

ESTRENANDO

El B737 MAX8 llegó al hangar de Aeroméxico en el AICM, es el primero de 5 que le entregarán en 2018. En total serán 60 aviones.



Porque el **turismo** también se lee

NÚMERO CIV AÑO 8 MARZO DE 2018



El Turismo Médico en México

pasó de servicios a centro mundial de cuidados de la salud. > PÁGS. 8 y 9

PROMOCIÓN. La música, la carretera y nuevos destinos es lo que ofrece Brand USA a los mexicanos.

PÁG
2

EXPANSIÓN. La Coordinación de Pueblos Mágicos busca apoyo en organismos internacionales.

PÁG
4

ACUERDO. Toronto y la CDMX impulsan a los emprendedores turísticos e incentivan inversión y actividades comerciales.

PÁG
10

La campaña de Brand USA no considera el tema de Trump

El tipo de cambio también ha sido motivo para que disminuyan los viajes de los mexicanos a Estados Unidos.

MARGARITA SOLÍS

La campaña de promoción turística que iniciará Estados Unidos en México no estará enfocada en el tema controversial de los discursos del presidente Donald Trump, sino en la música.

Lo anterior fue dicho en entrevista por Lourdes Berho, directora de Alchemia, empresa que ganó la licitación para representar en México a Brand USA, que es la promotora del turismo internacional hacia Estados Unidos.

“No hay un tema sobre Trump en particular (para la campaña). Bien lo decía Shakespeare desde su momento: “la música es el mejor lenguaje”. Ellos (los estadounidenses) a través del lenguaje de la música están siendo muy asertivos en hablar en un idioma que es universal y que une a personas, que une fronteras y que une culturas. Sentimos que hablar sobre un tema especial, como es el sentimiento probable de un mexicano que no se siente bienvenido a Estados Unidos, es perceptual, así lo demuestran los estudios, realmente, la decisión de viaje (de los mexicanos) no ha sido afectada”, aseveró Berho.

Consideró que hay otros temas que han afectado la decisión de los mexicanos para viajar a Estados Unidos, el tipo de cambio es uno de ellos.

Si bien, agregó, el movimiento Viajeros Todos por México ha generado que los connacionales recorran el país, se mantiene el interés por Estados Unidos como destino, ya que -reconoció Berho- “para los mexicanos es como una extensión de nuestro territorio de

viajes, de nuestra integración de destinos”.

La campaña de Brand USA aprovechará el crecimiento que de forma natural se ha generado en la conectividad aérea, al agregar que hay 1.8 millones de nuevos asientos entre ambos países, considerando importante agregar que los vuelos ya no son sólo a los destinos tradicionales, sino a otras ciudades que el viajero mexicano puede disfrutar.

“El plan de Brand es diversificar que no sean los destinos de siempre: Las Vegas, Nueva York, por supuesto siempre impulsando y consolidándolos, pero llevar a cabo todo un programa de segmentación y de diversificación de productos turísticos”, indicó.

Como mencionó anteriormente Berho, el tema de la campaña será la música y se denominará “America’s Musical Journey”, parte de ella es un documental basado en diferentes ciudades de Estados Unidos, donde se muestra la diversidad en este arte.

“Es música nacida en Estados Unidos, como el jazz, y es una forma muy elocuente de tener un tema transversal por todo el país, pero que además va a poder hablar de todos los destinos”, afirmó.

A decir de Berho, todos los segmentos de turismo estarán incluidos en la nueva campaña: negocios, científico, carretero, conciertos, de invierno, deportes, entre otros.



Los estadounidenses a través del lenguaje de la música están siendo muy asertivos en hablar en un idioma que es universal y que une a personas, que une fronteras y que une culturas.

“El turismo por carretera es algo que ellos no han explotado suficiente y es una gran oferta. A los mexicanos nos gusta mucho viajar en familia o en grupo, y en automóvil, y Estados Unidos tiene la infraestructura para poder viajar por región”, detalló.

“Pensando en algo específico que tiene Estados Unidos, a diferencia de otros lugares, por ejemplo, es el turismo de música, realmente alrededor de un concierto se genera todo un paquete turístico”, concluyó Berho.

Escanea y suscríbete, ¡es gratis!

DIRECTORIO

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

PERIÓDICO VIAJE PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN EL SECTOR TURÍSTICO. Año 8, No. 104, marzo 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: 01(55)534 4643 y 5534 4816, www.periodicoviaje.com. DIRECTORA GENERAL: Laura Rodríguez Coutiño. ARTE: Laura Martínez I. CERTIFICADO RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO No. 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 febrero de 2018 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.

THE amRESORTS COLLECTION | ZOETRY WELLNESS & SPA RESORTS | SECRETS Resorts & Spas | breathless RESORTS & SPAS | DREAMS Resorts & Spas | now resorts & spas | SUNSCAPE RESORTS & SPAS

ESTA PRIMAVERA ¡TENEMOS ALGO ESPECIAL PARA TODOS!

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

de Abril 08 a Julio 13, 2018

EN DREAMS, NOW y SUNSCAPE RESORTS & SPAS NIÑOS GRATIS* y 50% desc. en hoteles del Caribe

*CONSULTE HOTELES PARTICIPANTES, APLICAN RESTRICCIONES. SUJETO A DISPONIBILIDAD.

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 \$2,439 SECRETS THE VINE CANCUN ^(*) \$4,879	COZUMEL SUNSCAPE SABOR COZUMEL \$1,665 SECRETS AURA COZUMEL \$2,159	HUATULCO DREAMS HUATULCO \$2,165 SECRETS HUATULCO ^(*) \$2,489	ISLAMUJERES ZOETRY VILLA ROLANDI ISLA MUJERES \$4,515
IXTAPA SUNSCAPE DORADO PACIFICO IXTAPA ^(***) \$1,645	LOSCABOS/CABO SAN LUCAS DREAMS LOS CABOS ^(*) \$3,555 BREATHLESS CABO SAN LUCAS ^(*) \$3,709 SECRETS PUERTO LOS CABOS \$3,905	NUEVOVALLARTA DREAMS VILLAMAGNA NUEVO VALLARTA ^(***) \$2,769	PLAYAMUJERES DREAMS PLAYA MUJERES \$3,415 SECRETS PLAYA MUJERES ^(*) \$3,669
PUERTO VALLARTA SUNSCAPE PUERTO VALLARTA ^(**) \$1,699 NOW AMBER PUERTO VALLARTA \$2,645 SECRETS VALLARTA BAY PUERTO VALLARTA \$2,735	RIVIERA CANCÚN/RIVIERA MAYA DREAMS PUERTO AVENTURAS \$2,080 DREAMS TULUM \$2,355 NOW JADE RIVIERA CANCUN ^(*) \$2,725 NOW SAPPHIRE RIVIERA CANCUN ^(*) \$2,725 DREAMS RIVIERA CANCUN \$3,029		
			SECRETS SILVERSANDS RIVIERA CANCUN^(*) \$3,310 BREATHLESS RIVIERA CANCUN^(*) \$3,789 SECRETS MAROMA BEACH RIVIERA CANCUN^(*) \$3,925 SECRETS AKUMAL RIVIERA MAYA \$4,115 SECRETS CAPRI RIVIERA CANCUN^(*) \$4,579 ZOETRY PARAÍSO DE LA BONITA RIV. MAYA^(***) \$5,275

Tarifas en M.N. por persona, por noche, en base a ocupación doble, incluyen impuestos y propinas. Excluyas 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. (†) de domingo a miércoles (**) de domingo a jueves (***) de jueves a sábado. (4) hasta abril 26, 2018 (5) hasta abril 24, 2018 (6) hasta abril 30, 2018 (7) hasta abril 27, 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



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

Esquema de Pueblos Mágicos llegará a Latinoamérica

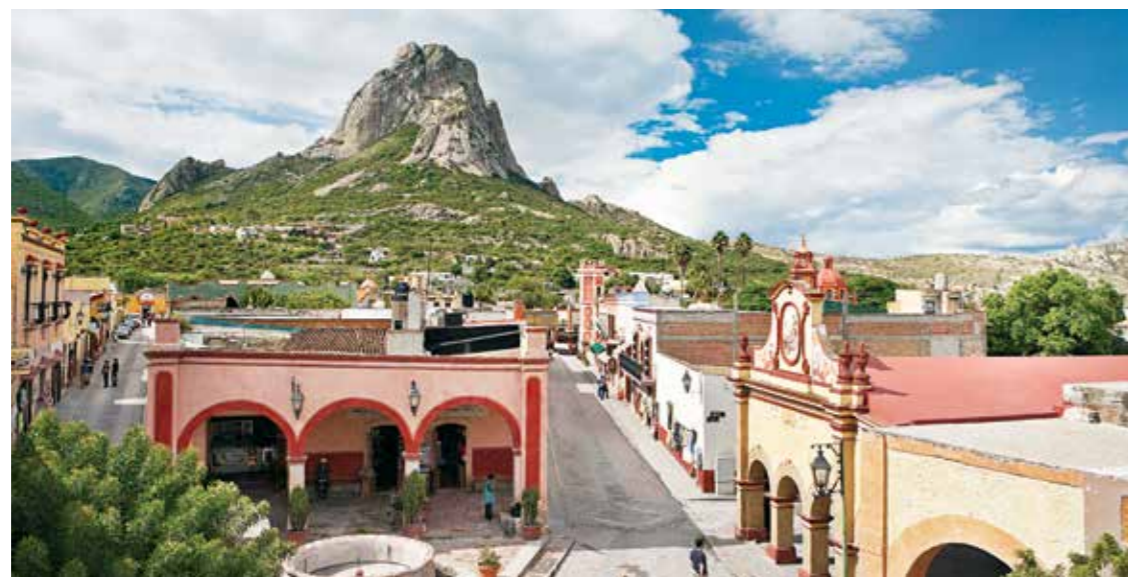
Los países de la región adecuarán sus legislaciones para que resulte igual de exitoso que en México. Iniciaré la convocatoria en 2019.

MARGARITA SOLÍS

La Coordinación de Pueblos Mágicos elabora, junto con autoridades turísticas de otros países, un esquema para aplicar los mismos mecanismos que en México, además buscan el apoyo de los bancos Interamericano de Desarrollo (BID), el de América Latina (CAF) y la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En entrevista para *Periódico Viaje*, Ángel Díaz Rebolledo, director general de Gestión de Destinos y coordinador de Pueblos Mágicos de la Secretaría de Turismo (Sectur), dijo que están interesados en trabajar con la OMT porque sería el rector en la transferencia de tecnología e implementación del esquema en América Latina, aunque aún no existe una petición formal de ninguna de las partes.

Explicó que en el marco de la Feria Internacional del Turis-



mo (Fitur), la Coordinación de Pueblos Mágicos organizó reuniones para detallar el esquema que se necesita porque los sistemas de evaluación son diferentes en cada país y la intención es homologarlos.

“El tema (en Fitur) fue que trabajaremos con una agencia internacional como puede ser el

BID, como puede ser eventualmente la OMT, para que nos ayuden a coordinar cómo transferir esta nueva tecnología o desarrollo de internacionalizar la marca de Pueblos Mágicos, el funcionario agregó que han intercambiado prácticas, les han dicho cómo es el programa, cómo se evalúa, cómo trabajan para que las

de Pueblos Mágicos”, detalló Díaz Rebolledo.

Argentina, Honduras y Guatemala son los que más interés han mostrado de internacionalizar la marca de Pueblos Mágicos, el funcionario agregó que han intercambiado prácticas, les han dicho cómo es el programa, cómo se evalúa, cómo trabajan para que las

adopten, aunque aclaró que aún no pueden ser las mismas debido a que cada país cuenta con sus propios términos y nomenclatura.

Díaz Rebolledo dijo que así como trabajan de forma bilateral, también lo hacen de manera multilateral con la Alianza del Pacífico, donde además de participar México se encuentran Chile, Colombia y Perú, los cuales se reunieron en la edición 37 de ANATO en Colombia, para revisar los avances realizados.

El funcionario prevé que antes de finalizar el año quedará listo el comité internacional y el documento que establezca los lineamientos para que, a partir de 2019, se inicie con la convocatoria de los Pueblos Mágicos de Latinoamérica.

Por otra parte, señaló que será en la Feria de Pueblos Mágicos 2018, donde se dé a conocer la lista de los nuevos destinos con este nombramiento. La recibió 119 propuestas de 25 estados, de las cuales 89 fueron aprobadas en la primera etapa.

Continúan los trabajos de reconstrucción en el centro de Puebla

La Unesco y la Red de Ciudades Patrimonio apoyarán con recursos en los próximos meses.

BEDILIA BRIZUELA

Los trabajos de remodelación del Centro Histórico de Puebla han requerido de 25 millones de pesos, así se atienden las afectaciones derivadas de los sismos de septiembre de 2017. Se esperan otros 60 millones de inversión entre la iniciativa privada y el gobierno estatal.

Es una primera fase en las acciones de reconstrucción que consisten en apuntalamiento y troquelamiento de las estructuras que quedaron dañadas, un aproximado de cien edificios de

los siglos XVIII y XIX, así como 37 templos y seis museos.

“La finalidad fue evitar que se siguieran fracturando o se desplomaran”, dijo en entrevista para *Periódico Viaje* Sergio Vergara, gerente del Centro Histórico y Patrimonio Cultural del Municipio.

Adicional es la inversión que la iniciativa privada hace para sus propios edificios, de lo que no existe un monto específico. La segunda fase consistirá en la restauración directa de toda la infraestructura, aunque todavía no hay fecha de inicio.

Comentó que el sector turismo fue el más afectado, la ocupación

hotelera cayó del cien al 45%, en la actualidad ya se recuperó el 95% de visitas.

Una ventaja derivada del mismo fue la regulación de la normativa urbana y el reordenamiento del sistema de movilidad del Centro Histórico.

Entre las nuevas acciones está la normatividad para transitar, que limita el paso a vehículos de más de cinco toneladas, la circulación de no más de un transporte público cada media hora, así como servicios nocturnos para abastecer a hoteles y restaurantes con agua, gas o comida.

Consideró que lo más urgente es acelerar los trabajos de re-



modelación en conjunto con el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), porque ya se acerca la época de lluvias.

➤ AFECTACIONES Y ACCIONES

En el catálogo del INAH existen tres mil 400 inmuebles registrados en Puebla, de los que resultaron afectados 64 templos y mil 100 edificios.

Señaló que gracias a la ayuda de Canaco y Concanaco se comenzó la reestructuración por medio de incentivos fiscales, el INAH apoyó eliminando los cobros a edificios, con lo que se logró que el 97% de los hoteles comenzaran a funcionar en mes y medio después de los temblores.

Explicó que existe un recurso para efectos de fenómenos naturales del cual desde hace dos años el ayuntamiento tiene una partida y que, junto con la ciudad, se apoya para brindar lo necesario para dejar los edificios como estaban.

Añadió que la Unesco y la Red de Ciudades Patrimonio apoyarán con recursos que harán llegar al alcalde y el gobernador en los próximos meses.

Dijo que en la aplicación Waze se observan las afectaciones en las calles.

Llega el primer B737 MAX 8 de Aeroméxico



La aerolínea recibirá cinco unidades en 2018, para conformar una flota de 90 aviones.

CORINA TLALI ORTEGA

Aeroméxico es la segunda compañía en América Latina en obtener un avión de esta clase para vuelos de corto y mediano alcance. Andrés Conesa Labastida, director general de la aerolínea, señaló que a partir de la segunda quincena de marzo el Boeing 737 MAX 8 inicia operaciones hacia: Lima, Bogotá, Monterrey y Nueva York.

Conesa explicó que se trata de un avión verde, amigable con el medio ambiente, capaz de disminuir 14% las emisiones de CO₂; reducir la contaminación auditiva en 40% y bajar el uso de combustible en 14%, ahorro equivalente a la contaminación que generan tres mil coches al año. “Con una flota de 60 aviones ahorraríamos lo correspondiente a 180 mil autos”, afirmó.

Cabe recordar que hace seis años, Aeroméxico firmó un contrato con Boeing para la adquisición de cien aviones por un valor de once mil millones de dólares, siendo la mayor inversión de una aerolínea nacional en la historia de la aviación en México.

Conesa precisó que van a cerrar 2018 con una flota de 135 aviones, que tienen únicamente tres tipos de cabina, esto los hace más productivos y eficientes. Para él la clave es tener una flota simple y moderna.

Serán cinco aeronaves las que se incorporarán este año, y de



Ricardo Cavero, vicepresidente de Boeing y Andrés Conesa, director general de Aeroméxico.

forma paulatina estará recibiendo hasta el 2022 un total de 60 unidades para completar el pedido de 90 MAX.

El B737 MAX 8 es la primera unidad que llega a México y para 2019 la compañía aérea espera recibir doce aviones más, con los cuales se busca aumentar la conectividad.

“Algo que no podemos permitir es tener capacidad excesiva en el mercado porque como consecuencia se deprimen las tarifas. Siempre hemos sido disciplinados en mantener un crecimiento sostenible”, mencionó.

Agregó que una aeronave se amortiza en dos años, razón por la que es importante contar con slots, de lo contrario no se puede operar un avión, y detrás de cada unidad hay muchos empleos.

Puntualizó que en Aeroméxico existen 114 mil puestos de trabajo a través de 130 aviones, y en ese sen-

tido, traer más aeronaves significa más conectividad para el país, más empleos para México y sueldos mejor remunerados.

Por su parte, Ricardo Cavero, vicepresidente de Boeing para América Latina, mencionó que la compañía fabrica mensualmente 47 aviones modelo 737, lo que representa una entrega anual de 600 unidades.

Recalcó Cavero que el MAX es uno de los aviones más populares en la historia de Boeing, pues a la fecha suman más de cuatro mil 300 pedidos desde su lanzamiento, y esta entrega indica el compromiso que existe con la tecnología y la innovación a disposición de los viajeros.

“No entregamos aviones como este todos los días, este evento his-

tórico representa un nuevo capítulo en el cual se describe el trabajo que Aeroméxico y Boeing llevan haciendo durante casi 60 años. El MAX es nuestra última creación y es un avión con la mayor tecnología en ese segmento”, detalló el directivo de la fabricante.

➤ DISEÑO E INNOVACIÓN

Las características que distinguen al nuevo avión de los modelos anteriores, en primera instancia es la cola, que cuenta con un nuevo diseño que ayuda a disminuir la sensación de turbulencia, además se le integraron Winglets, una tecnología que reduce 1% el arrastre y aumenta la eficiencia del combustible; otro cambio radica en que la ligereza de su estructura propiciará un alcance de cinco mil kilómetros.



Se destacó que una de las mayores transformaciones con el modelo anterior, es el motor tipo LEAP-1B de CFM International, considerado uno de los más avanzados del sector, el cual, en conjunto con las nuevas implemen-

taciones se busca lograr mayor eficiencia en cuanto a consumo de combustible.

“Estos aviones y la modernización de la flota nos permiten ofrecer al pasajero el producto más moderno del mercado, así como confiabilidad, comodidad y excelencia operativa”, agregó.

La capacidad del 737 MAX 8 es de 166 pasajeros, 16 en clase Premier, 18 en AM Plus y 132 en clase turística; los asientos cuentan con un diseño exclusivo a cargo de las firmas Sabeti Wain Aerospace y Rockwell Collins, quienes buscaron eficiencia en espacios, tanto para el equipaje de mano como para los pasajeros, con la finalidad de generar comodidad durante el viaje.

La zona Premier contará con vestiduras de piel, mesa tipo smart tray, pantallas de alta definición de trece pulgadas, sistema bluetooth, cámara integrada y sistema de audio con cancelación de ruido.

El área AM Plus y Clase Turista también dispondrá de pantallas de alta definición *touchscreen*, pero la diferencia es que serán de diez pulgadas; las cabeceras son ajustables en cuatro posiciones para comodidad del viajero; se contará con entrada individual de USB, y en los asientos, vestiduras sustentables de *e-leather*, producto de tecnología limpia que se produce con fibras de cuero natural.

Concluye inversión en Camino Real Sumiya

➤ Se conservó la estructura original del inmueble.



ALONSO GORDOA

Grupo Real Turismo concluyó el proceso de remodelación de las instalaciones del Camino Real Sumiya, luego de una inversión de 70 millones de pesos, informó el director general del hotel, Guillermo Gros.

La transformación de la propiedad que se ubica en Jiutepec, Morelos, se llevó a cabo de junio a diciembre de 2017 y se realizó en tres etapas, una por cada uno de los edificios que conforman ese complejo turístico.

En entrevista con *Periódico Viaje*, señaló que a la par de atraer al turismo de grupos, con la renovación esperan aprovechar a los clientes que asisten a eventos los fines de semana en Cuernavaca, ya que el turismo de bodas representa el principal segmento en Morelos.

“Conservamos por completo la estructura arquitectónica que caracteriza al Camino Real Sumiya, donde prevalecen

elementos de la cultura japonesa que tienen casi 60 años desde su construcción y los cuales fueron traídos desde el país oriental”, comentó Gros.

Esa residencia perteneció a Bárbara Hutton Woolworth, heredera única de la fortuna Woolworth y apodada por los medios como “la pobre niña rica”, ya que gastó toda su fortuna en diversas propiedades como ésta y en sus múltiples esposos.

De acuerdo con el director general, Hutton Woolworth tenía un gusto particular por la cultura oriental y ordenó los materiales y piezas originales desde Japón para levantar un palacio en el lugar.

La propiedad tuvo algunos dueños después de ella, luego quedó en administración de Camino Real, compañía que hasta la fecha lo dirige.

Entre los espacios originales aún conserva el Teatro Kabuki, réplica que la socialité mandó a construir de la antigua ciudad de Kyoto, además de un baño Ofuro, un Jardín Zen y pinturas originales.



Para Hyatt es atractivo el potencial turístico de México

➤ En el país están presentes 16 de sus marcas.

MARGARITA SOLÍS

México se encuentra “en las grandes ligas” para Hyatt, es considerado por la cadena hotelera como un país con potencial turístico, debido a su posición geográfica y climática, lo que les permitirá continuar con la expansión de marcas.

En entrevista para *Periódico Viaje*, Álvaro Valeriani, vicepresidente de Ventas y Mercadeo para Latinoamérica y Caribe de Hyatt, precisó que a nivel mundial México está posicionado entre los cinco países más importantes para la cadena hotelera y en cuanto a presencia de marcas está siguiendo muy de cerca a Estados Unidos.

“En cantidad de expansión y número de desarrollos que tenemos activos, Asia ocupa un lugar muy importante, pero México se encuentra entre los primeros tres o cuatro lugares en la escala mundial por presencia de hoteles y de marcas”, afirmó Valeriani.

A nivel regional, México ocupa el primer lugar, ya que de los 41 hoteles que opera Hyatt, 16 están presentes en el país.

“México tiene siete de las 14 marcas existentes de Hyatt. Para los próximos tres años se sumará una más: Park Hyatt”, agregó.

En 2020 estará operando en Los Cabos con la marca Park Hyatt y en 2021 en la Ciudad de México, en la zona de Polanco.

Destacó que la amplia variedad de marcas que opera en México se debe a la diversidad geográfica y climática del país, el contar con destinos de sol y playa, montaña, ciudad, cultura, entre otros, lo ha colocado en la octava posición del ranking por la recepción de turistas internacionales.



Al respecto comentó que otro indicador positivo para que continúe creciendo la empresa en México son las cifras que dio a conocer la Secretaría de Turismo Federal (Sectur), donde destacaba que la ocupación hotelera aumentó de 2016 a 2017 un 3.6% y continúa aumentando.

Para el directivo, el escenario en México es ideal para seguir creciendo, particularmente por su potencial turístico.

En los últimos diez años hemos crecido más del 300% en cuanto a nuestra presencia en México con la cantidad de hoteles, esto muestra nuestro compromiso en el país”, aseveró.

Las marcas que opera en México son: Andaz, Grand Hyatt, Hyatt House, Hyatt Place, Hyatt Regency, Ziva y Zilara.

Año electoral no afectará a la industria restaurantera

MARGARITA SOLÍS

El tema electoral no afectará las ventas de la industria restaurantera, por el contrario, el primer semestre habrá una sobre demanda, y para el segundo periodo el único tema que podría afectarle sería la inflación.

Para Hugo Vela Reyna, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (Canirac), dijo en entrevista para *Periódico Viaje* que cuando es un año electoral históricamente tienen una demanda agregada los primeros seis meses del año, por lo que se espera una derrama adicional.

Agregó que de julio a diciembre la demanda será moderada, por lo que se estima un cierre de año de 3% de crecimiento. En 2017, las ventas de los socios de la Canirac aumentaron 2.8 por ciento.

Si bien se espera un crecimiento particularmente mayor, el tema que deberán vigilar los



restauranteros y sus proveedores será el índice inflacionario, ya que de acuerdo con el resultado de las elecciones presidenciales se podría elevar, lo que generaría “un

efecto inmediato en el consumo”, es decir bajaría el gasto de la población en este rubro, explicó.

Una preocupación de la Canirac, aseveró, es que en los últimos

tres años han observado que el número de restaurantes ha crecido por encima del número de comensales, lo que ha llevado a que la venta promedio por res-

taurante disminuya. “Entonces eso afecta en la mortandad de los negocios, y a nosotros nos interesa que los negocios tengan perdurabilidad”, comentó.

La propuesta para que industria y comensales se vean beneficiados tiene dos puntos que detalló Vela Reyna, el primero es reforzar el consumo interno donde la clase media tenga mejores condiciones de ingresos para que puedan gastar en la industria restaurantera, y aumentar el porcentaje de deducibilidad en el consumo de restaurantes que hoy es de 8.75 por ciento.

➤ REPERCUSIONES

Las preferencias de los comensales se modificaron luego de los sismos de septiembre de 2017, se registró una migración de la zona Roma-Condesa al Pedregal de San Ángel, Santa Fe y Polanco.

El presidente de la Canirac comentó que la industria se recuperó de forma rápida, sin embargo, los restaurantes de la zona centro de la Ciudad de México y de las colonias Roma y Condesa están al 75% de la capacidad que mostraban antes del sismo.

“Se ha venido recuperando poco a poco, va a tomar algunos meses en que el consumidor retome la confianza de poder estar en esa zona”, dijo.

La industria en Chiapas, Oaxaca y Cuernavaca no se ha recuperado al 100%, señaló que la demanda continúa baja, aunque no precisó en cuánto.

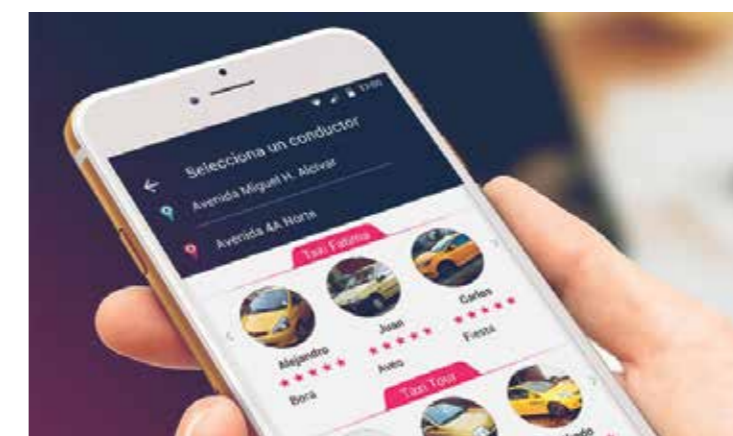
Taxistas se unen a Nekso para competir con Uber

➤ Los transportistas unifican su oferta de servicio.

ALONSO GORDOA

El Movimiento Nacional de Taxistas (MNT) se alió con la aplicación de transporte Nekso para modernizar el servicio de taxis en todo el país, con el objetivo de generar una competencia directa y recuperar el terreno perdido ante aplicaciones que ofrecen servicio privado de choferes Uber y Cabify, informó en entrevista para *Periódico Viaje*, Bersain Miranda Borraz, presidente del MNT.

Nekso es una firma canadiense que ofrece soluciones de administración, operación y pago auto-



mático de servicios de transporte al sector público mediante el uso de una aplicación móvil.

Con la necesidad de recuperar mercado, el MNT lanzó una

licitación pública que ganó la empresa para móviles. La App estará disponible a finales de marzo con la finalidad de elevar la oferta de servicio de más de

650 mil unidades de taxis en los 32 estados federales.

“Brindamos seguridad tanto a pasajeros como a conductores y ponemos lo último en tecnología a disposición de todo el ecosistema del transporte público”, destacó Andrés Serra, director de desarrollo de negocio y expansión de Nekso.

Para la selección y clasificación de conductores se basa en los lineamientos establecidos por Nekso y las leyes del país.

El grupo de taxistas apoyará a sus conductores con 200 mil coches equipados bajo los requerimientos de la compañía canadiense.

“El MNT nace con la finalidad de ofrecer las herramientas necesarias para que el gremio de taxistas se modernice y haga frente, de manera legal, a las demandas actuales del mercado”.

Nekso funciona de manera similar al servicio de transporte existente; el usuario descarga la App, se registra y crea un usuario, elige su forma de pago, con opción de cargo a tarjeta de crédito.

El cliente ingresa su punto de partida y dirección final, llama a los conductores cercanos y puede elegir entre seis choferes disponibles.

El pasajero visualiza los datos del operador y tiene desde su celular un taxímetro que se activa cuando comienzan el viaje.

NALLELY CAMPOS
Y BEDILIA BRIZUELA

Los servicios médicos que en el país se ofrecen han resultado atractivos para los vecinos de los países del norte, debido a su calidad y costos. De acuerdo con comparaciones de Medical Tourism Association, algunos procedimientos llegan a ser hasta 89% más económicos que en Estados Unidos.

De acuerdo con ProMéxico, el Turismo Médico ha evolucionado “de ser un destino famoso por sus servicios de odontología, oftalmología y cirugía cos-
mética en las ciudades fronterizas, a ser un centro mundial de cuidados de la salud que ofrece una gama completa de especialidades y procedimientos que compiten directamente con los ofrecidos en países desarrollados”.

Cada año, el país atrae a más de un millón de pacientes extranjeros, muchos son de origen hispano que viven en California, Arizona y Texas, según Patients Beyond Borders, que además considera que México es el segundo destino de Turismo Médico en el mundo.

En espera de conocer la cifra final de 2017, la estimación es un crecimiento de 6% para llegar a los seis mil millones de dólares, según cifras de EuroMonitor.

El tamaño del mercado a nivel mundial se encuentra entre los 50 mil y los 70 mil millones de dólares.

DEFINICIÓN

Los ejes principales de la industria de Turismo de Salud son el Turismo Médico y el Turismo de Bienestar.

■ **Turismo Médico:** consiste en procedimientos quirúrgicos y tratamientos con medicamentos; procesos de orden ambulatorio (dentales, oftalmológicos y algunos cosméticos).

■ **Turismo de Bienestar (o Wellness):** realiza actividades orientadas al relajamiento, cambios de estilos de vida, spas, retiros espirituales, hogares de retiro y asistencia para personas de la tercera edad.

lars. Y cada año cerca de 14 millones de personas en el mundo se desplazan a otros países en busca de atención médica, informó Medical Tourism Association.

▶ ATRACCIÓN A MEXICALI

La zona norte del país se mantiene en constante desarrollo en el Turismo Médico, registra un flujo constante de visitantes, razón por la que Omar Dipp, director del Comité de Turismo y Convenciones de Mexicali (Cotuco) Baja California, comentó que es indispensable promover las regiones de la entidad donde se desarrolla ese segmento.

En entrevista para Periódico Viaje, el funcionario dijo que el último estudio de Cotuco y CETYS

Universidad del año 2013, indicó que la derrama económica en la ciudad de Mexicali fue de 69 millones de dólares por año y 359 dólares por visita en gastos directos. Para el caso de Algodones, Nuevo México, el registro también fue de 69 millones de dólares por año y una derrama de 583 dólares por persona.

Dipp lamentó no contar con información actualizada sobre el crecimiento y la derrama económica que tuvo el segmento en los dos últimos años, debido a que todavía no existe una metodología específica para medirlo.

“Una de las formas para promover al segmento es hacerlo por regiones específicas, no todo el país, sino hacerlo de forma seccionada, sobre todo los destinos de la frontera”; además, hizo énfasis en Baja California y destacó destinos como Mexicali y Tijuana.

Agregó que la estrategia de promoción para 2018 será visitar eventos especializados como destino, principalmente hacia Estados Unidos y Canadá; y se dirigirá al sector de los baby boomers, quienes ya acuden al estado para atenderse.

El plan para este año pretende ofrecer diversos paquetes de hospedaje que incluyen traslado y alimento para brindar un mejor servicio y comodidad al paciente.

La mayoría de los hospitales en Mexicali y Algodones cuentan con habita-

Turismo Médico, crece y se promueve

▶ Profesionalización de los servicios, costos más bajos y cercanía, son los factores que favorecen a México.

INGRESO DE DIVISAS
En diez años se triplicó el monto, pasó de **1,544 millones de dólares** en 2006, a **4,798 millones** en 2016, última cifra de EuroMonitor.



▶ **Grupos hospitalarios mexicanos** (que integran los clusters en nuestro país.)

- Christ Muguerza
- Grupo Ángeles
- CIMA
- Galenia
- Puerta de Hierro
- San Javier
- Tec Salud
- Ginequito
- OCA
- ABC
- EXCEL
- SIMNSA
- Doctors Hospital
- Star Médica,
- Almater
- Poliplaza
- Hispano Americano.

(Fuente: ProMéxico.)

ciones para el turismo que llega en busca de atención médica, pues se indica que los pacientes se quedan en recuperación de uno a tres días, según la intervención; la cirugía bariátrica, el servicio de ortopedia o dental son las consultas que más se solicitan.

“La estrategia ha sido buscar mercados segmentados, además de tener una certificación que avale toda la oferta, esa es la única forma de hacer crecer el turismo”, comentó Dipp.

Tijuana es la región que destaca en Turismo Médico, sin embargo,

un análisis de Cotuco advierte resultados positivos en Mexicali. El funcionario concluyó que por medio de las políticas públicas es posible atraer más visitantes a la entidad y a destinos como Algodones, sitio que, al igual que Mexicali, vive al cien por ciento del turismo.

▶ CHIHUAHUA SE PROMUEVE

El Buró de Convenciones de Chihuahua invertirá cinco millones de pesos para promover el Turismo Médico en diversas ciudades de Estados Unidos, como San Antonio, Houston, Los Ángeles,

Atlanta, Denver, Dallas, Phoenix y San Diego.

La estrategia se aplicará con apoyo del Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), los consulados, las cámaras de comercio y revistas especializadas como México To Go que leen los con-

ccionales, con la finalidad de atraer a viajeros más segmentados, informó Francisco Moreno, director del Fideicomiso de Promoción Turística ¡Ah Chihuahua!

En conjunto se promoverá el Turismo de Naturaleza, resaltando atractivos como el tren del Chepe, las dunas y el desierto, con el objetivo de incentivar una estancia más amplia en el destino.

Moreno agregó que para complementar la oferta de servicios médicos, se encuentran en pláticas con aerolíneas como United y Delta para aprovechar los vuelos directos que tienen en El Paso, Texas.

▶ LOS MIGRANTES, MERCADO POTENCIAL

El Turismo Médico es detonador económico y motivo de viaje de los connacionales y extranjeros que viven en Estados Unidos y que, por cuestiones económicas de seguridad social, terminan por ir a la frontera a recibirlo.

“La región es ideal porque coincide con Estados Unidos, el costo es más accesible y la calidad es un factor importante, aunque no siempre se hace mención de ello”, dijo Moreno.

Uno de los mercados que más llegan a Chihuahua es el de los migrantes, quienes necesitan hacer trámites como la Green Card, de residencia o ciudadanía, para lo que se les solicita obligatoriamente un análisis o estudio médico en Estados Unidos, y en Juárez hay clínicas certificadas para ello.

“Tan sólo el año pasado se recibieron 85 mil citas de este tipo que todavía no se contabilizan porque dependen del padecimiento y el tratamiento. Si a eso se agrega que

Fortalezas de México



- **Costos competitivos.** Ahorros en servicios médicos en comparación con EUA de 36% a 89 por ciento.
- **Ubicación geográfica.** EUA y Canadá son los principales consumidores de servicios de exportación de salud de México.
- **Capital humano especializado.** La proporción de médicos especialistas entre médicos generales en México es del 63.4%, esta cifra es superior al promedio de los países de la OCDE (57.7%).
- **Infraestructura.** El Consejo de Salubridad General ha certificado a 107 hospitales hasta 2014.

Además, tanto hospitales, clínicas y centros de salud cuentan con licencia de operación por parte de COFEPRIS (Autoridad Sanitaria Reguladora certificada por la Organización Panamericana de la Salud).

el 50% no tienen seguro médico en El Paso, su cobertura no es suficientemente amplia, así que vienen a Juárez a tratarse, por ejemplo, con oftalmólogos o por salud mental”, añadió.

Son casi 500 mil los habitantes que tienen la oportunidad de que a un menor costo obtengan estos papales, además de 170 mil pacientes cautivos. En promedio, pueden invertir hasta diez mil pesos tan sólo en el tratamiento, a esto se le suma la derrama económica que generan según los días que permanecen o del padecimiento que se tratan.

Un tratamiento médico en Ciudad Juárez puede reducir los costos hasta en 75 por ciento. Las principales especialidades son oftalmología, bariátrica, salud bucal (dentistas, ortodoncistas), reproducción asistida y ortopedia.

Comentó que, al igual que en Mexicali y Tijuana, se está incrementando la llegada de baby boomers que buscan paliativos para sus terapias, así como ex militares.

A pregunta expresa sobre la forma en que atraen turismo sin afectar a otros destinos mexicanos de

la frontera, agregó que el clúster de Turismo Médico tiene una gran oportunidad para atraer pacientes sin competir, lo que más importa es la preparación.

“No se trata de una competencia, pues es muy complicado arrebatar al paciente a las zonas de California porque su mercado natural busca algo específico, pero cuando hablamos de capacidades sí las tenemos”, precisó.

Dentro de esas está el servicio o la especialización en tratamientos; por ejemplo, en Juárez se tiene un buen servicio de cirugías bariátricas que no hay en otros destinos.

Sobre la percepción de inseguridad agregó que sí puede ser un factor que merme las llegadas, pero que solamente fueron algunas crisis como las que tiene cualquier otra ciudad del país. “Hubo malas rachas, pero en la estadística no ha habido casos en los que el turismo haya resultado afectado”, indicó Moreno.

De los 25 hoteles que existen en el destino sólo el 62% tienen de una a cinco habitaciones para atender a este segmento, es decir 16 hoteles.

“El destino está muy dedicado al Turismo de Negocios y así los de cadena prefieren tener únicamente de tres a cinco habitaciones dedicadas al Turismo de Salud”, explicó.

Las autoridades de Juárez pretenden atraer más grupos hospitalarios y cadenas hoteleras como Marriott y Grupo Prisma, y aunque ambas tienen planes de construir una nueva propiedad, no se precisaron montos de inversión ni fechas.

Los extranjeros que más llegan al destino provienen de Canadá y Estados Unidos. Juárez se puede comparar en oferta médica con destinos internacionales como Tailandia o Costa Rica.

▶ Oportunidades de exportación



De acuerdo con la Medical Tourism Association, las principales oportunidades de exportación se encuentran en Estados Unidos. Este país participa con 40% del gasto global en salud, en 2011 (último dato registrado) alcanzó un monto de aproximadamente dos mil 600 millones de dólares; de este monto, el 32% se realizó a través de seguros privados, 12% fue gasto de bolsillo y el resto lo hizo el gobierno a través de programas.

El nicho de mercado en el que puede incrementar su participación México es en aquellas operaciones y tratamientos que se atienden con gasto bolsillo o seguro médico privado.

Firman acuerdo para apoyar a emprendedores

Jóvenes de Canadá y la Ciudad de México serán favorecidos en proyectos relacionados con turismo y otros sectores.

BEDILIA BRIZUELA

Con la intención de apoyar a jóvenes emprendedores que cuentan con proyectos en el turismo y otros sectores, se firmó un acuerdo de cooperación entre la División de Desarrollo Económico y Cultura de la Ciudad de Toronto y la Secretaría de Desarrollo Económico de la Ciudad de México (CDMX).

Así lo informó la Oficina de Comercio e Inversión de Ontario en México y mencionó que la industria del turismo es de gran importancia para ambos países, ya que ambas cuentan con grandes atractivos y son centros fundamentales, además de que ayudan a atraer inversiones de diversos sectores.



Otras industrias serán también las favorecidas, entre ellas las creativas, las tecnologías limpias y de la información, cultura, educación y ciencias de la vida. La oficina agregó que se

espera empezar a trabajar primero en el intercambio de información en el corto plazo entre ambos países, para incentivar actividades comerciales y de inversión entre las dos jurisdicciones.

“Entre las ventajas de firmar este acuerdo se encuentran el que una ciudad pueda aprender de la otra al compartir experiencias y mejores prácticas, además del compromiso de iden-

tificar áreas específicas de oportunidad para cooperar”, informó.

El memorando de entendimiento fue firmado por el gerente general de la División de Desarrollo Económico y Cultura de la Ciudad de Toronto, Michael Williams, y el concejal Michael Thompson, presidente del Comité de Desarrollo Económico de Toronto. Por parte de la Ciudad de México firmó el secretario de Desarrollo Económico, José Francisco Caballero García.

En 2016, Toronto, en colaboración con los consulados de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, ubicados en esa ciudad, estableció una Iniciativa de Comercio Bilateral Latinoamericano (LABTI).

La iniciativa promueve las relaciones comerciales entre dicha ciudad y la comunidad empresarial latinoamericana que ahí habita al fomentar la colaboración y las iniciativas conjuntas, como la visita a la CDMX, donde se firmó el acuerdo.

En 2016, Toronto fue seleccionada como sede del programa internacional de Intercambio de Competitividad de las Américas, coorganizado por la Organización de los Estados Americanos (OEA), y fue anfitriona de los tomadores de decisiones económicas y políticas de todas las Américas.

Ese mismo año, en Monterrey, la Ciudad de Toronto firmó un memorando de entendimiento con el capítulo Noreste del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (COMCE).

La industria turística china incrementa su interés por México

Agentes de viajes se capacitan para dar servicios a asiáticos.

MARGARITA SOLÍS

China es considerada una economía de mercado que continuamente implementa reformas en los sectores que lo ayuden a desarrollarse y generar crecimiento. El tema turístico es uno de ellos, por ello lo incluyó en la iniciativa “Una Franja-Una Ruta”.

Es una iniciativa que también es considerada: “un modelo para la cooperación internacional con un pensamiento inclusivo donde más de cien países y organismos internacionales la apoyan y participan activamente en torno de ello”, dijo Lin Ji, encargado de Negocios de la embajada de China en México.



Ante el interés de las dos naciones de impulsar el tema, la República Popular de China y la Asociación Mexicana de Agencias de Viajes (AMAV) suscribieron un Convenio de Hermanamiento Comercial y de Turismo.

“Espero que con el tiempo el turismo entre China y México pueda ser un punto más brillan-

te entre la cooperación integral entre ambos países”, agregó el diplomático chino.

En 2017, visitaron nuestro país 86 mil viajeros residentes en China, un Convenio de Hermanamiento Comercial y de Turismo.

En 2016, China se posicionó como la primera potencia de consumo turístico del mundo, seguida

por Estados Unidos, en ese mismo año se convirtió en el mayor socio comercial de México en Asia.

En los últimos años, 120 millones de chinos salieron para visitar otros países, en tanto que China recibió a más de 140 millones de turistas extranjeros.

Por su parte, Jorge Hernández, presidente de la AMAV, propuso que en materia de turismo se fortalecieran las relaciones bilaterales y multilaterales con China y las naciones que participan en la iniciativa “Una Franja-Una Ruta”.

Como parte de este convenio, en junio la AMAV nacional celebrará en Beijing su asamblea general ordinaria para establecer acercamiento con los operadores y autoridades del sector del turismo de China y de esta forma encaminar la atracción de viajeros entre los dos países.

Hernández solicitó a la Sectur y al Consejo de Promoción Turística de México (CPTM), que se establezca en la Agenda de Negocios y Promoción la invitación formal para la delegación de tour operadores de China al Tianguis Turístico en Mazatlán, el próximo abril.

En tanto, Hilario Pérez León, director general de Certificación Turística de la Sectur, añadió que la dependencia federal implementó el sello: “Cerca de China”, que busca reconocer las empresas turísticas que han desarrollado y mantienen esfuerzos relacionados con la atención especializada y con alta calidad hacia el mercado chino, destacando aspectos de servicio, instalaciones, protocolo de atención y hospitalidad.

Actualmente, en México existen 14 empresas que ostentan el sello, entre las que se encuentran restaurantes, hoteles y cuatro agencias de viajes.

Como ya es sabido, la expectativa de crecimiento en el número de viajeros chinos a México se atribuye al inicio de las operaciones aéreas de Hainan Airlines a partir del próximo 21 de marzo, en su vuelo entre Beijing y la Ciudad de México, con tres frecuencias a la semana.

Actualmente, opera Aeroméxico entre Shanghai y la CDMX, y China Southern Airlines entre Guangzhou, la capital de Cantón, vía Vancouver, Canadá, para llegar a la capital mexicana.

Ciudad Abierta

GUSTAVO ARMENTA

¿IRÍAS A LOS CABOS? YO SÍ

El Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y la Justicia Penal (CCSPJP) acaba de publicar su ranking anual sobre “las 50 ciudades más peligrosas del mundo”, el cual toma como elemento básico para su estadística cuántos homicidios se registran por cada cien mil habitantes en una metrópoli con 300 mil habitantes o más.

El CCSPJP es una Asociación Civil con quince años de existencia que se autodefine como apartidista, laica e independiente, y el estudio que recién publicó corresponde a 2017. En este documento se afirma que las doce ciudades “más peligrosas del mundo” se encuentran repartidas entre México, Venezuela y Brasil. Lo cual, más allá de la frialdad de los números o lo relativo de los porcentajes matemáticos, parece algo fuera del sentido común.

La publicación de este informe motivó una reunión urgente de autoridades locales y representantes de organizaciones empresariales, quienes en voz de **Rodrigo Esponda**, director general del Fideicomiso de Promoción Turística de Los Cabos, rechazaron y criticaron la metodología del mencionado ranking, afirmando que “la información está fuera de contexto, especula y manipula, presentando a destiempo cifras para mostrar al destino como un lugar inseguro”.

“Hay cosas que están mal en ese estudio, empezando por las cifras, ya que no usan las oficiales del Sistema Nacional de Seguridad Pública, sino que hacen su propia estimación y eso no es serio, los que sí lo son utilizan más variables”, me comentó el funcionario.

“También se queja de que el CCSPJP “compara peras con manzanas”, porque además de su población –de poco más de 300 mil– tiene una población mensual flotante de 242 mil turistas (2.5 millones que lle-

gan por tierra o avión, más 400 mil que bajan de los cruceros anuales). “Así, el contexto es a todas luces desafortunado”, explica.

Y remató: “Lo más grave de todo es que permitamos como sector turismo que alguien publique algo así, que afecta a un sector tan crítico sin tener cifras sustentadas, y que haya quien las dé por válidas. Debemos de reaccionar y no permitirlo”.

A la descalificación pública de su estudio, **José Antonio Ortega Sánchez**, presidente del CCSPJP, respondió: “Acerca de las acusaciones de “que la información está fuera de contexto, especula y manipula”, sobre ninguna presenta datos o argumentos que las sustenten. Luego, mientras no se demuestren las acusaciones, nuestra afirmación de que Los Cabos fue la ciudad más violenta del mundo en 2017, se sostiene”.

Sin embargo, al explicar su metodología, el estudio del CCSPJP advierte que “una parte



de las cifras utilizadas para el cálculo de las tasas y las posiciones en el ranking son estimaciones, cuando no hay cifras oficiales o éstas no han sido publicadas en el momento de cerrar la edición. En este último caso, cuando después comparamos las cifras estimadas con las oficiales, las diferencias son poco significativas en la mayoría de los casos (por lo regular las estimadas son más bajas, dado que optamos por estimaciones conservadoras y a la baja)”.

También deja claro que “En algunos casos los datos son resultado de un conteo propio, a partir del análisis de notas periodísticas”. Igualmente explica que “en ocasiones los datos de la principal fuente oficial de información (en México), el Sistema Nacional de Seguridad Pública (SNSP), no pueden tomarse al pie de la letra”. Por lo que el dato oficial de este SNSP de 317 homicidios registrados en Los Cabos en 2017, con su metodología propia lo incrementaron a 365.

No hay espacio aquí para analizar toda la metodología, pero concluyamos con este otro párrafo del estudio: “Por supuesto no estamos exentos de errores, en los que incurrimos siempre de buena fe. El ranking no es 100% exacto y si lo fuera perdería su sentido principal de la oportunidad. El ejercicio quizás sería 100% exacto si se realizará dentro de 10 o 20 años”.

¿Después de esta discusión usted iría a vacacionar a Los Cabos? Yo sí, sin dudar.

Los casinos de Steve Wynn están en la cuerda floja

El magnate de Las Vegas es investigado por autoridades estadounidenses.

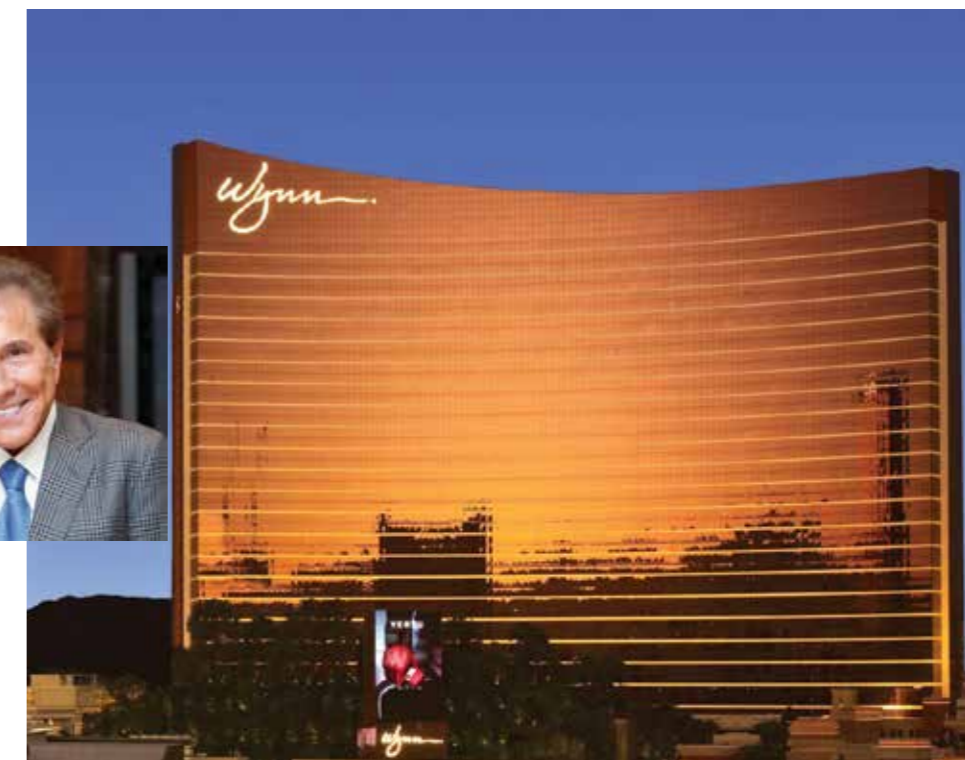
ISABEL GORDOA

Después de que una decena de exempleadas le hayan acusado de abuso y acoso sexual, el empresario de bienes raíces y casinos en

Las Vegas, Steve Wynn, ve su imperio afectado al caer sus acciones en la Bolsa de Valores de Wall Street hasta un diez por ciento.

A finales de enero de este año, The Wall Street Journal publicó un artículo el cual describía que Wynn obligaba a sus masajistas y maquilladoras a tener relaciones sexuales con él a cambio de unas generosas propinas, acusaciones que él negó.

Debido al posicionamiento social del empresario, su vínculo de amistad con



el presidente de Estados Unidos, Donald Trump, siendo Wynn Resorts uno de los que favoreció su campaña presidencial y cuya fortuna asciende casi a los cuatro mil millones de dólares, esas denuncias tardaron varios años en salir a flote.

A sus 76 años, Wynn es uno de los hombres más poderosos de Estados Unidos, al ser dueño de los principales casinos y hoteles de Las Vegas y Macao, China; incluso, ese negocio en Asia representa un ingreso ocho veces mayor al estadounidense, el cual podría desaparecer, ya que su licencia expira en 2022.

A eso se le suma que es probable que no se concrete la construcción de su nuevo casino en Boston, ya que tras esas denuncias podrían denegarle la licencia.

Por su parte, el Consejo de Administración del gestor de casinos anunció que pondrían en marcha un comité independiente para investigar las denuncias, con el objetivo de otorgar seguridad a todos los empleados de la compañía.

Visados para viajar a Asia

➤ Aunque los trámites son sencillos, se deben gestionar con anticipación en México, en tanto que en algunos países se pueden realizar vía *online* o en sus aeropuertos.

RODRIGO CAIRE

Una gran diversidad de destinos turísticos ofrece Asia, el continente más extenso y poblado del mundo; ha ganado popularidad en los últimos años por sus contrastes entre antiguos templos y ciudades vanguardistas, pero su infraestructura aduanal aún se encuentra en vías de desarrollo.

El vuelo directo que ofrece Aeroméxico a Seúl, en Corea del Sur, desde la Ciudad de México (CDMX) es una opción. En este país no es necesaria una visa para nacionalidad mexicana si la estadía es menor a 90 días.

Además, la conectividad del Aeropuerto Internacional de Icheon permite moverse entre naciones con facilidad.

Se recomienda tener cuidado con la búsqueda de visas en internet, debido a que existen páginas fraudulentas que roban la información de los documentos oficiales y de las tarjetas de crédito. Se debe verificar que el trámite se haga en las páginas oficiales de las embajadas o de alguna agencia autorizada de las mismas.

A continuación, algunas recomendaciones importantes para el trámite de las visas para mexicanos:

➤TAILANDIA

Para visitar este país es necesario tramitar la visa con anterioridad en la embajada en México. El visado tiene una duración no mayor de 60 días por entrada. El costo va de los 35 dólares por un acceso que tiene vigencia de tres meses a partir de la fecha de emisión, hasta los 170 dólares por una multientrada que caduca a los seis meses de ser expedida. La embajada tiene requisitos más estrictos que otros países asiáticos, como comprobación de solvencia económica, reservaciones de hoteles y transporte de entrada y salida.

➤MYANMAR (BIRMANIA)

El gobierno de esta república pide tramitar la visa con antelación vía online o en cualquier embajada de Myanmar. Si la entrada es por aire en los aeropuertos de Yangón, Mandalay o Nay Pyi, bastará con la e-Visa cuyo costo es de 120 dólares y existe la posibilidad de pedir que el trámite califique como urgente para acortar el tiempo de respuesta si se paga un extra de diez dólares. El ser-

➤CAMBOYA

De acuerdo con la agencia especializada en la zona, Indochina Strings, hay posibilidad de encontrar estafas en las fronteras con este país. Para evitar todo esto, se puede tramitar la visa de manera online o en cualquier embajada de Camboya. La solicitud está disponible en evisa.gov.kh, mismo sitio en donde se encuentra toda la información para conocer los puntos de acceso a este reino. Los requisitos generales son: pasaporte con validez de al menos seis meses y una hoja en blanco para poner la visa, una

vicio regular tarda tres días hábiles y el exprés uno. Si se ingresa al país por cualquier otra vía es obligatorio asistir a la embajada a gestionar el permiso.

foto con fondo blanco y el cabello recogido, y completar el formulario. El costo es de 36 dólares y tarda tres días en ser procesada.

➤VIETNAM

Para acceder a este país del sureste asiático, los trámites de la visa se deben presentar con antelación en cualquier de sus embajadas. Es más sencillo hacerlo así, aunque si el arribo es por avión a Ho Chi Minh o Hanói, existe la posibilidad de aplicar allí mismo a la visa, siempre y cuando tenga una carta de invitación proporcionada por una agencia de viajes. Si el ingreso al país es por tierra o por barco, sí es necesario visitar una embajada para hacer el papeleo correspondiente; toma de cinco a siete días hábiles y el costo es de cien dólares, aunque existe una versión urgente por 130 dólares y tardan 24 horas en responder la solicitud.

➤EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Este es uno de los procedimientos más largos y los agentes suelen ser meticulosos para revisar la documentación. Debido a la religión predominante de esta nación, los menores de edad o las mujeres no mayores a 25 años deberán presentar una carta traducida al árabe y firmada en pluma azul donde sus padres les den permiso de viajar con otra persona, así como reservaciones de hotel y avión para constatar la fecha de entrada y salida.

Los servicios de transportación terrestre y los traductores pueden ser de mucha ayuda si es la primera visita a alguno de estos países.

Existen agencias especializadas en el turismo hispano, como es el caso de Indochina Strings, cuyo expertise puede favorecer la optimización de recursos y maximizar la experiencia de viaje.



ULOKAAAL

Transformando
turistas en
Locales

EL INVIERNO EN COLUMBIA BRITÁNICA

EL VIEJO CEMENTERIO JUDÍO DE PRAGA

DESCÁRGALA

Available on the App Store

ANDROID APP ON Google play

BLOCKCHAINS Y LA INDUSTRIA DE LOS VIAJES

ARTURO VELÁSQUEZ

En 2008, surgió en Internet una idea muy controvertida, atribuida a un programador anónimo que utilizó el seudónimo Satoshi Nakamoto. Se trata del bitcoin, que es una moneda electrónica, basada en un protocolo, un software y una red entre pares (P2P), en donde las computadoras se comportan como iguales, permitiendo el intercambio de información entre todos los equipos conectados.

Actualmente, un bitcoin vale 10 mil 700 dólares, aunque a mediados de diciembre llegó a su máximo histórico por arriba de 19 mil dólares; esta forma de pago origina más de 200 mil transacciones diarias (<https://blockchain.info/es/charts>).

El fundamento operacional de los bitcoins es un "libro contable público" llamado "blockchain". Se trata de un método para registrar información en una base de datos distribuida que está en la red y a la que pueden acceder desde cualquier parte cuantos sujetos deseen para consultar su contenido o agregar nuevos datos. La información se almacena

encriptada, utilizando bloques generados por algoritmos conocidos como "hash", que son ligados entre sí cronológicamente. En este proceso participan múltiples computadoras, cuyos usuarios reciben pequeños beneficios por el tiempo de procesamiento aportado.

Debido a su enorme potencial, más de 70 de las mayores instituciones financieras del mundo (como J.P. Morgan, Royal Bank of Scotland y UBS) forman parte de un consorcio que investiga y desarrolla la tecnología de cadena de bloques. Por su parte, el equipo Global Blockchain, de PwC, identificó más de 700 empresas emergentes en el sector, de acuerdo con el estudio PwC Global Fintech Survey 2016. Mientras que la tecnología de cadena de bloques, de acuerdo con Melanie Sawm, autora del libro "Blockchain: Blueprint for a New Economy" y fundadora del Institute for Blockchain Studies, es considerada el quinto paradigma de la computación después de la computadora central, la computadora personal, el Internet y la revolución impulsada por la tecnología móvil y las redes sociales.



► FORTALEZAS

El blockchain tiene muchas fortalezas, principalmente su seguridad y desempeño, basadas en una arquitectura descentralizada, con robustos algoritmos de encriptación y la transparencia que permite a cualquiera comprobar de dónde viene y a dónde va cualquier transacción.

En una economía global, hiper conectada, regida por datos, este método ofrece la ventaja de permitir transferencias rápidas, no solamente de divisas, sino de cualquier tipo de documento, con bajo costo entre usuarios de

diferentes países, lo cual es muy atractivo para los innovadores.

El blockchain ofrece múltiples posibilidades, no solamente para los sistemas monetarios. Conocer quién tiene qué o quién ha hecho qué en todo momento, puede servir para verificar procesos y proteger datos. En Estonia, por ejemplo, la empresa Guardtime (guardtime.com) ayuda al Gobierno a controlar información sensible de sus ciudadanos usando blockchain.

► VIAJEROS

Una aplicación interesante de esta tecnología es Winding Tree (win-

dingtree.com), una plataforma de distribución de vuelos y hoteles basada en blockchain para la industria de viajes. Sus fundadores identificaron que actualmente hay una alta concentración del mercado, propiciada por unos cuantos intermediarios, que hacen difícil la entrada a nuevas startups, que podrían abaratar precios e innovar en servicios.

Winding Tree decidió construir una alternativa descentralizada, donde cualquier persona puede acceder al inventario directo de los proveedores, evitando que sean los intermediarios quienes establezcan arbitrariamente las tarifas de distribución.

En los próximos años, muchas industrias tendrán que reconfigurarse para adaptarse a esta nueva herramienta de la transformación digital. Recordemos lo que le pasó a Blockbuster con la aparición de los servicios de streaming o a Kodak cuando apareció la fotografía digital. ¿Sucederá algo similar con las agencias de viajes en línea (OTAs)?

Vale la pena mantener en mente la frase de Bill Gate: "Siempre sobreestimamos el cambio que ocurrirá en los próximos dos años y subestimamos el cambio que ocurrirá en los próximos diez".

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

Voom, creada por Airbus, llega a la CDMX con taxis aéreos

► La compañía comenzará operaciones en tres helipuertos en la ciudad y uno más en Toluca.

DANIEL GARBUNO / A21

La empresa Voom comenzó a operar su servicio de taxi aéreo que permite volar entre cualquiera de los cuatro destinos que poseen actualmente: el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México (AICM), el Helipuerto Radio Capital en la calle de Montes Urales, el Helipuerto de Interlomas en Huixquilucan y el helipuerto del Aeropuerto de Toluca, en el Estado de México.

Voom nació con la idea de ofrecer un servicio de movilidad aérea que ayude con la congestión y el tráfico. La primera ciudad en la que comenzaron a

operar fue Sao Paulo, Brasil, en abril de 2017. Tras un análisis de 500 ciudades, la empresa eligió su siguiente destino, la Ciudad de México, señaló Uma Subramanian, CEO de Voom, en entrevista.

Esta compañía (la cual pertenece a Airbus y a su incubadora A3) tiene como objetivo a corto plazo establecerse en la Ciudad de México, aumentar la flota de helicópteros y el número de destinos. Se tiene en la mira a Santa Fe, Perinorte, El Pedregal y Reforma, no descartan llegar a otras ciudades como Cuernavaca.



► DE REFORMA AL AICM EN MINUTOS

Los costos de los vuelos variarán de acuerdo con las distancias que viajen los pasajeros. Por ejemplo, si van de Interlomas o Montes Urales al AICM, el precio es de 2 mil 500 pesos, y los trayectos a Toluca costarán alrededor de

4 mil pesos, ambos más IVA, señaló Rodrigo Leuona, City Manager de Voom en la Ciudad de México.

En promedio, los trayectos durarán entre 7 y 20 minutos, además de que los pasajeros tendrán que estar 15 minutos antes de su vuelo en el helipuerto correspondiente para abordar el vehículo.

Voom funciona como las plataformas de viajes on-demand, como Cabify o Uber, la diferencia con este tipo de empresas es que los helicópteros y los helipuertos están regulados por las entidades correspondientes, en el caso de

México, por la Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC).

► PILOTOS EXPERIMENTADOS

Los pilotos de los helicópteros cuentan con más de mil 500 horas de vuelo, mientras que los copilotos tienen un mínimo de 500 horas. Voom inicia operaciones con cinco aeronaves (pertenecientes a dos empresas mexicanas distintas, Pegaso y ASES), modelos H130 y Bell 407.

Debido a la altura de la Ciudad de México, cada vuelo podrá transportar hasta 5 pasajeros, que podrán subir con hasta dos bolsas de mano, maletín o mochilas y una maleta de equipaje, señaló Subramanian.

► Nuevo directivo de Copa Airlines para México



Alberto Porragas es el nuevo gerente de Ventas Corporativas para México de Copa Airlines. Cuenta con 28 años de experiencia en el sector de marketing estratégico y desarrollo comercial en la industria de la aviación.

Ha liderado equipos de ventas y marketing; ha coadyuvado a expandir mercados e impulsar estrategias de ventas. En su trayectoria profesional ha destacado por la identificación, evaluación y liderazgo de nuevos proyectos de desarrollo comercial.

Fue director comercial de Ventas para Delta Airlines, KLM, Air France y Alitalia. Durante su gestión se crearon y ampliaron relaciones, se negociaron contratos con importantes cuentas corporativas multinacionales y con agencias de viajes.

"La amplia experiencia y habilidades de liderazgo de Alberto son muy valiosas para nuestro equipo, ya que desempeñará un papel clave para mantener una estrecha relación con el sector turístico y con los clientes corporativos para continuar consolidando la presencia de la aerolínea en la región", comentó Mauro Arredondo, gerente general de Copa Airlines en México.

► Grand Solmar Land's es galardonado



Por sexto año consecutivo fue reconocido Grand Solmar Land's End Resort & Spa, ubicado en Baja California Sur, por los premios Travelers' Choice 2018, los galardones más importantes concedidos por TripAdvisor.

En 2018, el integrante de la exclusiva colección de resorts de lujo, Solmar Hotels & Resorts, escaló a la posición número 13, consolidándose como uno de los 25 mejores hoteles en México. Los ganadores de los premios Travelers' Choice son elegidos a partir de las reseñas y opiniones de millones de usuarios de TripAdvisor de todo el mundo. En su edición número 16, los premios destacaron a ocho mil 95 propiedades, en 94 países.

Este año, los premios para los hoteles ganadores se clasificaron en diez categorías: mejores hoteles; pequeños hoteles; lujo; relación precio/calidad; mejor servicio; atención al cliente; b&b y posadas; romántico; familiar; económicos y todo incluido.

"En Grand Solmar Land's End nos esforzamos continuamente en ofrecer las mejores experiencias y nos sentimos muy orgullosos cuando este compromiso es reconocido por nuestros huéspedes más leales. Siempre buscamos superar las expectativas de nuestros huéspedes actuales y aumentar el nivel, cada año", puntualizó Ricardo Orozco, vicepresidente de Operaciones de la empresa.

► Nombran presidenta de asociación hotelera

Liliana Preciado Zarate es la primera mujer en presidir la Asociación de Hoteles y Moteles en Guanajuato. Tomó protesta para asumir el cargo del 2018 al 2020.

Juan Pablo Franco Aranza salió de la presidencia de la asociación, se le reconoció por un gran trabajo que unió y fortaleció al sector de esta ciudad.



"Hoy las mujeres son parte fundamental del sector turístico en el país y en Guanajuato, y estoy seguro que se fortalecerá el trabajo en conjunto de la Asociación y provocará que Guanajuato siga siendo un gran referente turístico del Estado", dijo Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de la entidad.

El trabajo en conjunto entre la Secretaría de Turismo, el gobierno municipal y la Asociación de Hoteles y Moteles de Guanajuato se ven reflejados en la apertura de más cadenas hoteleras.

En el año 2000, Guanajuato contaba con sólo 13 mil 764 habitaciones, hoy cuenta con más de 29 mil, lo que refleja un crecimiento del 100%. En Guanajuato, del 2013 a la fecha, han abierto sus puertas doce nuevos hoteles.



► Celebra Yuriria su 478 aniversario

Yuriria celebró su 478 Aniversario, así se convierte en uno de los municipios más antiguos en Guanajuato, ahí se registró la primera mina con el nombre de San Bernabé, es la quinta ciudad más poblada del estado.

A nombre de Yuriria, Fernando Olivera Rocha, secretario de Turismo de la entidad, recibió el Premio Excelencias Turísticas 2017 a la innovación como "Destino Turístico Responsable".

Para celebrar, se realizó el tradicional desfile cívico militar, en el que participó el Ejército, arlequines, representantes de Mineral de Pozos y Purísima del Rincón, entre otros. Recorrieron las principales calles del municipio.

En el acto ceremonial, las autoridades recordaron que en el año 1540 el misionero agustino Fray Diego de Chávez fundó la población de Yuririhapúndaro, que significa "lugar de lago de sangre", nombre legal expedido el 19 de febrero de 1560.



► Tony Gutiérrez se retira de American Airlines

Tras 43 años de servicio ininterrumpido Tony Gutiérrez, directora general de American Airlines en México, se retirará el próximo 4 de mayo. Es la primera mujer mexicana en ocupar este cargo en una aerolínea internacional en el país.

Comenzó su carrera en American en 1974 como asistente en Reservas, después de desarrollarse dentro de la empresa en 2012 fue nombrada la nueva directora general para el país.

"Bajo el liderazgo de Tony nuestra presencia en México creció exponencialmente, con tres nuevos destinos en el país, casi el doble del número de vuelos a más de 600 semanales y más de 200 nuevos empleados, formando un equipo de más de 1,000 personas en el país", dijo Juan Carlos Liscano, director gerente de las operaciones de American en Latinoamérica.

Hace unos días Latina Style Inc. la nombró "Ejecutiva del Año", fue seleccionada entre otras ejecutivas de empresas como Walmart, Johnson & Johnson, Wells Fargo, por mencionar algunas.

Es la primera ejecutiva que desempeña su cargo fuera de Estados Unidos y es seleccionada para el premio.

► United Airlines, la aerolínea más verde

En la lista 2017 Global 500 Green Rankings de la revista Newsweek, United Airlines se situó como la número uno entre las aerolíneas globales.

United ocupó la posición 59 entre 500 marcas estadounidenses, y la posición 100 entre 500 marcas globales, fortaleciendo su posición como la aerolínea líder en sustentabilidad.

El reconocimiento por parte de Newsweek hacia las iniciativas de cuidado del ambiente de United se suma al título de Aerolínea Más Ecológica del Año, que le asignó la revista Air Transport World (ATW) el año pasado en reconocimiento al liderazgo ambiental de la compañía, su innovación y sus acciones dentro de la industria. Air Transport World ha nombrado a United como la Aerolínea más Ecológica del Año en dos ocasiones desde que se lanzó el programa Eco-Skies.

"Estamos muy orgullosos de que nos reconozcan como un líder a nivel mundial por nuestras acciones para proteger el medioambiente. Continuaremos innovando tanto en el aire como en la tierra conforme nos esforzamos para lograr que United sea la aerolínea más sustentable en el mundo", comentó Angela Foster-Rice, directora administrativa de los asuntos ambientales y de sustentabilidad de la compañía.



A partir del 9 de marzo 2018

Nuevas Rutas

★
Guadalajara

★
Ixtapa
Zihuatanejo

★
Acapulco

Frecuencias Viernes y Domingo

ACA - GDL 13:00 hrs GDL - ZIH 15:00 hrs
GDL - ACA 18:20 hrs ZIH - GDL 16:40 hrs

Guadalajara a:

Acapulco



Zihuatanejo



GOBIERNO DEL ESTADO DE
GUERRERO
2015 - 2021



Secretaría de
Turismo

Ixtapa Zihuatanejo
UN VIAJE. DOS PARAISOS.

ACAPULCO
FIDEICOMISO PARA LA PROMOCION TURISTICA

Consulta a tu agente de viajes
o visítanos en
aeromar.com.mx
01800 237 6627

AEROMAR®