



WTM LONDRES 2017
ENCUENTRO MUNDIAL
QUE GENERA 2.8 MIL MILLONES
DE LIBRAS EN CONTRATOS.

GLOBAL ENCOUNTER
THAT GENERATES 2.8 BILLION
POUNDS IN CONTRACTS.



Porque el **turismo** también se **lee**

EDICIÓN PARA WTM AÑO 8 NOVIEMBRE DE 2017

Turismo de lujo en México.

Más destinos adoptan este segmento,
además de Riviera Maya y Los Cabos

Luxury tourism in Mexico.

*More destinations adopt this segment,
in addition to Riviera Maya and Los Cabos*

Visitmexico.com
ofrece al viajero internacional
una página web para
encontrar los mejores
sitios y conocer el país.

*Visitmexico.com offers to
the international traveler
a web page to find the
best places and know
the country.*



méxico
UN MUNDO EN SÍ MISMO
visitmexico.com

méxico
A WORLD OF ITS OWN
visitmexico.com

Ulokaal
Ulokaal es una plataforma
útil y divertida que ofrece
información local valiosa
para inspirar al viajero.

*Ulokaal is a useful and
enjoyable platform that
offers valuable local
information that inspires
the traveler.*





Nuevo aeropuerto de la Ciudad de México

➤ Su construcción se basa en la sustentabilidad

MARGARITA SOLÍS

Desde hace 18 meses se inició la construcción de un nuevo aeropuerto en la Ciudad de México, ante la necesidad de atender la creciente demanda de operaciones aéreas.

El proyecto del [Nuevo Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México](#) (NAICM) es el segundo más grande en construcción a nivel mundial y cumplirá con los requerimientos de protección del ambiente, lo que le permitirá acceder a la certificación LEED Platino.

Al utilizar energía limpia será el primer aeropuerto fuera de Europa en tener cero emisiones de carbono al ambiente, considerando que su terminal medirá 743 mil metros cuadrados, tendrá tres pistas para operaciones simultáneas y tres más para operaciones generales, así como 95 posiciones de contacto y 68 remotas.

Por el diseño de ingeniería y arquitectura basados en la sustentabilidad, el Edificio Terminal tendrá 21 columnas en forma de embudo, el envolvente se conformará de cubiertas de aluminio y vidrios cerámicos para permitir el uso del agua de lluvia, el aire y la luz solar, esos elementos se conducirán por tuberías y sistemas fotosensibles y de aislamiento térmico.

Los equipos generarán energía fotovoltaica de 30 a 40 mega watts, para proporcionar electricidad baja en carbono.

Esto permitirá una iluminación natural, durabilidad para los factores medio ambientales, tolerancias térmicas y sísmicas, y acceso fácil para mantenimiento.

En 2018:

Inversión total de 13 mil mdd. La construcción de la primera etapa concluirá en 2018. Tendrá una extensión de 4,431 hectáreas. Atenderá 550 mil operaciones aéreas por año.

En 2060

Para ese año estará terminado el aeropuerto. Su capacidad máxima será de 120 millones de pasajeros. Realizará un millón de operaciones por año. Funcionarán seis pistas con operaciones triples simultáneas.

➤ PLAN DE FINANCIAMIENTO SUSTENTABLE

El Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM), empresa del gobierno mexicano encargada de la construcción del NAICM, ha colocado seis mil millones de dólares en los mercados internacionales de capitales a través de bonos verdes.

Los recursos serán utilizados para la construcción del nuevo aeropuerto. Este financiamiento no constituye deuda pública y será pagado con los flujos excedentes que el propio aeropuerto genere.

Los bancos colocadores fueron Citibank, HSBC y JP Morgan, con la participación de BBVA y Santander.

New Mexico City Airport

➤ Construction based on sustainability

MARGARITA SOLÍS

Since the last 18 months, a [new airport in Mexico City](#) is being built to serve the growing demand of flight operations.

The project of the New Mexico City International Airport (NAICM, for its acronym in Spanish) is the second largest project being built at the worldwide level and it will meet the requirements of environmental protection, which will allow it to get the Platinum LEED certification.

By using clean energy, it will be the first airport outside Europe to have zero carbon emissions into the environment. The New Mexico City International Airport will cover an area of 743 thousand square meters, it will have three runways for simultaneous operations and three more runways for general operations. It will have 95 boarding gates and 68 remote gates.

Because of its engineering and architectural design, based on sustainability, the Terminal Building will have 21 funnel-shaped columns, the building envelope will be made out of aluminum plates and ceramic glass, which will allow the use of rainwater, air and sun light. These elements will be transported through pipelines and through photosensitive and thermal isolation systems.

The building will have pieces of equipment that will generate 30 – 40 megawatts photovoltaic energy to produce low-carbon electricity.

This will make possible to have natural lighting, lifelong use of environmental factors, thermal and seismic tolerance factors and an easy access to maintenance.

The elements mentioned above will make possible to reduce the cost of energy consumption by 50% and the use of potable water by 70%, due to the fact that 100% of collected water from rainfall will be treated. It is foreseen to reduce the amount of waste sent to landfills by 75%.

In 2018:

Total investment of the first phase: 13 billion dollars. The construction of the first phase will finish in 2018. It will cover an area of 4,431 hectares. It will serve 550 thousand flight operations per year.

In 2060

On that date the airport will be finished. Its maximal capacity will be 120 million passengers. It will carry out one million flight operations per year. Six runways with triple simultaneous

➤ SUSTAINABLE FUNDING PLAN

Grupo Aeroportuario de la Ciudad de México (GACM), a company owned by the Mexican Government in charge of the construction of NAICM (New Mexico City International Airport), has placed six billion dollars in international capital markets through

Green Bonds.

The resources will be used to build the new airport. This funding is not public debt and it will be paid with the surplus generated by the airport facility.

The underwriting banks are Citibank, HSBC and JP Morgan, with the participation of BBVA and Santander.

Escanea y
suscríbete,
¡es gratis!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO, Número especial WTM, Noviembre 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)5534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com, • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño, • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 04-2012-081017332800-101 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 octubre de 2016 con un tiraje de 10,000 ejemplares, • DISTRIBUIDOR: Lauser Editores S. A. de C.V., Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal, • Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación, • Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Dirección General de PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO.

Visitmexico.com, una guía para el viajero internacional

BEDILIA BRIZUELA

El sitio Visitmexico.com forma parte de la estrategia de mercadotecnia digital para promover los destinos del país a nivel internacional.

Es una guía donde los viajeros exploran las diferentes ofertas de los mercados nacionales y desde ahí pueden planear su viaje.

Encontrarán la información relacionada a los procedimientos que deberá cumplir si viaja con sus mascotas o con alimentos; también sobre el tipo de cambio, impuestos y propinas, clima y zonas horarias. También cuenta con una sección llamada “Requisitos de ingreso”, ahí se encuentran las listas de países que no y si requieren visa.

Hay un atlas turístico que incluyen las actividades relacionadas con naturaleza y ecoturismo, zonas arqueo-

lógicas, bienestar, aventura y deporte, fiestas tradicionales, gastronomía, así como arte y cultura.

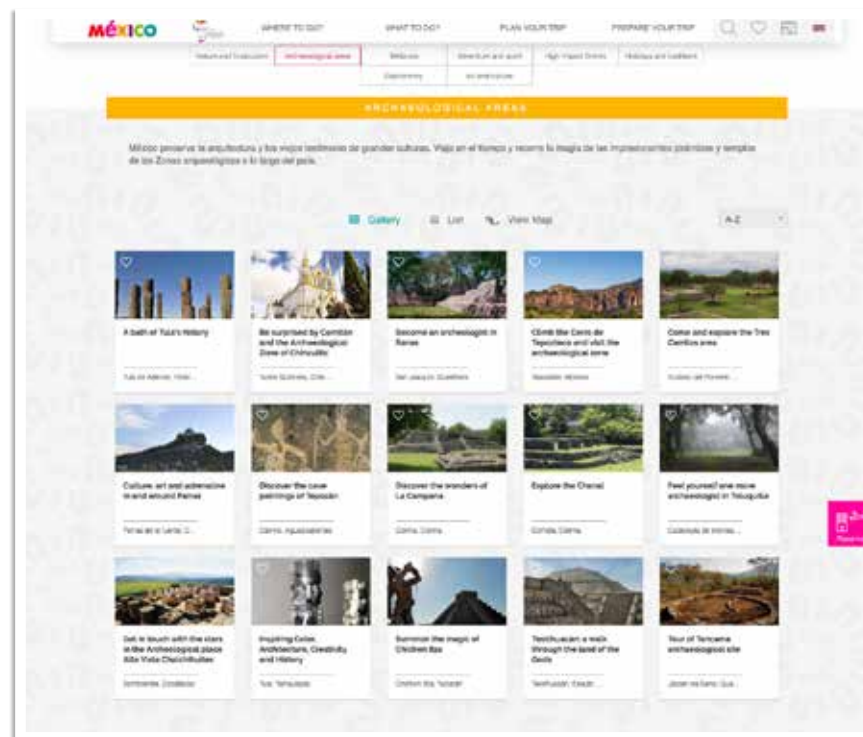
Con la finalidad de ofrecer rutas por todo el país, también tiene la opción de guías turísticas divididas por regiones: Sur, Centro-Pacífico, Norte y Centro-Golfo. Se pueden descargar en archivo PDF, con compatibles con los dispositivos móviles.

Tiene una sección para contratar el servicio que se necesite: hotel, tours, paquetes y transporte terrestre y aéreo, solo se necesita especificar el origen y el destino, la fecha de viaje y el número de personas.

Incluye una opción para agregar actividades en el ícono “corazón”, está en la parte superior derecha de la pantalla, es una herramienta para programar viajes personalizados, al trazar una ruta y ofrecer itinerarios.



Visitmexico.com, a guide for the international traveler



BEDILIA BRIZUELA

Visitmexico.com is part of the digital marketing strategy to internationally promote the different travel destinations in the country.

It is a guide where the travelers can explore the different offerings from national markets and from there they can plan their trip.

Travelers can find the information related to the travel regulations they must meet when they travel with their pets or if they bring food with them; as well as information on currency exchange rates,

taxes and tips, weather and time zones. It also has a section called “Entry Requirements” that includes the lists of countries where a visa is required.

There is a tourism Atlas that includes the activities related with nature and ecotourism, archeological sites, well-being, adventure and sports, traditional holidays, gastronomy, and art and culture.

With the goal of providing routes across the country, the web site also has the option of travel guides per regions: South, Central-Pacific, North and Central-Gulf. The travel guides

can be downloaded as PDF files, and they are compatible with mobile devices.

It offers a section to contract any service you may need: hotel, tours, travel packages and ground and air transportation, all you have to do is indicate the point of origin and the destination, date of travel and the number of travelers.

It includes an option to add activities in the “heart” icon located on the upper right corner of the screen, which is a tool to schedule customized travels, where you decide the route and you can also suggest travel itineraries.



Oferta gastronómica y hotelera en las principales **playas mexicanas**

ISABEL GORDOA

México se caracteriza por la riqueza y diversidad de su cocina y hospedaje. La comida mexicana va mucho más allá de los platillos típicos, los cuales han sido reconocidos por la UNESCO, al declarar en 2010 a la gastronomía como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.

El 30% de los visitantes extranjeros llegan a México motivados por la comida. La importancia de la gastronomía destaca por sus más 400 mil empresas dedicadas a este rubro; generan 3.6% del crecimiento económico nacional.

Hotel Awards lo otorga Travel+Leisure México a los mejores centros de hospedaje. Aquí mencionamos algunos de ellos:

➤ ACAPULCO

En su oferta gastronómica resaltan los restaurantes [Zibu](#), [Tonys Asian Bistro](#) y [Origen](#), diseñado por el chef Miguel Ángel Quintana.

Los mejores centros de hospedaje son: [Encanto Acapulco](#), [Mishol Hotel & Beach Club](#) y [Banyan Tree Cabo Marqués](#).



➤ ENSENADA

El estado de Baja California es distinguido por el concepto gastronómico Baja Med, resultado de la fusión entre la cocina mexicana, mediterránea y oriental, con locales como [La Guerrerense](#) y [Mariscos Bahía de Ensenada](#), hasta restaurantes de renombre como [Manzanilla](#), del chef Benito Molina y Laja de Jair Téllez.

Entre sus centros de hospedaje destacan: [Hotel Coral & Marina](#), [Estero Beach Hotel & Resort](#) y [Punta Morro Resort](#).



➤ PUERTO VALLARTA

Para comer en ese destino se recomienda [Café Des Artistes](#), [La Leche](#) y [River Café](#). Para hospedarse está [Grand Miramar Resort & Spa](#), [Secrets Vallarta Bay Puerto Vallarta](#) y [Sunset Plaza Beach Resort & Spa](#).

➤ LOS CABOS

Restaurantes destacados en Los Cabos: [Invita Bistro](#), [Pan Di Bacco](#), [Misiones de Kino](#) y [La Cosa](#), entre otros.

Entre los mejores hoteles de Los Cabos están [Las Ventanas al Paraíso](#), [One&Only Palmilla](#), [Esperanza](#), [The Cape](#), [Pueblo Bonito Montecristo Estates Luxury Villas](#) y [The Resort at Pedregal](#).



➤ RIVIERA MAYA

[Rauxa Restaurant & Show](#), [Oh La La](#) y [Passion](#) By Martin Berasategui son los restaurantes más reconocidos en el sitio.

Los centros de hospedaje que resaltan son [Grand Luxxe](#) by Vidanta, [Viceroy](#), [Rosewood Mayakoba](#), [Belmond Maroma Resort & Spa](#) y [Grand Velas](#).



➤ RIVIERA NAYARIT

Los restaurantes más concurridos son [Eddie's Place Nopal Beach](#) y [El Barracuda](#), al igual que sitios de renombre como [Tuna Blanca](#), [Azur](#) y [Sufi](#).

Los mejores hoteles son [Casa de Mita](#), [Grand Velas](#), [The St. Regis Punta Mita](#), [Playa Escondida](#) y [Four Seasons Punta Mita](#).

Accommodation and gastronomic offer in the main **Mexican beach destinations**

ISABEL GORDOA

Mexico is characterized by the richness and diversity of its cuisine and hotel lodging. Mexican food extends far beyond typical dishes, which have been recognized by UNESCO, by stating in 2010 that gastronomy is an Intangible Cultural Heritage of Humanity.

30% of foreign visitors coming to Mexico are attracted by Mexican cuisine. The relevance of gastronomy is highlighted by its more than 400 thousand companies in this sector; they generate 3.6% of the domestic economic growth.

Travel+Leisure México grants Hotel Awards to the best accommodation centers. Here we name only a few of them:

➤ ACAPULCO

Because of their gastronomic offer the following restaurants are prominent: [Zibu](#), [Tonys Asian Bistro](#) and [Origen](#), designed by Chef Miguel Ángel Quintana.



The best accommodation centers are: [Encanto Acapulco](#), [Mishol Hotel & Beach Club](#) and [Banyan Tree Cabo Marqués](#).

➤ ENSENADA

The state of Baja California is distinguished by the gastronomic concept of Baja Med, resulting from the fusion of Mexican, Mediterranean and Eastern cuisines and [La Guerrerense](#) and [Mariscos Bahía de Ensenada](#), and up to well-known restaurants like [Manzanilla](#), by Chef Benito Molina and Laja by Jair Téllez.



Among its accommodation centers, the most prominent ones are: [Hotel Coral & Marina](#), [Estero Beach Hotel & Resort](#) and [Punta Morro Resort](#).



➤ PUERTO VALLARTA

To eat in this destination, it is recommended to go to [Café Des Artistes](#), [La Leche](#) and [River Café](#). Places to stay are [Grand Miramar Resort & Spa](#), [Secrets Vallarta Bay Puerto Vallarta](#) and [Sunset Plaza Beach Resort & Spa](#).

➤ LOS CABOS

Highlighted restaurants in Los Cabos: [Invita Bistro](#), [Pan Di Bacco](#), [Misiones de Kino](#) and [La Cosa](#), among others.

Among the best hotels in Los Cabos there are [Las Ventanas al Paraíso](#), [One & Only Palmilla](#), [Esperanza](#), [The Cape](#), [Pueblo Bonito Montecristo Estates Luxury Villas](#) and [The Resort at Pedregal](#).

➤ RIVIERA MAYA

[Rauxa Restaurant & Show](#), [Oh La La](#) and [Passion](#) By Martin Berasategui are the best known restaurants.

The most important accommodation centers are [Grand Luxxe](#) by Vidanta, [Viceroy](#), [Rosewood Mayakoba](#), [Belmond Maroma Resort & Spa](#) and [Grand Velas](#).



➤ RIVIERA NAYARIT

The most famous and crowded restaurants are [Eddie's Place Nopal Beach](#) and [El Barracuda](#), and well known places like [una Blanca](#), [Azur](#) and [Sufi](#).

The best hotels are [Casa de Mita](#), [Grand Velas](#), [The St. Regis Punta Mita](#), [Playa Escondida](#) and [Four Seasons Punta Mita](#).

Turismo de lujo en crecimiento



BEDILIA BRIZUELA

El viajero Prémium, interesado en segmentos con mayor tendencia al lujo, visita destinos en los que pueda encontrar actividades exclusivas tanto en hoteles, como cruceros, líneas aéreas y tour operadores.

Además de los destinos consolidados en el segmento de lujo, como Riviera Maya y Los Cabos, hay otros que están colocándose en los intereses e itinerarios de los viajeros internacionales.

> RIVIERA NAYARIT - PUERTO VALLARTA

Es un corredor de playa de 160 kilómetros de largo que se extiende por los municipios de Bahía de Banderas, Compostela, San Blas, Santiago y Tecuala, en el estado de Nayarit.

Es un multideestino que ofrece turismo de naturaleza, pesca, veleros y centros de relajación.

Hoteles como The St. Regis Punta Mita, Four Seasons Punta Mita, Grand Velas e Imanta Punta de Mita, han logrado la denominación Virtuoso Preferred.

Una actividad que destaca a escala internacional es el golf, que se puede practicar en sus seis campos diseñados por Jack Nicklaus, Greg Norman y Robert Von Hagge.

En Vallarta su oferta de hoteles de lujo destacan Grand Miramar All Luxury Suites & Residences, con vistas a la bahía, así como el remodelado Marriott Puerto Vallarta Resort & Spa.

Cuenta con 300 restaurantes, mercados y propuestas como el Farmer Market, Wine Fest, Restaurant Week, Vallarta Nayarit Gastronómica o el Festival Gourmet Internacional, considerado el mejor del país y uno de los más importantes del continente por reunir a alrededor de 450 mil comensales y 500 chefs.

El destino es de los más reconocidos a nivel mundial para la observación de las ballenas jorobadas entre

diciembre y marzo. Y es el tercer puerto de cruceros más importante de México.

> MÉRIDA

Su atmósfera colonial prevalece en sus edificios, casonas, iglesias, museos y en la estructura de sus callejuelas que conducen al visitante a una época que parece haberse detenido en el tiempo.

Hoteles boutiques como Casa Azul, Casa Lecanda, Rosas & Xocolate y Mansión Mérida; además de restaurantes como Kuuk, con platillos extravagantes, o Néctar, que utiliza ingredientes regionales yucatecos, complementan la oferta.

En sus alrededores destacan las ex haciendas henequeneras, como Sotuta de Peón, Yaxcopoil, Eknakán y Tepich, que operan como hoteles o museos.

Growing luxury tourism



BEDILIA BRIZUELA

The Premium traveler, interested on segments oriented to luxury, visits destinations where you can find exclusive activities in hotels, cruisers, air lines and tour operators.

In addition to those well consolidated destinations in the luxury segment, like Riviera Maya and Los Cabos, there are other destinations that are becoming of interest and the routes of international travelers.

> RIVIERA NAYARIT- PUERTO VALLARTA

Riviera Nayarit is a 160 km long beach corridor that goes through the municipalities of Bahía de Banderas, Compostela, San Blas, Santiago and Tecuala, in the state of Nayarit.

It is a multiple destination that offers ecotourism, fishing, and boat sailing and relaxation centers.



Hotels like The St. Regis Punta Mita, Four Seasons Punta Mita, Grand Velas and Imanta Punta de Mita, have attained the Virtuoso Preferred denomination.

An activity that is prominent at the international level is golf, which can be practiced in the six golf fields designed by Jack Nicklaus, Greg Norman and Robert Von Hagge.

In Vallarta its offering of luxury hotels, a prominent hotel is Grand Miramar All Luxury Suites & Residences, with views into the bay, and the refurbished Marriott Puerto Vallarta Resort & Spa.

Puerto Vallarta has 300 restaurants, markets and proposals like Farmer Market, Wine Fest, Restaurant Week, Vallarta Nayarit Gastronómica or the International Gourmet Festival, considered as the best in the country and one of the most important ones in the continent because it gathers somewhere around 450 thousand commensals and 500 chefs.

This destination is one of the best known at the worldwide level for whale seeing between December and March each year. And it is the third most important cruisers port in Mexico.

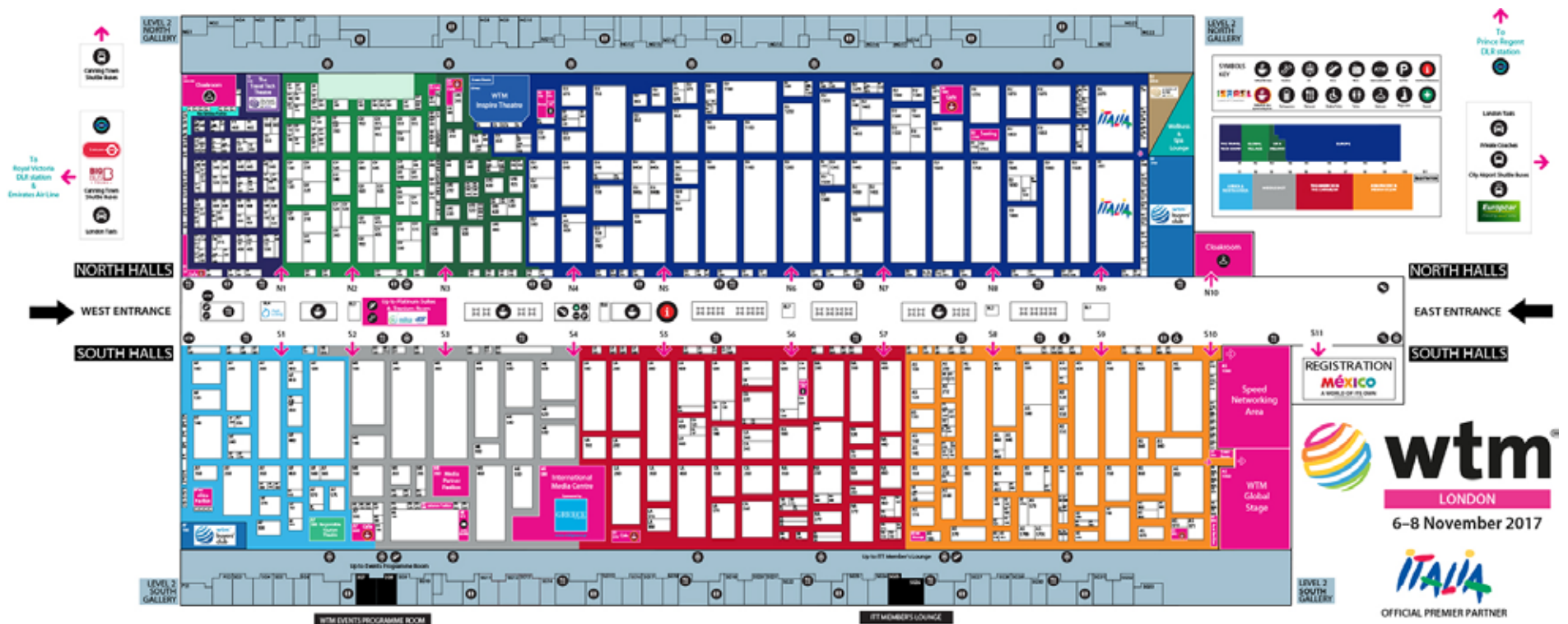
> MÉRIDA

Its colonial atmosphere prevails in its buildings, mansions, churches, museums and the structure of its alleys that take the visitor back to a period that seems to have come to a halt.

Boutique hotels like Casa Azul, Casa Lecanda, Rosas & Xocolate and Mansión Mérida; in addition to restaurants like Kuuk, with extravagant dishes, or Néctar, which uses regional Yucatan ingredients, which complement the offer.

Nearby there are former henequen haciendas like Sotuta de Peón, Yaxcopoil, Eknakán and Tepich, which were turned into hotels or museums.

MAPA WTM 2017 / MAP WTM 2017



Ulokaal, transformando turistas en locales

RODRIGO CAIRE

Ulokaal es la aplicación móvil donde es posible compartir con otras personas las experiencias por el mundo, conectarse con viajeros y locales, descubrir nuevos lugares en México y el extranjero, almacenar recuerdos y mostrar a otros un lado distinto de viajar.

Es una plataforma que ofrece información valiosa sobre destinos, con el propósito de inspirar a los viajeros, además de ayudarlos a planear, adquirir y compartir sus experiencias.

La aplicación para teléfonos inteligentes permite a los usuarios visitar lugares recomendados por locales para hacer lo que los turistas comunes no hacen.

► REVOLUCIONANDO EL TURISMO

Ulokaal ofrece contenido turístico con base en experiencias; es la conexión con la red social de los llamados "Ueys", quienes están dispuestos a compartir sus experiencias como locales, y es el motor de reservas, a

través del cual se puede contratar diversos servicios; uno que destaca es el de guías locales. Además, cuenta con varias formas de pago, como tarjetas de crédito y débito, y con bitcoins, la también llamada moneda electrónica.

Cada integrante de la comunidad virtual será llamado "Uey", que es una palabra inventada, inspirada en "güey", como se dicen entre sí los jóvenes mexicanos.

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

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

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

Un estudio elaborado por Google Travel Study reveló que las plataformas digitales inspiran a las personas a viajar un 88% más, en comparación con otros factores, como lo pueden ser la televisión, revistas, periódicos, familiares o amigos.

Ulokaal es una herramienta que inspira a los viajeros, pero además les proporciona información de calidad.

Ulokaal, turning tourists into locals

RODRIGO CAIRE

Ulokaal is the mobile application where you can share with others your experiences through the world, put travelers and locals in contact, discover new places in Mexico and abroad, store memories and show a different place to travel.

Ulokaal is a platform that offers valuable information on destinations, in order to inspire travelers, and also help them to plan, get and share experiences.

The app for smartphones allows users to visit places recommended by locals to do what average tourists do not do.

► REVOLUTIONIZING TOURISM

Ulokaal offers touristic content based on experiences; it is the link with the social network of the so-called "Ueys", who are ready to share their experience as locals, and it is the booking engine through which you can sign up for different ser-

vices; one of the most notorious service is that of local guides. On top of that, it offers different ways of payment, like credit and debit cards, and bitcoins, the electronic currency.

Every member of the virtual community will be called "Uey", which is an invented word inspired on the word "güey", as young Mexican people addresses one another.

Ulokaal works technologically under the same principles that made Google so popular to sell advertising, given that it identifies what is relevant for the user and brings him/her commercial proposals that are valuable to them.

The App is, in itself, a new way of communication with the main feature that generates valuable content supported by experts who know how to travel and do it professionally; and because it is their vocation in life.

The final goal is connecting people through tourism, by supplying them with a tool that is not only interesting but entertaining.

A study conducted by Google Travel Study showed that digital platforms inspire people to travel 88% more, in comparison with other factors such as television, magazines, newspapers, relatives or friends.

Ulokaal is a tool that inspires travelers, but also provides them with quality information.





Uniando la industria del turismo, **WTM Londres 2017**

MARGARITA SOLÍS

La edición 37 del [World Travel Market](#), que se celebra 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 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 del 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 uniando talento creativo poniendo énfasis en el flujo de trabajo editorial.

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*.

Otros oradores serán Ross Borden, fundador de Matador Network, quien 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, cofundador 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.

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 del sector y realizan negocios.

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”, dijo Charlotte Sutton, directora de Seminarios y Portafolios de WTM.



Unifying the tourism industry, **WTM London 2017**

MARGARITA SOLÍS

The central theme of the 37th edition of the [World Travel Market](#), celebrated in London, the United Kingdom, is: “How to build an ideal content team”.

In the last 18 months, many of the main destinations and the travel agents have rapidly adopted their focus to prioritize the marketing of contents, which became the component to interact online with the potential visitors.

The 2017 London WTM is considered to be the leading worldwide event of the travel industry. The event will have a big list of speakers, who are experts in digital marketing on tourism.

Digital Tourism Think Tank (#DTTT) fully explores this trend and looks for the way to build a “Dream Content” team. This will happen on Tuesday November the 7th in the main scenario of WTM.

Nick Hall, the founder of the Digital Tourism Think Tank and an expert in global marketing of destination, will moderate the session and will try to understand the way the teams are reinventing themselves to be ready, and the way they are bringing creative talent together while highlighting the flow of the editorial work.

One more *masterclass* will be given by Mark Henry, director of Central Marketing

of Tourism in Ireland. Mark Henry will share the experience on how his marketing company has included the history of the TV series *Game of Thrones*.

Other speakers will be Ross Borden, the founder of Matador Network, who will share his knowledge on the creation of a global network of developers; Robert Wells, Marketing Manager of Evaneos, who will talk on authentic local storytelling; Bart van Poll, co-founder of Spotted by Locals, who will tell on the way they work with local ambassadors; and Simon Lewis, from Travel Concept Solutions, who will share with the audience his news on a recently successful campaign.

On November 8, the Digital Tourism Think Tank will also hold a session entitled: “The Age of Intelligent Technology in Travelling”.

London WTM is the main worldwide event of the travel industry. Professionals in the sector will meet and do business.

This worldwide event generates commercial agreements among participants for a total of more than 2.8 billion British pounds.

For three days, members of the tourism industry go in contact with 51 thousand professionals of travelling, buyers, journalists, digital influencers, students and tourism ministers.

“This vibrant event offers the chance to discover the world under a common roof and getting inspiration from the industry leaders who discuss trends, problems and innovations in the travel industry”, stated Charlotte Sutton, Seminars and Portfolios Director of WTM.





A WORLD OF ITS OWN
visitmexico.com