

DIVERSIÓN

El Hotel Xcaret México ya abrió con 900 habitaciones en su primera etapa y acceso a todas las atracciones del grupo.

PÁG
5



Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO CII AÑO 8 ENERO DE 2018



El turismo en México mantiene su posición relevante

A pesar de las adversidades de 2017, la industria salió adelante y confía en que las cifras finales se mantendrán en crecimiento.

> PÁGS. 6 y 7

CRECIMIENTO. Por eliminar la visa de ingreso a Canadá, 50% más mexicanos lo visitaron el año pasado.

PÁG
4

NATURALEZA. La fauna marina de Baja California Sur está protegida por diferentes programas.

PÁG
8

TECNOLOGÍA. Sabre, lista para los retos de 2018: elecciones en México y el Mundial de fútbol en Rusia.

PÁG
10

Promoverá Fitur turismo en África y la innovación tecnológica

Los beneficios de la inteligencia artificial aplicada en la industria serán uno de los temas que se analizarán en Madrid. México estará presente con sus destinos más importantes.

BEDILIA BRIZUELA

La edición 38 de la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2018, organizada por la Feria de Madrid (Ifema), se realizará del 17 al 21 de enero de 2018, albergará el IX Foro de Inversiones y Negocios Turísticos en África, Investour, organizado en conjunto con la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Casa África.

Asimismo, en el marco de la feria se celebrarán las Jornadas de Innovación Turística que organiza la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo (AECIT), bajo el título: "Las inteligencias del turismo" estará integrada por cuatro paneles que contarán con las intervenciones de expertos profesionales del sector.

OMT Y CASA ÁFRICA

Este encuentro se realizará el jueves 18 de enero, entre los temas que destacan están la situación de la Marca África y su impacto en el turismo, además de reunir a políticos, inversionistas y emprendedores que quieran iniciar nuevos proyectos en dicho continente.

Como en ediciones anteriores, el Foro Investour se articula en dos sesiones que contemplan



Participarán Guanajuato, Mazatlán y Quintana Roo, entre otros, en la feria de Madrid con el objetivo de incrementar su promoción.

desde encuentros empresariales B2B, hasta el desarrollo de dos mesas redondas.

En la primera, denominada "Marca África, se fomenta el desarrollo del turismo y las oportunidades de inversión", versa sobre la necesidad de cambiar la percepción de la realidad africana alejándola de los preconceptos sobre el continente, además de compartir medidas políticas de forma exitosa la marca de un destino.

En la segunda, "Biodiversidad como motor del turismo sostenible, la importancia de la participación efectiva de la comunidad", se abordan los retos y oportunidades del turismo de naturaleza y de safaris en África, así como la importancia de las comunidades

locales en su desarrollo, resaltando cómo involucrar a los locales en los esfuerzos de conservación de la biodiversidad.

JORNADAS DE INNOVACIÓN TURÍSTICA

La gestión de datos turísticos se presenta como un innovador y poderoso instrumento del sector del turismo inteligente que, de acuerdo con los expertos, "debe ser aprovechado por los profesionales del mundo como una oportunidad esencial a la espera de ser explotada".

Esta Jornada, moderada por Juan Miguel Moreno, experto en innovación turística, CEO de More Turismo Internacional y director de AECIT, analizará la importancia de la inteligencia aplicada al turismo, con casos concretos que provienen de diferentes países y organizaciones.

"Inteligencia de negocio para el sector turístico".

González explicará cómo convertir todos los datos que tienen los negocios en información útil para la toma de decisiones de cara al futuro.

"Aplicación del Big Data al destino turístico inteligente" es el nombre de la ponencia de Albert Isern, CEO de Bismart, que tratará este tema desde su experiencia durante ocho años como especialista en big data y business intelligence.

El Innovation Maker de Blue Bay Hotels y profesor Mindfulness Ejecutivo en EOI, Jimmy Pons, también intervendrá al analizar: ¿Vamos a sustituir a los humanos por robots e IA en turismo? Como una de las mayores preocupaciones de los trabajadores desde inicios de la Revolución Industrial; sentimiento que se refuerza hoy en día con el vaticinio de los expertos de que, para 2025, uno de cada tres trabajos podrían ser sustituidos por robots.

MÉXICO PRESENTE

Algunos de los destinos más importantes de México estarán presentes en la feria de Madrid con el objetivo de incrementar su promoción, así lo anunció Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de Guanajuato.

Además del mercado español, Olivera Rocha se reunirá con autoridades y empresarios de Alemania, Francia e Italia.

En el caso de Mazatlán, en su estand se promoverá como sede del próximo Tianguis Turístico.

Asimismo, asistirá una delegación de autoridades del turismo en Quintana Roo, como lo es el Fideicomiso de Promoción Turística de la Riviera Maya y Cozumel, que será encabezada por su gobernador Carlos Joaquín González.

La ley vitivinícola hará más competitiva a la industria

Incluye la revisión de los sistemas tecnificados de riego, la investigación e innovación tecnológicas.

BEDILIA BRIZUELA

Después de casi dos años de trabajo, fue aprobada la Ley de Fomento a la Industria Vitivinícola por el Pleno de la Cámara de Diputados que pretende hacer más competitiva la actividad.

Hace unos meses el gobernador de Baja California, Francisco Vega de Lamadrid, en su calidad de coordinador de la Comisión de la Industria Vitivinícola de la Conferencia Nacional de Gobernadores (Conago), convocó a una reunión para los últimos detalles de la propuesta de ley, que fue aprobada.

También estuvieron el entonces secretario de Hacienda y Crédito Público, Francisco Meade, así como los presidentes de las asociaciones de comités estatales



y asociaciones de vitivinicultores de todo el país.

El objetivo aprobado fue revisar las principales necesidades que presenta este sector y coordinar los apoyos necesarios encaminados al proceso industrial.

También se incluye una revisión a los sistemas tecnificados de

riego; la investigación e innovación tecnológicas; los esquemas de capacitación y el fortalecimiento de sus normas, para garantizar la calidad y certificación del producto.

Wenceslao Martínez Santos, presidente de la Comisión Especial de la Industria Vitivinícola y

Berries mencionó que esta ley busca beneficiar a los productores nacionales en Zacatecas, Coahuila, Querétaro, Aguascalientes y principalmente en Baja California e impulsar la industria vitivinícola que tiene un crecimiento de 12% anual, por encima de cualquier otra actividad en el país.

Dentro de las principales necesidades que tienen los vitivinicultores del país, están la colaboración conjunta entre los gobernadores de los estados, los productores y el Gobierno Federal, lo que se acordará mediante una Mesa Permanente.

Martínez Santos dijo que la ley es plural y recoge las aportaciones del resto de los diputados de la Comisión Especial, del Senado de la República, del Consejo Nacional del Vino, de los productores organizados de los valles productores de Ensenada, así como de



expertos en temas hídricos, fiscales, comercialización, entre otros.

Este nuevo marco jurídico se integra por 41 artículos, concentrados en cinco títulos, con lo que se otorgan las herramientas legales para impulsar y promover a este sector.

El documento resalta que en México se requiere de manera urgente reconocer a la industria vitivinícola nacional como un sector en crecimiento, que favorece al campo mexicano.

Refiere que la producción nacional representa cerca del 30% de lo que se consume anualmente, por lo que el incremento de la demanda se satisface con la importación, la cual superó, en 2015, los 220 millones de dólares.

Viajar más, un propósito en 2018

MARGARITA SOLIS

Conocer el país por carretera puede ser parte de la lista de opciones de propósitos para el nuevo 2018, al realizar los viajes se puede aprovechar la conectividad y comodidad que ofrecen las distintas rutas de autobuses.

La opción de viajar en solitario ofrece como ventajas que no hay límite de presupuesto o destino que parezca muy pequeño o exótico, solo hay que elegir el destino, comprar el boleto de autobuses y echar en la mochila lo mínimo necesario para sobrevivir a la aventura.

Ir a la playa puede ser de las favoritas, como viajar a Acapulco o Puerto Vallarta, pero las dunas acompañadas de mar ofrecen un espectacular paisaje como el de la bahía de Santa María, uno de los rincones más escondidos de México, a sólo 60 kilómetros de Culiacán.



México cuenta con destinos donde se disfruta desde la playa hasta la nieve.

Hacer un viaje de aventura es probar cosas nuevas, México tiene una diversidad de entornos naturales perfectos para practicar deportes como rafting, en San Luis Potosí; sandboarding, en las dunas de Chihuahua o de Sonora; buceo, en las costas del Mar de Cortés; entre muchas otras que lo cargarán de adrenalina.

Conocer algunos Pueblos Mágicos de los 111 existentes, muchos de ellos están a un viaje corto en autobuses de distancia, saliendo de diferentes ciudades de toda la República, si la intención es viajar más en el 2018.

Para conocer un lugar con nie-



ve no es necesario salir del país, destinos como Creel en Chihuahua, o Artega en Coahuila, ofrecen en temporada de invierno vistas espectaculares de las sierras y montañas cubiertas de nieve.

Viajar es un excelente pretexto para pasar tiempo con la familia

y compartir experiencias memorables. No hay que esperar a que sean fechas especiales para pasar tiempo con la familia explorando los diversos destinos del país.

Planear estos viajes puede ser sencillo gracias al desarrollo de plataformas tecnológicas, donde se pueden comprar boletos de autobuses por internet en México.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!



DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 8, No. 102, Enero 2018, es una publicación mensual editada por **Eisa Multimedia, S.A. de C.V. y Media Más, S.A.** Domicilio de la Edición y Publicación Santa Bárbara Número 15, Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez, C.P. 03100, México Distrito Federal. Tel: 015555344643 y 55344816; www.periodicoviaje.com. • DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. • ARTE: Laura Martínez I. • CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 01-2012-0810733800-101 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 diciembre 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.

Se incrementa la llegada de mexicanos a Canadá

➤ Tras la eliminación de la visa, en 2017 aumentó 50% el número de visitas.



NALLELY CAMPOS

Dejo a conocer la Secretaría de Relaciones Exteriores (SRE) en 2017 la llegada de viajeros mexicanos a Canadá aumentó 50%, respecto a 2016. La principal razón fue la eliminación de la visa, así como el impulso al diálogo político entre ambos países.

En 2016 se registró una movilidad de 240 mil mexicanos, por lo que se llegaría a 360 mil viajeros de México a Canadá en 2017.

Lo anterior es una cifra récord, pues de acuerdo con estadísticas de Destination Canada, durante los últimos años el número de mexicanos que visita el país norteamericano ha crecido en promedio 15%, previo a la eliminación de la visa, en diciembre de 2016.

Por ello, empresas como Air Canada registraron una oferta de casi 350 mil asientos totales disponibles, sumando los siete destinos que cubre dentro de México; lo cual convierte a Canadá en el tercer destino extranjero más visitado por los mexicanos.

“Gracias al creciente interés del mercado mexicano por visitar Canadá, al cierre de 2016 obtuvimos un incremento de 20% en la oferta de asientos disponibles, además de aumentar el número de frecuencias”, señaló en entrevista Luis Noriega, director general de Air Canada para México, Centroamérica y Cuba.



México ocupa el segundo lugar entre los destinos turísticos favoritos de los canadienses, que realizan dos millones de visitas a nuestro país al año, tanto por negocios como por placer. Una cuarta parte de los mexicanos que han viajado al extranjero ha visitado Canadá al menos una vez en su vida, explicó.

➤ PRESENCIA EN MÉXICO

Noriega explicó que fue en abril de 1961 cuando la compañía aérea llegó a nuestro país bajo el nombre de Canadian Airlines, a través de la ruta México-Toronto.

Actualmente, Air Canada cuenta con 21 rutas a siete de los principales destinos turísticos y de negocios en México, ofreciendo vuelos directos desde siete ciudades canadienses: Vancouver, Toronto, Montreal, Calgary, Halifax, Ottawa y Winnipeg.

Cubre rutas en México hacia Cancún, Puerto Vallarta, San José del Cabo, Ciudad de México, Cozumel, Huatulco e Ixtapa-Zihuatanejo.

Además, con la ruta estacional Ciudad de México-Montreal, con base en una combinación de más frecuencias y más asientos por vuelo, se estima que al cierre de 2016 se obtuvo un crecimiento de cerca del 40% de asientos disponibles entre ambos destinos.

En 2017, la ruta estacional Ciudad de México-Montreal reabrió con un incremento de 32% en oferta de asientos, contra el verano del año previo.



La lealtad es un beneficio

➤ A través de los programas de Viajero Frecuente ofrecidos por aerolíneas en México, sus clientes pueden obtener experiencias VIP sin pagar por ello.

NALLELY CAMPOS

Datos revelados por la plataforma de análisis Ping Stam, el 70% de la gente realiza sus compras por la calidad del servicio que ofrecen las compañías y 80% de los mexicanos se sienten más satisfechos en tiendas que ofrecen programas de lealtad.

En el segmento de turismo, este tipo de programas son conocidos como *Viajero Frecuente*, son ofrecidos por la mayoría de las aerolíneas comerciales, donde los turistas pueden acumular millas de vuelo o puntos, de esa manera obtienen beneficios como viajes, alquiler de autos, noches de hotel, descuentos en tiendas, realizar un *check in* especial en el aeropuerto, recibir un menú gourmet durante el vuelo, asistir a una cena especial de la mano de un chef de renombre y realizar recorridos con accesos preferentes, entre otros.

El programa de *Viajero Frecuente* considerado como el más exitoso en el país es el que ofrece Aeroméxico a través de Club Premier.

“Desde hace seis años buscamos que los usuarios tengan más opciones para acumular puntos y después los transformen en experiencias únicas y memorables”, explicó en entrevista Cinthya Celaya, experience leader de Club Premier en Aeroméxico.

Club Premier tiene una base de 5.2 millones de usuarios, 50% de ellos utilizan esta plataforma para realizar operaciones bancarias, 40% ocupa sus puntos para viajes y 10% adquiere algún producto o servicio en los establecimientos afiliados al programa.

➤ DIVERSAS OPCIONES

Por otra parte, la aerolínea Volaris, en conjunto con Inxev, ofrece a través de la tarjeta de crédito 2.0 Visa Platinum, una membresía VClub individual para el titular de la tarjeta con descuentos entre 5 y 20% en tarifas aéreas; acceso preferente para el abordaje; además de que permite que sus viajeros frecuentes puedan llevar diez kilos más de peso, adicionales a los 25 kilos de equipaje y una maleta de mano extra, sin costo, entre otros beneficios.

La vigencia del bono de bienvenida es de un año a partir de la fecha de acreditación y después de hacer un gasto de mil 200 pesos durante los primeros tres meses. La vigencia del Monedero Volaris es de dos años después de haber acumulado 250 pesos.

Finalmente, Gold Card de American Express e Interjet ofrece 15% de descuento permanente al adquirir boletos de avión con la marca asociada y bono de bienvenida de 30 mil puntos Payback al acumular los primeros mil dólares.



Impulso del turismo mexicano hacia Estados Unidos

➤ CWW utiliza campañas de promoción para alcanzar sus metas.

CORINA TLALI ORTEGA

En entrevista para *Periódico Viaje*, Mauricio González Liceaga, director general de Connect Worldwide Mexico, nos habla sobre el efecto Trump y su repercusión en los viajes hacia Estados Unidos. El Departamento de Comercio de aquel país reportó una reducción de 10.1% respecto a turistas europeos y de 7.1% con relación a los visitantes provenientes de México.

“Estamos en un momento interesante, no de contracción total, pero se empiezan a sentir, tanto los ambientes políticos como los tipos de cambio y la situación de incertidumbre en muchos mercados. Tenemos clientes de todos lados, por ejemplo, el mexicano que va a Canadá está más preparado que nunca porque no hay vida y es un mercado abierto que



da la bienvenida a todos los turistas de México. Situación contraria al sentimiento político que se generó después de las elecciones en Estados Unidos”, aseveró González Liceaga.

El directivo continuó: “a pesar de que mucha gente puede tener inversiones, propiedades o necesidad de viajar por negocios,



Mauricio González Liceaga, director general de Connect Worldwide Mexico.

existe una atmósfera de tristeza, de represión que provoca no viajar hacia el país vecino. Lo que más nos pega son los temas económicos y la volatilidad del peso contra el dólar. Sin embargo, en el mercado mexicano tenemos una memoria de corto plazo, sabemos que dependemos del dólar y en cuestión de dos o tres meses nos acostumbramos al tipo de cambio y volvemos a viajar”.



➤ ¿Cuáles serán las estrategias para impulsar los viajes hacia Estados Unidos?

“Va a ser un año muy interesante y de retos, donde muchos destinos se van a consolidar. Las agencias que nos dedicamos a trabajar con destinos de Estados Unidos vamos a tener que redoblar esfuerzos para reposicionar

y tratar de eliminar ese sentimiento negativo. Por el contrario, hay que dar el mensaje de que el turismo mexicano es bienvenido. Y, expresamente, esa será la campaña que estaremos activando en la Gran Manzana, *New York Welcoming the World* y lo mismo haremos con Chicago, Houston y Arizona, donde la experiencia de viajar demuestra que son lugares amigables con los mexicanos.

➤ Bajo ese contexto, ¿cuál es el papel de Europa?

“El mercado europeo se ha vuelto a una competencia cada vez más dura para los destinos norteamericanos, pues te encuentras tarifas muy competitivas. El viajero que va a Estados Unidos se da cuenta que por un 10 o 15% más puede viajar a Europa los mismos días.

➤ ¿Cómo inicia 2018 para CWW?

“El año pasado desarrollamos una campaña que se llama *Hola Houston*, hecha especialmente para el mercado mexicano y hemos tenido la fortuna de resonar en la mente de los compradores.

Estamos trabajando en varias líneas de estrategia, desde la parte de turismo con todos los operadores mayoristas, capacitación a agencias de viaje, medios de comunicación, viajes de familiarización o notas creativas. Todo forma parte de un plan integral.

All fun inclusive en el Hotel Xcaret México

➤ Ya operan las primeras 900 habitaciones del nuevo proyecto de la empresa mexicana.

MARGARITA SOLIS
RIVIERA MAYA

Después de 30 años de desarrollar diferentes productos turísticos en Quintana Roo, el Grupo Experiencias Xcaret decidió diversificarse, así construyó el Hotel Xcaret México.

Les llevó nueve años concretar el proyecto, cuatro años en realizar diversos estudios ambientales e invertir 350 millones de dólares.

Hotel Xcaret es parte de la primera etapa del desarrollo turístico denominado: Destino Xcaret.

En entrevista, Marcos Constansse Redko, director general de Destino Xcaret, precisó que no lo consideran un hotel, sino un nuevo producto turístico que

le llaman *All Fun Inclusive*, que además de ofrecer hospedaje y alimentación, por la tarifa hotelera los huéspedes tienen acceso a todos los parques, tours, productos y servicios de Experiencias Xcaret.

“Al visitante lo recogen en el aeropuerto, lo traen al hotel y puede ir a cualquier parque: Xel-Há, Xcaret, Xplor, Xplor Fuego, Xenses y Xoximilco, y a los tours de Xenotes y Xichén.

En la reserva territorial de 370 hectáreas, físicamente hay cuatro de los nueve parques y el hotel está situado en medio de ellos.

Dentro de sus 900 habitaciones se manejan cinco productos diferenciados llamados casas (edificios), inspirados en la hospitalidad mexicana bajo la frase: “mi casa es su casa”.

Son cinco casas con nombres referentes a la naturaleza y con



conceptos diferentes: Fuego es sólo para adultos, con su propio restaurante y con alberca en el techo del edificio. Casa Tierra, igual que Fuego, está frente al mar, es de nivel Prémium para familias.

Casa Viento es para familias con niños pequeños, tiene su propio parque acuático, kids club, teens club y restaurante enfocado a los menores.

En Casa Espiral se reciben a grupos para grandes eventos como convenciones y bodas.

Casa Agua opera con el concepto *wellness*, tiene un Spa exclusivo para los huéspedes de esa casa.

En todo el inmueble se encuentran detalles de las diferentes culturas en México. Los textiles de los tapices y cojines son de Chiapas, así como las piezas talladas en ónix; las hamacas son de Yucatán y los azu-

lejos artesanales de Guadalajara; además, hay artículos de madera, papel amate, barro negro y talavera. El resto de los artículos utilizados son de origen local, estatal y nacional, en ese orden de importancia.

De los 11 restaurantes con diferentes conceptos de gastronomía, el único que no está incluido en el programa *All Fun Inclusive* es Há, donde el chef Carlos Gaytán se encarga de crear el menú y el cual pueden disfrutar vacacionistas que no estén hospedados en Hotel Xcaret.

El plan maestro de Destino Xcaret contempla seis mil habitaciones en 11 hoteles, un centro de convenciones, un estadio para 12 mil personas, un área comercial que se llamará Pueblo del Río con restaurantes, bares, cines, entretenimiento, tiendas y boutiques. En 10 años quedará terminado todo el desarrollo turístico.

La industria turística mantuvo su posición como motor de la economía nacional

Las cifras de llegadas de viajeros e ingreso de divisas al país son factores que la llevaron al crecimiento en 2017.

MARGARITA SOLIS

La actividad turística en México durante 2017 mantuvo sus indicadores en crecimiento, a pesar de los huracanes y tormentas en diferentes regiones del país, de las afectaciones generadas por los sismos de septiembre en cinco entidades: Puebla, Morelos, Oaxaca, Chiapas y Ciudad de México; por las alertas de seguridad emitidas por el gobierno estadounidense y la paridad del peso frente al dólar.

De acuerdo con los últimos resultados de 2017, que son de enero a octubre, y que han dado a conocer la Secretaría de Turismo a través de Datatur, el INEGI, el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, entre otras instituciones, así como de los comparativos de los últimos cinco años, se observa un comportamiento positivo.

En el documento "Panorama de la Actividad Turística en México", que publica el Consejo Nacional Empresarial Turístico (CNET), se afirma que la positiva tendencia consolida el papel del sector como motor de la economía del país: "como ya se ha comentado, a pesar de las adversidades de un entorno enrarecido, el turismo mexicano sigue pasando por un extraordinario momento. Prácticamente todos los indicadores apoyan el argumento anterior, con crecimientos que en algunos casos duplican las tasas mundiales y, sobre todo, manteniendo una tendencia incremental desde 2012, en torno a dos dígitos en las llegadas de turistas y en el ingreso de divisas".

Asimismo, se destacó la resiliencia de la industria turística, luego de los



Hasta agosto del año pasado, en el aeropuerto de **Cancún** llegaron **11 millones 268 mil** pasajeros; al de **Guadalajara**, **dos millones 570 mil**; en **Los Cabos**, **dos millones 323 mil**; y en **Puerto Vallarta**, **dos millones 91 mil** viajeros.

"múltiples shocks", que vivió en los diferentes escenarios internacional y nacional.

TURISTAS INTERNACIONALES

La Organización Mundial de Turismo (OMT) ubicó a México como

el segundo país que más turistas recibió en el continente americano durante 2017, tan sólo por detrás de Estados Unidos que, de acuerdo con un primer pronóstico, cerró el año con 72.6 millones de llegadas de turistas internacionales.

En el caso de México, según la última estadística de tráfico de pasajeros en servicio internacional de la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC), entre enero y

noviembre se registraron 40 millo-

nes 65 mil viajeros internacionales llegando al país, lo que representó un incremento de 12.9% respecto al mismo periodo de 2016, cuando fueron 35 millones 466 mil usuarios transportados.

La cifra de la DGAC, hasta noviembre de 2017, supera las estimaciones que el CNET hizo para el cierre de año, que fueron 38.3 millones de llegadas de viajeros internacionales.

Una cifra más a destacar es la que dio a conocer el Aeropuerto Inter-

nacional de la Ciudad de México (AICM): de los 44 millones 732 mil pasajeros que registró al término de 2017, el tráfico internacional fue de 15 millones 753 mil viajeros, 12.1% más que en 2016.

Hasta agosto del año pasado, en el aeropuerto de Cancún llegaron 11 millones 268 mil pasajeros; al de Guadalajara, dos millones 570 mil; en Los Cabos, dos millones 323 mil; y en Puerto Vallarta, dos millones 191 mil viajeros.



LLEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONALES 2017/E. Primer pronóstico

Posición 2017	Posición 2016	País	Millones de llegadas 2017	Tasa de crecimiento 2017/2016	Último dato 2017
1	1	Francia	88.0	6.5%	Julio
2	2	España	81.3	8.0%	Octubre
3	3	Estados Unidos	72.6	-3.9%	Junio
4	4	China	61.4	3.5%	Diciembre 2016
5	5	Italia	56.2	7.3%	Julio
6	6	Reino Unido	38.7	8.3%	Julio
7	8	México	38.3	9.0%	Octubre
8	10	Turquía	37.9	25.0%	Octubre
9	7	Alemania	37.6	5.6%	Agosto
10	9	Tailandia	35.5	8.9%	Septiembre

Fuente: estimaciones a partir de datos de la OMT y de las oficinas de turismo de algunos países. e/ Estimaciones Universidad Anáhuac.

CONSUMO

La paridad del peso frente al dólar fue uno de los factores que impulsaron el aumento del turismo extranjero hacia el país; sin embargo, eso no significa que los turistas gasten más. De enero a agosto, según la Cámara de Comercio de la Ciudad de México (Canaco), en promedio cada turista internacional gastó, aproximadamente, 493 dólares, esa cantidad fue 2.7% menor que en 2016. "No obstante, el país podría rebasar al

final del año los 20 mil millones de dólares de ingresos por turismo si se mantiene como hasta ahora la visita de viajeros extranjeros", informó en su momento la Canaco.

El ingreso de divisas producto del gasto de visitantes internacionales refleja los ingresos captados por las llegadas de los turistas internacionales y los excursionistas internacionales, incluyendo en esta categoría a los pasajeros en cruceros.



En Panorama de la Actividad Turística en México se explicó que en 2016 se registraron 19.6 mil millones de dólares, con un crecimiento de 10.4% con respecto a 2015. El pronóstico para el cierre del año 2017 es de 7.5%, con una posible variación de +/- 1 punto porcentual. "Esta magnitud se ha ajustado a la baja, producto de las variaciones cambiantes que suponen un gasto medio en el turismo de internación, además de anticiparse una cierta desaceleración en la parte final del año (2017) en este mismo segmento", se precisó en el documento.

INSEGURIDAD

La percepción sobre la inseguridad es considerada por el CNET como "una variable crítica que compromete el potencial del desarrollo del turismo mexicano".

En el último *travel warning* de Estados Unidos se incluyó a Quintana Roo con sus principales destinos: Cancún, Cozumel, Playa del Carmen, Riviera Maya y Tulum; a Baja California Sur con Los Cabos, y al Estado de México con Teotihuacán. Estos destinos se caracterizan por ser del gusto de los viajeros estadounidenses. Cabe señalar que las tres entidades ya habían sido incluidas en 2016, pero con diferentes advertencias y destinos.

Panel Anáhuac es un instrumento de análisis que se publica también



en Panorama de la Actividad Turística en México, de ahí derivó que el sector sigue reconociendo una afectación a los negocios y a los destinos turísticos en virtud de la inseguridad.

A empresarios de la industria turística se les cuestionó sobre las afectaciones en su empresa o destino, el 80% respondió que sí hay afectación, en el periodo anterior fue más alto: 84.8 por ciento.

Se detectó que en los siete años de levantamiento de la encuesta cuatrimestral, y al inicio del octavo, la percepción sobre la inseguridad sigue siendo una variable crítica.

"Luego de un largo periodo de bonanza, es claro que la industria

LA PERCEPCIÓN SOBRE LA INSEGURIDAD SIGUE SIENDO UNA VARIABLE CRÍTICA QUE COMPROMETE EL POTENCIAL DEL DESARROLLO DEL TURISMO MEXICANO.

ya la realidad, ya que, de no existir las condiciones necesarias, Cozumel no podría ser el principal destino turístico en cruceros.

"Las navieras hacen sus estudios y son muy sensibles a la protección de sus pasajeros, de lo contrario creo que no estarían llegando a Cozumel", comentó Solís.

Por su parte, Alex Pace, director general de Global Marketing Sales (GMS), lo consideró como un tema delicado y que no se debe polemizar porque sí afecta en la percepción del turista extranjero. "México es un líder en el turismo, es la punta de lanza de muchas iniciativas que se hacen en nuestra industria. Es un poco preocupante y se respetan las

alertas que cualquier país o estado o ciudad haga, pero hay que tener cuidado en la forma en que se maneja este tipo de información para que el consumidor tenga, no la percepción negativa, sino la real, de lo que está sucediendo", aseguró.

Pace dijo que México ha llevado al mundo una buena imagen, por lo que recomendó crear un mensaje unificado de bienvenida y respeto al turista que llega al país para darle ese sentido de seguridad.

El resultado derivado del incremento del número de turistas internacionales adelanta, de acuerdo con el análisis del CNET, que México llegue a la séptima posición en el ranking de la Organización Mundial del Turismo (OMT) superando los 39 millones de llegadas.

Ante ello, Reino Unido se mantendrá en la posición seis, le seguirá México en la séptima y Turquía en la octava, lo que le representará a este último una recuperación de 47.3% luego de su crisis política de 2016.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

¿QUÉ NOS ESPERA EN EL 2018?

Ya se está haciendo costumbre en México que al finalizar el año y hacer corte de caja, los resultados que arroja la industria turística sean positivos. Al menos así ha sido durante los últimos seis años, tiempo en que se ha recuperado el terreno perdido con anterioridad, luego de dos sexenios de inestabilidad, retrocesos y hasta cierres con números rojos.

La pregunta es: ¿hasta cuándo durará esta época dorada, antes de que nos estanquemos y regresemos a los crecimientos bajos, en un sector cada vez más competido en el ámbito internacional?

Aunque esta industria lleva casi veinte años demandando que el gobierno le dé el estatus de prioridad nacional, sin conseguirlo -a pesar de su comprobada importancia para la economía del país-, ha logrado salir adelante, mostrando una gran capacidad de resiliencia y enseñando que se puede seguir adelante a



pesar de que el apoyo gubernamental ha sido más de saliva que de hechos concretos. Porque, a final de cuentas, la industria turística la hacen los empresarios y no el gobierno, al que le toca jugar el papel de facilitador. Pero tampoco hay que olvidar que ambas responsabilidades van de la mano.

Esta simbiosis la podemos ver en el listado de razones que, de acuerdo con el sector privado, han provocado esta buena racha: la mejora de la economía norteamericana; el com-

promiso sostenido del sector privado; la baja de los precios internacionales del petróleo; la continuidad del manejo en la política de comunicación del gobierno federal; el incremento del valor del dólar; la actividad industrial en ciudades medias; y a que los viajes son ya parte del estilo de vida de las sociedades contemporáneas.

Aunque hasta el momento las estadísticas sólo reflejan lo sucedido entre enero y octubre del año pasado -muy positivas en ese lapso- y falta sumar lo

que haya sucedido en noviembre y diciembre (temporada alta), el más reciente informe del Consejo Nacional Empresarial Turístico prevé que el 2017 haya terminado con la recepción de 38.3 millones de turistas extranjeros, lo que representaría un incremento de 9% con respecto a 2016; un ingreso de 21 mil 100 millones de dólares, 7.5% más; y 50.5 millones de llegadas de viajeros a cuartos de hotel, para un aumento del cinco por ciento. Todo esto en el contexto de que, a nivel global, en los últimos ocho años el turismo marca un crecimiento de 6%, por debajo de que lo ha logrado crecer México en ese mismo lapso.

Cargado de un optimismo bien fundado, desde hace varias semanas el gobierno federal anunció que es muy probable que en 2017 nuestro país haya avanzado un lugar más en el selecto grupo de los diez países del mundo que más turistas reciben, para ocupar ahora la posición número siete, información que la Organización Mundial del Turismo podría confirmar en dos meses más, cuando dé a conocer su Barómetro Turístico.

De ser así, México estaría en una buena posición para pelear llegar al sexto sitio en 2018, que no le queda muy lejos. Pero no todo es felicidad. En contra tiene la inseguridad que persiste en ciertas zonas del país, pero sobre todo que a últimas fechas se ha recrudecido o aparecido en destinos turísticos como Acapulco, La Paz, Mazatlán, Los Cabos, Cancún y la Riviera Maya; además de que será un año electoral, de esos en los que el turismo doméstico suele ser precavido a la hora de gastar, en tanto no se sepa quién gobernará al país durante los siguientes seis años.

Sin embargo, son más los pros que los contras, lo que permite anticipar que 2018 será otro buen año para la industria turística nacional.

armentaturismomexico.com

Programas para el cuidado de las especies marinas

➤ En Baja California Sur inicia la temporada de ballena gris y reactiva nado con lobos marinos.

BEDILIA BRIZUELA Y NALLELY CAMPOS

Tanto visitantes nacionales como internacionales llegan a Baja California Sur para conocer a la ballena gris, el avistamiento dura cuatro meses y se retoma disfrutar de los lobos marinos, lo cual estuvo prohibido durante varios meses.

En diciembre inició la temporada de avistamiento de ballena gris en la entidad, misma que terminará el 15 de abril de 2018 y que espera recibir alrededor de 50 mil visitantes nacionales e internacionales, informó la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp).

Al respecto, Genaro Ruíz Hernández, secretario de Turismo,

Economía y Sustentabilidad de BCS, dijo que según cifras oficiales de la Conanp, se pronostica la presencia de más de dos mil ejemplares de cetáceos, que se distribuyen principalmente en las zonas de Laguna Ojo de Liebre, Guerrero Negro, Laguna San Ignacio, Bahía Magdalena, Puerto Adolfo López Mateos y Puerto San Carlos.

Por su parte, el director de Turismo Municipal de Comondú, Miguel Cota Higuera, destacó que los prestadores de servicios turísticos ya están preparados para recibir a los más de 50 mil visitantes locales, nacionales e internacionales que se esperan.

La actividad atrae grandes beneficios económicos para los locales gracias al alto porcentaje de ocupación hotelera, a la demanda de ser-



vicios y al consumo de productos regionales por temporada.

➤ UNA ATRACCIÓN NATURAL

La Conanp suspendió las actividades de nado con lobos marinos en la Isla de Espíritu Santo, debido a que en junio y julio se regis-

traron incidentes de mordeduras a los visitantes.

De acuerdo con la dependencia, una de las razones es el incremento del 26% de la población de lobos marinos en la isla, el aumento se dio por el número de machos, por lo que al competir por las hembras durante la época de apareamiento muestran conductas territoriales y pueden llegar a ser agresivos.

Además, los ataques coincidieron con un mayor arribo de visitantes que no acataban las reglas, por ello, el gobierno estatal y las dependencias crearon nuevas reglas para garantizar la seguridad de personas y lobos marinos.

➤ COMPORTAMIENTO

La recomendación de los especialistas es que los visitantes obser-

ven a los animales en silencio, no arrojen basura al mar o intenten alimentarlos. En caso de que estén nadando, no acercarse a la colonia, ni tampoco interactuar con la especie si se le encuentra en el mar.

Las embarcaciones deben quedarse a 50 metros de distancia de los lobos marinos y los viajeros pueden acercarse a no más de treinta metros.

Está prohibido tocarlos, gritar o hacer ruidos molestos, el viajero entrará en contacto con ellos, pues la especie se acerca por sí sola a interactuar con los humanos.

También se deben poner los motores en neutro, no quedarse por más de treinta minutos en la isla y no intentar perseguir a los animales con las embarcaciones.

ULOKAAAL

Be local, not a tourist



Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

CUIDANDO NUESTROS DATOS EN VACACIONES

ARTURO VÁZQUEZ

Nuestro mundo se volvió digital y eso nos hizo dependientes de estar conectados a Internet. A pesar de que, según el interesante mapa de la Internet Society (<http://bit.ly/1PpoL2T>), México ocupa el lugar 92 a nivel mundial en penetración del Internet, con un 43.5%, los viajeros mexicanos ya no saben estar fuera de línea. Esa necesidad de estar conectados se incrementa durante los periodos vacacionales; con frecuencia escuchamos la pregunta: "¿cuál es la clave del WiFi?", o encontramos numerosos grupos de personas rodeando los enchufes públicos en los aeropuertos, tratando de conseguir un poco de energía para seguir conectados.

Para el viajero, Netflix, Spotify y las redes sociales se han vuelto hábitos de los que no puede pres-



cindir al salir de casa. Tener WiFi gratis llega a ser un criterio de selección para el hospedaje, o poder cargar la batería del celular puede determinar la preferencia por un establecimiento para tomar un café.

Sin embargo, hay que conocer los principales riesgos para poder tomar ciertas precauciones que nos ayuden a estar más seguros.

Aquí mencionamos algunas.

PRECAUCIÓN CON LAS REDES WIFI

Las redes WiFi impostoras usualmente están disponibles en lugares públicos y parecen inocentes redes inalámbricas de cafeterías o comercios. Sin embargo, en realidad fueron colocadas por algún cibercriminal para ver todo lo

que realicen quienes se conecten en ese momento, robarles información e, incluso, insertarles un bot (programa malicioso) para posteriormente poder hacer uso del equipo. Es tan simple como compartir datos desde un dispositivo de banda ancha móvil, sin pedir contraseña y poniéndole a la red un nombre similar al de un establecimiento comercial cercano. La gente cree que encontró una forma de navegar sin pagar, pero en realidad puede estar exponiendo toda su información a programas que monitorean todo lo que viaja por la red y de donde no resulta complicado encontrar usuarios y contraseñas.

La mejor solución es no conectarte a redes públicas, a menos que estés completamente seguro de que pertenecen a un proveedor legítimo. Si decides tomar el riesgo, al menos hay que usar una red privada virtual (VPN). Hay servicios VPN gratuitos, como OpenVPN y una gran can-

tidad de servicios de pago como ExpressVPN o NordVPN, entre muchos. Su principal inconveniente es que la velocidad de navegación disminuye.

CUIDADO CON LOS PUERTOS USB

Otro riesgo, que parece más difícil de creer, pero que, de acuerdo con la empresa de seguridad Kaspersky Lab, ocurre, es que al conectar un dispositivo a un USB público para cargarlo, un hacker haya tomado control del puerto USB para extraer información de tu dispositivo. Los celulares dejan expuesta una gran cantidad de información durante el proceso conocido en informática como "handshaking", en donde dos dispositivos se conectan por un cable e intercambian desde el nombre del fabricante, número de serie y sistema operativo, hasta la lista de archivos.

Como una medida de protección, es mejor utilizar un cargador conectado a la red eléctrica o una batería de respaldo.

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

Expectativas positivas para 2018: Sabre

No obstante, será un año de retos, ya que en México vendrán elecciones, situación que influye en el turismo, en los gastos de viaje de las corporaciones y del sector público.

CORINA ORTEGA

Actualmente, la implementación de soluciones tecnológicas en el sector turismo está marcando una diferencia considerable cuando se trata de rendimiento. En este sentido, la tecnología y la innovación se presentan como los aliados estratégicos de la industria sin chimeneas.

En entrevista para *Periódico Viaje*, platicamos con Juan Camilo Rincón, director general de Sabre México, quien habló de las estimaciones que tiene la globalizadora para el próximo año.

En materia de tecnología, México es un mercado afianzado para Sabre, empresa que cerrará 2017 con renovaciones de contra-

tos y nuevos clientes. Para ellos, el tema del turismo es muy sensible y situaciones como los sismos de septiembre pasado o el cambio de gobierno en Estados Unidos, son factores que afectan al sector, pero que se pueden librar debido al trabajo en equipo.

El directivo señaló que el siguiente año seguirá siendo de retos, ya que en México vendrán elecciones y eso es una situación que influye en el turismo, en los gastos de viaje de las corporaciones y el sector público. Sabre también espera un año positivo debido al mundial del fútbol y a que el equipo mexicano ya aseguró su participación.

"México es un país muy importante no sólo para Sabre, sino



En 2018, Sabre estará de celebración debido a que cumplirán 25 años en el mercado mexicano.

para todo el tema del turismo; el próximo

2018 esperamos un año positivo, tenemos muchas expectativas ya

que siempre alcanzamos un crecimiento arriba del Producto Interno Bruto con una o dos cifras adicionales, gracias a la fuerza en el país", comentó.

También se anunció que en 2018, Sabre estará de celebración debido a que cumplirán 25 años en el mercado mexicano.

"Nos encontramos ansiosos y contentos por celebrar con todos nuestro 25 aniversario, y pensamos que esto tendrá un impacto favorecedor para el sector. Así que estamos muy expectantes por lo que vendrá", acotó Rincón.

"Tengo un año en mi cargo, pero desde años atrás hemos tenido personas muy importantes en el gremio turístico, como Gloria Guevara, que estuvo anteriormente en la posición de director general, y así como ella los directores anteriores han reforzado y creado la sinergia con los diferentes actores del sector turismo", finalizó.

Rodrigo Pérez-Alonso al frente de la Canaero



La Cámara Nacional de Aerotransportes (Canaero) ya tiene nuevo director general luego de que el cargo estuviera en stand by durante casi tres meses.

Rodrigo Pérez-Alonso González ahora dirige la cámara tras haber ocupado diversos cargos en torno a políticas de regulación del sector telecomunicaciones para la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT).

También participó en el equipo de transición del presidente Enrique Peña Nieto y fue diputado federal donde presidió la Comisión Especial de Acceso Digital, ahí contribuyó con una legislación en materia de derechos de usuarios de telecomunicaciones y participó en las reformas a la Ley Federal de Competencia Económica.

En el sector privado ha desempeñado funciones de asuntos legales y regulatorios para industrias de tecnología, telecomunicaciones, innovación y reguladas.

Es licenciado en Derecho por el ITAM, con Maestría en Políticas Públicas por la University College London y en Administración Pública por la Universidad de Harvard.



Best Day, reconocida por Cirque du Soleil

Best Day Travel Group fue reconocida por tercer año consecutivo como Mejor Agencia Productora "Top Producer", correspondiente a 2017, por JOYÀ, espectáculo operado por el famoso Cirque du Soleil en el complejo Vidanta, en la Riviera Maya.

El reconocimiento a BD Travel fue recibido por Iñigo Onieva, director general Comercial de la marca, durante el tercer aniversario de JOYÀ, espectáculo considerado como la mejor experiencia artística y gourmet en la Riviera Maya.

"Recibir este galardón, por tercera ocasión, de parte de una compañía artística como lo es Cirque du Soleil, es realmente un honor y un gran compromiso. Sin duda, la alianza comercial entre JOYÀ y Best Day Travel Group es exitosa y el resultado es en beneficio de nuestros mutuos clientes, quienes siempre quedan muy satisfechos con el servicio y atención, tanto de BD Travel, como de JOYÀ", mencionó Onieva.

"BD Travel ha sido, desde nuestra apertura en 2014, un aliado estratégico para alcanzar nuestras metas, logramos que JOYÀ sea, hoy en día, el espectáculo con mayor rating de todos los que presenta Cirque du Soleil", mencionó Norma Preciado, directora Comercial y de Entretenimiento de Grupo Vidanta.



AMAV CDMX nombra vicepresidenta de RP

Jessica de la Cruz es la nueva vicepresidenta de Relaciones Públicas de la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes de la Ciudad de México (AMAV CDMX), anunció Fidel Ovando, presidente de la asociación.

De la Cruz es licenciada en Ciencias de la Comunicación, con especialidad en Publicidad. Ha trabajado en agencias de publicidad teniendo a su cargo cuentas como Hoteles Starwood, Turisste y Amadeus. También estuvo al frente del área de marketing y producto de la operadora de viajes de lujo Austral Mayorista.

Es fundadora de Match NSN (Negocio sobre Negocio), empresa de marketing enfocada en atender cuentas de la industria turística.



Tequila, premiado por promoción en redes sociales



Tequila, Jalisco, recibió el Reconocimiento de Pueblos Mágicos en la categoría de Manejo de Redes Sociales y Estrategia de Promoción Turística. El premio fue entregado a Roberto Delgado, director general de Grupo JB; a Federico de Arteaga, director de Grupo JB y responsable del proyecto Tequila Pueblo Mágico Inteligente; y a Lorena Rosales, directora de Turismo del ayuntamiento.

Su estrategia en redes sociales se basa en desarrollar un sistema de información con una adecuada y segmentada distribución, que contribuye a convertir a Tequila en un Pueblo Mágico Inteligente para el año 2040.

Las redes sociales oficiales del destino, tanto nacionales como internacionales, son: tequiltourism.com, [@tequilaesmexico](https://twitter.com/tequilaesmexico) y [@tequilatourism](https://twitter.com/tequilatourism), las cuales comunican los atractivos del destino. La gestión de estas redes sociales es realizada por la Coordinación Digital de la Dirección de Planeación de Grupo JB y se enmarca en el proyecto Tequila Inteligente, Pueblo Mágico.

El CEO de Avianca preside el Comité de ALTA



La Asociación Latinoamericana de Transporte Aéreo (ALTA) designó a Hernán Rincón, actual presidente ejecutivo y CEO de Avianca, como nuevo presidente del Comité Ejecutivo de dicha organización.

La designación del presidente de Avianca como máximo líder del gremio que reúne a los directivos de la aviación comercial en la región tuvo lugar en el marco

del Foro de Líderes de Aerolíneas que se realizó en Buenos Aires, Argentina, en donde más de 500 representantes de la industria aérea internacional se dieron cita para analizar y determinar acciones sobre los actuales desafíos del sector en América Latina y el mundo.

Rincón propone desde su nuevo cargo en ALTA, impulsar iniciativas encaminadas a potencializar el desarrollo de la industria aérea latinoamericana y a enfrentar los desafíos que actualmente enfrenta el sector en materia de seguridad, infraestructura, innovación y sostenibilidad.

El "Mejor Destino en México" es Riviera Maya

Riviera Maya fue reconocida nuevamente como "Mejor Destino de México", premio que le ha sido otorgado por 14 años consecutivos por Travel Weekly Readers Choice Awards.

La premiación se realizó en New York, en una cena de gala y lo recibió Darío Flota Ocampo, director del Fideicomiso de Promoción Turística de Cozumel y Riviera Maya.

"Recibir este premio es resultado del esfuerzo de todos los que trabajan en la promoción de Riviera Maya, el cual es reconocido por décimo cuarta vez como Mejor Destino de México", enfatizó Flota Ocampo.

La revista Travel Weekly desde hace quince años premia a 77 distintas categorías que reconocen a lo mejor de la industria turística del mundo, incluyendo hoteles, tour operadores, parques, líneas aéreas, arrendadoras de autos y cruceros.

Los ganadores son elegidos por los lectores de la revista internacional de viajes Travel Weekly, quienes en su mayoría son agentes de viaje de Estados Unidos y profesionales de la industria, quienes evalúan los destinos turísticos a través de su infraestructura, calidad de servicios, la innovación en experiencias y el número de viajeros que lo visitan.



THE **amRESORTS** COLLECTION



ESTE INVIERNO

¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

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

de ENERO 07 a MARZO 23, 2018

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

PRECIOS DESDE

 CANCÚN DREAMS SANDS CANCUN ⁽⁶⁾ \$3,345 SECRETS THE VINE CANCUN \$4,205	 COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$2,439 SECRETS AURA COZUMEL \$3,459	 HUATULCO DREAMS HUATULCO \$2,385 SECRETS HUATULCO \$2,789	 ISLAMUJERES ZOËTRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$8,135
 IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACÍFICO IXTAPA \$2,189	 LOSCABOS/CABO SAN LUCAS BREATHLESS CABO SAN LUCAS \$4,660 DREAMS LOS CABOS \$5,000 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$6,349	 NUEVOVALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA \$2,769	 PLAYAMUJERES SECRETS PLAYA MUJERES \$3,949 DREAMS PLAYA MUJERES ⁽⁵⁾ \$3,960
 PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA ⁽⁶⁾ \$2,085 NOW AMBER PUERTO VALLARTA \$2,695 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$3,185	 RIVIERACANCÚN/RIVIERAMAYA DREAMS RIVIERA CANCUN \$3,165 DREAMS PUERTO AVENTURAS ⁽⁷⁾ \$3,465 DREAMS TULUM ⁽⁷⁾ \$3,465 SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN \$3,615 NOW JADE RIVIERA CANCUN ⁽⁷⁾ \$3,709 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN ⁽⁷⁾ \$3,709 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN \$4,495 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$4,869 BREATHLESS RIVIERA CANCUN ⁽¹⁾ \$5,230 ZOËTRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA \$5,319 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN \$5,535		

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Exclusivas para comprar y reservar en México. Vigencia para comprar y viajar según se indica. Tarifas y promociones sujetas a cambio sin previo aviso. No son combinables con otras promociones y/o descuentos. **Sunscape Resorts & Spas** ofrece *Unlimited-Fun[®]* que incluye: Habitaciones y suites con balcón privado o terraza; restaurantes con servicio buffet y a la carta; minibar con refrescos, jugos, agua embotellada y cerveza; bebidas nacionales ilimitadas; opciones de alimentos 24 horas; programa de entretenimiento y actividades diarias, Explorer's Club para menores de 12 años y Core Zone para niños de 13 a 17 años y más. (*) de domingo a miércoles (4) de Enero 02 al 13, 2018 (5) de Enero 07 al 15, 2018 (6) de Enero 01 al 31, 2018 (7) de Enero 07 al 31, 2018.

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

Pregunte por las promociones a meses sin intereses con tarjetas de crédito participantes.

RESERVE EN: **01 800 009 6387** ZoetryResorts.com.mx | **01 800 017 3273** SecretsResorts.com.mx | **01 800 022 0975** BreathlessResorts.com.mx | **01 800 337 3267** DreamsResorts.com.mx | **01 800 002 0669** NowResorts.com.mx | **01 800 087 4890** SunscapeResorts.com.mx



(1) Five Diamond Award (2) Four Diamond Award (3) The Leading Hotels of the World

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