los principales asistentes digitales del mercado, sometiéndolos a más de cinco mil preguntas. El más eficiente fue Google Assistant, que logró una cifra de éxito del 91%. El siguiente fue Cortana, de Microsoft, que obtuvo 82% de aciertos. Siri de Apple y Alexa de Amazon queda-

## Beneficios del código QR

Es práctico para hacer una reservación o el check in en el aeropuerto o algún hotel.

ISABEL GORDOA

Es común observar en revistas, carteles y documentos, como facturas o tarjetas de presentación, el llamado código QR (del inglés "Quick Response"), que no es el único código bidimensional, aunque probablemente sí se trate del más difundido.

Su uso es diverso y su principal ventaja es que hay muchas aplicaciones de uso libre para generarlos y leerlos.

La característica más importante que debemos entender para encontrarles nuevas aplicaciones es que son un puente

entre el contenido estático de un cartel, un documento o una etiqueta, y una forma de agregar interactividad o contenido adicional, principalmente orientado a aplicaciones web para móviles.

Para disfrutar de los beneficios de esta herramienta tecnológica sólo se requiere de un Smartphone con cámara y acceso a internet, así como una aplicación que permita escanear los códigos QR.

Una vez instalada la aplicación, sólo es necesario pasar la cámara del teléfono frente a un código QR para aprovechar los beneficios que el turismo tiene preparados para los viajeros.



De acuerdo con Alberto Levy, director de Levvyation, experto en turismo y tecnología, lo más interesante detrás de un código QR es la curiosidad, pues es necesario cazarlos durante un viaje para sacarles el máximo provecho.

### AEROLÍNEAS

La mayoría de las aerolíneas ya utilizan este sistema y envían al usuario un código QR para facilitar su check in. El código contiene sus datos personales, el número de vuelo y de asiento, entre otros. En muchos aeropuertos del mundo, incluyendo el de la Ciudad de México, ya es posible enseñar el código QR en lugar del pase de abordar en papel.

### HOTELES Y RESTAURANTES

A través de este sistema, restaurantes y hoteles ofrecen tips de viaje y promociones.

Por ejemplo, hay hoteles que por medio del código brindan

descuentos en su restaurante y tienen información sobre qué hacer en la noche. Los restaurantes lo usan para brindar información de sus platillos.

### MAPEO

Su uso es más amplio en el tema de mapeo. En el mundo hay ciudades que adoptan los códigos como una referencia para el visitante, les ofrece: guía de la ciudad, información útil, datos históricos y los sitios de visita obligada.

Se han llegado a hacer juegos para los viajeros, los paseantes escanean códigos en algunos aeropuertos del mundo y así acumulan premios, como viajes dobles.

## Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

## ANTE EL S-19, TODA AYUDA SUMA

Después del terremoto de septiembre 19, la fundación del multimillonario Carlos Slim, uno de los hombres más ricos del mundo, abrió una cuenta para recibir donativos con el objetivo de ayudar a los damnificados, y el incentivo de que, por cada peso aportado, la institución pondría cinco más.

Hace unos días cerró la etapa de recibir dinero y anunció que, con la participación de 217 mil donadores, éste sumó 395 millones 638 mil pesos. De manera que, de acuerdo a lo prometido, a la fundación le correspondió añadir mil 978 millones 191 mil pesos, para hacer un total de 2 mil 373 millones 819 mil 429 pesos con 86 centavos.

Esta cantidad equivale al seis por ciento de los 37 mil millones de pesos que, según anunció el presidente Enrique Peña Nieto, en un estimado preliminar, calculan que costará la reconstrucción de las miles de casas,

hospitales, escuelas y monumentos históricos y culturales que resultaron dañados en Chiapas, Oaxaca, Estado de México, Puebla, Morelos, Guerrero y la Ciudad de México.

Tal vez el porcentaje de la donación de la fundación de Slim parezca pequeño, pero al ser una cantidad tan grande la que se requiere, este seis por ciento en números reales también es una enorme suma que, sin duda, ayudará a que el impacto de la tragedia en las finanzas públicas sea menor. Además, hay que tomar en cuenta que, de acuerdo con lo que afirmó el magnate, el dinero que aportó son recursos propios de su familia y no de sus empresas, por lo que no los harán deducibles de impuestos.

La fortuna de la familia Slim es tan grande, que se puede permitir estos generosos gestos de filantropía. Y qué bien que lo haga. Pero no es la única, miles de mexicanos y extranjeros lo han hecho en la medida de sus posibilidades.



Muchas fueron las cuentas que se abrieron para recibir donaciones, de organizaciones no gubernamentales, bancos y otras empresas, algunas de las cuales ofrecieron duplicar o triplicar los donativos recabados, pero todas ellas se alimentaron de los 50, 100, 300, 500 pesos o un poco más que solidariamente cientos de miles de mexicanos depositaron en esas cuentas. Sin contar la

participación de los miles de brigadistas que desde el primer momento ayudaron con su trabajo y esfuerzo a quitar escombros y salvar vidas, y también todos aquellos hombres y mujeres que estuvieron llevándoles alimentos y todo tipo de enseres que se necesitaban. Realmente, resulta casi imposible cuantificar cuánto dinero sumaría la aportación de todos ellos.

Algunas empresas del ámbito turístico también respondieron a este llamado colectivo. Una de ellas fue Mundo Joven Group, que dirige Jordi Llorens, quien anunció que dará el 15% de sus ventas para formar un fondo destinado a la reconstrucción de viviendas emergentes y construcción de espacios de refugio, principalmente en Oaxaca, Chiapas, Morelos y la zona rural de la capital del país.

Además, otra de sus empresas: Live&Learn, enfocada a viajes educativos, aportará mil 500 pesos por cada inscripción para estudiar en el extranjero.

Seguramente, la contribución que logre hacer Mundo Joven no se comparará con la de Slim, pero todo suma, todo ayuda, lo importante es entrar en acción. Sin duda, alguien en algún lugar de México, que se ha quedado sin techo o sin patrimonio, se los agradecerá, aunque nunca sepan su nombre.

armentaturismomexico.com

## Hidalgo y sus atractivos turísticos

Parte de ellos es un hotel emblemático, que tiene una antigüedad de 400 años.

Los viajeros reconocen la naturaleza y las construcciones históricas que caracterizan al estado de Hidalgo.

Una de ellas es la Hacienda San Miguel Regla, un hotel que fue recientemente remodelado y requirió de una inversión de ocho millones de pesos. El recinto es parte de la campaña "Vive Hidalgo", anunció Ana Karen Yunes, directora de Mercadotecnia de la propiedad.

La campaña de promoción turística de Hidalgo tiene como objetivo impulsar el turismo de la región con recomendaciones de cómo vivir y experimentar un fin de semana de aventura, realizar mayor número de actividades y recibir más viajeros nacionales.

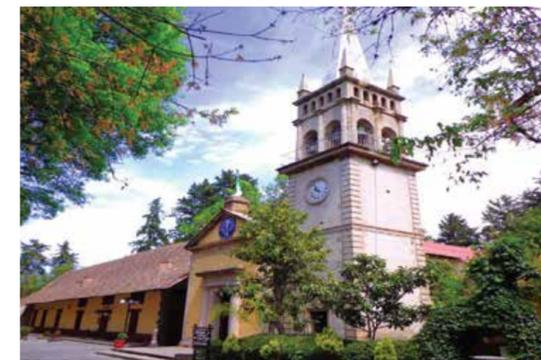
"La propiedad, ubicada a una hora 45 minutos de la capital, pue-

de ser una escapada para quienes quieran relajarse en una atmósfera campestre rodeada de bosque y lagos en el valle de Huasca de Ocampo", agregó Yunes.

En la entidad, la hacienda es un atractivo turístico con más de cuatro siglos de historia. Fue Pedro Romero de Terreros, conde de Regla, quien mandó a construirla para procesar minerales extraídos de las minas de Real del Monte.

Hoy en día es un hotel adecuado con 149 habitaciones, sala de masajes, gimnasio, capilla, alberca, jardines, comedor, bar karaoke y salón de juegos con mesas de futbolito, ping pong y billar.

Los sábados en la noche cuenta con música en vivo en el comedor, para después seguir en el área de alberca con un show de



fuegos pirotécnicos. Asimismo, hay cenas medievales temáticas adecuadas en cuevas y fogatas.

### ENTRE BOSQUES Y LAGOS

Hidalgo ofrece diferentes actividades a los turistas, se pueden

sitios para ir a escalar, hacer rappel, tirolesa y cañonismo.

Una actividad que permite disfrutar de una manera tranquila los paisajes es la pesca de la trucha en el criadero del parque ecoturístico.

Un sitio más por explorar son los Prismas Basálticos, considerados como una de las 13 maravillas naturales de México. Se dice que esas estructuras geométricas de más de 2.5 millones de años fueron formadas por una gran erupción volcánica, la cual derramó lava a una cañada de agua helada, provocando que el choque de temperaturas petrificara el basalto, formando rocas de cinco a seis caras de alrededor de 40 metros de altura y más de 40 toneladas de peso.

Y para quienes gustan del misticismo, está el Museo de los Duendes. El lugar, además de contar con una colección de duendes, hadas, trolls y gnomos, entre otros personajes mágicos, está basado en historias de los habitantes de Huasca, que de alguna forma fueron tocados por esos seres mitológicos.

# GENTE DEL TURISMO

## Francia, con presencia en Monterrey



El diplomático Philippe Richou estará a cargo de la nueva oficina en Monterrey de la embajada de Francia en México y contará con el apoyo de José Manuel Blanco, quien tendrá como misión desarrollar proyectos académicos y culturales.

La ceremonia la encabezó Anne Grillo, embajadora de Francia en México, quien señaló que la oficina tiene dos objetivos: fomentar los lazos económicos entre el país europeo y la entidad, promoviendo inversiones cruzadas y exportaciones entre ambos lugares, así como ampliar la cooperación en los ámbitos educativo, científico y cultural.

“No se trata de un consulado tenemos ya, por cierto, una excelente cónsul honoraria, Susana Canales, ni tampoco de un centro cultural; se trata de una oficina encargada de coordinar esta presencia francesa en la ciudad, de brindar su apoyo a los flujos comerciales y, más allá de todo esto, promover a Francia en todos los ámbitos”, mencionó Grillo.

La embajadora indicó que Francia es el primer inversor europeo en Nuevo León y destacó la presencia de empresas galas, tales como Engie, Veolia, Airt Liquid, Atos Bull, Alstom y Decathlon.

## Amestur premia la trayectoria de la chef Betty Vázquez

La chef Betty Vázquez fue reconocida con el Premio Nacional de Educación Turística 2017, que otorga la Asociación Mexicana de Centros de Enseñanza Superior en Turismo y Gastronomía (Amestur), con base en el análisis de su trayectoria profesional.

El anuncio fue hecho por el presidente del Consejo Consultivo y representante de la asamblea general de Amestur, José Luis Isidor Casto, quien señaló que la comisión dictaminadora de reconocimientos de ese organismo tomó en cuenta la



alta calidad de la chef nayarita en el desempeño de sus actividades en favor de la educación gastronómica, del turismo y la cultura nacional.

“Hablar del turismo aunarado con la gastronomía lo vengo haciendo desde siempre, con orgullo, con entusiasmo, algunas veces con dolor porque no se hace lo suficiente, hoy nuevamente mi trabajo me da otra satisfacción”, comentó la chef, quien también es embajadora de la gastronomía de Riviera Nayarit.

## Nueva representante para Canadá

Destination BC contrato a Ari Martínez para ser su representante de la Columbia Británica en México.

La nueva representante se enfocará en desarrollar, coordinar y ejecutar iniciativas de mercadotecnia, relación con medios y relación con la industria turística, bajo la dirección de Destination BC.

El objetivo será que resalte la relevancia de la Columbia Británica para incrementar el número de visitantes de México. A ello se suma

la eliminación del requisito de visa para viajar a Canadá y el incremento de vuelos.

La oficina de Destination BC se encontrará en las mismas instalaciones de Destination Canada en México.

Destination BC es una corporación canadiense liderada por la industria que colabora con empresas clave del sector turístico en la provincia para coordinar la mercadotecnia a nivel internacional, estatal, regional y local.



## Reconocimiento internacional para chef mexicana

La Academia Internacional de Gastronomía otorgó por primera vez en su historia el “Diploma de Honor” a una chef de Latinoamérica: Isabella Dorantes.

El Diplôme d'Honneur de l'Art de la Cuisine (Diploma de Honor del Arte de la Cocina) es una distinción creada recientemente, que se otorga a miembros del mundo de la gastronomía que han destacado en sus respectivas áreas, además de ser actores que merecen un reconocimiento especial por parte de la Academia Internacional de la Gastronomía.

Dorantes es miembro de la Academia Mexicana de Gastronomía (AMG), además de ser chef Ejecutiva del Club de Industriales y actual presidenta de Vatel Club de México.

La chef forma parte del reducido grupo de mujeres que han participado en la justa culinaria mundial Bocuse d'Or, representando a México en 1996.

Los miembros del Consejo de la Academia Mexicana de Gastronomía y su presidente, Alfonso de Robina, fueron los impulsores para que este reconocimiento se otorgara a la chef mexicana, exponiendo su trayectoria y méritos ante los miembros de la Academia Internacional.

“Desde los inicios de su carrera, Isabella resaltó por su talento natural, pero sobre todo por su presencia. Sus habilidades van mucho más allá de las capacidades gastronómicas y se ha consolidado como una gran líder”, añadió De Robina.

### FE DE ERRATAS

En nuestra edición de septiembre, en la nota “El mundo en cuatro meses con Silversea”, se mencionó que “los huéspedes gozarán de cuatro mil dólares por suite en crédito...”, el dato correcto son dos mil dólares. Lamentamos el error cometido.

# EVENTOS DEL TURISMO

## Guanajuato, presente en FIASEET y Qatar

La Federación Internacional de Asociaciones de Ejecutivos de Empresas Turísticas (FIASEET) celebró su XXXV Congreso Internacional 2017. En su inauguración, Roberto Cárdenas Hernández, director general de Planeación de la Secretaría de Turismo de Guanajuato, dijo que la entidad cuenta con una amplia oferta para el segmento de Reuniones.

En el evento, que se realizó en Si-lao, Guanajuato, se reunieron más de cien mujeres provenientes de México, Paraguay, Chile, Brasil, Argentina, Perú y Colombia.

Cárdenas Hernández explicó que para complementar la experiencia del Turismo de Reuniones, la entidad

ofrece sus llamadas Rutas y Circuitos, Ciudades Patrimonio y Pueblos Mágicos.

Por su parte, Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de la entidad, participó en la celebración del “Día Mundial del Turismo” en Doha, Qatar.

En su intervención, afirmó que la certificación de empresas y destinos sostenibles es parte de la estrategia de la Secretaría de Turismo de Guanajuato, para contribuir con el cuidado del medio ambiente.



Olivera Rocha asistió al evento por invitación de Taleb Rifai, secretario General de la Organización Mundial de Turismo (OMT), y su agenda de trabajo contempló la participación en la sesión denominada “Special session on Tourism and the planet: Committed to a greener future”.

## Ya viene el Festival de Jazz de Riviera Maya

El Festival de Jazz de la Riviera Maya, en su edición 15, se ha posicionado como un importante evento que capta la atención de melómanos que se dirigen al destino para disfrutar de buena música.

Se realizará del 30 de noviembre al 2 de diciembre en Playa Mamitas y rendirá homenaje al músico mexicano Fernando Toussaint, quien falleció en febrero pasado y que por 14 años fuera productor artístico del festival.

La actuación especial será de John McLaughlin & Jimmy He-ring, como parte de su tour “The Meeting of the Spirits”.

Este festival es considerado uno de los diez mejores del mundo y ofrecerá de manera gratuita tres jornadas de música en la playa.

Se prevé la asistencia de quince mil personas por noche, quienes



disfrutarán del talento de Chick Corea, Aguamala, Ilya Kuryaki and The Valderramas y Steffie Beltt, entre otros.

El festival se realiza cada año con el apoyo del Fideicomiso de Promoción Turística de Cozumel y la Riviera Maya, organismo que encabeza Darío Flota.

Los asistentes disfrutarán de los escenarios naturales, infraestructura hotelera y conectividad aérea, al tener el aeropuerto con el mayor número de vuelos internacionales.

## AMResorts inaugura hoteles en Jamaica

Las marcas Breathless y Zoëtry Resort & Spa, de AMResorts, ya tienen sendos hoteles en Jamaica, su inauguración fue oficial en el marco de JAPEX, el evento más importante de la industria turística en el destino.

Los dos hoteles se encuentran en Montego Bay, cada uno en su marca son la primera propiedad de AMResorts en Jamaica y la cuarta dentro del portafolio de la misma.

En el corte de listón de Breathless Montego Bay participó el primer ministro de Jamaica, Andrew Holness; a la inauguración de Zoëtry Montego Bay asistió Jennifer Griffith, secretaria Permanente del Ministro de Turismo de Jamaica.

En ambas ceremonias participaron Homer Davis, alcalde de Montego Bay; Marlene Malahoo Forte, abogada general de Jamaica; Isabel Bardón, presidente de Grupo El Fuerte; Salvador Luque, presidente de consejo de SeawindKey Invest-



ment; Alejandro Zozaya, CEO de Apple Leisure Group; Gonzalo del Peón, presidente de AMResorts, y John Hutchinson, COO de Apple Leisure Group.

“Jamaica encabeza las listas de los viajeros como un destino cotizado de forma constante. La apertura de este hotel sólo para adultos representa una increíble oportunidad para expandir nuestra presencia en un desti-

no sin igual”, comentó Gonzalo del Peón.

Rodeado por el Parque Marino de Montego Bay, Breathless abrió sus puertas el pasado febrero con 150 suites.

Zoëtry Montego Bay, con su concepto Endless Privileges, da servicio desde diciembre de 2016. Ofrece 49 suites distribuidas en tres edificios: Wood & Water, Bamboo y Blue Mountain.

## PriceTravel Holding, galardonada por Canadá

La iniciativa promocional: “Canadá ¡Ahora es cuando!”, de PriceTravel Holding, recibió el premio por “La Mejor Campaña de Mercadotecnia”.

Destination Canada le otorgó el reconocimiento luego de evaluar el esfuerzo realizado en el proyecto publicitario durante el periodo de julio de 2016 a junio de 2017, además de haber cumplido con los parámetros de contenido y calidad de la marca Canadá.

Se registró una importante movilización hacia ese destino, las reservaciones crecieron 133 por ciento.

La campaña promocional tuvo como objetivo reactivar el mercado de turismo mexicano. La iniciativa “Canadá ¡Ahora es cuando!” se integró a un plan de marketing en conjunto con el destino.

“Para PriceTravel Holding es un honor recibir este premio, el reconocimiento más importante para la industria turística que promueve a Canadá en México. Canadá es un destino fascinante, lo que volvió un deleite la creación de la campaña de mercadotecnia, reflejado obviamente en una promoción exitosa”, comentó Celida Puen-



te, gerente de Marketing de la agencia.

Esta campaña marcó una importante movilización hacia ese destino, con 168% en incremento de pasajeros. Asimismo, el número de ocupación de cuartos

noche aumentó 285%, siendo las ciudades más visitadas Toronto, Vancouver y Montreal.

La agencia de viajes en línea también estuvo presente en ExpoCotelco, evento organizado por la Asociación Hotelera y Turística de Colombia (Cotelco), para continuar fortaleciendo su presencia en el destino.

Colombia es un mercado de gran importancia para PriceTravel Holding; por ello, la compañía aprovechó la oportunidad para reunirse con diferentes hoteleros e intercambiar puntos de vista para fortalecer la actividad turística del país.

El crecimiento en cuartos noche durante el primer semestre de 2017, de PriceTravel Holding hacia Colombia supera el 120%, en comparación con similar periodo del año anterior, mientras las ventas fueron impulsadas en destinos como Cartagena, San Andrés, Santa Marta, Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla.

“En el marco de esta edición de ExpoCotelco, la delegación de la compañía atendió más de 30 reuniones con diversos hoteleros, logrando excelentes acuerdos”, comentó Rosana Rachitoff, directora de Relación con Proveedores Sur América de la agencia.



# Calgary

Vuelo diario

Inauguramos nuestro **cuarto destino** en **Canadá** a partir del **1 de junio**. Ahora ya **no necesitas Visa<sup>1</sup>**.

<sup>1</sup>Tramita de manera rápida, fácil y en línea tu Autorización Electrónica de Viaje (eTA) con anticipación.

Compra tus boletos, consulta rutas participantes, términos y condiciones en [aeromexico.com](http://aeromexico.com), solicita a tu agente de viajes que tu vuelo sea por Aeroméxico, visita nuestras oficinas de ventas, llámanos al tel. (55) 5133-4000 o marca \*4000 desde tu Telcel.

[aeromexico.com](http://aeromexico.com)

 **AEROMEXICO**   
LA LÍNEA QUE NOS UNE